

การประเมินมูลค่าธุรกิจ กรณีศึกษา บริษัทสตาร์ทอัพแห่งหนึ่ง

BUSINESS VALUATION , CASE STUDY
: STARTUP COMPANY



สหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (สถิติประยุกต์)
ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งาน **ปีการศึกษา 2566** อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUSINESS VALUATION
CASE STUDY: STARTUP COMPANY



**A COOPERATIVE EDUCATION SUBMITTED IN
PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT FOR
THE DEGREE OF BACHELOR OF SCIENCE (APPLIED STATISTICS)
DEPARTMENT OF STATISTICS, SCHOOL OF SCIENCE**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
ACADEMIC YEAR 2023**

เอกสารนี้เป็นเอกสารทสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่หรือนำไปใช้
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อปัญหาพิเศษ	การประเมินมูลค่าธุรกิจ กรณีศึกษา บริษัทสตาร์ทอัพแห่งหนึ่ง Business valuation Case Study: Startup Company
ชื่อนักศึกษา	นางสาวสุดารัตน์ ธารเสนา รหัสนักศึกษา 63050678
ปริญญา	วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สถิติประยุกต์)
ภาควิชา	สถิติ
คณะ	วิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัย	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.)
ปีการศึกษา	2566
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.สมศรี บัณฑิตวิไล

คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) อนุมัติให้
ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (สถิติประยุกต์)
ประจำปีการศึกษา 2566

คณะกรรมการสอบ	ลายมือชื่อ
รศ.ดร.อัชฌา อระวีพร ประธานกรรมการ	
นางสาวศรัณยา ทาญสาริกิจ กรรมการ	
ผศ.ดร.สมศรี บัณฑิตวิไล กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ลิขสิทธิ์ของคณะวิทยาศาสตร์ อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งที่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อปัญหาพิเศษ	การประเมินมูลค่าธุรกิจ กรณีศึกษา บริษัทสตาร์ทอัพแห่งหนึ่ง
ชื่อนักศึกษา	นางสาวสุดารัตน์ ธารเสนา รหัสนักศึกษา 63050678
ปริญญา	วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สถิติประยุกต์)
ภาควิชา	สถิติ
คณะ	วิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัย	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.)
ปีการศึกษา	2566
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.สมศรี บัณฑิตวิไล

บทคัดย่อ

ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดกลางที่เพิ่งเริ่มต้น แต่มีศักยภาพในการเติบโตอย่างรวดเร็วด้วยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการแก้ปัญหาหรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจสตาร์ทอัพจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินโดยการประเมินมูลค่าธุรกิจเพื่อใช้ในการระดมทุนจากนักลงทุน เนื่องจากการประเมินมูลค่าธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องนำเสนอต่อนักลงทุน ทั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการเติบโต แผนธุรกิจ และการคาดการณ์ทางการเงินที่น่าเชื่อถือ ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดนักลงทุนและระดมทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow: DCF) โดยใช้กรณีศึกษาของบริษัทสตาร์ทอัพแห่งหนึ่ง

จากผลการศึกษาพบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่ได้จากวิธีการคิดลดกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow: DCF) ในช่วงปี พ.ศ. 2565 – 2571 ของบริษัทสตาร์ทอัพกรณีศึกษา เท่ากับ 317,966,171.25 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายในสูงกว่าอัตราคิดลดที่ 36% มูลค่าปัจจุบันสุทธิ มีค่าเท่ากับ 1,355,253.39 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าการลงทุนในบริษัทนี้มีความคุ้มค่า

คำสำคัญ : การประเมินมูลค่าธุรกิจ, วิธีการคิดลดกระแสเงินสด, ธุรกิจสตาร์ทอัพ

Title	Business valuation , Case Study : Startup Company		
Students	Miss Sudarat Tharasena	Student ID	63050678
Degree	Bachelor of Science (Applied Statistics)		
Department	Statistics		
School	Science		
University	King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang (KMITL)		
Academic Year	2023		
Advisor	Asst. Prof. Dr. Somsri Banditvilai		

Abstract

Startup businesses are small or medium-sized enterprises that have recently been established but possess the potential for rapid growth by leveraging technology and innovation to solve problems or create new inventions. However, startup businesses must analyze financial data by evaluating the business value to use in raising funds from investors. Since business valuation is necessary to present to investors, it demonstrates the potential for growth, business plans, and reliable financial projections, which help attract investors and raise funds effectively. This research aims to evaluate the business value using the Discounted Cash Flow (DCF) method, employing a case study of a particular startup company.

According to the study, the net present value (NPV) of the startup case study using the discounted cash flow (DCF) method for the period of 2022-2027 is 317,966,171.25 baht, with an internal rate of return (IRR) greater than the discount rate of 36%. The NPV is 1,355,253.39 baht, which is positive. This indicates that an investment in this company is worthwhile.

Keyword : Business Valuation, Discounted Cash Flow Valuation, Startup Company

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

สหกิจศึกษาสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้และมีความถูกต้องในส่วนของเนื้อหา เนื่องด้วยได้รับความอนุเคราะห์จาก ผศ.ดร.สมศรี บัณฑิตวิไล อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ผู้ซึ่งให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำแนวทางต่างๆ และชี้แนะทางการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆมาตลอด จนปัญหาพิเศษเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์จึงขอขอบพระคุณด้วยความเคารพเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.อัชฌา อระวีพร ผู้ซึ่งเป็นคณะกรรมการ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและแนะนำ ให้ความรู้เพิ่มเติม ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาด ทำให้ปัญหาพิเศษเล่มนี้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคุณศรัณยา หาญสารกิจ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและการตลาด บริษัท แวร์สแวน จำกัด ที่กรุณาให้ข้อมูลเพื่อทำสหกิจศึกษา ตลอดจนดูแล เอาใจใส่ ให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาการทำสหกิจศึกษาในครั้งนี้จนสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์และบุคลากรภาควิชาสถิติทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ อีกทั้งคอยประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ครอบครัว เพื่อนๆ ทุกคน รวมถึงผู้เกี่ยวข้องกับการทำสหกิจศึกษาที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ทุกท่าน ที่ให้การสนับสนุนและคอยให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในความกรุณาและความปรารถนาดีของทุกท่านที่ได้มีส่วนช่วยเหลือเป็นอย่างยิ่ง จึงทำให้สหกิจศึกษาเล่มนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จึงขอกราบขอบพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพเป็นอย่างสูง

สุदारัตน์ ธารเสนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูป.....	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย.....	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 ทฤษฎีนิยามความหมายของธุรกิจสตาร์ทอัพ.....	9
2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจสตาร์ทอัพกับแหล่งเงินทุน.....	10
2.3 เหตุผลที่ผู้ประกอบการควรเข้าใจเรื่องการประเมินมูลค่าธุรกิจ.....	13
2.3.1 กลไกกำหนดเงื่อนไขการร่วมทุนและผลตอบแทน.....	14
2.3.2 มูลค่าประเมินธุรกิจและการระดมทุนเป็นรอบๆ ในโลกสตาร์ทอัพ.....	15
2.4 การประมาณการรายได้.....	16
2.4.1 วิธีการประมาณการจากบนลงล่าง.....	16
2.4.2 วิธีการประมาณการจากล่างขึ้นบน.....	17
2.5 การประมาณรายจ่ายและภาพรวมการประมาณงบการเงิน.....	18
2.5.1 การประมาณการรายจ่าย.....	18
2.5.2 การประมาณการงบการเงินงบกำไรขาดทุน.....	18
2.5.3 การประมาณการงบการเงินงบดุล.....	18
2.6 การประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด.....	19
2.6.1 ภาพรวมวิธีการประเมินมูลค่าด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด.....	20
2.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	23
2.8 ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์เชิงธุรกิจ.....	24
2.8.1 แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas :BMC).....	24
2.9 ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน.....	26
2.9.1 มูลค่าปัจจุบัน (Present Value : PV).....	26
2.9.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV).....	27
2.9.3 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR).....	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	28
3.1 การจัดเตรียมข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
3.1.1 แหล่งที่มาของข้อมูล.....	28
3.1.2 การคัดเลือกข้อมูล.....	28
3.1.3 เก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	29
3.3 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
3.3.1 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ.....	29
3.3.2 การวิเคราะห์เชิงธุรกิจ.....	29
3.3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน.....	29
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล.....	32
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจโดยใช้แบบจำลองธุรกิจ.....	32
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน.....	37
4.2.1 ประมาณการรายได้.....	37
4.2.2 ประมาณการรายจ่าย.....	44
4.2.3 ประมาณงบการเงินล่วงหน้า.....	51
4.2.4 ประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด DCF.....	62
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	70
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	70
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	72
เอกสารอ้างอิง.....	73
ภาคผนวก.....	77
ภาคผนวก ก.....	78

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	โมเดลแบบจำลองธุรกิจแบบเดิม.....	41
4.2	โมเดลแบบจำลองธุรกิจแบบใหม่.....	44
4.3	สมมุติฐานการประมาณการรายได้ด้วยวิธีประมาณการจากบนลงล่าง.....	47
4.4	ผลประมาณการรายได้ด้วยวิธีประมาณการจากบนลงล่าง.....	48
4.5	รายได้บริษัทในปี 2565 -2566 แบ่งตามรูปแบบของแหล่งรายได้.....	50
4.6	ประมาณการรายได้ 5 ปี ล่วงหน้าของบริษัท.....	51
4.7	รายจ่ายของบริษัทแบ่งแยกตามประเภท.....	52
4.8	สมมุติฐานคาดการณ์เงินเดือนค่าจ้างพนักงาน.....	54
4.9	ประมาณการจ่ายได้ 5 ปี ล่วงหน้าของบริษัท.....	57
4.10	ประมาณการงบดุล.....	63
4.11	ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	67
4.12	ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	70
4.13	ประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด DCF.....	78

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
2.1	วัฏจักรของธุรกิจสตาร์ทอัพทั้ง 7 ขั้นตอน.....	10
2.2	สมการแสดงความสัมพันธ์เงื่อนไขการร่วมทุน.....	15
2.3	สมการแสดงความสัมพันธ์เงื่อนไขการร่วมทุนในมุมมองของนักลงทุน.....	15
2.4	ตัวอย่างการประมาณการรายได้แบบบนลงล่าง.....	18
2.5	สมมุติฐานที่ 1 การประมาณการหนี้ลูกค้ำตามจำนวนระยะเวลา.....	20
2.6	สมมุติฐานที่ 2 การประมาณการสินค้าคงคลังตามจำนวนระยะเวลา.....	21
2.7	ขั้นตอนการประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด DCF.....	25
2.8	ขั้นตอนการประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด DCF.....	29



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทำให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องมาจากปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ซึ่งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้การซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์มีความสะดวก รวดเร็ว ผู้บริโภคจึงสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการที่หลากหลายได้อย่างง่ายดาย พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับไลฟ์สไตล์ที่สะดวกสบายและประหยัดเวลามากขึ้น การซื้อของออนไลน์จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ได้รับความนิยมมากขึ้น ทำให้ธุรกิจขายสินค้าผ่านสื่ออย่างอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) มีการเติบโตขึ้นอย่างชัดเจน ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยจากรายงานเดียวกันของ WeAreSocial (WeAreSocial, 2022) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไทยถึงร้อยละ 84 มีการซื้อขายสินค้าผ่านทาง E-commerce ซึ่งสูงเป็นอันดับ 3 ของโลกรองจากอินโดนีเซียและสหราชอาณาจักร และสูงกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งโลกที่ร้อยละ 77 โดยการซื้อขายสินค้าผ่านทาง E-commerce นี้ครอบคลุมทั้งการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มยักษ์ที่มีลักษณะเป็นตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยน (E-Marketplace) อย่าง Shopee website และแอปพลิเคชันของผู้ประกอบการค้าปลีกแต่ละราย ตลอดจนการซื้อขายผ่านช่องทาง Social media ของผู้ขาย (Pimnara Hirankasi, 2565) และในช่วงที่ทุกอย่างได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีผู้คนต่างต้องการเริ่มต้นประกอบธุรกิจผ่านออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากเป็นจุดเริ่มต้นที่รวดเร็วและทันสมัยเข้าถึงง่าย จึงทำให้ปัจจุบันนี้มีประเภทธุรกิจหลากหลายรูปแบบมากขึ้น และหนึ่งในประเภทธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่กำลังมาแรงในตอนนี้คือ ธุรกิจสตาร์ทอัพ “Startup” (KTC knowledge , 2564)

ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) คือ ธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดกลางที่มีระยะเวลาการดำเนินงานสั้นหรือธุรกิจที่เริ่มต้นขึ้นใหม่ (Sasin Management Consulting, 2559) แต่มีศักยภาพในการเติบโตอย่างรวดเร็วและสามารถสร้างผลกำไรได้สูง ธุรกิจสตาร์ทอัพมักใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาหรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้ความสำคัญในการนำเทคโนโลยีมาสร้างนวัตกรรมทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และการติดต่อกับลูกค้า (Bahiti, 2008) ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทำให้ธุรกิจประเภทนี้มีการเติบโตแบบก้าวกระโดด (ณฤทธิ วรพงษ์ดี, 2562) ตอนนี้ธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากประเทศไทยมีปัจจัยที่เอื้อต่อการเกิดธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น การพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม และทัศนคติที่เปิดกว้างต่อความเปลี่ยนแปลง โดยปัจจุบัน Startup ในประเทศไทยมีไม่ต่ำกว่า 500 ธุรกิจ และมีความหลากหลายสูง มีตั้งแต่ประเภท Hardware Software Mobile Application หรือแม้แต่การสร้าง นวัตกรรมใหม่ ๆ หนุนยนต์ต้นแบบรถยนต์ไร้คนขับ เป็นต้น (Krung Sri Guru, 2565)

ธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ที่ประสบความสำเร็จนั้น จะมีกลยุทธ์สำคัญในการดำเนินธุรกิจ คือ เอกสารนี้ กลยุทธ์ด้าน Product Market Fit (PMF) ที่มุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจสามารถตอบโจทย์ความต้องการของตลาดได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพ และกลยุทธ์ด้านการเงินและการ

ระดมทุน (Fund Raising Strategy) ที่มุ่งเน้นในการวางแผนและบริหารจัดการด้านการเงินของธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การเติบโตและความสำเร็จของธุรกิจ ผู้ประกอบการระยะเริ่มต้นส่วนมากเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีจึงมักจะให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้าน Product Market Fit (PMF) และอาจมองข้ามกลยุทธ์ด้านการเงินและการระดมทุนไป ถึงแม้ว่ากลยุทธ์ด้าน Product Market Fit (PMF) จะมีผลอย่างมากต่อความสำเร็จของธุรกิจเพราะเป็นการพิสูจน์การตอบรับและสะท้อนความต้องการของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีผลโดยตรงต่อยอดขาย แต่ในขณะเดียวกันการดำเนินแผนงานต่างๆ จำเป็นต้องใช้เงินทุนสนับสนุน ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญต่อการวางกลยุทธ์ด้านการเงินและการระดมทุนเพื่อที่จะมั่นใจได้ว่ามีเงินทุนพอที่จะดำเนินตามแผนธุรกิจดังกล่าว โดยทั่วไปการประเมินความต้องการใช้เงินทุนเป็นส่วนหนึ่งของการวางกลยุทธ์ด้านการเงินและวิเคราะห์โอกาสในการลงทุน (Financial Planning & Analysis) ซึ่งสามารถทำได้โดยการสร้างแบบจำลองทางการเงิน (Financial Model) ที่กำหนดตามสมมติฐานการดำเนินการของธุรกิจ จากนั้นจึงประมาณรายได้ รายจ่าย และงบการเงิน เพื่อจำลองสถานะทางการเงินในระยะ 3-5 ปีข้างหน้า (ธนรรภรณ์ เศรษฐฐัจฉินดา, 2565) ผลลัพธ์ที่ได้จากแบบจำลองทางการเงิน คือ การประมาณการทางการเงิน (Financial Projection) ที่แสดงให้เห็นว่าแผนธุรกิจต้องใช้ทรัพยากรและเงินทุนเท่าไร ซึ่งข้อมูลนี้จะนำไปใช้วางแผนและกำหนดกลยุทธ์การจัดหาเงินทุนต่อไป ขั้นตอนการประมาณทางการเงิน สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจระยะเริ่มต้นได้ ทั้งในการประมาณการวางกลยุทธ์การระดมทุนและการเป็นข้อมูลประกอบในกระบวนการระดมทุน

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจที่ใหม่โดยเฉพาะธุรกิจสตาร์ทอัพยังต้องเผชิญกับการแข่งขันที่มากขึ้น ในสหรัฐอเมริกามากกว่าร้อยละ 75 ไม่สามารถอยู่รอดได้ในตลาดการแข่งขัน (Nanda & Rhodes-Kropf, 2013) สาเหตุเพราะความล้มเหลวของผู้ก่อตั้ง เนื่องจากขาดประสบการณ์ในการบริหารวางแผนการทำงาน สองโมเดลธุรกิจมีข้อบกพร่องเนื่องจากการแก้ปัญหาที่ไม่ถูกต้อง ทำให้ธุรกิจไม่สามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว และสุดท้ายที่สำคัญอย่างมากเช่นกันคือ ขาดการวางแผนในด้านเงินทุน (Jamie Pride, 2020) ธุรกิจระยะเริ่มต้นอย่างสตาร์ทอัพเนื่องจากเป็นรูปแบบธุรกิจแบบใหม่ที่มีความเสี่ยงมากกว่าธุรกิจทั่วไป (ณฤทธิ วรพงษ์ดี, 2561) และเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่นๆ แบบจำลองทางการเงินมีความสำคัญมากเป็นพิเศษในการประเมินมูลค่าธุรกิจระยะเริ่มต้น เพราะหากพิจารณาลักษณะธุรกิจที่เพิ่งเริ่มดำเนินการจะพบว่าสถานะทางธุรกิจปัจจุบัน ไม่สามารถนำมาใช้ในการกำหนดมูลค่าธุรกิจได้เท่าไรนัก ตัวชี้วัดก็ยังไม่ได้แสดงศักยภาพการเติบโตได้อย่างชัดเจน ดังนั้นมูลค่าธุรกิจจึงขึ้นอยู่กับผลดำเนินการในอนาคตเป็นหลัก ทำให้แบบจำลองทางการเงินกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการจำลองสภาพธุรกิจในอนาคตเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาร่วมทุน ดังนั้นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพจึงควรให้ความสำคัญกับการประเมินมูลค่าธุรกิจ การสร้างแบบจำลองทางการเงิน และวิธีประเมินมูลค่าธุรกิจที่ใช้สำหรับสตาร์ทอัพ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการได้เห็นภาพและสามารถเตรียมความพร้อมเรื่องกลยุทธ์ด้านการเงินการระดมทุน (ธนรรภรณ์ เศรษฐฐัจฉินดา, 2565)

จากข้อมูลที่ได้มีการกล่าวไว้ข้างต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในประเมินมูลค่าธุรกิจ เพราะการประเมินมูลค่าธุรกิจนอกจากจะช่วยประเมินสถานะของธุรกิจแล้ว ยังสามารถใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการเงินการระดมทุน เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างรอบคอบและจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนและตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ การไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเมินมูลค่าธุรกิจจึงเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับผู้ประกอบการและนักลงทุน เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจทางการเงินและการลงทุน

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

- 1.2.1 วิเคราะห์แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas :BMC) ของบริษัท
- 1.2.2 สร้างแบบจำลองทางการเงิน (Financial Model) เพื่อประเมินมูลค่าธุรกิจ
- 1.2.3 ประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด DCF (Discounted Cash Flow)

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1.3.1 ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลบันทึกรายการเคลื่อนไหวของบัญชีธนาคาร (Statement) ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิจากการเก็บข้อมูลโดยฝ่ายบัญชีของบริษัทสตาร์ทอัพแห่งหนึ่ง และฐานข้อมูลของบริษัท โดยข้อมูลบันทึกรายการเคลื่อนไหวของบัญชีธนาคารทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่เริ่มต้นจัดตั้งบริษัทในกลางปี พ.ศ.2565 จนถึงปี พ.ศ.2566 ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ

1.3.1.1 ข้อมูลบันทึกรายการเคลื่อนไหวของบัญชีธนาคารตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.2565

1.3.1.2 ข้อมูลบันทึกรายการเคลื่อนไหวของบัญชีธนาคารตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.2566

1.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.3.2.1 Microsoft Excel

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 บริษัทสามารถวางแผนทางการเงินโดยพิจารณาจากการประมาณการความต้องการใช้เงินทุนในอนาคต

1.4.2 บริษัทสามารถนำขั้นตอนการวิเคราะห์ไปประยุกต์ใช้เพื่อทำการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ของบริษัท เช่น การวิเคราะห์โอกาสในการลงทุน

1.4.3 บริษัททราบถึงมูลค่าที่แท้จริงของบริษัท เนื่องจากวิธีคิดลดกระแสเงินสด DCF (Discounted Cash Flow) พิจารณาถึงกระแสเงินสดในอนาคตที่บริษัทคาดว่าจะได้รับ ซึ่งถือเป็นมูลค่าที่แท้จริงของบริษัท

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) คือ การดำเนินกิจกรรมด้านธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีเครือข่ายสื่อสารและเทคโนโลยีการประมวล เพื่อบรรลุกิจกรรมนั้นๆ เช่น การผลิต การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณา การเผยแพร่ โดยส่งข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (พูลศรี พูลสวัสดิ์, 2552)

วิสาหกิจเริ่มต้น หรือ สตาร์ทอัพ (Startup) คือ กิจการที่เริ่มต้นธุรกิจจากจุดเล็กๆ สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด ออกแบบให้ธุรกิจมีการทำซ้ำได้โดยง่าย (Repeatable) และไม่ขยายกิจการได้ง่าย (Scalable) มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เป็นหัวใจหลักในการสร้าง

ธุรกิจ มักเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นจากไอเดียเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันหรือเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ยังไม่มีใครเคยคิดหรือเคยทำมาก่อน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566)

รายได้ (Revenue or Income) คือ การเพิ่มขึ้นในทรัพย์สินสุทธิของธุรกิจ อันเนื่องมาจากการขายสินค้าหรือบริการ (จินดา ชันทอง, 2540)

ค่าใช้จ่าย (Expense) คือ ต้นทุนของสินค้าหรือบริการที่กิจการจ่ายไปเพื่อก่อให้เกิดรายได้ ซึ่งค่าใช้จ่ายจำแนกได้เป็นประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ ต้นทุนขาย ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ ค่าใช้จ่ายอื่น ดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้ (ณัฐชานนท์ โกมุตพุดพิงศ์, ธีฎลักษณ์ วิจิตรสาระวงศ์, 2564)

ต้นทุนขาย (Cost of Sales) คือ ต้นทุนที่ใช้ในการจัดสินค้ามาเพื่อขายสำหรับกิจการซื้อขายสินค้าและกิจการผลิต เช่น ต้นทุนทุนสินค้าซึ่งอาจได้มาโดยการซื้อหรือการผลิตเอง รวมทั้งค่าขนส่งและค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ทำให้สินค้าอยู่บนสภาพพร้อมที่จะขายได้ (ณัฐชานนท์ โกมุตพุดพิงศ์, ธีฎลักษณ์ วิจิตรสาระวงศ์, 2564)

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (Selling, General and Administrative Expenses) คือ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Expense) แบ่งได้เป็นค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร ดังนี้ (ณัฐชานนท์ โกมุตพุดพิงศ์, ธีฎลักษณ์ วิจิตรสาระวงศ์, 2564)

- ค่าใช้จ่ายในการขาย หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการขายสินค้าหรือให้บริการ เช่น เงินเดือนพนักงาน ค่าโฆษณา ค่านายหน้า ฯลฯ

- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในสำนักงานอันเนื่องมาจากการบริหารงานของกิจการ เช่น เงินเดือนผู้บริหาร ค่าสาธารณูปโภค ค่าเช่าอาคารสำนักงาน ฯลฯ

ภาษีเงินได้ (Income Tax) คือ ภาษีเงินได้นิติบุคคลที่กิจการต้องจ่ายให้แก่กรมสรรพากรตามประมวลรัษฎากร เมื่อสินทรัพย์ระยะเวลาบัญชี (ณัฐชานนท์ โกมุตพุดพิงศ์, ธีฎลักษณ์ วิจิตรสาระวงศ์, 2564)

กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (Net profit/Loss) คือ กำไรขาดทุนที่แสดงอยู่ในงบกำไรขาดทุนของกิจการซึ่งมีการคำนวณจากรายได้ทางบัญชี หักด้วยค่าใช้จ่ายทางบัญชี (ดวงเนตร วงศ์วัฒน์, 2562)

แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas :BMC) คือ เครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพ (Visualizing) ได้อย่างครบถ้วน ซึ่งช่วยในการกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ประเมินความสำเร็จของแผนงานและเลือกรูปแบบธุรกิจที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสม โดยแบบจำลองธุรกิจจะแบ่งโครงสร้างออกเป็น 9 กล่อง (Building Block) โดยทุกกล่องจะมีความเกี่ยวข้องต่อเนื่องกัน (กิตติชัย ชิตตระกูล, 2560)

การประมาณการรายได้ (Revenue Projection) คือ การประมาณรายได้จากการขายในอนาคตของบริษัท ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการจัดงบประมาณและการคาดการณ์ ซึ่งช่วยในการระบุเป้าหมายและกลยุทธ์ทางการเงินสำหรับธุรกิจ การประมาณการรายได้สามารถทำได้ในระยะเวลาที่แตกต่างกัน ทั้งรายปี รายไตรมาส และรายเดือน โดยอิงจากข้อมูลในอดีต เช่น ข้อมูลยอดขายย้อนหลัง แนวโน้มของอุตสาหกรรม สภาพตลาด ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ (DealHub Experts, 2023)

การประมาณการงบกำไรขาดทุน (Pro Forma Income Statement) คือ การแสดงผลการดำเนินการของธุรกิจในรอบระยะเวลาบัญชีที่ผ่านมา ได้แก่ รายได้ของธุรกิจทั้งหมดที่ได้จากการประมาณการรายได้จากการขายสินค้าที่เกิดขึ้นในรอบระยะเวลาหนึ่ง หักกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในรอบระยะเวลาเดียวกัน (NPRU ,2566)

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ในการเรียนการสอนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประมาณการทางการเงิน (Financial Projection) คือ การคาดการณ์ผลลัพธ์ทางการเงินในอนาคตระยะยาว ซึ่งมักจะสร้างขึ้นโดยอ้างอิงจากการคาดการณ์ระยะสั้นที่ทำไว้ก่อนหน้านี้ การคาดการณ์เป็นการคาดการณ์รายได้และยอดขายในอนาคตแบบเจาะลึก โดยใช้ปัจจัยภายในและภายนอกในระดับสูง เช่น ศักยภาพในการขาย อัตราการเติบโตของตลาด และแนวโน้มการเติบโตของตลาดในอดีต (Planful, 2015)

แบบจำลองทางการเงิน (Financial Model) คือ การสร้างแบบจำลองทางการเงินเป็นกระบวนการสร้างแบบจำลองทางคณิตศาสตร์เพื่ออธิบายหรือคาดการณ์พฤติกรรมทางการเงินของธุรกิจ โดยแบบจำลองทางการเงินสามารถนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น การวางแผนทางการเงิน การวิเคราะห์การลงทุน การประเมินมูลค่าธุรกิจ (Carol M.kopp, 2024)

มูลค่าประเมินธุรกิจปัจจุบัน (Current Valuation) คือ ราคาซื้อ-ขาย หุ้นที่นักลงทุนและผู้ประกอบการบรรลุข้อตกลงในการร่วมทุน ในการระดมทุนรอบใดรอบหนึ่ง (ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จินดา, 2565)

มูลค่าประเมินธุรกิจ (Pre-money Valuation) คือ มูลค่าของบริษัทก่อนเข้าตลาดหลักทรัพย์หรือมูลค่าของบริษัทที่ได้รับการลงทุนอื่นๆ เช่น การระดมทุนหรือจัดหาเงินทุน (Will Kenton, 2022)

มูลค่าปัจจุบัน (Present Value) คือ มูลค่าของกระแสเงินสดทั้งหมดที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตเมื่อเปรียบเทียบให้เป็นมูลค่าเมื่อเริ่มต้นการลงทุนหรือการกู้ยืม (ThaiPFA, 2564)

อัตราคิดลด (Discount Rate) คือ อัตราที่ใช้ในการคิดลดรายได้สุทธิในอนาคตที่จะได้รับในแต่ละปี กลับมาเป็นมูลค่าปัจจุบัน (Present Value) ใช้สำหรับการทำกระแสเงินสดในอนาคต (future cash flows) (สถาบันวิจัยเศรษฐกิจ, 2564)

การคิดลดกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow : DCF) คือ การพยากรณ์กระแสเงินสดอิสระของกิจการ (FCF) ถ่วงหน้า และคิดลดกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตกลับมาเป็นมูลค่าปัจจุบันด้วยอัตราคิดลด (ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จินดา, 2564)

กระแสเงินสดอิสระ (Free Cash Flow : FCF) คือ เงินสดที่เหลือจากการใช้จ่ายที่จำเป็นทุกอย่างแล้ว คำนวณได้โดยกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (CFO) หักด้วยการเปลี่ยนแปลงในเงินทุนหมุนเวียน (Net Working Capital) หักเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Capital Expenditure) (Investment Reader, 2018)

มูลค่าปัจจุบันสุดท้าย (Terminal Value : TV) คือ มูลค่าปัจจุบันสุดท้ายเป็นมูลค่าของธุรกิจหลังจากระยะการประมาณการ เป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์ทางการเงินและการลงทุน (ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จินดา, 2565)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปพัฒนางานวิจัย โดยมีรายละเอียดเนื้อหา ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีนิยามความหมายของธุรกิจสตาร์ทอัพ
- 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจสตาร์ทอัพกับแหล่งเงินทุน
- 2.3 เหตุผลที่ผู้ประกอบการควรเข้าใจเรื่องการประเมินมูลค่าธุรกิจ
- 2.4 การประมาณการรายได้
- 2.5 การประมาณรายจ่ายและภาพรวมการประมาณงบ
- 2.6 การประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด
- 2.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ
- 2.8 ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์เชิงธุรกิจ
- 2.9 ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน
- 2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีนิยามความหมายของธุรกิจสตาร์ทอัพ

ธุรกิจสตาร์ทอัพ คือ คำที่ใช้เรียกบริษัทเกิดใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีที่เข้ามาสนับสนุน โดยเริ่มต้นมาจากบริษัทขนาดเล็กแล้วเติบโตมาเป็นบริษัทขนาดใหญ่ในปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น Facebook หรือ Google เป็นต้น ซึ่งบริษัทดังกล่าว ต้องผ่านการเป็นสตาร์ทอัพมาก่อนแล้วทั้งสิ้นและด้วยลักษณะเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารช่วยให้ธุรกิจสตาร์ทอัพลดต้นทุนไปได้เป็นอย่างมาก ลูกค้านักค้าจากทั่วโลกเพียงแค่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ก็สามารถเข้าถึงบริการในธุรกิจสตาร์ทอัพได้ผ่านทางเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน นอกจากนี้ การลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพต้องอาศัยเงินทุนของตัวเองอย่างเดียวย่อมไม่เพียงพอ จึงเกิดเป็นลักษณะการลงทุนร่วมของนักลงทุนที่มีความสนใจในธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่จะผลักดันและขับเคลื่อนให้ธุรกิจเติบโตไปได้ และนักลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพมีอยู่ด้วยกัน 2 รูปแบบ คือ 1) นักลงทุนในรูปแบบขององค์กร (Venture Capital-VC) และ 2) นักลงทุนอิสระ (Angel Investor) (ปิยามรย์ ปิยะไทยเสรี, 2561) และสิ่งที่ธุรกิจสตาร์ทอัพแตกต่างจาก SME ทั่วไป คือ การคิดเพิ่ม 10 เท่า โตเร็ว 10 เท่า และแก้ปัญหาด้วยวิธีการที่ดีกว่าเดิม 10 เท่า (เรื่องโรจน์ พูนผล, 2557) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ให้นิยามว่า สตาร์ทอัพ หมายถึง กิจกรรมที่เริ่มต้นจากจุดเล็กๆ และสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด ออกแบบให้ธุรกิจมีการทำซ้ำได้ (Repeatable) และขยายกิจการได้ (Scalable) มีการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้เป็นหัวใจหลักในการสร้างธุรกิจมักเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นจากไอเดียเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันหรือเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ยังไม่มีใครเคยทำมาก่อน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจสตาร์ทอัพกับแหล่งเงินทุน

การที่ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถจะเติบโตได้ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ และมีความสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีมาเป็นตัวขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจ แต่ที่กล่าวมานั้น ไม่ใช่ว่าธุรกิจสตาร์ทอัพจะประสบความสำเร็จทุกราย เพราะยังมีอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพอีกมากมายหลายอย่างที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญ เช่น การขาดองค์ความรู้ และการไม่มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรื่องของเงินทุน (ธัมสอพ, 2557) กล่าวคือ ธุรกิจสตาร์ทอัพมีความจำเป็นต้องใช้เงินทุนในแต่ละช่วงของการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันไป โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระยะ ดังนี้

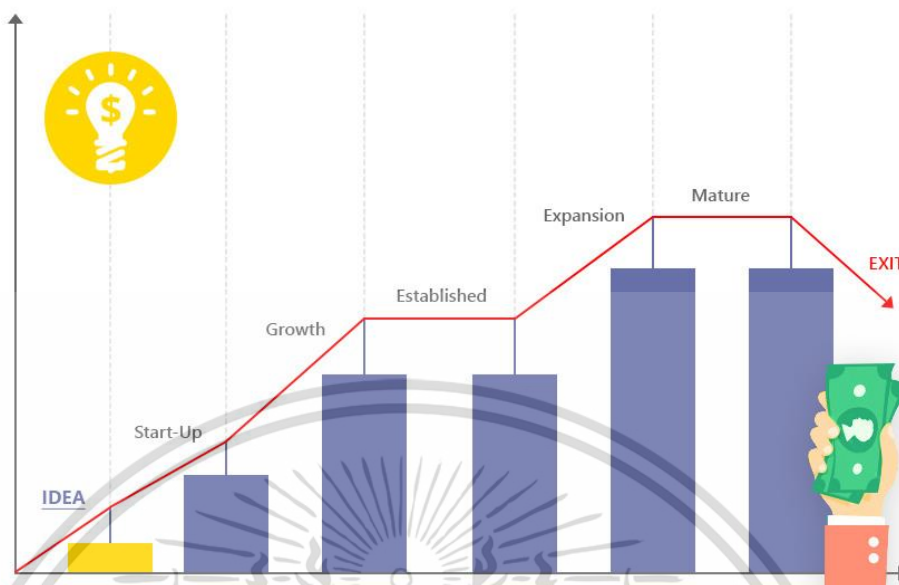
1. ระยะเริ่มต้น (Early Stage) เริ่มจากผู้ประกอบการมีไอเดียแต่ยังไม่มีเงินทุน เป็นสตาร์ทอัพระยะแรกยังไม่มีแผนธุรกิจ (Business Model) ชัดเจน ดังนั้น จึงต้องใช้เงินทุนของตนเองเป็นหลัก ซึ่งอาจจะมาจากเงินเก็บของตัวเอง ใช้เงินบัตรเครดิต สินเชื่อส่วนบุคคล และอาจจะเป็นเงินที่ยืมจากครอบครัว เพื่อน FFF (Friends Family & Fools) และอาจจะทดลองขายสินค้า (Pre-sale) ผ่านการระดมทุน (Crowdfunding) ซึ่งช่วงนี้ก็จะเปรียบเสมือนการลงทุนที่ยังไม่ได้ผลตอบแทน (ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จินดา, 2562)

2. ระยะการเติบโต (Growth Stage) ธุรกิจสตาร์ทอัพเริ่มมีการมองหาแหล่งเงินทุนที่จะนำมาสร้างธุรกิจให้เติบโตไปอีกขั้น ส่วนแหล่งเงินทุนก็จะมาจากกลุ่มทุน (Venture Capital (VC) ,Corporate Venture (CVC)) หรืออาจจะเป็นการรวมตัวของนักลงทุน นักลงทุนอิสระ ที่เรียกว่า (Angel Syndicate) เป็นต้น (ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จินดา, 2562)

3. ระยะการเก็บเกี่ยว (Harvest Stage) เป็นระยะที่สตาร์ทอัพมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด ขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและพร้อมที่จะออกจากสตาร์ทอัพ ในระยะนี้จะมองหาแหล่งเงินทุนแหล่งใหม่ที่สามารถให้เงินลงทุนในระดับที่สามารถขยายธุรกิจเข้าสู่ฐานลูกค้าใหม่หรือขยายตัวสู่ตลาดใหม่ได้ ซึ่งแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่ คือ นักลงทุนในรูปแบบขององค์กร กลุ่มทุน (Venture Capital (VC) ,Corporate Venture (CVC)) นักลงทุนสถาบันประเภทอื่นๆ เช่น บริษัทเอกชน (Private Equity Firms) หรือ นักลงทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Investor) ซึ่งอาจเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Investment) หรือการควบรวมกิจการ (Mergers & Acquisitions) เป็นต้น (ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จินดา, 2562)

เนื่องจากธุรกิจสตาร์ทอัพถูกออกแบบให้มีลักษณะการเติบโตที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว และที่สำคัญการเริ่มต้นของธุรกิจสตาร์ทอัพจะไม่เหมือนกับการเริ่มต้นของธุรกิจในยุคสมัยเก่า ดังนั้น การประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้ายจะไม่เหมือนกัน รวมถึงประเด็นสำคัญอย่างแหล่งเงินทุนก็จะมี ความแตกต่างกันไป เพื่อให้เกิดความเข้าใจในขั้นตอนการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีความสัมพันธ์กับแหล่งเงินทุน (องค์การ สมประสงค์, 2565) สามารถแสดงวัฏจักรของธุรกิจสตาร์ทอัพได้ดัง รูปที่ 2.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.1 วัฏจักรของธุรกิจสตาร์ทอัพทั้ง 7 ขั้นตอน (Hardik Shah, 2016)

จากภาพวัฏจักรของธุรกิจสตาร์ทอัพ ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้

1) ความคิด (Idea) คือ การค้นหาความคิด ไอเดีย เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ เป็นขั้นตอนของการกำหนดตัวแบบทางธุรกิจ และจะต้องเป็นธุรกิจใหม่ที่ยังไม่มีใครทำมาก่อน ดังนั้นสิ่งที่ท้าทายเป็นอันดับแรกในการทำธุรกิจคือ ผู้ประกอบการต้องมั่นใจได้ว่าสินค้าและบริการของตนจะมีโอกาสได้รับการยอมรับจากตลาดที่คาดหวังไว้ และผู้ประกอบการจะต้องใช้เงินทุนในระดับที่ต่ำสุดสำหรับค้นหาโอกาสทางธุรกิจ คือผู้ประกอบการจะต้องอาศัยทักษะ ประสบการณ์และแรงบันดาลใจของตน โดยอาศัยความมุ่งมั่นในการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ สำหรับแหล่งเงินทุนในช่วงต้นของการค้นหาโอกาสทางธุรกิจนี้ ที่ยังไม่มีตลาด ส่วนใหญ่สตาร์ทอัพจะต้องพึ่งพาเงินทุนจากตนเองหรือเงินทุนส่วนตัว เงินทุนจากเพื่อนและครอบครัว เงินอุดหนุนจากภาครัฐ และธนาคาร

2) การเริ่มต้นธุรกิจ (Stratup) เป็นขั้นตอนในการเริ่มกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการของธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งในขั้นตอนนี้ผู้ประกอบการไม่อาจทราบได้ว่าจะต้องลงทุนอย่างไรถึงจะมีความเหมาะสมหรือต้องลงทุนเท่าไร และไม่อาจทราบว่าจะเมื่อไหร่ถึงจะสามารถเข้าสู่ตลาดได้ สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาในขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจ คือการสร้างฐานลูกค้าและการนำเสนอสินค้าหรือบริการเข้าสู่ตลาดพร้อมทั้งการกำกับติดตามอย่างเป็นระบบ และต้องมีการจัดการทางการเงินให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับแหล่งเงินทุนในขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจนี้ เป็นเงินทุนของผู้ประกอบการเอง หรือจากครอบครัวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจ หรือจากสถาบันทางการเงินที่สามารถให้การสนับสนุนได้

3) ธุรกิจเริ่มเติบโต (Growth) เป็นขั้นตอนต่อเนื่องจากการเริ่มต้นทำธุรกิจ และต้องอาศัยประสบการณ์จากขั้นตอนที่ผ่านมาในการดำเนินธุรกิจให้สามารถเติบโตได้ต่อไป โดยสังเกตได้จากจำนวนของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น และความรับผิดชอบด้านอัตราภาษีที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น สิ่งที่มีมากขึ้นมานี้เป็นทั้งปัญหาและเป็นทั้งโอกาสในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น สิ่ง

สำคัญที่ต้องพิจารณาในขั้นตอนการเติบโตนี้ คือ การดำเนินธุรกิจจะเป็นทางการมากขึ้น เพื่อรองรับกับยอดขายและลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ควรมีการวางระบบทางบัญชีและระบบในการบริหารจัดการที่ดีกว่าเดิม สำหรับแหล่งเงินทุนในขั้นตอนการเติบโตนี้ มาจากผลกำไรในการทำธุรกิจ หรือจากหุ้นส่วนทางธุรกิจ หรือจากแหล่งสถาบันทางการเงิน หรือนักลงทุนที่สนใจ

4) การจัดตั้งบริษัท (Established) เป็นช่วงที่กิจการเริ่มมีความเจริญรุ่งเรืองแล้ว มีตลาดที่ชัดเจน และมีลูกค้าที่มีความจงรักภักดี การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ เริ่มเห็นผลกำไรที่ได้รับจากการทำงานในช่วงที่ผ่านมา แต่ก็ยังไม่สามารถวางใจในการแข่งขันในตลาดได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลมากยิ่งขึ้น ปัญหาที่สำคัญในช่วงนี้ ได้แก่ ปัจจัยคู่แข่ง เศรษฐกิจ และความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงต้องอาศัยความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการเป็นสำคัญในการบริหารจัดการ สำหรับแหล่งเงินทุนในขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจสตาร์ทอัพนี้ประกอบด้วย กำไรจากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา รวมทั้งจากธนาคารทั่วไป แหล่งเงินทุนจากภาครัฐ และจากนักลงทุนที่ให้ความสนใจในการลงทุน

5) การขยายธุรกิจ (Expansion) เป็นช่วงการเจริญเติบโตเพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่ ในขั้นตอนการขยายธุรกิจนี้จะเป็นช่วงที่จะได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น แต่การเข้าสู่ตลาดใหม่จะต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนและการทำวิจัยมากขึ้น ซึ่งการทำตลาดควรจะเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถและมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างดี สำหรับแหล่งเงินทุนในขั้นตอนการขยายธุรกิจนี้จะประกอบด้วย ผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา หรือเป็นการร่วมลงทุนกับคู่ค้าทางธุรกิจรวมทั้งจากสถาบันทางการเงิน จากนักลงทุนที่ให้ความสนใจที่จะร่วมลงทุน และการสนับสนุนของภาครัฐ

6) การเติบโตเต็มที่ (Mature) เป็นช่วงที่ธุรกิจมียอดขายและผลกำไรในแต่ละปีเป็นไปอย่างมั่นคง แต่การแข่งขันก็ยังคงมีความรุนแรงอยู่ โดยอาจเกิดความไม่แน่นอนของยอดขาย ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องตัดสินใจว่าควรจะออกจากการทำธุรกิจหรือขยายธุรกิจต่อไป ซึ่งอุปสรรคสำคัญในช่วงนี้จะถูกท้าทายจากยอดขาย กำไร และกระแสเงินสดที่ลดลง ปัญหาที่ใหญ่ที่สุด คือ ผู้ประกอบการจะมีวิธีการอย่างไรในการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้น สิ่งสำคัญที่จะต้องพิจารณาในขั้นตอนการเติบโตอย่างเต็มที่นี้ คือ การค้นหาโอกาสใหม่และเริ่มลงทุนใหม่ๆ หรืออาจจะเป็นการตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นและหาแนวปฏิบัติที่ดีสำหรับการจัดการกับกระแสเงินสดที่มีความไม่แน่นอนในช่วงนี้ สำหรับแหล่งเงินทุนในขั้นตอนการเติบโตอย่างเต็มที่นี้ เป็นเงินลงทุนจากผู้ประกอบการเอง หรือจากผู้ผลิตที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ จากลูกค้า หรือจากสถาบันทางการเงิน

7) การออกจากธุรกิจสตาร์ทอัพ (Exit) เป็นทางเลือกหนึ่งของผู้ประกอบการหลังจากประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ สามารถสร้างธุรกิจให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นมาได้ สำหรับการออกจากธุรกิจสตาร์ทอัพ พบว่า ผู้ประกอบการสามารถออกจากธุรกิจได้ 2 วิธี ซึ่งทั้งสองวิธีมีความแตกต่างกันโดยมีรายละเอียด ดังนี้

7.1) การขายหรือการปิดกิจการ สำหรับการออกจากธุรกิจด้วยการขายกิจการนี้จะต้องมีการประเมินมูลค่าธุรกิจที่เกิดขึ้นจริง เป็นมูลค่าที่สะท้อนจากมูลค่าของตลาดในปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น การขายกิจการของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศเยอรมนี โดยในปีพ.ศ. 2555 ได้มีการก่อตั้งธุรกิจสตาร์ทอัพที่ใช้ชื่อว่า ลาซาด้า (Lazada) ด้วยแนวคิดที่จะดำเนินธุรกิจในลักษณะเดียวกับอเมซอน (Amazon) หรืออย่าง อาลีบาบา (Alibaba) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ อีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) ที่มีชื่อเสียงในระดับโลก แต่ลาซาด้า เลือกที่จะดำเนินการในสิ่งที่ธุรกิจทั้งสองดังกล่าวไม่ต้องการจะทำ

นั่นคือ การเจาะตลาดในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีอยู่หลายประเทศและมีช่องว่างให้เห็นแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปในอนาคต และในปัจจุบัน ลาซาด้า ถือว่าสามารถดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จได้ในระดับหนึ่ง โดยสังเกตได้จากยอดขายในช่วงสองไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2558 ที่สามารถสร้างยอดขายได้ประมาณ 433 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ถึงจะเป็นจำนวนไม่มาก แต่ก็มากขึ้นเป็น 4 เท่าจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้านี้ การเติบโตของธุรกิจที่ดีเช่นนี้ จึงทำให้ อาลีบาบา ที่เป็นบริษัทด้านอีคอมเมิร์ซ (e-commerce) รายใหญ่ของประเทศจีนเข้าซื้อกิจการของ ลาซาด้า เป็นมูลค่าในการซื้อขายทั้งสิ้น 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งจากการซื้อขายในครั้งนี้ อาลีบาบา จะเป็นเจ้าของ ลาซาด้า ในทุกประเทศที่ดำเนินกิจการอยู่ กล่าวคือ การขายกิจการของ ลาซาด้า ในครั้งนี้ถือเป็นการออกจากธุรกิจวิธีหนึ่ง

7.2) การเป็นบริษัทจดทะเบียน (Initial Public Offering-IPO) สำหรับการออกจากกิจการด้วยการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นี้ ช่วยให้บริษัทสามารถระดมเงินทุนจากประชาชนทั่วไปได้โดยตรง เพื่อนำไปเป็นเงินหมุนเวียนหรือขยายธุรกิจของบริษัทได้ ไม่ใช่การไปกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินที่ต้องชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยตามงวดเวลาที่กำหนด ยกตัวอย่างเช่น กรณีเฟซบุ๊ก (Facebook) ในช่วงเริ่มต้นการเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพด้วยเงินทุนของซัคเคอร์เบิร์กและเพื่อน ๆ จนสามารถพัฒนาสินค้าให้ค่อย ๆ เติบโตขึ้นและมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยเงินลงทุนจากนักลงทุนอิสระ (angel) และนักลงทุนในรูปแบบขององค์กร (VC) ต่อมาซัคเคอร์เบิร์กในฐานะผู้ก่อตั้งกิจการได้ตัดสินใจออกจากธุรกิจด้วยวิธีการนำเฟซบุ๊กเข้าไปจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อระดมทุนสำหรับการดำเนินกิจการให้เจริญเติบโตต่อไป ทำให้สถานะของซัคเคอร์เบิร์กจากเจ้าของกิจการเปลี่ยนไปสู่ผู้บริหารสูงสุด (CEO) และทำให้เขาเป็นผู้ครอบครองหุ้นของเฟซบุ๊ก ประมาณร้อยละ 28 คิดเป็นมูลค่า 24,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ดังนั้น เจ้าของกิจการจะอยู่ในฐานะเป็นเพียงผู้ถือหุ้นของบริษัทเท่านั้น แต่บริษัทสามารถจะเติบโตอย่างมั่นคงและต่อเนื่องในระยะยาวได้ต่อไป สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาในขั้นตอนการออกจากธุรกิจสตาร์ทอัพนี้ คือ ธุรกิจจะต้องได้รับการประเมินมูลค่าที่เหมาะสม ซึ่งผู้ซื้อจะต้องได้รับความคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น โดยคำนึงถึงการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กร การบริหาร จัดการ และอุปสรรคในการแข่งขันให้รอบด้าน พร้อมจัดเตรียมแผนธุรกิจที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงไว้ให้ผู้ซื้อ และต้องมีการทำสัญญาซื้อขายให้ถูกต้องตามกฎหมาย และผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ความสามารถในการจัดการด้านการเงิน

ดังนั้น จากวัฏจักรของธุรกิจสตาร์ทอัพดังที่ได้กล่าวถึงไปแล้วในข้างต้น การดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพทั้ง 2 ขั้นตอนจะอาศัยแหล่งเงินทุนจากการพึ่งพาเงินสดของตนเอง หรือไม่ก็เป็นเงินทุนจากเพื่อน จากครอบครัว จากธนาคาร หรือจากเงินอุดหนุนของรัฐบาล และจากนักลงทุนอิสระ (Angel Investors) ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุนดังกล่าว เพื่อที่จะได้นำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จได้ต่อไป (องค์อร สมประสงค์, 2565)

2.3 เหตุผลที่ผู้ประกอบการควรเข้าใจเรื่องการประเมินมูลค่าธุรกิจ

ธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ที่ประสบความสำเร็จนั้นมักจะมีกลยุทธ์สำคัญในการดำเนินธุรกิจ คือ กลยุทธ์ด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่ดีและเป็นที่ต้องการของผู้ใช้ (Product Market Fit) และกลยุทธ์ด้านการเงินและการระดมทุน (Fund Raising Strategy) ผู้ประกอบการระยะเริ่มต้นส่วนมากเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีหรือผลิตภัณฑ์จึงมักจะให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่ดีและเป็นที่ต้องการของผู้ใช้ อาจมองข้ามกลยุทธ์ด้านการเงินและการระดมทุนไป ถึงแม้ว่ากลยุทธ์

ด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่ดีและเป็นที่ต้องการของผู้ใช้ จะมีผลอย่างมากต่อความสำเร็จของธุรกิจเพราะเป็นการพิสูจน์การตอบรับและสะท้อนความต้องการของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีผลโดยตรงต่อยอดขาย แต่ในขณะเดียวกันการดำเนินแผนงานต่างๆจำเป็นต้องใช้เงินทุนสนับสนุน ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญต่อการวางกลยุทธ์ด้านการเงินและการระดมทุนเพื่อที่จะมั่นใจได้ว่ามีเงินทุนพอที่จะดำเนินตามแผนธุรกิจดังกล่าว โดยทั่วไปการประเมินความต้องการในการใช้เงินทุนเป็นส่วนหนึ่งของการวางกลยุทธ์ด้านการเงินและการวิเคราะห์โอกาสในการลงทุน (Financial Planning & Analysis) ในสายงานการเงินองค์กร (Corporate Finance) และสามารถทำได้โดยการสร้างแบบจำลองทางการเงิน (Financial Model) ที่กำหนดตามสมมติฐานการขยายตัวของธุรกิจ จากนั้นจึงประมาณการรายได้รายจ่าย และงบการเงิน เพื่อจำลองสถานะทางการเงินในระยะ 3-5 ปีข้างหน้า ผลลัพธ์ที่ได้จากแบบจำลองทางการเงินนี้ คือ ประมาณการทางการเงิน (Financial Projection) ที่แสดงให้เห็นว่าแผนธุรกิจนั้น ต้องใช้ทรัพยากรและเงินทุนเท่าไร ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้จะนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์การจัดหาเงินทุน (Financing หรือ Fund Raising Strategy) ต่อไป ขั้นตอนการประมาณการทางการเงินที่กล่าวมานี้ สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจระยะเริ่มต้นได้เช่นกัน ทั้งในการวางกลยุทธ์การระดมทุนและการประเมินมูลค่าธุรกิจ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในกระบวนการระดมทุน (ธนรรภรณ์ เศรษฐจินดา, 2565)

ส่วนของการประเมินมูลค่าธุรกิจ หรือ มูลค่าประเมินธุรกิจปัจจุบัน (Current Valuation) หมายถึง ราคาซื้อ-ขาย หุ้นที่นักลงทุนและผู้ประกอบการบรรลุข้อตกลงในการร่วมทุน ในการระดมทุนรอบใดรอบหนึ่ง มูลค่าประเมินธุรกิจนี้จะส่งผลกระทบต่อโครงสร้างการถือหุ้นหลังจากการร่วมทุน และอัตราผลตอบแทนจากการร่วมทุน ดังนี้

2.3.1 กลไกกำหนดเงื่อนไขการร่วมทุนและผลตอบแทน

เมื่อสตาร์ทอัพผ่านเกณฑ์การพิจารณาในเบื้องต้นนั้นหมายความว่า รูปแบบธุรกิจ เทคโนโลยี หรือ โอกาสในการเติบโตนั้นเข้าเกณฑ์การร่วมทุนของนักลงทุนในรูปแบบขององค์กร ในขั้นตอนต่อไปนักลงทุนจะทำการพิจารณาเงื่อนไขการร่วมทุนที่จะพิจารณาตัวชี้วัดหลัก ได้แก่ มูลค่าประเมินธุรกิจปัจจุบัน (Current Valuation) จำนวนเงินลงทุน (Investment Amount) และสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุน (% Stake by Investor) องค์กรประกอบทั้งสามข้อนี้มีความสัมพันธ์กันดังสมการตามสภาพที่ 2.2 และ 2.3

$$\% \text{ Stake by Investor} = \frac{\text{Investment Amount}}{\text{Current Valuation}}$$

รูปที่ 2.2 สมการแสดงความสัมพันธ์เงื่อนไขการร่วมทุน (ธนรรภรณ์ เศรษฐจินดา, 2565)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากสมการนี้ จะเห็นได้ว่ามูลค่าประเมินธุรกิจปัจจุบันที่ต่ำ ย่อมทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสูงขึ้น ซึ่งในทางตรงกันข้าม หากร่วมทุนด้วยมูลค่าประเมินธุรกิจปัจจุบันที่สูง สัดส่วนหุ้นที่นักลงทุนได้รับก็จะลดลง



รูปที่ 2.3 สมการแสดงความสัมพันธ์เงื่อนไขการร่วมทุนในมุมมองของนักลงทุน (ธนรรกรณ์ เศรษฐจินดา, 2565)

จากสมการนี้ หากพิจารณาจากมุมมองของนักลงทุนจะพบว่ามูลค่าประเมินธุรกิจปัจจุบันนี้มีผลต่ออัตราการสร้างผลตอบแทนจากการร่วมทุน (Investor's Required Return) ที่สามารถคำนวณได้จากการนำมูลค่าธุรกิจเมื่อขายกิจการ (Exit Valuation) มาหารมูลค่าประเมินธุรกิจปัจจุบัน (Current Valuation)

ในการคำนวณอัตราผลตอบแทนของนักลงทุน ที่ใช้มูลค่าประเมินธุรกิจปัจจุบันเป็นตัวหาร จะเห็นได้ว่ามูลค่าธุรกิจปัจจุบันที่ต่ำ ก็จะทำให้ผลตอบแทนของนักลงทุนสูงขึ้นไปด้วย ในทางกลับกัน หากใช้มูลค่าประเมินธุรกิจปัจจุบันที่สูงขึ้น ผลตอบแทนของนักลงทุนก็จะลดลงตามไปด้วย (ธนรรกรณ์ เศรษฐจินดา, 2565)

จากทั้งคำอธิบายทั้งสองประเด็นนี้ ทำให้เห็นว่ามูลค่าประเมินธุรกิจปัจจุบันไม่เพียงเป็นตัวเลขที่กำหนดขึ้นมาเพื่อตกลงการร่วมทุนเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อสัดส่วนการถือหุ้นหลังจากการร่วมทุน และอัตราผลตอบแทนจากการร่วมทุน ดังนั้นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับมูลค่าประเมินธุรกิจจะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อมูลค่าธุรกิจและเตรียมความพร้อมในการระดมทุนได้ดียิ่งขึ้น

2.3.2 มูลค่าประเมินธุรกิจและการระดมทุนเป็นรอบๆ ในโลกสตาร์ทอัพ

ความสำคัญอีกประการหนึ่งของมูลค่าประเมินธุรกิจ เกี่ยวเนื่องกับการระดมทุนในโลกสตาร์ทอัพที่เกิดขึ้นเป็นรอบๆ ตามลักษณะการขยายตัวของธุรกิจ เริ่มตั้งแต่การระดมทุนสำหรับธุรกิจระยะ เริ่มต้น (Pre-Seed หรือ Seed) การระดมทุนในรอบต่อไปที่อาจจะมีเพียงผลิตภัณฑ์ตัวอย่างและกลุ่มลูกค้าที่เพิ่งเริ่มใช้บริการ (Growth Capital หรือ Series A-B) ที่มุ่งเน้นเงินทุนเพื่อสนับสนุนการขยายกิจการ ไปจนถึงการร่วมทุนเมื่อธุรกิจดำเนินไปได้อย่างมั่นคง (Late Stage) และอาจเข้าสู่กระบวนการออกจากธุรกิจสตาร์ทอัพ

การร่วมทุนด้วยมูลค่าที่สูงเกินจริงนี้ อาจส่งผลเสียต่อธุรกิจโดยเฉพาะในกรณีที่มีการระดมทุนในรอบนั้น ๆ ได้รับเงินทุนสนับสนุนที่ไม่เพียงพอที่จะขยายธุรกิจได้ตามเป้าหมายการระดมทุนในรอบต่อไป ในกรณีเช่นนี้ อาจทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถระดมทุนรอบต่อไปได้สำเร็จ หรือไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาจจะระดมทุนได้สำเร็จแต่เป็นการระดมทุนด้วยมูลค่าประเมินธุรกิจในรอบต่อไปที่ลดลง (Down Round)

ด้วยเหตุผลทั้งสองประการที่กล่าวมานี้ จึงทำให้การประเมินมูลค่าสตาร์ทอัพระยะเริ่มต้นมีความสำคัญเป็นอย่างมากและควรมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เพราะนอกจากจะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจภาพรวมของ "ศาสตร์" แห่งการประเมินมูลค่าระยะเริ่มต้น ที่ต้องใช้ความเข้าใจกลยุทธ์ทางธุรกิจในการกำหนดสมมติฐานเพื่อการสร้างแบบจำลองทางการเงิน ที่มีคุณภาพเพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้ไปใช้วางแผนการระดมทุนและคำนวณมูลค่าประเมินธุรกิจแล้ว จะช่วยเปิดมุมมองด้าน "ศิลป์" ที่ทำให้เห็นปัจจัย ที่อยู่เหนือการควบคุมต่างๆ ที่จะส่งผลต่อมูลค่าประเมินธุรกิจและความสำเร็จของการเจรจาการร่วมทุนในโลกสตาร์ทอัพ

เนื่องจากสตาร์ทอัพระยะเริ่มต้นมีความเสี่ยงสูง การจะระดมทุนจำนวนมากๆ ในครั้งแรกครั้งเดียวให้เพียงพอต่อการสร้างธุรกิจนั้นจึงเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้ยาก ดังนั้นการระดมทุนในโลกสตาร์ทอัพจึงแบ่งเป็นรอบ ๆ โดยมีเป้าหมายการระดมทุนให้เพียงพอสำหรับการบรรลุไมล์สโตน (Mile-Stones) ภายในระยะเวลา 18-24 เดือน หากสตาร์ทอัพไม่ถึงขั้นต้องเลิกกิจการ ก็ถือเป็นการจำกัดความสูญเสียของทุกฝ่าย แต่หากธุรกิจสามารถเติบโตได้ตามเป้าหรือเกินกว่านั้นก็ถือว่าผู้ประกอบการได้พิสูจน์แล้วว่าไอเดียและรูปแบบธุรกิจของสตาร์ทอัพนั้นเป็นไปได้จริง เมื่อเริ่มการระดมทุนในรอบต่อไปจึงมักจะง่ายขึ้นกว่า การระดมทุนในรอบแรก และหากสามารถสร้างธุรกิจที่เติบโตได้อย่างรวดเร็วและแข็งแกร่งก็จะสามารถดึงดูดนักลงทุนเข้าสู่กระบวนการพิจารณาการร่วมทุนในรอบต่อไปจนกระทั่งออกจากธุรกิจสตาร์ทอัพ ได้

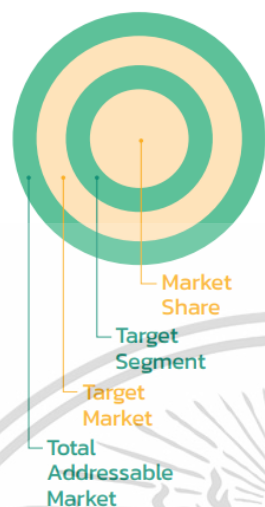
2.4 การประมาณการรายได้

การประมาณการรายได้ (Revenue Projection) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการประมาณการงบการเงินทั้งสามประเภทได้แก่ งบดุล งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด การประมาณการรายได้เป็นข้อมูลที่ใช้ในการประเมินมูลค่าธุรกิจและเป็นภาพสะท้อนกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สำคัญ เช่น วิธีการเข้าสู่ตลาดและกลยุทธ์การกำหนดราคา ที่ต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วนเพื่อให้มั่นใจว่า ประมาณการรายได้ที่จะนำไปใช้ในการประเมินมูลค่าธุรกิจนั้นได้ผ่านขั้นตอนการคิดวิเคราะห์มาอย่างละเอียดรอบคอบแล้ว โดยทั่วไปการประมาณการรายได้จะใช้วิธีการประมาณการสองวิธีประกอบกัน ได้แก่ การประมาณการรายได้ วิธีการประมาณการจากบนลงล่าง (Top Down) ที่อ้างอิงตามขนาดตลาดและภาพรวมอุตสาหกรรม และ วิธีการประมาณการจากล่างขึ้นบน (Bottom Up) ที่อ้างอิงจากผลิตภัณฑ์และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ จากนั้นจึงนำผลลัพธ์ที่ได้จากทั้งสองวิธีมาเปรียบเทียบเพื่อประเมินความสมเหตุสมผลของตัวเลขประมาณการที่ได้

2.4.1 วิธีการประมาณการจากบนลงล่าง (Top Down)

คือ การประมาณรายได้ที่สะท้อนความต้องการของผลิตภัณฑ์ (Demand) โดยเริ่มจากค่าประมาณขนาดของตลาดทั้งหมด (Total Addressable Market) ต่อไปจึงประมาณขนาดตลาดเป้าหมายที่กำหนดให้เป็นสัดส่วนจากขนาดทั้งหมด ซึ่งมูลค่าที่ได้ถือเป็นตลาดเป้าหมาย (Target Market) จากนั้นจึงกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่สตาร์ทอัพต้องการ (Target Segment) เข้าไปในตลาดที่สามารถช่วงชิงมาได้ ซึ่งค่าที่ได้คือค่าประมาณส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) ที่จะใช้เป็นตัวเลขประมาณการรายได้ในปีแรกในแบบจำลองทางการเงิน แสดงตัวอย่างการประมาณการรายได้แบบการประมาณการจากบนลงล่าง ได้ดังภาพ 2.4 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Bull's eye diagram และตัวอย่างการประมาณการ รายได้แบบ Top Down



การประมาณการรายได้ แบบ Top Down	ปีที่ 1
Total Addressable Market	1,000,000,000
Target Market (as % of Total Addressable Market)	10%
ขนาด Target Market	100,000,000
Target Segment (as % of Target Market)	20%
ขนาด Target Segment	20,000,000
Market Share (as % of Target Segment)	10%
ประมาณการรายได้	2,000,000

รูปที่ 2.4 ตัวอย่างการประมาณการรายได้แบบบนลงล่าง (ธนรรกรณ์ เศรษฐกิจจินดา, 2565)

2.4.2 วิธีการประมาณการจากล่างขึ้นบน (Bottom Up)

คือ การประมาณรายได้จากฝั่งผู้ผลิต (Supply Side) โดยการประมาณการรายได้จากกลยุทธ์การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามรูปแบบธุรกิจ (Business Model) แพลตฟอร์มของการสร้างรายได้ (Revenue Streams) และกลยุทธ์กำหนดราคา (Pricing Models)

ในการประมาณการรายได้ด้วยวิธีการประมาณการจากล่างขึ้นบน จะเริ่มต้นจากการจัดประเภทแพลตฟอร์มที่มาของรายได้ (Revenue Streams) ตามลักษณะหรือแผนการดำเนินธุรกิจ โดยอาจจะแบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้า หรือ กลยุทธ์การกำหนดราคา เป็นต้น เมื่อแบ่งกลุ่มกระแสรายได้เรียบร้อยแล้ว จึงพิจารณากำหนดสมมติฐานด้าน ราคาต่อหน่วย (Price/Unit) และ จำนวนผลิตภัณฑ์ (Number of Units) ที่สามารถขายได้ในแต่ละช่วงเวลาการประมาณการ ตามประเภทกระแสรายได้ (Revenue Streams) ดังกล่าว การประมาณการรายได้ด้วยวิธีการประมาณการจากล่างขึ้นบน จะแตกต่างจากการประมาณการรายได้ด้วย วิธีการประมาณการจากบนลงล่าง กล่าวคือ วิธีการประมาณการจากล่างขึ้นบน จะประมาณการรายได้เป็นรายเดือนในช่วง 1-2 ปี แรก (12-24 เดือน) จากนั้นจึงกำหนดอัตราส่วนการเติบโตของยอดขายและสามารถประมาณการรายได้เป็นรายปีในปีต่อไปจนสิ้นสุดระยะการประมาณการ โดยวิธีการประมาณการจากล่างขึ้นบน มีรายละเอียดมากกว่า วิธีการประมาณการจากบนลงล่างเนื่องจากการประมาณการที่อ้างอิงจากข้อมูลผลิตภัณฑ์ อาจจะประมาณการได้สมเหตุสมผลและมีรายละเอียดมากกว่าวิธีการประมาณการจากบนลงล่าง ซึ่งเป็นข้อมูลที่ผู้ประกอบการมีอยู่ในมือ นอกจากนี้การประมาณการยอดขายรายเดือนยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินความสามารถในการผลิต วัตถุดิบที่ต้องใช้ ที่จะส่งผลถึงเงินทุนหมุนเวียนที่ต้องใช้สนับสนุนการดำเนินงานตามแผนดังกล่าว ยิ่งไปกว่านั้นการแสดงรายละเอียดในช่วง 1-2 ปีแรก (12-24 เดือน) ยังเป็นการสะท้อนภาพการใช้เงินทุน (Uses of Funds) และไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศักยภาพการขยายตัวของธุรกิจจากการใช้เงินทุนภายในระยะเวลาดังกล่าวด้วย (ธนรรภรณ์ เศรษฐจินดา, 2565)

2.5 การประมาณรายจ่ายและภาพรวมการประมาณงบการเงิน

การประมาณการงบการเงิน (Pro Forma Financial Statement) ทั้งสามประเภทได้แก่ งบดุล งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด เพื่อจำลองสถานะทางการเงินของธุรกิจได้อย่างสมบูรณ์ ข้อมูลที่ได้จากการประมาณงบการเงิน สามารถนำไปใช้ประเมินจำนวนเงินลงทุนที่เหมาะสมกับธุรกิจ อีกทั้งยังสามารถนำไปใช้ในการประเมินมูลค่าธุรกิจต่อไป

2.5.1 การประมาณการรายจ่าย

การประมาณการรายจ่าย (Estimated Expenses) คือ การประเมินต้นทุนที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานตามแผนธุรกิจตามระยะการประมาณการ เพื่อแสดงทรัพยากรที่จำเป็นต่อการสร้างการเติบโตและสะท้อนลักษณะการใช้เงินทุนในช่วงเวลาดังกล่าว โดยทั่วไปค่าใช้จ่ายสามารถแบ่งออกเป็นสามประเภทได้แก่ ค่าใช้จ่ายคงที่ (Fixed) ค่าใช้จ่ายผันแปร (Variable) หรือแบบผสมผสาน (Semi-Variable)

ประเภทค่าใช้จ่ายหลักของธุรกิจมักประกอบด้วย

- ต้นทุนการผลิตสินค้า (Cost of Goods)
- สินค้าคงเหลือ
- ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการดำเนินงาน (Operating Expenses) เช่น เงินเดือนพนักงานทั้งแบบพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว
- ค่าใช้จ่ายโฆษณาและการตลาด
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าเช่าพื้นที่ ค่าจ้างที่ปรึกษาทางกฎหมาย เป็นต้น

การประมาณค่าใช้จ่ายจะสะท้อนแผนดำเนินงาน (Operation Plan) ด้านต่างๆ เช่น แผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) แผนการตลาด (Sales & Marketing) และแผนการผลิต (Production & Materials & Inventory)

2.5.2 การประมาณการงบการเงินงบกำไรขาดทุน

เมื่อประมาณรายได้ และรายจ่ายแล้ว ตัวเลขการประมาณการเหล่านั้นจะนำไปใช้ในการสร้างประมาณการงบการเงิน (Pro Forma Financial Statement) โดยงบการเงินที่สามารถเริ่มต้นได้ง่ายที่สุดคืองบกำไรขาดทุน (Pro Forma Income Statement) ที่แสดงรายได้หักลบด้วยค่าใช้จ่าย ผลลัพธ์ที่ได้จากงบกำไรขาดทุน ($\text{Revenue} - \text{Expenses} = \text{Profit}$) คือกำไรสุทธิ เมื่อคำนวณตามขั้นตอนดังกล่าวแล้ว สามารถคำนวณอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ เช่น อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินการ และอัตรากำไรสุทธิ

2.5.3 การประมาณการงบดุล

เมื่อทำการประมาณงบกำไรขาดทุนแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการประมาณการงบดุล (Pro Forma Balance Sheet) หรืองบการเงินที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น ($\text{Assets} = \text{Liabilities} + \text{Shareholders' Equity}$) โดยการประมาณการสินทรัพย์ และหนี้สินนั้น สามารถกำหนดสมมุติฐานสินทรัพย์ระยะสั้นที่สัมพันธ์กับยอดขาย เช่น ลูกหนี้การค้า (Account Receivables) เจ้าหนี้การค้า (Account Payables) และสินค้าคงคลัง (Inventory) ซึ่งทำ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้โดยการกำหนดสมมติฐาน ด้วยวิธีกำหนดสัดส่วนที่คิดเป็นร้อยละของยอดขาย (Percent of Sale Method) หรือกำหนดสมมติฐานตามจำนวนระยะเวลาตามสมการที่ 1 และ 2 นี้

$$\begin{array}{l} \text{ประมาณการ} \\ \text{Account} \\ \text{Receivables} \end{array} = \frac{\text{AR Days}}{360} \times \text{Revenue}$$

รูปที่ 2.5 สมมติฐานที่ 1 การประมาณการหนี้ลูกค้าตามจำนวนระยะเวลา
(ธนรรกรณ์ เศรษฐจินดา, 2565)

$$\begin{array}{l} \text{ประมาณการ} \\ \text{Inventory} \end{array} = \frac{\text{Inventory Days}}{360} \times \text{Cost of Goods Sold}$$

รูปที่ 2.6 สมมติฐานที่ 2 การประมาณการสินค้าคงคลังตามจำนวนระยะเวลา
(ธนรรกรณ์ เศรษฐจินดา, 2565)

นอกจากนี้ เพื่อให้การประมาณการงบการเงินเสร็จสมบูรณ์ ในขั้นตอนสุดท้าย ผู้ประกอบการควรจัดทำงบประมาณกระแสเงินสด (Cash Flow Budget) ให้เห็นภาพกระแสเงินสดรับและกระแสเงินสดจ่าย โดยการนำประมาณการเงินสดรับ หักลบด้วยประมาณการเงินสดจ่าย โดยประมาณการงบกระแสเงินสดที่ใช้นี้มักจะนำไปเป็นส่วนหนึ่งของแผนการเงินเพื่อประกอบการระดมทุนโดยจัดทำเป็นรายเดือน ภายในระยะเวลา 12-24 เดือน ประโยชน์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการประมาณการกระแสเงินสด คือการนำมาใช้บริหารจัดการเงินสดเมื่อธุรกิจเริ่มดำเนินการแล้ว ซึ่งกรณีการประมาณการกระแสเงินสดอาจจะจัดทำเป็นรายสัปดาห์ หรือรายเดือน โดยความเหมาะสมนั้นขึ้นอยู่กับสถานการณ์เงินสดในมือและสถานการณ์ธุรกิจในช่วงนั้น (ธนรรกรณ์ เศรษฐจินดา, 2565)

2.6 การประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด

การประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow : DCF) คือวิธีการประเมินมูลค่าของธุรกิจโดยคำนวณมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดอิสระ (Free Cash Flow) ที่คาดว่าจะได้รับในอนาคต หลักในการพิจารณาลงทุนทั่วไป คือการนำผลตอบแทนหรือกระแสเงินสดที่จะได้รับในอนาคต มาเปรียบเทียบกับต้นทุนหรือกระแสเงินสดที่ใช้ไปในการลงทุนในปัจจุบัน หากผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าเงินลงทุนก็ถือว่าการลงทุนนั้นมีกำไร และเมื่อพิจารณา

ตามหลักทฤษฎี “มูลค่าของเงิน ตามเวลา” (Time Value of Money) ที่กระแสเงินสดในปัจจุบัน มีมูลค่ามากกว่ากระแสเงินสดในอนาคต เนื่องจากความเสี่ยง เงินเฟ้อและค่าเสียโอกาสอื่นๆ ดังนั้นในการวิเคราะห์การลงทุนจึงต้องคำนวณ มูลค่าปัจจุบัน (Present Value) ของกระแสเงินสดที่จะได้รับในอนาคต โดย "การคิดลด" (Discounted Cash Flow) หรือนำกระแสเงินสดมาหารด้วยอัตราผลตอบแทนของนักลงทุน (Cost of Capital หรือ Required Rate or Return) ตามระยะเวลาที่คาดว่าจะได้รับกระแสเงินสดนั้น

2.6.1 ภาพรวมวิธีการประเมินมูลค่าด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด

วิธีคิดลดกระแสเงินสด (DCF) สามารถนำมาใช้ในการประเมินมูลค่าธุรกิจได้เป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ประมาณรายได้ โดยประมาณการเติบโตโดยยอดขายในอนาคต (Forecast Sale Growth) โดยทั่วไปการประมาณการรายได้จะใช้วิธีการประมาณการสองวิธีประกอบกัน ได้แก่ การประมาณการรายได้ วิธีการประมาณการจากบนลงล่าง (Top Down) ที่อ้างอิงตามขนาดตลาดและภาพรวมอุตสาหกรรม และ วิธีการประมาณการจากล่างขึ้นบน (Bottom Up) ที่อ้างอิงจากผลิตภัณฑ์และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ และนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ทั้งสองวิธีมาเปรียบเทียบเพื่อประเมินความสมเหตุสมผลของตัวเลขที่ประมาณการ (ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จันทา, 2565)

ขั้นตอนที่ 2 ประมาณรายจ่าย คือ การประมาณการต้นทุนที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานตามแผนธุรกิจตามระยะเวลาการประมาณการ

ขั้นตอนที่ 3 ประมาณการงบการเงินล่วงหน้า คือ การนำรายได้และรายจ่ายที่ประมาณการมาจัดทำเป็นประมาณการงบการเงิน ซึ่งประกอบด้วยงบดุล งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด

ขั้นตอนที่ 4 คำนวณหากระแสเงินสดอิสระ คือ การนำงบการเงินที่ประมาณการได้มาคำนวณหากระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับจากกิจการ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1) กระแสเงินสดอิสระ (Free Cash Flow) ที่คำนวณตามจำนวนปีที่ประมาณการไว้ ซึ่งจะได้ค่าประมาณกระแสเงินสดของธุรกิจหลังจากการดำเนินการ (ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จันทา, 2565) คำนวณได้จากสูตร

$$\text{กระแสเงินสดอิสระ} = \text{กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน} - \text{เงินทุนหมุนเวียน} - \text{รายจ่ายที่ใช้ในการลงทุน}$$

2) มูลค่าปัจจุบันสุดท้าย (Terminal Value) เป็นมูลค่าของธุรกิจหลังจากระยะเวลาการประมาณการ โดยคำนวณด้วยวิธีเงินงวดตลอดชีพ (Perpetuity) (ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จันทา, 2565) คำนวณจากสูตร ดังนี้

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุดท้าย} = \frac{\text{ประมาณการรายได้ปีสุดท้าย} \times (1 + \text{Terminal Growth Rate})}{(\text{Discount Rate} - \text{Terminal Growth Rate})}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ขั้นตอนที่ 5 คำนวณหามูลค่าปัจจุบัน (Present Value) ของกระแสเงินสดทั้งสองส่วน โดยนำกระแสเงินสดสุทธิของกิจการในอนาคตมาคำนวณหามูลค่าปัจจุบันในแต่ละปีด้วยวิธีการ

คิดลดกระแสเงินสด คำนวณจากต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital: WACC) และคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) (ธนรรกรณ์ เศรษฐ์จินดา , 2565) โดยมูลค่าปัจจุบัน คำนวณได้จากสูตร ดังนี้

$$PV = \frac{FV}{(1+r)^n}$$

โดยกำหนดให้ PV = มูลค่าปัจจุบัน

FV = มูลค่าในอนาคต

r = อัตราคิดลด หรือ ต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

n = ระยะเวลา

- ต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital: WACC)

ต้นทุนทางการเงินประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 2 ประเภท ได้แก่ ต้นทุนจากเงินกู้ คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืม (K_d) และต้นทุนจากเงินทุนของผู้ถือหุ้น คือ อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (K_e) (ชัชวาล เต็มศรี, 2561) โดยต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก คำนวณได้จากสูตร ดังนี้

$$WACC = W_d K_d (1-T) + W_e K_e$$

โดยกำหนดให้ W_d = สัดส่วนของเจ้าหนี้

W_e = สัดส่วนของผู้ถือหุ้น

K_d = ต้นทุนเงินลงทุนของเจ้าหนี้

K_e = ต้นทุนเงินลงทุนของผู้ถือหุ้น คำนวณจากสูตร CAPM

T = อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล

คำนวณหาอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (K_e) ได้จากสูตร ดังนี้

$$K_e = R_f + \beta(R_m - R_f)$$

โดยกำหนดให้ R_f = อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่ไม่มีความเสี่ยง

β = ความเสี่ยงของหลักทรัพย์เมื่อเทียบกับความเสี่ยงของตลาด

R_m = อัตราผลตอบแทนของตลาด

$R_m - R_f$ = ส่วนชดเชยความเสี่ยงของตลาด (ฟลูตัม ต้นติววัฒนกุล, 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิของโครงการลงทุนในแต่ละปี ซึ่งมีค่าเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินเข้า (Cash flows) หักด้วย มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดออก (Cash outflows) โดยใช้ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนของโครงการเป็นอัตราคิดลด (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2553) โดยมูลค่าปัจจุบันสุทธิ คำนวณได้จากสูตร ดังนี้

$$NPV = CF_0 + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+r)^n}$$

โดยกำหนดให้ NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

CF_t = กระแสเงินสดที่คาดหวัง ณ ช่วงเวลา t

n = ช่วงอายุของโครงการลงทุน

r = อัตราคิดลด หรือ ต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ขั้นตอนที่ 6 คำนวณหามูลค่าธุรกิจ (Current Valuation) โดยนำมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดแต่ละปี และมูลค่าปัจจุบันสุดท้ายที่คำนวณได้ มารวมกันจะได้มูลค่าประเมินของธุรกิจ (ธนรรภรณ์ เศรษฐจินดา, 2565) โดยคำนวณได้จากสูตร ดังนี้

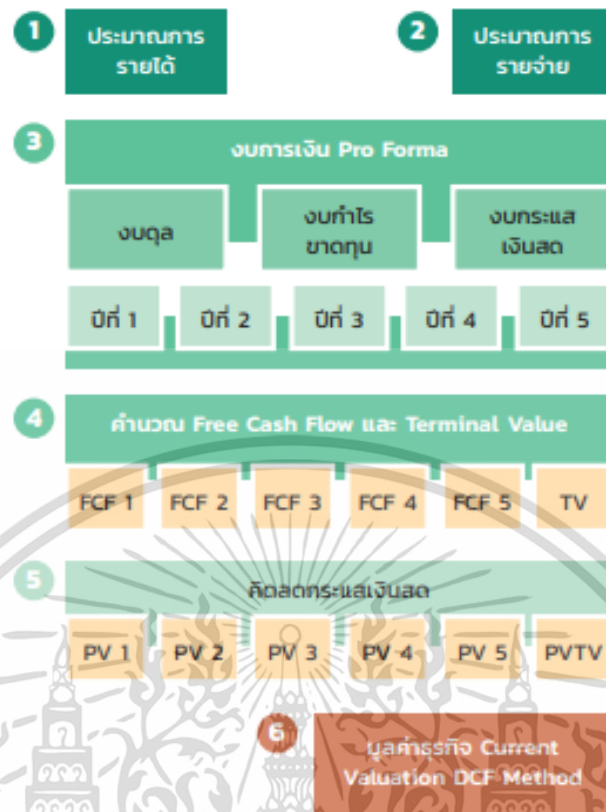
$$\text{Value} = \frac{FCF_1}{(1+r)^1} + \frac{FCF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{TV}{(1+r)^n}$$

โดยกำหนดให้ FCF = กระแสเงินสดปราศจากภาวะ

r = อัตราคิดลด หรือ ต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

TV = มูลค่าปัจจุบันสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.7 ขั้นตอนการประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด DCF
(ธนรรภรณ์ เศรษฐจินดา, 2565)

2.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าวิจัย มาทำให้เป็นระบบและหาความหมาย แยกแยะองค์ประกอบ รวมทั้งเชื่อมโยงและหาความสัมพันธ์ของข้อมูล เพื่อให้สามารถนำไปสู่ความเข้าใจต่อเรื่องที่ศึกษา (ชยันต์ วรรณะภุติ, 2537) ซึ่งข้อมูล หมายถึง ข้อเท็จจริงหรือรายละเอียดซึ่งอาจอยู่ในรูปตัวเลข ข้อความ หรือในรูปแบบอื่นที่ผู้วิจัยรวบรวมมาจากแหล่งต่าง ๆ รวมถึงการสังเกตหรือวัดมาจากกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรที่ศึกษา เพื่อนำมาพิจารณาเปรียบเทียบ วิเคราะห์ ตีความ อนุมาน สรุปผลการวิจัย (บุญชม ศรีสะอาด, 2535) จำแนกข้อมูลเชิงคุณภาพตามวิธีการเก็บรวบรวม ไว้ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อเท็จจริงหรือรายละเอียดที่ได้มาจากแหล่งกำเนิดของข้อมูลโดยตรง หรืออาจเป็นข้อมูลที่แหล่งหนึ่งแหล่งใดได้เก็บรวบรวมไว้แล้ว ข้อมูลประเภทนี้ส่วนใหญ่ไม่ได้ผ่านกระบวนการอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลหรือความหมายของข้อมูลมาก่อน ทำให้ข้อมูลประเภทนี้ได้รับการยอมรับจากนักวิจัยโดยทั่วไปว่าเป็นข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือสูง (ชาริณี เซวาน์ศิลป์, 2545)

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อเท็จจริงหรือรายละเอียดที่ผู้อื่นได้รวบรวมมาแล้ว ผู้วิจัยอาศัยข้อมูลดังกล่าวเพื่อการวิจัยของตน ข้อมูลประเภทนี้ให้ความสะดวกแก่ผู้วิจัยมาก แต่ข้อเสียคือ อาจไม่ครบถ้วนสมบูรณ์หรือไม่ตรงกับความต้องการ (ชาริณี เซวาน์ศิลป์, 2545)

2.8 ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์เชิงธุรกิจ

2.8.1 แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas :BMC)

เป็นเครื่องมือเบื้องต้นที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถมองภาพรวมของธุรกิจด้วยองค์ประกอบต่างๆ ได้อย่างครบถ้วน อีกทั้งยังสามารถทำให้บุคลากรและผู้มีส่วนได้เสียได้รับรู้ รูปแบบและประเด็นปัญหาของธุรกิจต่างๆ ไปในทิศทางเดียวกัน แนวคิดเรื่องนี้ถูกคิดค้นขึ้นโดย ดร.อเล็กซานเดอร์ ออสเทอร์วัลเดอร์ (Alexander Osterwalder) แห่งมหาวิทยาลัยโลซานน์ ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งเป็นผู้เขียนหนังสือชื่อ Business Model Generation ที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาธุรกิจอย่างแพร่หลาย โครงสร้างการวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจเบื้องต้นด้วยแบบจำลองธุรกิจสำหรับการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 9 ส่วน โดยในแต่ละองค์ประกอบจะมีความเกี่ยวข้องต่อเนื่องกัน และช่วยให้ธุรกิจเห็นภาพได้อย่างครบถ้วนชัดเจน ทั้งนี้ แบบจำลองธุรกิจประกอบด้วย ส่วนหลักๆ คือ ลูกค้า สินค้า/บริการของธุรกิจ โครงสร้างของธุรกิจและความอ่อนไหวทางการเงิน จึงเปรียบเสมือนพิมพ์เขียวของยุทธวิธี ดำเนินการผ่านโครงสร้างองค์กร กระบวนการและระบบ ซึ่งจะช่วยในการวางแผนธุรกิจอย่างรอบด้าน (วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 2564) โดยองค์ประกอบในแต่ละส่วนจะช่วยให้มองเห็นรายละเอียดในธุรกิจของตัวเอง รวมทั้งจุดเด่นจุดด้อย และที่สำคัญ แบบจำลองธุรกิจจะช่วยให้มองเห็นภาพรวมของธุรกิจในทิศทางเดียวกัน โดยองค์ประกอบของการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองธุรกิจ (นันทพงษ์ นิรมลนุรักษ์, 2564) จะแสดงดังรูปที่ 2.8 ซึ่งประกอบไปด้วย

1) ลูกค้า (Customer segment: CS) ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการ คือกลุ่มเป้าหมายที่จะมารับบริการของกิจการ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าที่ชัดเจนจะทำให้สามารถแก้ปัญหาหรือตอบสนอง ความต้องการได้อย่างตรงจุด เช่น ใช้เทคโนโลยีใหม่ ประสิทธิภาพการใช้งาน สามารถปรับแต่งส่วนประกอบได้ตามใจ การเข้าถึงง่าย การออกแบบ ตราสินค้า เป็นต้น (นันทพงษ์ นิรมลนุรักษ์, 2564)

2) คุณค่า (Value Proposition: VP) เป็นองค์ประกอบที่ชี้ให้เห็นถึงจุดขายของสินค้า หรือบริการนั้นการประเมินคุณค่าของสินค้าหรือบริการจะมีความเชื่อมโยงกับความต้องการของลูกค้าจำเป็นต้อง ทำความเข้าใจปัญหาของผู้ใช้ และพิจารณาว่านโยบาย แผนงาน ธุรกิจของเราสามารถแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมหรือไม่ แผนธุรกิจดังกล่าวมีความแตกต่างที่ดีกว่าอย่างไร ซึ่งจะสะท้อนถึงคุณค่าของสินค้าและบริการ (นันทพงษ์ นิรมลนุรักษ์, 2564)

3) ช่องทาง (Channels: CH) วิธีในการสื่อสารไปถึงลูกค้า ช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ช่องทางเหล่านี้จะเกิดขึ้นตั้งแต่กระบวนการก่อนการขาย ไปจนถึงหลังการขาย กระบวนการขายจะมี ด้วยกันทั้งหมด 5 ระยะ คือ 1) การรับรู้ถึงสินค้าและบริการ (Awareness) 2) การเข้าถึงในการมองเห็นคุณค่าในสินค้าและบริการ (Evaluation) 3) ช่องทางในการซื้อสินค้าและบริการ (Purchase) 4) ช่องทางการส่งมอบสินค้าและบริการ (Delivery) 5) การดูแลหลังการขาย (After-sale) (นันทพงษ์ นิรมลนุรักษ์, 2564)

4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer relationship: CR) เป็นการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและกลุ่มเป้าหมาย อาจแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะคือ (1) การให้ความช่วยเหลือส่วนบุคคล (2) การบริการตนเอง (3) การบริการด้วยระบบอัตโนมัติ และ (4) การให้บริการแบบเอกสารนี้เชื่อมต่อกันเป็นชุมชน (Community) (นันทพงษ์ นิรมลนุรักษ์, 2564) ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5) กระแสรายได้ (Revenue Stream: RS) ประกอบไปด้วยที่มาของแหล่งรายได้ในลักษณะต่างๆ เช่น รายได้จากค่าบริการ รายได้จากการขายสินค้า รายได้ค่าเช่า รายได้จากค่าอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ เป็นต้น ในบางกรณี กระแสรายได้จะขึ้นอยู่กับปริมาณการจำหน่ายสินค้าและบริการ รวมถึงการกำหนดอัตราค่าบริการ และราคาสินค้าและบริการในตลาดซื้อขาย (นันทพงษ์ นิรมลนุรักษ์, 2564)

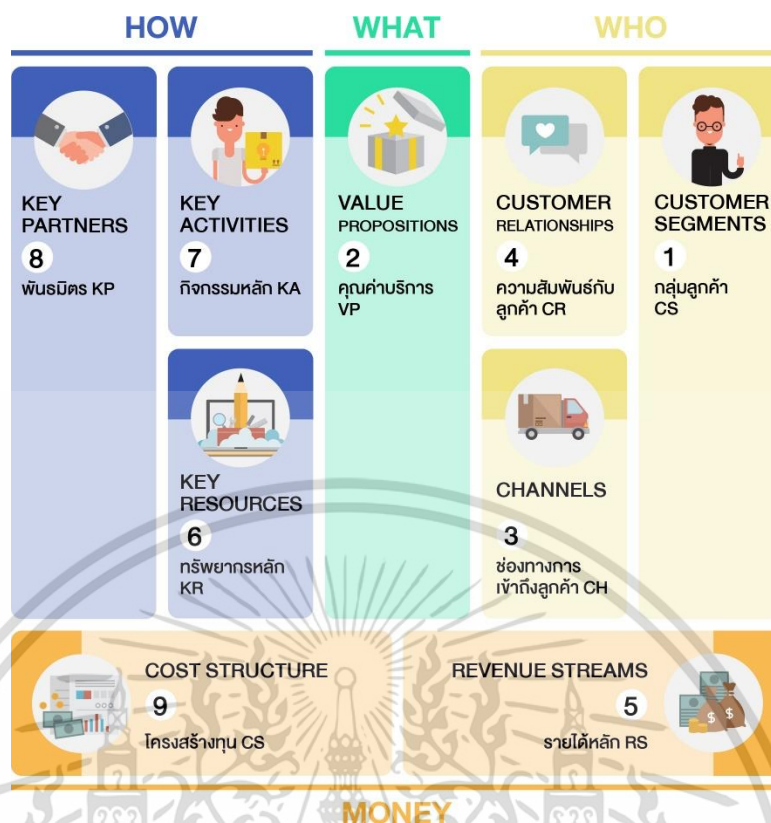
6) กิจกรรมหลัก Key Activity: KA) แสดงถึงกิจกรรมสำคัญที่ทำให้เกิดกระแสรายได้ หรือการสร้างคุณค่าของสินค้าและบริการนั้นๆ เป็นหัวใจสำคัญของการประกอบกิจการ ในบางกรณีกิจการหลักอาจไม่สามารถดำเนินกิจกรรมหลักได้จากข้อจำกัดด้านกฎระเบียบ (นันทพงษ์ นิรมลนุรักษ์, 2564)

7) ทรัพยากรหลัก (Key Resource: KR) คือ องค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับการประกอบกิจการทรัพยากรในที่นี้หมายรวมทั้ง กำลังคน เครื่องจักร เงินทุน ทรัพย์สินทางปัญญา ที่ดิน และอื่นๆ ทั้งนี้ ทรัพยากรอาจจำแนกได้เป็น 2 ส่วนคือ ทรัพยากรเดิมที่มีอยู่ และทรัพยากรที่ต้องการเพิ่มเติม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือเพื่อสร้างมูลค่าให้กับกิจการ (นันทพงษ์ นิรมลนุรักษ์, 2564)

8) พันธมิตรหลัก (Key Partner: KP) คือหน่วยธุรกิจ องค์กร หน่วยงาน นิติบุคคล ชุมชนเครือข่ายหรือตัวบุคคล ที่มีส่วนสนับสนุนให้สามารถดำเนินกิจการหลัก สร้างกระแสรายได้ และเพิ่มมูลค่าให้กิจการได้ (นันทพงษ์ นิรมลนุรักษ์, 2564)

9) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure: CS) เป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญสำหรับการประกอบกิจการของธุรกิจ รวมถึงงบกระแสเงินสดของกิจการ โครงสร้างต้นทุนจำแนกตามวัตถุประสงค์ ประกอบไปด้วย 2 ส่วนคือ (1) ต้นทุนเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ เช่น ค่าจ้างพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค ค่าบำรุงรักษา ค่าเช่า และ (2) ต้นทุนเพื่อเพิ่มคุณค่าให้ธุรกิจ เช่น ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แต่หากจำแนกโครงสร้างตามลักษณะต้นทุนอาจประกอบไปด้วย ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) การประหยัดของขนาด (Economy of Scale) เช่น ต้นทุนที่ลดลงจากปริมาณการผลิต จำหน่ายสินค้า หรือบริการเพิ่มมากขึ้น (Economy of Scale) การประหยัดจากขอบเขต เช่น การที่ธุรกิจสามารถประหยัดต้นทุนจากดำเนินธุรกิจ หรือจำหน่ายสินค้าและบริการหลายชนิดในเวลาเดียวกัน (นันทพงษ์ นิรมลนุรักษ์, 2564)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.8 แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas :BMC)
(ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2567)

2.9 ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

การวิเคราะห์คิดลดของกระแสเงินสดเข้าออก โดยคำนึงถึงค่าของเงินตามเวลา หรือการหามูลค่าปัจจุบัน (Present Value) วิธีนี้ในการประเมินค่าของโครงการจะทำการเปรียบเทียบผลประโยชน์และต้นทุนของโครงการ แต่เนื่องจากโครงการส่วนใหญ่จะมีอายุมากกว่า 1 ปี ซึ่งผลประโยชน์และต้นทุนของโครงการจะเกิดขึ้นในระยะเวลาดัง ๆ กันตลอดอายุของโครงการ เมื่อผลประโยชน์และต้นทุนของโครงการเกิดขึ้นต่างเวลาและต่างจำนวนกันเช่นนี้ จึงยากที่จะนำมาเปรียบเทียบกันโดยตรง ดังนั้นจึงต้องทำต้นทุนที่เสียไปและผลประโยชน์ที่ได้รับมาจัดให้เป็นมูลค่าปัจจุบันเสียก่อน (เพชร ชุมทรัพย์, 2542)

2.9.1 มูลค่าปัจจุบัน (Present Value : PV)

เป็นกระบวนการที่คิดมูลค่าผลตอบแทนและค่าใช้จ่ายหรือผลต่างระหว่างผลตอบแทนและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการมีโครงการในระยะเวลาต่างๆในอนาคต ถูกลำมาปรับให้อยู่ในเวลาเดียวกันในปัจจุบันหรือระยะเวลาเดียวกันที่เป็นศูนย์ มูลค่าในอนาคตที่ปรับเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วเรียกว่า มูลค่าปัจจุบัน (Present Value) ด้วยอัตราคิดลด (Discount Rate) ดังนั้นมูลค่าปัจจุบันของโครงการมีสูตร ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

$$PV = \frac{FV}{(1+r)^n}$$
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยกำหนดให้ PV = มูลค่าปัจจุบัน
 FV = มูลค่าในอนาคต
 r = อัตราคิดลด หรือ ต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก
 n = ระยะเวลา

ดังนั้น เมื่อหามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่เสียไปและผลตอบแทน หรือผลตอบแทนสุทธิของโครงการแล้วสามารถนำมาพิจารณาถึงความคุ้มค่าได้ ดังนี้

2.9.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ คือ ผลรวมของผลตอบแทนสุทธิที่ได้หามูลค่าปัจจุบันของโครงการเพื่อวัดความคุ้มค่า คือ

- ถ้าค่าของ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่ามากกว่าศูนย์ หรือมีค่าบวก แสดงว่าการลงทุนมีความคุ้มค่า

- ถ้าค่าของ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเป็นลบ แสดงว่าการลงทุนไม่คุ้มค่า สามารถคำนวณ จากสูตรดังต่อไปนี้

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

โดยกำหนดให้ NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
 CF_t = กระแสเงินสด ที่คาดหวัง ณ ช่วงเวลา t
 n = ช่วงอายุของโครงการลงทุน
 r = อัตราคิดลด หรือ ต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ทั้งนี้ หากต้องการเปรียบเทียบการลงทุนที่ไม่ได้เกิดขึ้นที่ปีเดียวกัน ในการคิดค่าปัจจุบันสุทธินั้นจะต้องคิดมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ เวลาเดียวกันเพื่อให้สามารถเทียบกันได้ถูกต้อง (นันทพงศ์ นิรมลนุรักษ์, 2564)

2.9.3 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)

อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เป็นเกณฑ์ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการประเมินโครงการลงทุน โดยเฉพาะโครงการที่ใช้เงินลงทุนส่วนใหญ่ในช่วงเริ่มต้น และหลังจากนั้นจะได้รับผลตอบแทนเป็นกระแสเงินสดรับสุทธิไปจนจบโครงการ จะสามารถใช้เกณฑ์อัตราผลตอบแทนภายในได้โดย พิจารณาว่าหากอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการสูงกว่าอัตราผลตอบแทนต่ำสุดที่ยอมรับได้ของผู้ลงทุน ซึ่งสะท้อนถึงต้นทุนเงินทุนเฉลี่ยของโครงการ ก็ควรตัดสินใจลงทุนในโครงการนั้น เกณฑ์การพิจารณา

- ถ้า IRR สูงกว่าอัตราคิดลดที่เหมาะสม แสดงว่า การลงทุนให้ผลที่คุ้มค่าแก่การลงทุน

- ถ้า IRR ต่ำกว่าอัตราคิดลดที่เหมาะสม แสดงว่า การลงทุนให้ผลที่ไม่คุ้มค่าแก่การลงทุน

- ถ้า IRR เท่ากับอัตราคิดลดที่เหมาะสม แสดงว่า การลงทุนยังพอมีความเป็นไปได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เช่นเดียวกันกับค่าปัจจุบันสุทธิ หากต้องการเปรียบเทียบการลงทุนที่ไม่ได้เกิดขึ้นในปีเดียวกัน ในการคิดอัตราผลตอบแทนภายในนั้นจะต้องคิดอัตราผลตอบแทนภายใน ณ เวลาเดียวกัน เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบกันได้อย่างถูกต้อง (นันทพงศ์ นิรมลนุรักษ์, 2564)

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นันทพงศ์ นิรมลนุรักษ์ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประเมินรูปแบบธุรกิจสับเปลี่ยนแบตเตอรี่สำหรับรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ซึ่งในบทความได้กล่าวถึงการสับเปลี่ยนแบตเตอรี่ (Battery Swapping) ที่จะมาส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า โดยเฉพาะกลุ่มจักรยานยนต์ไฟฟ้า (Electric Motorcycles) เนื่องจากจักรยานยนต์ไฟฟ้าต้องใช้เวลาในการเติมพลังงานนานกว่าจักรยานยนต์ (Motorcycles) การสับเปลี่ยนแบตเตอรี่จึงเป็นสิ่งที่จะมาแก้ปัญหาเรื่องนี้ แต่เนื่องจากรูปแบบธุรกิจนี้ยังอยู่ในช่วงส่งเสริมและผลักดัน งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจสับเปลี่ยนแบตเตอรี่ในประเทศไทย โดยการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เพื่อนำองค์ประกอบต่างๆที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจด้วยโมเดลสำหรับการวิเคราะห์ธุรกิจ (Business Model Canvas) และ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินด้วยการคิดลดกระแสเงินสด (Discount Cash Flow) เพื่อประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนธุรกิจนี้ 4 รูปแบบกรณีศึกษา คือ รูปแบบปกติ, รูปแบบที่มีอัตราการใช้บริการสูง, รูปแบบที่ได้รับการสนับสนุนเงินลงทุน และรูปแบบที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยผลจากการวิเคราะห์เชิงธุรกิจ มีองค์ประกอบต่างๆ ที่เหมาะสมในประเทศไทย ซึ่งอยู่บนพื้นฐานความต้องการของผู้ใช้บริการ อาทิเช่น การจัดโปรโมชั่นต่างๆ การพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ หรือ การมีตัวเลือกในการใช้บริการ เป็นต้น และผลจากการวิเคราะห์ทางการเงิน แสดงให้เห็นว่าการลงทุนในรูปแบบที่มีการปรับอัตราการใช้บริการ (Utilization Rate) ที่ 21%, การได้รับเงินสนับสนุน อย่างน้อย 25% ของต้นทุนดำเนินงาน และ การใช้เทคโนโลยีในการผลิตแบตเตอรี่ส่งผลให้ต้นทุนดำเนินงานลดลง 37% ทำให้โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ, อัตราผลตอบแทนภายใน และระยะเวลาคืนทุนที่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจัยต้นทุนและผลประโยชน์ของแต่ละรูปแบบกรณีศึกษาที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาต่อไป ข้อเสนอแนะบางประการได้รับการเสนอให้พิจารณาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจ และสามารถนำไปใช้อ้างอิงสำหรับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจและนักลงทุน

ศศิขานันท์ ปานแก้ว (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาที่แท้จริงกับราคาตลาดของหลักทรัพย์ในดัชนี SET50 วัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องความสัมพันธ์ของการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ในดัชนี SET50 ตามมูลค่าที่แท้จริง และนำมาเปรียบเทียบกับราคาตลาด โดยใช้ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่างหลักทรัพย์ในดัชนี SET50 จำนวน 26 บริษัท ในช่วงปี พ.ศ.2552 จนถึงปี พ.ศ.2561 ด้วยวิธีการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ด้วยการคำนวณการคิดลดเงินปันผล ซึ่งได้นำสมมติฐานนี้มาใช้ในการคำนวณหาราคามูลค่าที่แท้จริง พบว่าผลต่างของหลักทรัพย์ระหว่างราคาที่แท้จริงกับราคาตลาด จะแสดงถึงระยะความกว้างระหว่างราคาที่แท้จริงกับราคาตลาด โดยผลต่างราคาที่เป็นค่าบวกจะหมายถึงการที่หลักทรัพย์นั้นๆมีมูลค่าที่แท้จริงมากกว่าราคาตลาด และผลต่างราคาที่เป็นค่าลบหมายถึงการที่หลักทรัพย์มีมูลค่าที่แท้จริงต่ำกว่าราคาตลาด จากผลการคำนวณหาราคาที่แท้จริงตามสมมติฐานด้วยวิธีการคิดลดเงินปันผล (Dividend Discounted Model : DDM) พบว่า บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน) มีราคาที่แท้จริง (Intrinsic Value) สูงกว่าราคาตลาดที่ราคาผลต่างเฉลี่ยที่ 195.15 บาท ซึ่งเป็นผลต่างที่มีระยะห่าง

มากที่สุด ทำให้ผู้ลงทุนสามารถมีโอกาสดอกเงินในหลักทรัพย์ของบริษัทนี้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่มากขึ้น รองลงมาคือ บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ที่มีผลต่างราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 128.52 บาท และลำดับที่สามคือ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ผลต่างราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 87.82 บาท

กนกวรรณ พงศ์ชัยประสิทธิ์ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์งบการเงินของบริษัทจัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) และบริษัททยอย เปรียบเทียบกับธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบงบการเงินของบริษัทฯ กับบริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรมเทคโนโลยี โดยศึกษาถึงสภาพคล่อง ประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ ความสามารถในการบริหารหนี้สิน ความสามารถในการทำกำไร และมูลค่าของตลาดรวมถึงความสามารถในการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จากรายงานประจำปี และงบการเงินทำการวิเคราะห์ ใช้เครื่องมือทางการเงิน วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินและการวิเคราะห์แนวโน้ม ผลการวิเคราะห์งบการเงินของบริษัทฯ ด้านสภาพคล่องมีน้อยกว่ากลุ่มอุตสาหกรรม ด้านประสิทธิภาพในการจัดการเกี่ยวกับสินค้างหนี้ดีขึ้น ด้านการหมุนเวียนของลูกหนี้ค่อนข้างล่าช้า ด้านการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวรมีค่าต่ำเนื่องจากการลงทุนขยายโครงข่ายเพื่อการรองรับการให้บริการธุรกิจอินเทอร์เน็ต ด้านประสิทธิภาพในการทำกำไร มีแนวโน้มดีขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งสูงกว่ากลุ่มอุตสาหกรรม และมีอัตราส่วนราคาต่อกำไรสุทธิสูงสุดในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันเนื่องจากผู้ลงทุนเต็มใจซื้อหุ้นในราคาที่สูงและวิเคราะห์ภาพรวมจากผลประกอบการทั้ง 5 ปี มีแนวโน้มการทำกำไรเพิ่มขึ้นทุกปี ผลการวิจัยสรุปได้ว่าหุ้นของบริษัทฯ มีความน่าสนใจที่จะลงทุนเนื่องจากเป็นหุ้นที่ดีหุ้นหนึ่ง

กิติมา วัฒนาผาสุกกุล (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานและการประเมินมูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์ กรณีศึกษา กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร ซึ่งในบทความได้กล่าวถึงการประเมินมูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์ (Intrinsic Value) เปรียบเทียบกับราคาตลาดในกรณีศึกษา กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์ อาหาร จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ปี 2549-2552 เป็นระยะเวลา 4 ปี เพื่อทำการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์โดยใช้ปัจจัยพื้นฐาน ซึ่งประกอบด้วยวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจ การวิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรม และการวิเคราะห์บริษัท และการประเมินมูลค่าหุ้นสามัญตลอดจนการศึกษาครั้งนี้มีการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า ตั้งแต่ปี 2553-2557 เป็นระยะเวลา 5 ปี โดยแบบจำลองที่ใช้ในการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ มีดังนี้ 1. การประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ด้วยวิธีการคิดลดเงินปันผล (Dividend Discount Model) 2. การประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ด้วยวิธีการคิดลดกระแสเงินสดของกิจการ (Free Cash Flow to Firm : FCFF) :ซึ่งผลการประเมินมูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์ทั้ง 2 วิธี ให้ค่าที่แตกต่างกันออกไป โดยพบว่า 1.วิธีการประเมินมูลค่าด้วยวิธีการคิดลดเงินปันผล จากการประเมินมูลค่าที่แท้จริงราคาหุ้นสามัญของบริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด(มหาชน): CPF ที่ได้ประเมินในปี 2553 จากตัวแบบคิดลดเงินปันผล (Dividend Discount Model) มูลค่าหุ้นของบริษัทมีค่าเท่ากับ 9.76 บาท แล้วนำผลที่คำนวณได้มาเปรียบเทียบกับราคาตลาดของหลักทรัพย์ ซึ่งมีค่าเท่ากับ 15.00 บาท ราคาหลักทรัพย์เกิด Overvalue คือราคาหุ้นสามัญที่ซื้อขายในตลาดสูงเกินกว่ามูลค่าที่แท้จริงที่คำนวณ ได้ นักลงทุนจึงควรขายหุ้นของบริษัทเพราะราคาจะปรับตัวต่ำลงมา และวิธีที่ 2.การประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ด้วยวิธีการคิดลดกระแสเงินสดของกิจการ จากการประเมินมูลค่าที่แท้จริงราคาหุ้นสามัญของ บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด(มหาชน): CPF ที่ได้ประเมินในปี 2553 จากตัวแบบคิดลดกระแสเงินสด (Free

Cash Flow to Firm: FCFF) มูลค่าหุ้นของบริษัทมีค่าเท่ากับ 30.23 บาท แล้วนำผลที่คำนวณได้มาเปรียบเทียบกับราคาตลาดของหลักทรัพย์ ซึ่งมีค่าเท่ากับ 15.00 บาท ราคาหลักทรัพย์เกิด Undervalue คือราคาหุ้นสามัญที่ซื้อขายในตลาดต่ำกว่ามูลค่าที่แท้จริงที่คำนวณได้ นักลงทุนจึงควรซื้อหุ้นของบริษัทเพราะราคาจะปรับตัวสูงขึ้น จะเห็นได้ว่าการคำนวณหามูลค่าที่แท้จริงของบริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร ผู้วิจัยควรใช้วิธีการประเมินมูลค่าด้วยวิธีคิดลดเงินปันผลเพราะให้ค่าที่ใกล้เคียงกับราคาตลาดมากกว่าวิธีคิดลดกระแสเงินสดของกิจการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง “การประเมินมูลค่าธุรกิจ กรณีศึกษาบริษัทสตาร์ทอัพแห่งหนึ่ง” มีกระบวนการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1 การจัดเตรียมข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.3 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การจัดเตรียมข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์นี้มาจาก 3 แหล่งข้อมูล ดังนี้

- 1) ฐานข้อมูลของบริษัท
- 2) ข้อมูลบันทึกรายการเคลื่อนไหวของบัญชีธนาคาร (Statement)
- 3) คลังข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD DataWarehouse+)

3.1.2 การคัดเลือกข้อมูล

เลือกข้อมูลที่เป็นจําเป็นจากฐานข้อมูลของบริษัทและข้อมูลบันทึกรายการเคลื่อนไหวของบัญชีธนาคาร (Statement) โดยจะเลือกเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดข้อมูลดังนี้

- 1) ฐานข้อมูลของบริษัท ข้อมูลที่ใช้ประกอบด้วย ข้อมูลการสั่งซื้อ ข้อมูลสินค้า ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลต้นทุน
- 2) ข้อมูลบันทึกรายการเคลื่อนไหวของบัญชีธนาคาร (Statement) เลือกใช้เฉพาะรายรับที่ได้จากการขายสินค้า และรายจ่ายที่เป็นต้นทุนของสินค้าและต้นทุนการดำเนินงาน รวมถึงภาษี
- 3) ข้อมูลงบการเงินประจำปี 2565 จากคลังข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD DataWarehouse)

3.1.3 เก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมจากฐานข้อมูลของบริษัทและบันทึกรายการเคลื่อนไหวของบัญชีธนาคาร ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2565 จนถึงเดือนมกราคม - ธันวาคม 2566 โดยแบ่งข้อมูลเป็น 2 ชุด ดังนี้

- ข้อมูลบันทึกรายการเคลื่อนไหวของบัญชีธนาคารตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.2565
- ข้อมูลบันทึกรายการเคลื่อนไหวของบัญชีธนาคารตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.2566

เก็บข้อมูลงบการเงินในปี พ.ศ. 2565 จากคลังข้อมูลกรมพัฒนาธุรกิจการค้าของเอกสารนี้ บริษัทสตาร์ทอัพแห่งหนึ่ง ใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

1. โปรแกรม Microsoft Excel สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน

3.3 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เชิงธุรกิจ และการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินเพื่อประเมินมูลค่าธุรกิจ (Valuation) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.3.1 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

วิธีการศึกษาสำหรับการวิเคราะห์เชิงธุรกิจเป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) แบ่งขั้นตอนออกเป็น 3 วิธี ได้แก่ กำหนดกรอบการวิเคราะห์เชิงธุรกิจ เก็บรวบรวมข้อมูล และเปรียบเทียบข้อมูล ซึ่งทั้ง 3 ส่วนนี้จะนำไปใช้ในการกำหนดสมมุติฐานการวิจัยสำหรับประเมินมูลค่าธุรกิจ

- 1) กำหนดกรอบการวิเคราะห์เชิงธุรกิจ

ทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจเสื้อผ้ามือสองในประเทศและต่างประเทศ เพื่อระบุเป้าหมายของการวิเคราะห์และกำหนดขอบเขตของการวิเคราะห์

- 2) เก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลตลาดเสื้อผ้ามือสองในประเทศและต่างประเทศและวิเคราะห์อัตราการเติบโตของตลาด วิเคราะห์รายได้และต้นทุนของธุรกิจในอนาคตเดียวกัน เพื่อคาดการณ์ยอดขายและต้นทุนของกิจการ และวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจสตาร์ทอัพ

- 3) เปรียบเทียบข้อมูล

เปรียบเทียบข้อมูลจากแต่ละแหล่งข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาจากขั้นตอนก่อนหน้า เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจที่เหมาะสม

3.3.2 การวิเคราะห์เชิงธุรกิจ

เขียนแบบจำลองธุรกิจของบริษัท และวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ เพื่อคุณภาพรวมของธุรกิจ และกำหนดกลยุทธ์ในการวางแผนธุรกิจพร้อมกับประกอบการตั้งสมมุติฐานเพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์การประมาณการทางการเงิน

3.3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน

วิธีการศึกษาสำหรับการวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) แบ่งขั้นตอนออกเป็น 6 วิธี ได้แก่ ประมาณการรายได้ ประมาณการรายจ่าย ประมาณการงบการเงิน คำนวณหากระแสเงินสดอิสระและมูลค่าปัจจุบันสุดท้าย คำนวณหามูลค่าปัจจุบัน และคำนวณหามูลค่าธุรกิจ

- 3.3.3.1) ประมาณการรายได้ (Revenue Projection)

- 3.3.3.2) ประมาณการรายจ่าย (Estimated Expenses)

- 3.3.3.3) ประมาณงบการเงินล่วงหน้า (Pro Forma Financial Statement)

- 3.3.3.4) คำนวณหากระแสเงินสดอิสระและมูลค่าปัจจุบันสุดท้าย (Free Cash

Flow And Terminal Value)

- 3.3.3.5) คำนวณหามูลค่าปัจจุบัน (Present Value)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.3.6) คำนวณหามูลค่าธุรกิจ (Current Valuation)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินโดยการจัดทำประมาณการทางการเงิน (Financial Projection) เพื่อประเมินสถานะการเงินและมูลค่าของบริษัท การประมาณการทางการเงินจะแสดงให้เห็นสถานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และโครงสร้างทางการเงินของธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจโครงสร้างทางการเงินของธุรกิจ และคาดการณ์กระแสเงินสดที่จะได้รับในอนาคตได้ โดยข้อมูลการวิเคราะห์นี้จะนำมาใช้ในการประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow - DCF) ในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 6 ขั้นตอน

3.3.3.1 ประมาณการรายได้ (Revenue Projection)

โดยจะใช้วิธีการประมาณการสองวิธีประกอบกัน ได้แก่ การประมาณการรายได้วิธีการประมาณการจากบนลงล่าง (Top Down) ที่อ้างอิงตามขนาดตลาดและภาพรวมอุตสาหกรรม และ วิธีการประมาณการจากล่างขึ้นบน (Bottom Up) ที่อ้างอิงจากผลิตภัณฑ์และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ และนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ทั้งสองวิธีมาเปรียบเทียบเพื่อประเมินความสมเหตุสมผลของตัวเลขที่ประมาณการ (ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จันทา, 2565) โดยการประมาณรายได้จะทำการประมาณ 5 ปี ล่วงหน้า โดยใช้ข้อมูลปี พ.ศ 2565 และ ปี พ.ศ 2566 ประมาณการไปจนถึง ปี พ.ศ 2571

3.3.3.2 ประมาณการรายจ่าย (Estimated expenses)

ประมาณการต้นทุนที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานตามแผนธุรกิจตามระยะเวลาการประมาณการ โดยจะทำการแบ่งหมวดหมู่รายจ่ายหลักของธุรกิจ ออกมาเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ต้นทุนหลัก (Main Cost) 2) ต้นทุนในการดำเนินงาน (Operating Cost) ดังนี้

1) ต้นทุนหลัก (Main Cost) ประกอบด้วย

- ต้นทุนสินค้าและบริการ (Cost of Goods Sold: COGS)

2) ต้นทุนในการดำเนินงาน (Operating Expenses) ประกอบด้วย

- ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (Selling, General and Administrative Expenses: SG&A)

- ค่าซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน (Software & Application)

- ค่าบริการวิชาชีพ (Professional Services)

- ค่าใช้จ่ายในการตลาด (Marketing Expenses)

หมายเหตุ : บริษัทไม่ได้นำค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax) มาประเมินเป็นต้นทุนในการดำเนินโครงการ เนื่องจากภาษีมูลค่าเพิ่ม ไม่ใช่ต้นทุนของกิจการ (Flow Account, 2018)

3.3.3.3 ประมาณการงบการเงินล่วงหน้า (Pro Forma Financial Statement)

นำรายได้และรายจ่ายที่ประมาณการมาจัดทำเป็นประมาณการงบการเงิน ซึ่งประกอบด้วย งบดุล งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด โดยจะทำการประมาณการล่วงหน้าไป 5 ปี โดยใช้ข้อมูลปี พ.ศ 2565 และ ปี พ.ศ 2566 ประมาณการไปจนถึง ปี พ.ศ 2571

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.3.4 คำนวณหากระแสเงินสดอิสระและมูลค่าปัจจุบันสุดท้าย (Free Cash Flow And Terminal Value)

นำเอางบการเงินที่ประมาณการมาคำนวณหากระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับจากกิจการ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1) กระแสเงินสดอิสระ (Free Cash Flow) จะคำนวณตามจำนวนปีที่มีประมาณการไว้ คือ 5 ปี ซึ่งจะได้ค่าประมาณกระแสเงินสดของธุรกิจหลังจากการดำเนินการ (ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จินดา, 2565)

2) มูลค่าปัจจุบันสุดท้าย (Terminal Value) เป็นมูลค่าของธุรกิจหลังจากระยะเวลาประมาณการ โดยคำนวณด้วยวิธีเงินงวดตลอดชีพ (Perpetuity) (ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จินดา, 2565)

3.3.3.5 คำนวณหามูลค่าปัจจุบัน (Present Value)

คำนวณหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดทั้งสองส่วน โดยนำผลลัพธ์ที่ได้มาคำนวณหามูลค่าปัจจุบันในแต่ละปีด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด (ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จินดา, 2565)

3.3.3.6 คำนวณหามูลค่าธุรกิจ (Current Valuation)

โดยนำมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดแต่ละปี และมูลค่าปัจจุบันสุดท้ายที่คำนวณได้ มารวมกันจะได้มูลค่าประเมินธุรกิจ (ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จินดา, 2565)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจและข้อมูลทางการเงินในการประเมินมูลค่าธุรกิจ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจโดยใช้แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas :BMC) และประเมินมูลค่าธุรกิจโดยใช้วิธีคิดลดกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow :DCF) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจโดยใช้แบบจำลองธุรกิจ

แบบจำลองธุรกิจของบริษัทในรูปแบบเดิมจะแสดงดังตารางที่ 4.1 ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 โมเดลแบบจำลองธุรกิจแบบเดิม

<p>พันธมิตรหลัก (Key Partner: KP)</p> <ul style="list-style-type: none"> - สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ - สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล - BBEGGAR - CHANTELLE 	<p>กิจกรรมหลัก (Key Activities: KA)</p> <ul style="list-style-type: none"> - คอนเทนต์ - ออกบูธ - โลฟิสตขายสินค้า - การตลาดและการขาย - ฝากขาย - รับซื้อ - เช่า 	<p>คุณค่า (Value Proposition: VP)</p> <ul style="list-style-type: none"> - เสื้อผ้าแบรนด์แท้คุณภาพดี - ออกแบบดีไซน์เสื้อผ้าให้ ตามสไตล์ของลูกค้า - การันตีขายได้ สำหรับลูกค้าฝากขาย - คืนสินค้าได้ภายใน 2 วัน - แพ้ชั้นความยั่งยืนและรักษ์โลก - แพลตฟอร์มหมุนเวียนเสื้อผ้า - มีการ Remake เสื้อผ้าขึ้นมาจากแบรนด์ Partner ที่ส่งเศษวัสดุที่เหลือจากการผลิตสินค้ามาให้ทาง WEARSWAP 	<p>ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship: CR)</p> <ul style="list-style-type: none"> - บริการเข้ารับเสื้อผ้าของลูกค้าที่ต้องการฝากขายที่ต้องการความสะดวก - บริการให้คำปรึกษาสไตล์การแต่งตัวตามความต้องการของลูกค้าจากสไตลิสต์ - บริการคืนสินค้ากรณีสินค้ามีความผิดพลาดในการขนส่งฟรี - ฟังก์ชันตามหาสินค้า 	<p>ลูกค้า (Customer Segments: CS)</p> <p>SELLER</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.คนที่ต้องการเคลียร์พื้นที่เสื้อผ้าที่บ้าน 2.คนที่ต้องการขายเสื้อผ้าแต่ไม่มีเวลา <p>BUYER</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.คนที่สนใจเรื่องแฟชั่น แบรนด์แท้ 2.คนที่สนใจการซื้อสินค้าที่ยั่งยืน 3.คนที่มีงบจำกัดในการซื้อเสื้อผ้าแบรนด์แท้ <p>RENT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.คนที่ต้องการหาชุดไปงานพิเศษ แต่ไม่อยากจะซื้อเสื้อผ้าใหม่ 2.คนที่ต้องการประหยัดงบประมาณค่าใช้จ่ายในการแต่งตัว
<p>โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure: CS)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนสินค้าขาย - ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร - ค่าซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน - ค่าใช้จ่ายบริการเฉพาะด้าน - ค่าใช้จ่ายในการทำการตลาด 		<p>กระแสรายได้ (Revenue Streams: RS)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ฝากขายเสื้อผ้า เก็บค่าธรรมเนียม 39% สำหรับสินค้าที่ขายได้ - ขายเสื้อผ้าโดยการรับซื้อจากลูกค้า - เช่าเสื้อผ้า 		

จากตารางที่ 4.1 เป็นโมเดลธุรกิจของบริษัท ซึ่งแบ่งออกเป็น 9 ส่วน ดังนี้

1. พันธมิตรหลัก (Key Partner) ได้แก่ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ เป็นหน่วยงานรัฐที่สนับสนุนด้านนวัตกรรมของธุรกิจ และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล หน่วยงานที่ส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลและเศรษฐกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ส่วน BBEGGAR เป็นแบรนด์ผลิตเสื้อผ้าโดยสไตลิสต์นักศึกษาที่ทำงานร่วมกับบริษัท และ CHANTELE เป็นพันธมิตรที่สนับสนุนด้านวัสดุในการผลิตเสื้อผ้า

2. กิจกรรมหลัก (Key Activities) ประกอบไปด้วย การทำคอนเทนต์เพื่อสื่อสารและส่งเสริมการตลาด, ออกบูธเพื่อขายและโปรโมทสินค้า, โลฟสตขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์, การตลาดและการขาย, เปิดโอดาสให้ลูกค้าฝากสินค้าของตนมาจำหน่ายผ่านช่องทางของธุรกิจ, รับซื้อเสื้อผ้ามือสองจากลูกค้า, เช่าเสื้อผ้า

3. ทรัพยากรหลัก (Key Resources) ประกอบไปด้วย ช่องทางเว็บไซต์, แพลตฟอร์ม, เสื้อผ้า, พนักงาน, ออฟฟิศสำหรับทำงานและเก็บสต็อกสินค้า, อุปกรณ์แพ็คสินค้า และอื่นๆ

4. คุณค่า (Value Proposition) หรือจุดยืนของธุรกิจ โดยธุรกิจนี้จำหน่ายเสื้อผ้าแบรนด์แท้มือสองคุณภาพดี มีสไตลิสต์คอยสไตลิ่ง (Styling) การแต่งตัวให้ลูกค้าตามความต้องการ มีการรันตีขายได้แน่นอนเมื่อฝากขายโดยผ่านช่องทางเรา อีกทั้งยังสามารถคืนสินค้าได้ภายใน 2 วัน กรณีสินค้ามีปัญหา นอกเหนือจากที่ได้แจ้งรายละเอียดไว้ และยังให้คุณค่าเรื่องการหมุนเวียนเสื้อผ้าที่สามารถช่วยโลกได้ เป็นแพลตฟอร์มแฟชั่นหมุนเวียนที่ยั่งยืน

5. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship) เน้นไปที่การสร้างความสัมพันธ์และประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า โดยให้บริการหลังการขาย บริการคืนสินค้ากรณีสินค้ามีความผิดพลาดในการขนส่งฟรี บริการเข้ารับเสื้อผ้าของลูกค้าที่ต้องการฝากขายที่ต้องการความสะดวกสบายสำหรับลูกค้าที่อยู่ในบริเวณกรุงเทพและปริมณฑล บริการให้คำปรึกษาในเรื่องสไตลิ่งการแต่งตัวตามความต้องการของลูกค้าดีไซเนอร์จากสไตลิสต์ของทางธุรกิจ และฟังก์ชันตามหาสินค้าสำหรับลูกค้าที่ต้องการตามหาสินค้าแบรนด์ ที่เป็นของแท้ สามารถตามหาได้ทางเว็บไซต์ WEARSWAP.CO.TH

6. ช่องทาง (Channels) สำหรับติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ได้แก่ เว็บไซต์ 2 ช่องทาง WEARSWAP.CO.TH และ เว็บไซต์ สำหรับสินค้าประเภทเช่า rentle.store แพลตฟอร์มออนไลน์ 2 ช่องทาง ได้แก่ Shopee, Lazada สื่อสังคมออนไลน์ 4 ช่องทาง ได้แก่ Instagram, Line OA, Facebook, TikTok

7. ลูกค้า (Customer Segment) กลุ่มลูกค้าของธุรกิจแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตามรูปแบบของกระแสรายได้ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าฝากขายที่ต้องการฝากขายเสื้อผ้าของตนผ่านช่องทางของธุรกิจ กลุ่มลูกค้าขายที่ต้องการขายเสื้อผ้าของตนให้กับธุรกิจเรา กลุ่มลูกค้าที่ต้องการเช่าเสื้อผ้าใส่เนื่องในโอกาสสำคัญ

8. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) ของธุรกิจประกอบไปด้วยต้นทุนสินค้าขายซึ่งจัดเป็นต้นทุนหลักของธุรกิจ ต้นทุนหลัก (Main-Cost) ส่วนต้นทุนต้นทุนในการดำเนินงาน (Operating Expenses) ประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ค่าซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน ค่าใช้จ่ายบริการเฉพาะด้าน ค่าใช้จ่ายในการทำการตลาด

9. กระแสรายได้ (Revenue Streams) มี 3 ช่องทาง คือ รายได้จากการฝากขาย รายได้จากการขายเสื้อผ้าโดยการรับซื้อจากลูกค้า และรายได้จากการปล่อยเช่าเสื้อผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการค้า
การวิเคราะห์แบบจำลองธุรกิจ จะเห็นได้ว่าโมเดลธุรกิจเดิมยังไม่เป็นธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีในการสร้างรายได้ (Technology Startup) มีเพียงการขายสินค้าที่ใช้ช่องทางออนไลน์ในการขายสินค้า

และการโปรโมทธุรกิจ ทางบริษัทจึงทำการเพิ่มช่องทางรายได้ (Revenue Stream) อีกหนึ่งช่อง คือ การสร้างโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) เพื่อลดต้นทุนในการสต็อกสินค้าและค่าอุปกรณ์แพ็คเกจสินค้าในการขนส่ง โดยจะแสดงโมเดลแบบจำลองธุรกิจใหม่ ดังตารางที่ 4.2 ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 โมเดลแบบจำลองธุรกิจแบบใหม่

พันธมิตรหลัก (Key Partner: KP) <ul style="list-style-type: none"> - สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ - สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล - BBEGGAR - CHANTELLE 	กิจกรรมหลัก (Key Activities: KA) <ul style="list-style-type: none"> - คอนเทนต์ - ออกบูธ - โลฟิสตขายสินค้า - การตลาดและการขาย - ฝากขาย - รับซื้อ - เซ้า 	คุณค่า (Value Proposition: VP) <ul style="list-style-type: none"> - เสื้อผ้าแบรนด์แท้คุณภาพดี - ออกแบบดีไซน์เสื้อผ้าให้ ตามสไตล์ของลูกค้า - การันตีขายได้ สำหรับลูกค้าฝากขาย - คืนสินค้าได้ภายใน 2 วัน - แพชั่นความยั่งยืนและรักษ์โลก 	ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship: CR) <ul style="list-style-type: none"> - บริการเข้ารับเสื้อผ้าของลูกค้าที่ต้องการฝากขายที่ต้องการความสะดวก - บริการให้คำปรึกษาสไตล์การแต่งตัวตามความต้องการของลูกค้าจากสไตลิสต์ - บริการคืนสินค้ากรณีสินค้ามีความผิดพลาดในการขนส่งฟรี - ฟังก์ชันตามหาสินค้า 	ลูกค้า (Customer Segments: CS) <p>SELLER</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.คนที่ต้องการเคลียร์พื้นที่เสื้อผ้าที่บ้าน 2.คนที่ต้องการขายเสื้อผ้าแต่ไม่มีเวลา <p>BUYER</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.คนที่สนใจเรื่องแฟชั่น แบรนด์แท้ 2.คนที่สนใจการซื้อสินค้าที่ยั่งยืน 3.คนที่มั่งงำกัดในการซื้อเสื้อผ้าแบรนด์แท้ <p>RENT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.คนที่ต้องการหาชุดไปงานพิเศษ แต่ไม่ยอมซื้อเสื้อผ้าใหม่ 2.คนที่ต้องการประหยัดงบประมาณใช้จ่ายในการแต่งตัว
ทรัพยากรหลัก (Key Resources: KR) <ul style="list-style-type: none"> - เว็บไซต์ - แพลตฟอร์ม - เสื้อผ้า - พนักงาน - ออฟฟิศ - อุปกรณ์แคคสินค้า และอื่นๆ - แอปพลิเคชัน 		<ul style="list-style-type: none"> - แพลตฟอร์มหมุนเวียนเสื้อผ้า - มีการ Remake เสื้อผ้าขึ้นมาจกแบรนด์ Partner ที่ส่งเศษวัสดุที่เหลือจากการผลิตสินค้ามาให้ทาง WEARSWAP 	ช่องทาง (Channel: CH) <ul style="list-style-type: none"> - เว็บไซต์ : WEARSWAP.CO.TH - แอปพลิเคชัน : WEARSWAP - เว็บไซต์ : rentle.store - Instagram : wearswap.th - Instagram : wearswap.shop - Line OA : @WEARSWAP - Facebook : WEASWAP - TikTok : @wearswap.th - Shopee : wearswap - Lazada : wearswap 	
โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure: CS) <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนสินค้าขาย - ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร - ค่าซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน - ค่าใช้จ่ายบริการเฉพาะด้าน - ค่าใช้จ่ายในการทำการตลาด 			กระแสรายได้ (Revenue Streams: RS) <ul style="list-style-type: none"> - ฝากขายเสื้อผ้า เก็บค่าธรรมเนียม 39% สำหรับสินค้าที่ขายได้ - ขายเสื้อผ้าโดยการรับซื้อจกลูกค้า - เซ้าเสื้อผ้า - ค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์ม 15% สำหรับลูกค้าที่นำเสื้อผ้ามาขายผ่านเว็บแอปพลิเคชัน 	

จากตารางที่ 4.2 จะเห็นได้ว่าเมื่อเพิ่มโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) เข้ามาใช้ในโมเดลธุรกิจส่งผลให้องค์ประกอบของโมเดลธุรกิจมีการปรับเปลี่ยน ดังนี้

1. โมเดลธุรกิจมีทรัพยากรเพิ่มขึ้น (Key Resources) คือ แอปพลิเคชัน เนื่องจากโมบายแอปพลิเคชันเป็นทรัพยากรที่ต้องพัฒนาและดูแลระบบแอปพลิเคชันอยู่ตลอดเวลา
2. ช่องทางติดต่อกับลูกค้า (Channels) ที่เพิ่มขึ้นมาจากเดิมบริษัทขายและโปรโมทสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้เพิ่มเป็นช่องทางแอปพลิเคชันเป็นหนึ่งในช่องทางใหม่
3. กระแสรายได้ (Revenue Streams) ได้เพิ่มจากเดิม 3 ช่องทางเป็น 4 ช่องทาง ซึ่งรายได้ในส่วนที่เพิ่มมานี้ได้มาจากการเก็บค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์ม 15% สำหรับลูกค้าที่นำเสื้อผ้ามาขายผ่านเว็บแอปพลิเคชันของทางบริษัท

4. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) ของบริษัทมีการเปลี่ยนแปลง โดยมีต้นทุนเพิ่มเติมจากการพัฒนาและดูแลระบบซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน และต้นทุนการขายและบริหาร ต้นทุนในส่วนนี้เพิ่มขึ้น ซึ่งจะกล่าวเพิ่มเติมในหัวข้อการประมาณรายจ่ายต่อไป

ส่วนขององค์ประกอบโมเดลธุรกิจที่ไม่ได้รับผลกระทบในการปรับเปลี่ยนมี ดังนี้

1. พันธมิตรหลัก (Key Partner)
2. กิจกรรมหลัก (Key Activities) ยังคงทำการขายและโปรโมทสินค้าประเภทเสื้อผ้าตามปกติ เพียงแต่มีการเพิ่มช่องทางการขายผ่านโมบายแอปพลิเคชันเข้ามาเท่านั้น
3. คุณค่า (Value Proposition) คุณค่าและคุณภาพของสินค้าและบริการยังคงไม่มีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากเป็นจุดยืนและกลยุทธ์ของธุรกิจที่ต้องรักษาไว้
4. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship) แม้จะมีการเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน แต่บริษัทยังคงรักษาลูกแบบและวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเช่นเดิม
5. ลูกค้า (Customer Segments) เป้าหมายของบริษัทยังคงเป็นลูกค้ากลุ่มเดิม เนื่องจากการไม่มีการเปลี่ยนแปลงประเภทธุรกิจ

การนำเทคโนโลยีอย่างแอปพลิเคชันเข้ามาประยุกต์ใช้ในโมเดลธุรกิจ ส่งผลให้บริษัทมีโอกาสในการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงลูกค้า สร้างรายได้จากช่องทางใหม่ และการปรับเปลี่ยนทรัพยากรให้สอดคล้องกับการดำเนินงานผ่านช่องทางดิจิทัล รวมไปถึงโครงสร้างต้นทุนที่เพิ่มเติมจากการพัฒนาและดูแลระบบซอฟต์แวร์

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน

4.2.1 ประมาณการรายได้

ประมาณการรายได้ด้วยวิธีประมาณการจากบนลงล่าง (Top Down) ที่อ้างอิงตามขนาดตลาดและภาพรวมอุตสาหกรรม

4.2.1.1 สมมติฐานการประมาณการรายได้ด้วยวิธีประมาณการจากบนลงล่าง

ปี 2567-2571

- 1) ประมาณการมูลค่าตลาดเสื้อผ้าทั้งหมด 7.1%

อ้างอิงข้อมูลจากวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์แอนด์เฮอร์ส ได้วิเคราะห์ภาพรวมธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องแต่งกาย โดยได้ระบุว่าการผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมีแนวโน้มไม่มีการเติบโตๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลดลง เนื่องจากสูญเสียความสามารถในการแข่งขันจากค่าจ้างแรงงานที่มีทิศทางปรับสูงขึ้น แต่ในขณะที่ปริมาณการจำหน่ายเสื้อผ้าภายในประเทศยังขยายตัวได้ โดยเติบโต 7.1 % YoY โดยได้รับแรงหนุนจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว และการบริโภคภายในประเทศที่ยังเติบโตดี (เชี่ยวชาญ ศรีชัยยา , 2567)

2) ประมาณการ % มูลค่าตลาดทั้งหมดเสื้อผ้ามือสองในไทย 15.0%

อ้างอิงข้อมูลจากศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC) ได้ระบุว่าคนไทยยอมรับการซื้อสินค้าแฟชั่นมือสองมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า เครื่องประดับ ความนิยมนี SCB EIC คาดการณ์ว่าปีนี้ทั้งปี มูลค่าตลาดแฟชั่นมือสองของไทยอยู่ที่ 1,800 ล้านบาท และจะขยายตัวต่อเนื่อง 15% ทุกปี นับตั้งแต่ปี 2566 จนถึงปี 2570 (Chalathip , 2566)

3) ประมาณการ % กลุ่มเป้าหมายตลาดเสื้อผ้ามือสองออนไลน์ 21.0%

อ้างอิงข้อมูลจากเว็บไซต์ Marketplace ของสินค้าแฟชั่นมือสอง ThredUp Resale Report 2023 ได้คาดการณ์ว่าการขายต่อออนไลน์คาดว่าจะแตะ 38 พันล้านดอลลาร์ภายในปี 2570 เติบโตเร็วกว่าตลาดสินค้ามือสองโดยรวม 2 เท่า คาดว่าการขายต่อออนไลน์จะเติบโต 21% ต่อปีโดยเฉลี่ยในอีก 5 ปีข้างหน้า (James Reinhart, 2023)

4) ประมาณการ % ส่วนแบ่งการตลาดของตลาดเสื้อผ้ามือสองออนไลน์

ประมาณการ ปีที่ 2567 – 2571 ให้มีส่วนแบ่งทางการตลาด อยู่ที่ 0.20% ,0.40% ,0.60% ,0.80% , 1.00% ตามลำดับ ซึ่งเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งทางการตลาดในอนาคตเจ้าของบริษัท เป็นผู้กำหนดโดยพิจารณาความเหมาะสม ดังตารางที่ 4.3 ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 สมมุติฐานการประมาณการรายได้ด้วยวิธีประมาณการจากบนลงล่าง

สมมุติฐาน	เนื้อหา	อ้างอิงข้อมูล	ปี พ.ศ 2567-2571
1) ประมาณการมูลค่าตลาดเสื้อผ้าทั้งหมด	ปริมาณการจำหน่ายเสื้อผ้าภายในประเทศยังขยายตัวได้ โดยเติบโต 7.1 % YoY	วิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ (เชี่ยวชาญ ศรีชัยยา, 2567)	7.1%
2) ประมาณการ % มูลค่าตลาดทั้งหมดเสื้อผ้ามือสองในไทย	คาดการณ์ว่าปีนี้ทั้งปี มูลค่าตลาดแฟชั่นมือสองของไทยอยู่ที่ 1,800 ล้านบาท และจะขยายตัวต่อเนื่อง 15% ทุกปี นับตั้งแต่ปี 2566 จนถึงปี 2570	ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC) (Chalathip , 2566)	15.0%
3) ประมาณการ % กลุ่มเป้าหมายตลาดเสื้อผ้ามือสองออนไลน์	คาดว่า การขายต่อออนไลน์จะเติบโต 21% ต่อปีโดยเฉลี่ยในอีก 5 ปีข้างหน้า	เว็บไซต์ Marketplace ของสินค้าแฟชั่นมือสอง ThredUp Resale Report 2023(James Reinhart, 2023)	21.0%
4) ประมาณการ % ส่วนแบ่งการตลาดของตลาดเสื้อผ้ามือสองออนไลน์	ประมาณการ ปีที่ 2567 – 2571 ให้มีส่วนแบ่งทางการตลาด อยู่ที่ 0.20% ,0.40% ,0.60% ,0.80% , 1.00% ตามลำดับ	ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนด โดยพิจารณาความเหมาะสม (James Reinhart, 2023)	0.20% ,0.40% ,0.60% ,0.80% , 1.00% ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 ประมาณการรายได้ด้วยวิธีประมาณการจากบนลงล่าง

ปี พ.ศ	ปัจจุบัน		ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี				
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
ปริมาณการจำหน่ายเสื้อผ้า ภายในประเทศ			7.1%	7.1%	7.1%	7.1%	7.1%
มูลค่าตลาดเสื้อผ้าทั้งหมด	3,500,085,734.87	3,605,088,306.92	3,861,049,576.71	4,135,184,096.66	4,428,782,167.52	4,743,225,701.41	5,079,994,726.22
% มูลค่าตลาดทั้งหมดเสื้อผ้า มือสองในไทย	41.14%	49.93%	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%
ตลาดทั้งหมดเสื้อผ้ามือสองใน ไทย	1,440,000,000.00	1,800,000,000.00	4,440,207,013.22	4,755,461,711.16	5,093,099,492.65	5,454,709,556.63	5,841,993,935.15
% กลุ่มเป้าหมายตลาดเสื้อผ้า มือสองออนไลน์	16.80%	15.10%	21.00%	21.00%	21.00%	21.00%	21.00%
ตลาดเสื้อผ้ามือสองออนไลน์	241,920,000.00	271,800,000.00	5,372,650,485.99	5,754,108,670.50	6,162,650,386.11	6,600,198,563.52	70,688,812,661.53
% ส่วนแบ่งการตลาดของ ตลาดเสื้อผ้ามือสองออนไลน์	0.06%	0.11%	0.15%	0.20%	0.25%	0.30%	0.35%
รายได้	137,598.00	302,142.39	8,058,975.73	11,508,217.34	15,406,625.97	19,800,595.69	24,740,844.32

จากตารางที่ 4.4 พบว่า เมื่อนำค่าประมาณจากตารางที่ 4.3 สมมติฐานการประมาณการ รายได้ด้วยวิธีประมาณการจากบนลงล่าง มาคำนวณ จะเห็นได้ว่า มูลค่าตลาดเสื้อผ้าทั้งหมดในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในทุกๆปีตามรายงานของวิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์แอนด์เฮอร์ส ที่ได้วิเคราะห์ภาพรวมธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องแต่งกายและระบุไว้ว่าปริมาณการจำหน่ายเสื้อผ้าภายในประเทศยังขยายตัวได้ เนื่องจากได้รับแรงหนุนจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว และการบริโภคภายในประเทศที่ยังเติบโตดี

เมื่อวิเคราะห์ผลลัพธ์ขนาดเสื้อผ้ามือสองออนไลน์ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจแล้ว (Target Segment) จะเห็นได้ว่าตลาดเสื้อผ้ามือสองออนไลน์มีมูลค่าสูงขึ้นเรื่อย ๆ ตามมูลค่าตลาดเสื้อผ้าทั้งหมด โดยตัวเลขมูลค่าตลาดเสื้อผ้ามือสองออนไลน์คำนวณมาจากตารางที่ 4.3 สมมติฐานการประมาณการรายได้ด้วยวิธีประมาณการจากบนลงล่าง หัวข้อที่ 3 ประมาณการ % กลุ่มเป้าหมายตลาดเสื้อผ้ามือสองออนไลน์

เห็นได้ว่ารายได้ที่คำนวณจาก % ส่วนแบ่งการตลาดซึ่งอิงกับมูลค่าตลาดของตลาดเป้าหมาย มีความสัมพันธ์กัน โดยเมื่อตลาดเสื้อผ้ามือสองออนไลน์มีการเติบโตขึ้น รายได้ที่บริษัทจะสามารถทำได้ก็จะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย โดยในปี 2571 มูลค่าตลาดเสื้อผ้ามือสองออนไลน์สูงมากถึง 70,688,812,661.53 บาท และบริษัทได้ตั้งเป้าหมายส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ใน ปี 2571 อยู่ที่ 0.35% จากการคำนวณพบว่า ภายใต้สมมติฐานดังกล่าว บริษัทจะสามารถทำรายได้ได้ประมาณ 24,740,844.32 บาท

ผลลัพธ์ในส่วนของรายได้ที่คำนวณจาก % ส่วนแบ่งการตลาดของตลาดเสื้อผ้ามือสองออนไลน์ จะนำไปเปรียบเทียบกับรายได้ที่คำนวณด้วยจากวิธีประมาณการจากล่างขึ้นบน (Bottom Up)

4.2.1.2 สมมติฐานการประมาณการรายได้ด้วยวิธีประมาณการจากล่างขึ้นบน

รูปแบบรายได้ของธุรกิจมี 3 รูปแบบได้แก่ ฝากขาย รับซื้อ เช่า โดยจะแสดงรายได้ของบริษัทในปี 2565 -2566 ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 รายได้ในปี 2565-2566 แบ่งตามรูปแบบของรายได้

ปี พ.ศ	2565	2566
จำนวนออเดอร์ (ฝากขาย)	60	366
ยอดขายรวม	<u>33,283.00</u>	<u>191,579.39</u>
ราคาเฉลี่ย/ออเดอร์	509.85	520.76
จำนวนออเดอร์ (ขายสินค้า)	94	127
ยอดขายรวม	<u>91,454.00</u>	<u>89,268.00</u>
ราคาเฉลี่ย/ออเดอร์	891.58	768.18
จำนวนออเดอร์ (เช่า)	19	35
ยอดขายรวม	<u>12,861.00</u>	<u>21,295.00</u>
ราคาเฉลี่ย/ออเดอร์	377.14	597.15
จำนวนออเดอร์ทั้งหมด	173	528
ลูกค้าได้รับ	12,786.00	106,148.00
บริษัทได้รับ	79,519.40	198,318.39
รายได้ทั้งหมด	<u>137,598.00</u>	<u>302,142.39</u>

เอกสารนี้เป็นเอกสารของบริษัทสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น บริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขเนื้อหาและข้อมูลของเอกสารฉบับนี้

จากตารางที่ 4.5 จะเห็นได้ว่าในปี 2565 – 2566 บริษัทสามารถทำรายได้เติบโตขึ้น 28% และจากขั้นตอนการวิเคราะห์โมเดลแบบจำลองธุรกิจ บริษัทจึงได้คิดขยายช่องทางรายได้ให้ธุรกิจ โดยวางแผนที่จะทำโมบายแอปพลิเคชัน ซึ่งคาดว่าจะพร้อมใช้ในปี 2568 โดยที่ลูกค้าสามารถนำสินค้ามาฝากขายผ่านช่องทางโมบายแอปพลิเคชัน โดยจะเก็บค่าธรรมเนียม 15% จากราคาสินค้าที่ขายได้ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน และในปี 2567 เป็นต้นได้เพิ่มการขายสินค้าแบบ Offline มากขึ้น โดยจะเป็นการออกบูธเพิ่มมากขึ้น บริษัทกำหนดไว้ว่าใน 1 ปี จะทำการออกบูธทั้งหมด 8 เดือน เดือนละ 2 ครั้ง โดยในแต่ละครั้งที่ออกบูธ จะออก 5 วัน เฉลี่ยแล้วออเดอร์ที่คาดว่าจะขายได้อยู่ที่ 20 ออเดอร์ต่อวัน ซึ่งเฉลี่ยโดยข้อมูลสถิติจำนวนออเดอร์ที่บริษัทเคยไปออกบูธในปี 2566 เป็นต้นมา สินค้าที่นำไปออกบูธจะเป็นสินค้าขายขาดที่รับซื้อจากลูกค้าที่มาปล่อยเสื้อผ้ากับธุรกิจเรา จากนั้นทำการประมาณการออเดอร์ที่คาดว่าจะทำได้ในแต่ละปี ผลลัพธ์แสดงดังตารางที่ 4.6 ดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 ประมาณการรายได้ 5 ปี ล่วงหน้าของบริษัท

ปี พ.ศ.	ปัจจุบัน		ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี				
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
จำนวนออเดอร์ (ฝากขาย) แบบเดิม เก็บ 39%	60	366	500	1,000	2,000	5,000	8,000
ราคาเฉลี่ย/ออเดอร์	554.72	523.44	700	700	700	700	700
ยอดขายรวม	<u>33,283.00</u>	<u>191,579.39</u>	<u>350,000.00</u>	<u>700,000.00</u>	<u>1,400,000.00</u>	<u>3,500,000.00</u>	<u>5,600,000.00</u>
จำนวนออเดอร์ (ฝากขาย) บนแอปพลิเคชัน เก็บ 15%				500	1,000	1,500	3,000
ราคาเฉลี่ย/ออเดอร์				700	700	700	700
ยอดขายรวม				<u>350,000.00</u>	<u>700,000.00</u>	<u>1,050,000.00</u>	<u>2,100,000.00</u>
จำนวนออเดอร์ (ขายสินค้า รวม ออกบูธ)	94	127	2,100	2,600	3,600	6,600	8,600
ราคาเฉลี่ย/ออเดอร์	972.91	702.90	700	700	700	700	700
ยอดขายรวม	<u>91,454.00</u>	<u>89,268.00</u>	<u>1,470,000.00</u>	<u>1,820,000.00</u>	<u>2,520,000.00</u>	<u>4,620,000.00</u>	<u>6,020,000.00</u>
จำนวนออเดอร์ (เช่า)	19	35	53	80	120	180	270
ราคาเฉลี่ย/ออเดอร์	676.89	608.43	500	500	500	500	500
ยอดขายรวม	<u>12,861.00</u>	<u>21,295.00</u>	<u>26,500.00</u>	<u>40,000.00</u>	<u>60,000.00</u>	<u>90,000.00</u>	<u>135,000.00</u>
จำนวนออเดอร์ทั้งหมด	173	528	2,653	4,180	6,720	13,280	19,870
ลูกค้าได้รับ (ฝากขาย)	12,786.00	106,148.00	213,500.00	724,500.00	1,449,000.00	3,027,500.00	5,201,000.00
บริษัทได้รับ (ฝากขาย)	79,519.40	198,318.39	136,500.00	325,500.00	651,000.00	1,522,500.00	2,499,000.00
รายได้ทั้งหมด	<u>137,598.00</u>	<u>302,142.39</u>	<u>1,846,500.00</u>	<u>2,910,000.00</u>	<u>4,680,000.00</u>	<u>9,260,000.00</u>	<u>13,855,000.00</u>

จากตารางที่ 4.5 ที่แสดงรายได้ของบริษัทจากการประมาณการจำนวนออเดอร์ที่ขาย จะเห็นว่ารายได้มีการเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ เมื่อเทียบกับรายได้ก่อนมีแอปพลิเคชัน กับรายได้หลังมีแอปพลิเคชัน โดยสังเกตจากยอดบริษัทได้รับ (ฝากขาย) ซึ่งเป็นรายได้ที่แท้จริงหลังจากหัก 39% จากราคาสินค้าของลูกค้าที่ขายสินค้าได้ผ่านการบริการฝากขายของบริษัท และหัก 15% จากราคาสินค้าของลูกค้าที่ขายสินค้าได้ผ่านทางแอปพลิเคชันของบริษัท เปรียบเทียบยอดขายจากลูกค้าฝากขายในปี 2567 และยอดขายจากลูกค้าฝากขายในปี 2568 มีการเติบโตของยอดขายได้เพิ่มขึ้น 200.00%

4.2.2 ประมาณการรายจ่าย

รายจ่ายหรือต้นทุนของทางบริษัทจะแบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก คือ ต้นทุนหลัก (Main- Cost) ได้แก่ ต้นทุนในการขายสินค้า และต้นทุนการดำเนินงาน (Operating Expenses) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ค่าซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน ค่าใช้จ่ายบริการเฉพาะด้าน และค่าใช้จ่ายในการทำการตลาด โดยจะแสดงรายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละรายจ่ายของบริษัทดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 รายจ่ายของบริษัทแบ่งแยกตามประเภท

ปี พ.ศ	2565	2566
ต้นทุนหลัก (Main- Cost)		
1. ต้นทุนสินค้าขายและบริการ (COGS)		
ค่าซื้อสินค้า	14,076.00	131,689.00
อุปกรณ์แพ็คเกจสินค้า	1,843.54	5,620.13
ค่าขนส่งสินค้า	2,730.00	6,901.00
ลูกค้าได้รับคืนจากการฝากขาย	12,786.00	106,148.00
รวม	31,435.54	250,358.13
ต้นทุนในการดำเนินงาน (Operating Expenses)		
1. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A)		
เงินเดือนพนักงาน	0.00	145,875.04
ค่าจ้างพนักงาน (เพิ่มเติม)	51,348.95	172,846.75
ค่าน้ำค่าไฟ	67.09	805.08
ค่าอินเทอร์เน็ต	0.00	7,200.00
อื่นๆ	5,180.00	47,807.11
รวม	56,596.04	374,533.98

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 รายจ่ายของบริษัทแบ่งแยกตามประเภท (ต่อ)

ปี พ.ศ	2565	2566
2.ค่าซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน (Software & Application)		
Canva	0.00	1,200.00
Google Workspace	0.00	1,748.76
Google Drive	0.00	828.00
Sourced Out	0.00	24,000.00
Facebook Group	0.00	24,000.00
Adobe	0.00	9,142.08
ค่าจ้างทำเว็บ	12,800.00	167,186.60
รวม	12,800.00	228,105.44
3.ค่าใช้จ่ายบริการเฉพาะด้าน (Professional Services)		
ค่าทำบัญชี	0.00	46,021.00
รวม	0.00	46,021.00
4.ค่าใช้จ่ายในการทำการตลาด (Marketing Expenses)		
โปรโมชั่น	6,000.00	500.00
ออกแบบกราฟิก	1,000.00	9,750.50
จ้างทำการตลาด	62,090.42	169,936.75
ทำคอนเทนต์	200.00	9,000.00
ออกบูธ	0.00	6,342.00
อื่นๆ	0.00	22,097.00
รวม	69,290.42	217,626.25
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	170,122.00	1,116,644.80

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นรายละเอียดของต้นทุนที่เกิดขึ้นในบริษัท ซึ่งในการประมาณการรายจ่าย จะคิดคำนวณรวมกับค่าจ้างพนักงานตามที่บริษัทคาดการณ์ล่วงหน้าในการจ้างตามการคาดการณ์เงินเดือน (Pay Projection) ค่าขนส่ง (Shipping Cost) และลูกค้าได้รับคืนจากการฝากขาย โดยรายจ่ายอื่นๆจะอิงตามยอดขายที่ได้ประมาณการไว้ในวิธีการประมาณการรายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2.1 สมมุติฐานการประมาณการรายจ่าย

แสดงรายละเอียดการจ้างพนักงานเพิ่มตามการคาดการณ์เงินเดือนจ้างพนักงาน (Pay Projection) ที่ทางบริษัทได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า ค่าคาดการณ์ค่าขนส่ง (Shipping cost) และ ลูกค้าได้รับคืนจากการฝากขาย (Consignment refund) ดังนี้

1) สมมุติฐานเงินเดือนจ้างพนักงาน

คาดการณ์เงินเดือนค่าจ้างพนักงาน จะแสดงดังตารางที่ 4.8 ดังนี้

ตาราง 4.8 สมมุติฐานคาดการณ์เงินเดือนค่าจ้างพนักงาน

	ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน (เดือน)
ปี 2567	Senior Marketing	1	18,000.00
	Content Creator	1	14,000.00
	Customer Service (Social/Admin)	1	12,000.00
	รวม	3	44,000.00
	<u>ต่อปี x 12</u>	<u>3</u>	<u>528,000.00</u>
ปี 2568	Jr UI& Graphic Designer	1	16,000.00
	Business Development	1	17,000.00
	Senior Marketing	1	20,000.00
	Content creator	1	14,000.00
	Customer Service (Social/Admin)	1	13,000.00
	รวม	5	80,000.00
	<u>ต่อปี x 12</u>	<u>5</u>	<u>960,000.00</u>
ปี 2569	Sr UX/UI Designer	1	30,000.00
	Jr UI& Graphic Designer	1	20,000.00
	Business Development	1	20,000.00
	Junior Mobile	1	25,000.00
	Senior Marketing	1	20,000.00
	Customer Service (Social/Admin)	1	13,000.00
	รวม	6	128,000.00
	<u>ต่อปี x 12</u>	<u>6</u>	<u>1,536,000.00</u>
ปี 2570	Sr UX/UI Designer	1	20,000.00
	Senior Full-stack Mobile	1	65,000.00
	Junior Mobile	1	25,000.00
	DevOps	1	40,000.00
	รวม	4	150,000.00
	<u>จ้าง 6 เดือน x 6</u>	<u>4</u>	<u>900,000.00</u>
	Jr UI& Graphic Designer	1	20,000.00
	Business Development	1	20,000.00
	Senior Marketing	1	35,000.00
	Customer Service (Social/Admin)	1	15,000.00
	Accountant	1	25,000.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้เพื่อประโยชน์อื่นใดได้
 ไม่ว่ากรณใดๆ ทั้งสิ้น ยกเว้นได้มีให้ชัดเจนเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการแก้ไข

ตาราง 4.8 สมมุติฐานคาดการณ์เงินเดือนค่าจ้างพนักงาน (ต่อ)

	ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน (เดือน)
	รวม	5	115,000.00
	<u>ต่อปี x 12</u>	<u>5</u>	<u>1,380,000.00</u>
	<u>รวมทั้งหมด</u>	<u>9</u>	<u>2,280,000.00</u>
ปี 2571	Sr UX/UI Designer	1	20,000.00
	Senior Full-stack Mobile	1	65,000.00
	Junior Mobile	1	25,000.00
	DevOps	1	40,000.00
	รวม	4	150,000.00
	<u>จ้าง 6 เดือน x 6</u>	<u>4</u>	<u>900,000.00</u>
	Jr UI & Graphic Designer	1	20,000.00
	Business Development	1	20,000.00
	Senior Marketing	1	35,000.00
	Customer Service (Social/Admin)	1	15,000.00
	Accountant	1	27,000.00
	รวม	5	117,000.00
	<u>ต่อปี x 12</u>	<u>5</u>	<u>1,404,000.00</u>
	<u>รวมทั้งหมด</u>	<u>9</u>	<u>2,304,000.00</u>

จากตารางที่ 4.8 แสดงรายละเอียดของค่าจ้างพนักงานรายเดือน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการคาดการณ์รายจ่ายหรือต้นทุนของทางบริษัทซึ่งจะประมาณการรายจ่ายไว้ล่วงหน้า 5 ปี โดยจะนำเอาสมมุติฐานนี้ไปประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า 5 ปี

2) สมมุติฐานคาดการณ์ค่าขนส่ง

ค่าขนส่งของทางบริษัทจะแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ ค่าขนส่งที่ลูกค้าจ่าย กับส่วนที่บริษัทจ่าย ซึ่งส่วนของบริษัทจ่ายสามารถเกิดขึ้นได้ในกรณีที่บริษัทจัดแคมเปญ โปรโมชันส่งฟรี หรือแม้กระทั่งสินค้าเกิดความผิดพลาดที่ทางบริษัทต้องรับผิดชอบเรื่องค่าขนส่งให้ โดยจะแบ่งสัดส่วนรายจ่ายของค่าขนส่งเป็นสัดส่วน 9:1 ซึ่งหมายความว่า ในทุกๆ 10 ออเดอร์ จะมี 9 ออเดอร์ที่ลูกค้าเสียค่าส่งซึ่งตัวเลขจำนวนนั้นเราจะไม่นำมาคิดเป็นรายจ่ายของบริษัท และ 1 ออเดอร์จะเป็นออเดอร์ที่ทางบริษัทเสียค่าขนส่งซึ่งถือว่าเป็นรายจ่ายของบริษัท โดยเฉลี่ยแล้วค่าขนส่งจะอยู่ที่ 30 บาทต่อออเดอร์

3) สมมุติฐานลูกค้าได้รับคืนจากการฝากขาย

การฝากขายบริษัทมีเงื่อนไขการฝากขายโดยผู้ฝากขายจะต้องชำระค่าบริการจากยอดขายสินค้าฝากขายในอัตรา 39% ของราคาสินค้าที่ขายออกไป ในส่วนของ 39% จะเป็นรายได้ของบริษัท ส่วนต่างที่เหลือจัดเป็นส่วนของลูกค้าได้รับคืนจากการฝากขาย ถือว่าเป็นต้นทุนในส่วนต้นทุนสินค้าขายและบริการ

จากทั้ง 3 สมมุติฐานคาดการณ์รายจ่ายที่บริษัทได้วางแผนไว้จะนำมาคำนวณเป็นต้นทุนของบริษัทใน 5 ปีข้างหน้าดังตารางที่ 4.9 ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารทบทวนเว็บไซต์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 ประมาณการรายจ่ายได้ 5 ปี ล่วงหน้าของบริษัท

ปี พ.ศ.	ปัจจุบัน		ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี				
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
ต้นทุนหลัก (Main- Cost)							
1. ต้นทุนสินค้าขายและบริการ (COGS)							
ค่าซื้อสินค้า	14,076.00	131,689.00	840,000.00	1,040,000.00	1,440,000.00	2,640,000.00	3,440,000.00
อุปกรณ์แพคเกจจิ้ง	1,843.54	5,620.13	24,288.89	34,202.34	53,702.34	110,801.34	160,004.84
ค่าขนส่งสินค้า	2,730.00	6,901.00	7,800.00	10,800.00	16,800.00	34,800.00	49,800.00
ลูกค้าได้รับคืน (จากการฝากขาย)	12,786.00	106,148.00	213,500.00	724,500.00	1,449,000.00	3,027,500.00	5,201,000.00
รวม	31,435.54	250,358.13	1,085,588.89	1,809,502.34	2,959,502.34	5,813,101.34	8,850,804.84
ต้นทุนในการดำเนินงาน (Operating Expenses)							
1. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A)							
เงินเดือนพนักงาน	0.00	145,875.04	204,000.00	360,000.00	576,000.00	540,000.00	540,000.00
ค่าจ้างพนักงาน (เพิ่มเติม)	51,348.95	172,846.75		จ้างพนักงานประจำแทน			
ค่าน้ำค่าไฟ	67.09	805.08	805.08	805.08	805.08	805.08	805.08
ค่าอินเทอร์เน็ต	0.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00
อื่นๆ	5,180.00	47,807.11	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
ค่าเช่าออฟฟิศ			207,000.00	276,000.00	276,000.00	276,000.00	276,000.00
รวม	56,596.04	374,533.98	434,005.08	659,005.08	875,005.08	839,005.08	839,005.08

ตารางที่ 4.9 ประมาณการรายจ่ายได้ 5 ปี ล่วงหน้าของบริษัท (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ปัจจุบัน		ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี				
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
2. ค่าซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน (Software & Application)							
Canva	0.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Google Workspace	0.00	1,748.76	1,748.76	1,748.76	1,748.76	1,748.76	1,748.76
Google Drive	0.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00
Sourced Out	0.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
Facebook Group	0.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
Adobe	0.00	9,142.08	9,142.08	9,142.08	9,142.08	9,142.08	9,142.08
ค่าจ้างทำเว็บ	12,800.00	167,186.60	161,425.00	161,425.00	161,425.00	161,425.00	161,425.00
รวม	12,800.00	228,105.44	222,343.84	460,918.84	720,918.84	960,918.84	960,918.84
3. ค่าใช้จ่ายบริการเฉพาะด้าน (Professional Services)							
ค่าทำบัญชี	0.00	46,021.00	46,021.00	46,021.00	46,021.00	300,000.00	324,000.00
รวม	0.00	46,021.00	46,021.00	46,021.00	46,021.00	300,000.00	324,000.00

ตารางที่ 4.9 ประมาณการรายจ่ายได้ 5 ปี ล่วงหน้าของบริษัท (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ปัจจุบัน		ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี				
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
4. ค่าใช้จ่ายในการทำการตลาด (Marketing Expenses)	6,000.00	500.00	จ้างพนักงานทีม Content Creator และ Senior Marketing				
ออกแบกรายพิมพ์	1,000.00	9,750.50	9,750.50	192,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00
จ้างทำการตลาด	62,090.42	169,936.75	240,000.00	240,000.00	240,000.00	420,000.00	420,000.00
ทำคอนเทนต์	200.00	9,000.00	168,000.00	168,000.00	จ้างพนักงานทีม Senior Marketing		
ออกบูธ	0.00	6,342.00	160,000.00	160,000.00	160,000.00	160,000.00	160,000.00
อื่นๆ	0.00	22,097.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวม	69,290.42	217,626.25	577,750.50	760,000.00	640,000.00	820,000.00	820,000.00
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	170,122.00	1,116,644.80	2,365,709.31	3,735,447.26	5,241,447.26	8,733,025.26	11,794,728.76

จากตารางที่ 4.9 แสดงการคาดการณ์ค่าใช้จ่ายทั้งหมดรวมถึงรายจ่ายในการจ้างพนักงานเพิ่มเติมเพื่อขยายธุรกิจ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ค่าใช้จ่ายมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นสอดคล้องกับยอดออเดอร์และรายได้ ที่คาดการณ์ไว้ในตารางที่ 4.6 ในส่วนของบางรายจ่ายที่มีค่าเป็น 0.00 บาท เนื่องจากในช่วงแรก บริษัทจ้างทำการตลาดแบบรายครั้ง แต่ตามแผนธุรกิจใหม่ บริษัทมีแผนจ้างพนักงานเพิ่มเติมแทนการจ้างแบบรายครั้ง ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เปลี่ยนเป็นค่าจ้างพนักงานในตำแหน่งต่างๆ

การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานเพิ่มเติม แสดงให้เห็นถึงผลกระทบต่อสถานะทางการเงินของบริษัท ซึ่งจะช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถประเมินความคุ้มค่าและความจำเป็นในการขยายกำลังคนได้อย่างเหมาะสม ข้อมูลนี้มีความสำคัญในการตัดสินใจวางแผนการขยายธุรกิจ

4.2.3 ประมาณงบการเงินล่วงหน้า

การประมาณการงบการเงินล่วงหน้าซึ่งเป็นการวางแผนเกี่ยวกับงบดุล งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด โดยประมาณการล่วงหน้าไป 5 ปี รายละเอียดจะแสดงดังตาราง 4.10, 4.11, และ 4.12 ตามลำดับ ดังนี้

4.2.3.1 สมมุติฐานงบดุล

1) เงินทุนสนับสนุน

ในปี 2565 จะอ้างอิงข้อมูลจากคลังข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD DataWarehouse+) โดยในปี 2566 เป็นต้นไป จะคำนวณเงินทุนสนับสนุนที่บริษัทได้จาก กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (TED Fund) จำนวน 100,000 บาท เบิกได้เป็นรอบแรกในปี 2566 จำนวน 70,000 บาท รอบสองในปี 2568 จำนวน 30,000 บาท สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) จำนวน 1,500,000 บาท เบิกได้เป็นรอบ รอบแรกในปี 2568 จำนวน 750,000 บาท รอบสองในปี 2569 จำนวน 750,000 บาท และ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) จำนวน 1,000,000 บาท เบิกได้เป็นรอบ รอบแรกในปี 2567 จำนวน 700,000 บาท รอบสองในปี 2568 จำนวน 300,000 แต่มีเงื่อนไขระบุว่า ใน 700,000 แลกกับหุ้น 5% ซึ่งจัดเป็นเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด อยู่ในหมวดสินทรัพย์หมุนเวียน คำนวณกรณีเงินทุนแลกกับหุ้น 5%

$$\text{สินทรัพย์} = \text{หนี้สิน} + \text{ทุนเรือนหุ้น (ส่วนของผู้ถือหุ้น)}$$

1. ทุนจดทะเบียน 2,000,000 บาท (2,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท)
2. ส่วนของผู้ถือหุ้นอื่น

- เงินทุนจำนวน 700,000 บาท

- ส่วนแบ่งเป็นหุ้น 5%

$$\text{จำนวนหุ้นที่ได้} = 2,000 \text{ หุ้น} \times 5\% = 100 \text{ หุ้น}$$

มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท

$$\text{มูลค่ารวม} = 100 \text{ หุ้น} \times 1,000 \text{ บาท} = 100,000 \text{ บาท}$$

ดังนั้น ในปี 2567 บริษัทจะบันทึกส่วนของผู้ถือหุ้นอื่นในงบดุลเป็นจำนวน 100,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ในส่วนของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดในหมวดสินทรัพย์หมุนเวียน (Current Asset) คือ เงินสดที่กิจการถืออยู่เพื่อใช้ในการดำเนินงานประจำวัน รวมไปถึงเงินฝากในธนาคารประเภทกระแสรายวันและออมทรัพย์ ในส่วนนี้จะคำนวณโดยนำเงินสดที่กิจการถืออยู่รวมกับเงินสนับสนุนที่ได้จากทุน ซึ่งถือเป็นเงินสดหมุนเวียนในกิจการ และเนื่องจากจำนวนเงินสดของกิจการที่พยากรณ์เป็นเพียงการประมาณการ เราจึงใช้ เปอร์เซ็นต์ % การเติบโตของรายได้ในหัวข้อ การประมาณการรายได้มาใช้ประมาณการเงินสดหมุนเวียนในกิจการ สามารถคำนวณได้ดังนี้

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด (ปีนี้) = (เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด (ปีก่อน) × อัตราการเติบโตของรายได้) + เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด(ปีก่อน) + เงินทุนสนับสนุน (ปีนี้)

ตัวอย่าง รายได้ในปี 2567 1,846,500.00 บาท เติบโตจากรายได้ในปี 2566 อยู่ที่ 511.14% บริษัทได้รับเงินสนับสนุนในปี 2567 รวมแล้วจำนวน 700,000.00 บาท เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดในปี 2567 คำนวณได้ดังนี้

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปี 2567 = (259,865.00 × 511.14%) + 259,865.00 + 700,000.00 = 2,288,127.76 บาท

ดังนั้น ปี 2567 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 2,288,127.76 บาท

ผลลัพธ์การคำนวณประมาณการเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ปี 2567-2571 แสดงในตารางที่ 4.10

3) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

เนื่องจากการทำงบดุลในปี 2567-2571 เป็นเพียงการประมาณการเบื้องต้น โดยในส่วนของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นจะถูกประมาณจาก ผลต่างระหว่างยอดรวมสินทรัพย์กับยอดรวมส่วนของผู้ถือหุ้น หักด้วยรายการภาษีเงินได้และภาษีค้างจ่าย เพื่อให้งบดุลสามารถสมดุลได้ ทั้งนี้การประมาณการดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับยอดรายได้ที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปีที่ได้ประมาณการไว้ เมื่อบริษัทมีรายได้จากการขายเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลให้ต้องมีการลงทุนเพิ่มเติมเพื่อรองรับปริมาณการขายที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น จึงทำให้ภาระหนี้สินจากเจ้าหนี้การค้าเจ้าหนี้อื่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากบริษัทจำเป็นต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนเพิ่มมากขึ้น ผลลัพธ์การคำนวณสมมุติฐานของงบดุล ปี 2567-2571 แสดงในตารางที่ 4.10 ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 ประมาณการงบดุล

ปี พ.ศ.	ปัจจุบัน			ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี			
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
สินทรัพย์ (Assets)							
สินทรัพย์หมุนเวียน (Current Asset)							
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	86,466.00	259,865.00	2,288,127.76	4,685,985.26	8,286,223.72	16,395,391.38	24,531,117.44
เงินให้กู้ยืมแก่บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน	1,907,010.00	1,907,010.00	1,907,010.00	1,907,010.00	1,907,010.00	1,907,010.00	1,907,010.00
<u>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน (Total Current Assets)</u>	<u>1,993,476.00</u>	<u>1,993,476.00</u>	<u>4,195,137.76</u>	<u>6,592,995.26</u>	<u>10,193,233.72</u>	<u>18,302,401.38</u>	<u>26,438,127.44</u>
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน (Not-Current Assets)							
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<u>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน (Total Not-Current Assets)</u>	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>
<u>รวมสินทรัพย์ (Total Assets)</u>	<u>1,993,476.00</u>	<u>2,166,875.00</u>	<u>4,195,137.76</u>	<u>6,592,995.26</u>	<u>10,193,233.72</u>	<u>18,302,401.38</u>	<u>26,438,127.44</u>

ตารางที่ 4.10 ประมาณการงบดุล (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ปัจจุบัน			ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี			
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
หนี้สิน (Liabilities)							
หนี้สินหมุนเวียน (Current Liabilities)							
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	26,000.00	994,114.80	2,622,347.07	5,426,442.52	8,762,680.98	15,783,426.64	22,385,856.20
ภาษีเงินได้และภาษีค้างจ่าย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	77,645.12	307,840.69
<u>รวมหนี้สินหมุนเวียน (Total Current Liabilities)</u>	<u>26,000.00</u>	<u>994,114.80</u>	<u>2,622,347.07</u>	<u>5,426,442.52</u>	<u>8,762,680.98</u>	<u>15,861,272.85</u>	<u>22,693,696.89</u>
หนี้สินไม่หมุนเวียน (Non – Current Liabilities)							
เงินกู้ยืมระยะยาว	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
หุ้นกู้ระยะยาว	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<u>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน (Total Non – Current Liabilities)</u>	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>
<u>รวมหนี้สิน (Total Liabilities)</u>	<u>26,000.00</u>	<u>994,114.80</u>	<u>2,622,347.07</u>	<u>5,426,442.52</u>	<u>8,762,680.98</u>	<u>15,861,272.85</u>	<u>22,693,696.89</u>

ตารางที่ 4.10 ประมาณการงบดุล (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ปัจจุบัน			ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี			
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
ส่วนของผู้ถือหุ้น (Shareholders' Equity)							
ทุนเรือนหุ้น (Paid-up Capital)							
ทุนจดทะเบียน (หุ้นสามัญ 2000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1000)	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-32,524.00	-827,239.81	-527,209.31	-833,447.26	-569,447.26	441,128.53	1,744,430.55
ส่วนของผู้ถือหุ้นอื่น	0.00	0.00	100,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<u>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น (Total Shareholders' Equity)</u>	<u>1,967,476.00</u>	<u>1,172,760.19</u>	<u>1,572,790.69</u>	<u>1,166,552.74</u>	<u>1,430,552.74</u>	<u>2,441,128.53</u>	<u>3,744,430.55</u>
<u>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (Total Liabilities And Shareholders' Equity)</u>	<u>1,993,476.00</u>	<u>2,166,875.00</u>	<u>4,195,137.76</u>	<u>6,592,995.26</u>	<u>10,193,233.72</u>	<u>18,302,401.38</u>	<u>26,438,127.44</u>

จากตารางที่ 4.10 จำนวนเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดในหมวดสินทรัพย์หมุนเวียน (Current Asset) ในปี 2567-2571 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการขยายตัวของรายได้ในแต่ละปี เมื่อบริษัทมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีเงินสดหมุนเวียนในกิจการเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ซึ่งการที่บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดในปริมาณที่สัมพันธ์กับการเติบโตของธุรกิจแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้น รวมถึงบริษัทมีสภาพคล่องทางการเงิน

ณ สิ้นปี 2571 บริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียนอยู่ที่ 26,438.12.44 บาท ซึ่งถือว่าบริษัทมีสภาพคล่องสูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับหนี้สินหมุนเวียน ในปี 2571 จำนวน 22,693,696.89 บาท นอกจากนี้ ตามการประมาณการของบริษัท ตั้งแต่ในปี 2565-2571 นั้นไม่ได้มีการกั้มเงินระยะยาวจากแหล่งเงินกู้ใดๆ ดังนั้น ยอดรวมหนี้สินในปี 2571 อยู่ที่ 22,693,696.89 บาท ซึ่งหมายถึงบริษัทมีสถานะทางการเงินที่มั่นคง สภาพคล่องสูงและมีภาระหนี้สินที่ไม่มาก บวกกับการที่ไม่มีหนี้สินเงินกู้ระยะยาว ทำให้บริษัทมีความคล่องตัวทางการเงินสูง สามารถนำเงินลงทุนไปลงทุนขยายกิจการหรือสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.2.3.2 สมมติฐานงบกำไรขาดทุน

1) อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล

อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล ประมาณการจากกำไรก่อนหักต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (EBIT) ของธุรกิจ โดยอัตราภาษีนิติบุคคลในปี 2566 เก็บภาษี 15% สำหรับกำไรสุทธิตั้งแต่ 300,000 บาทขึ้นไป และเก็บ 20% สำหรับกำไรสุทธิตั้งแต่ 3,000,000 บาทขึ้นไป กรณียกเว้นภาษีสำหรับ SMEs บริษัทที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 30 ล้านบาท จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับกำไรสุทธิไม่เกิน 300,000 บาท ส่วนผู้ประกอบการที่มีกำไรสุทธิเกิน 300,000 บาท แต่ไม่เกิน 3,000,000 บาท เสียภาษีอยู่ที่ 15% เกิน 3,000,000 บาทขึ้นไป เสีย 20% อ้างอิงข้อมูลจากกรมสรรพากรภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับผู้ประกอบการ SME อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล (ภ.ง.ค.51 , ภ.ง.ค.50)

2) ค่าเสื่อมราคาและค่าจัดจำหน่าย

กำหนดให้เงินลงทุนสำรอง (CAPEX) ในแต่ละปีอยู่ที่ 40,000.00 บาทต่อปี เพื่อเป็นการลงทุนเพื่อการเติบโตและรักษาสภาพสินทรัพย์ถาวรของบริษัท และให้มีค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ถาวรในอัตรา 8,000 บาทต่อปี โดยคำนวณจากระยะเวลาการใช้งานของสินทรัพย์ที่ 5 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ปี พ.ศ.	ปัจจุบัน		ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี				
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
Income Statement							
รายได้จากการขายและบริการ (Revenue)	137,598.00	302,142.39	1,846,500.00	2,910,000.00	4,680,000.00	9,260,000.00	13,855,000.00
ต้นทุนสินค้าขายและบริการ (COGS)	31,435.54	250,358.13	1,085,588.89	1,809,502.34	2,959,502.34	5,813,101.34	8,850,804.84
<u>กำไรขั้นต้น (Gross Profit)</u>	<u>106,162.46</u>	<u>51,784.26</u>	<u>760,911.11</u>	<u>1,100,497.66</u>	<u>1,720,497.66</u>	<u>3,446,898.66</u>	<u>5,004,195.16</u>
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Expense)							
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A)	56,596.04	374,533.98	434,005.08	659,005.08	875,005.08	839,005.08	839,005.08
ค่าซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน (Software & Application)	12,800.00	228,105.44	222,343.84	460,918.84	720,918.84	960,918.84	960,918.84
ค่าใช้จ่ายบริการเฉพาะด้าน (Professional Services)	0.00	46,021.00	46,021.00	46,021.00	46,021.00	300,000.00	324,000.00
ค่าใช้จ่ายในการทำตลาด (Marketing Expenses)	69,290.42	217,626.25	577,750.50	760,000.00	640,000.00	820,000.00	820,000.00
<u>รวมค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน (Total Operating Expenses)</u>	<u>138,686.46</u>	<u>866,286.67</u>	<u>1,280,120.42</u>	<u>1,925,944.92</u>	<u>2,281,944.92</u>	<u>2,919,923.92</u>	<u>2,943,923.92</u>

ตารางที่ 4.11 ประมาณการงบกำไรขาดทุน (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ปัจจุบัน			ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี			
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
Income Statement							
กำไรก่อนหักต้นทุนทางการเงิน,ภาษีเงินได้,ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	-32,524.00	-814,502.41	-519,209.31	-825,447.26	-561,447.26	526,974.74	2,060,271.24
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (Depreciation And Amortization)		12,737.40	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (EBIT)	-32,524.00	-827,239.81	-527,209.31	-833,447.26	-569,447.26	518,974.74	2,052,271.24
ประมาณการภาษีเงินได้ (Provision For Income Taxes)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	77,846.21	307,840.69
อัตราภาษีเงินได้ (Income Tax Rate)	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	15.00%	15.00%
กำไรสุทธิ (Net Profit)	-32,524.00	-827,239.81	-527,209.31	-833,447.26	-569,447.26	441,128.53	1,744,430.55

จากตารางที่ 4.11 ประมาณการงบกำไรขาดทุน เริ่มด้วยการคำนวณกำไรขั้นต้น (Gross Profit) ซึ่งจะนำรายได้จากการขายและบริการลบด้วยต้นทุนสินค้าขายและบริการ ก็จะได้กำไรขั้นต้นในแต่ละปีมาลบด้วยค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ค่าซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน ค่าใช้จ่ายบริการเฉพาะด้าน และค่าใช้จ่ายในการทำตลาด จะได้กำไรก่อนหักต้นทุนทางการเงิน, ภาษีเงินได้, ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) ในแต่ละปีออกมาโดยบ่งบอกถึงความสามารถในการทำกำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ต่อด้วยลบค่า ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ปีละ 8,000.00 บาท ตามปีที่ประมาณการ ผลลัพธ์ที่ได้คือกำไรก่อนหักต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (EBIT) และลบด้วยอัตราภาษีเงินได้ ตามประมาณการภาษีเงินได้ ซึ่งอยู่ที่ 15% ในปี 2570-2571 ผลลัพธ์ที่ได้คือกำไรสุทธิ (Net Profit) ในแต่ละปีที่ประมาณการ

เมื่อคำนวณกำไรสุทธิหักจากหัก ต้นทุนต่างๆรวมถึงภาษีเงินได้แล้ว จะเห็นได้ว่า แม้ว่าในปี 2568 บริษัทจะมีช่องทางรายได้เพิ่มขึ้นจากการทำโมบายแอปพลิเคชัน แต่ยังไม่สามารถทำให้กำไรสุทธิเป็นบวกได้ เนื่องจากการสร้างโมบายแอปพลิเคชัน มีต้นทุนเพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากการจ้างพนักงานเพื่อรองรับการทำงานในส่วนนี้ จากข้อมูลงบกำไรขาดทุนเห็นได้ว่ากำไรสุทธิติดลบตั้งแต่ปี 2565-2569 และกำไรสุทธิเป็นบวกในปี 2570 เป็นต้นไป ทำให้เห็นว่าการเพิ่มช่องทางรายได้ขึ้นมา ซึ่งช่องทางรายได้จากการโมบายแอปพลิเคชันไม่ต้องเสียต้นทุนค่าขนส่ง ค่าแพ็คเกจสินค้า และค่าดำเนินการต่างๆ กระแสรายได้ส่วนนี้ส่งผลให้บริษัทสามารถทำกำไรเป็นบวกได้ตั้งแต่ปี 2570 เป็นต้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ปี พ.ศ.	ปัจจุบัน		ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี				
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
Statement of Cash Flow							
รายได้จากการขายและบริการ (Revenue)		302,142.39	1,846,500.00	2,910,000.00	4,680,000.00	9,260,000.00	13,855,000.00
ต้นทุนสินค้าขายและบริการ (COGS)		250,358.13	1,085,588.89	1,809,502.34	2,959,502.34	5,813,101.34	8,850,804.84
กำไรขั้นต้น (Gross Profit)		<u>51,784.26</u>	<u>760,911.11</u>	<u>1,100,497.66</u>	<u>1,720,497.66</u>	<u>3,446,898.66</u>	<u>5,004,195.16</u>
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Expense)		866,286.67	1,280,120.42	1,925,944.92	2,281,944.92	2,919,923.92	2,943,923.92
กำไรก่อนหักต้นทุนทางการเงิน,ภาษีเงินได้,ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)		<u>-814,502.41</u>	<u>-519,209.31</u>	<u>-825,447.26</u>	<u>-561,447.26</u>	<u>526,974.74</u>	<u>2,060,271.24</u>
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (Depreciation And Amortization)		12,737.40	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (EBIT)		<u>-827,239.81</u>	<u>-527,209.31</u>	<u>-833,447.26</u>	<u>-569,447.26</u>	<u>518,974.74</u>	<u>2,052,271.24</u>
ประมาณการภาษีเงินได้ (Provision For Income Taxes)		0.00	0.00	0.00	0.00	77,846.21	307,840.69
อัตราภาษีเงินได้ (Income Tax Rate)		0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	15.00%	15.00%
เงินสดสุทธิที่ได้จากกิจกรรมดำเนินงาน (Cash Flow From Operations: CFO)		<u>-827,239.81</u>	<u>-527,209.31</u>	<u>-833,447.26</u>	<u>-569,447.26</u>	<u>441,128.53</u>	<u>1,744,430.55</u>

ตารางที่ 4.12 ประมาณการงบกระแสเงินสด (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ปัจจุบัน		ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี				
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
Statement of Cash Flow							
เงินสดรับ		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่าย สำหรับการซื้อสินทรัพย์ถาวรและการลงทุนเพิ่มเติม		0.00	-40,000.00	-40,000.00	-40,000.00	-40,000.00	-40,000.00
เงินสดสุทธิที่ได้มาจากกิจกรรมลงทุน (Cash Flow From Investing Activities : CFI)		0.00	-40,000.00	-40,000.00	-40,000.00	-40,000.00	-40,000.00
เงินสดรับจากเงินอุดหนุน/เงินสนับสนุน		70,000.00	700,000.00	1,080,000.00	750,000.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายเพื่อการจ่ายเงินปันผล		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดสุทธิที่ได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงิน (Cash Flow From Financing Activities: CFF)		70,000.00	700,000.00	1,080,000.00	750,000.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดเพิ่มขึ้น ลดลงสุทธิ (CF)		-757,239.81	132,790.69	206,552.74	140,552.74	401,128.53	1,704,430.55

จากตารางที่ 4.12 เป็นการนำข้อมูลจากงบกำไรขาดทุนมาคำนวณหากระแสเงินสดเข้าออกธุรกิจต่อซึ่งจะได้เงินสดสุทธิที่ได้จากกิจกรรมดำเนินงาน (Cash Flow From Operations) เงินสดสุทธิที่ได้มาจากกิจกรรมลงทุน (Cash Flow From Investing Activities) บริษัทจะมีเงินสดออกจำนวน 40,000.00 บาท ตั้งแต่ปี 2567-2571 และในส่วนของเงินสดสุทธิที่ได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงิน (Cash Flow From Financing Activities) จะมีเพียงเงินสดรับจากเงินอุดหนุน/เงินสนับสนุน ในปี 2566-2569 จากนั้นนำมาคำนวณจะได้ กระแสเงินสดเพิ่มขึ้น ลดลงสุทธิ (Cash Flow) ของธุรกิจ

จะเห็นได้ว่าเงินสดสุทธิที่ได้จากกิจกรรมดำเนินงาน ยังคงติดลบตั้งแต่ปี 2565-2569 ซึ่งในปี 2570-2571 มีค่าเป็นบวก หลังจากบริษัทได้เพิ่มช่องทางรายได้เข้ามาอย่างการทำโมบาย แอปพลิเคชัน แสดงให้เห็นว่าตั้งแต่ปี 2570-2571 บ่งบอกได้ว่าธุรกิจสามารถสร้างเงินเข้าได้มากกว่าจำนวนเงินที่จ่ายออกไป

ส่วนเงินสดสุทธิที่ได้มาจากกิจกรรมลงทุน บริษัทสำรองเงินลงทุนสำรอง (CAPEX) ในแต่ละปีอยู่ที่ 40,000.00 บาทต่อปี ตั้งแต่ปี 2567-2571 เพื่อเป็นการลงทุนเพื่อการเติบโตและรักษาสภาพสินทรัพย์ถาวรของบริษัท จึงทำให้ในปี 2567-2571 มีค่าติดลบเนื่องจ่ายมีเงินสดจ่ายเพื่อลงทุนในสินทรัพย์ถาวรของบริษัท

เงินสดสุทธิที่ได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงิน บันทึกลงเป็นเงินทุนสนับสนุนที่ได้มา โดยบันทึกในส่วนส่วนของเงินสดรับจากเงินอุดหนุน/เงินสนับสนุน ทำให้แต่ละปีมีเงินสดรับตามจำนวนเงินที่ได้จากทุนสนับสนุนดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 4.12

4.2.4 ประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด DCF

โดยจะคำนวณหากระแสเงินสดอิสระ มูลค่าปัจจุบันสุดท้ายและหามูลค่าปัจจุบัน ไว้ภายในตารางที่ 4.13 จากนั้นจึงคำนวณหามูลค่าธุรกิจ

4.2.4.1 การเปลี่ยนแปลงของเงินทุนหมุนเวียน (Change in Working Capital: CWC)

พิจารณาจาก การเปลี่ยนแปลงของเงินทุนหมุนเวียนใน 1 รอบบัญชี
คำนวณจากสูตร ดังนี้

$$\text{เงินทุนหมุนเวียน (WC)} = \text{สินทรัพย์หมุนเวียน} - \text{หนี้สินหมุนเวียน}$$

แทนค่าในสูตร เงินทุนหมุนเวียนในปี 2566 = 2,166,875.00 - 994,114.80 = 1,172,760.19

ดังนั้น เงินทุนหมุนเวียนในปี 2566 มีค่าเท่ากับ 1,172,760.19 บาท

แทนค่าในสูตร เงินทุนหมุนเวียนในปี 2567 = 4,195,137.76 - 2,622,347.07 = 1,572,790.69

ดังนั้น เงินทุนหมุนเวียนในปี 2567 มีค่าเท่ากับ 1,572,790.69 บาท

แทนค่าในสูตร เงินทุนหมุนเวียนในปี 2568 = 6,592,995.26 - 5,426,442.52 = 1,166,552.74

ดังนั้น เงินทุนหมุนเวียนในปี 2568 มีค่าเท่ากับ 1,166,552.74 บาท

แทนค่าในสูตร เงินทุนหมุนเวียนในปี 2569 = 10,193,233.72 - 8,762,680.98 = 1,430,552.74

เอกสารนี้เป็นเอกสารต้นฉบับที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการดำเนินงานของบริษัทฯ

ไม่ว่าการแทนค่าในสูตร เงินทุนหมุนเวียนในปี 2570 = 18,302,401.38 - 15,861,272.85 = 2,441,128.53

ดังนั้น เงินทุนหมุนเวียนในปี 2570 มีค่าเท่ากับ 2,441,128.53 บาท

แทนค่าในสูตร เงินทุนหมุนเวียนในปี 2571 = 26,438,127.44 - 22,693,696.89 = 3,744,430.55 ดังนั้น เงินทุนหมุนเวียนในปี 2571 มีค่าเท่ากับ 3,744,430.55 บาท

การเปลี่ยนแปลงของเงินทุนหมุนเวียน (CWC) = WC ปีนี้ - WC ปีก่อนหน้า

แทนค่าในสูตร การเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนปี 2567

$$1,572,790.69 - 1,172,760.19 = 400,030.50$$

ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนปี 2567 มีค่าเท่ากับ 400,030.50 บาท

แทนค่าในสูตร การเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนปี 2568

$$1,166,552.74 - 1,572,790.69 = -406,237.95$$

ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนปี 2568 มีค่าเท่ากับ -406,237.95 บาท

แทนค่าในสูตร การเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนปี 2569

$$1,430,552.74 - 1,166,552.74 = 264,000.00$$

ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนปี 2569 มีค่าเท่ากับ 264,000.00 บาท

แทนค่าในสูตร การเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนปี 2570

$$2,441,128.53 - 1,430,552.74 = 1,010,575.79$$

ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนปี 2570 มีค่าเท่ากับ 1,010,575.79 บาท

แทนค่าในสูตร การเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนปี 2571

$$3,744,430.55 - 2,441,128.53 = 1,303,302.03$$

ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงเงินทุนหมุนเวียนปี 2571 มีค่าเท่ากับ 1,303,302.03 บาท

4.2.4.2 เงินลงทุนสำรองสำหรับการบำรุงรักษาอุปกรณ์และสถานที่ (Capital-Expenditures: CAPEX)

ซึ่งเป็นเงินสำรองในการซื้ออุปกรณ์ต่างๆ ใช้สำหรับธุรกิจเสื้อผ้า ผู้วิจัยกำหนดให้มีเงินสำรองไว้สำหรับการจัดซื้ออุปกรณ์และปรับปรุงสถานที่ โดยตั้งไว้ที่ 40,000 บาทต่อปี ซึ่งเป็นการลงทุนเพื่อการเติบโตและรักษาสภาพของสินทรัพย์ถาวรของบริษัท โดยที่เงินลงทุนสำรองทั่วไปอยู่ที่ประมาณ 2-5% ของรายได้รวมต่อปี ซึ่งในกรณีนี้ ประมาณการรายได้ไว้ที่ 2,000,000 บาทต่อปี จึงกำหนดสัดส่วนเงินลงทุนสำรองไว้ที่ 2% ของรายได้ หรือเป็นจำนวน 40,000 บาทต่อปี

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังกำหนดให้มีค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ถาวรในอัตรา 8,000 บาทต่อปี โดยคำนวณจากระยะเวลาการใช้งานของสินทรัพย์ที่ 5 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.4.3 อัตราคิดลด (Discount Rate)

คำนวณอัตราคิดลดโดยใช้วิธีต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital: WACC) ซึ่งจะใช้ข้อมูลจากงบดุลในปี 2565 คำนวณได้จากสูตร

$$WACC = W_d K_d (1-T) + W_e K_e$$

สัดส่วนเจ้าหนี้ W_d คำนวณจาก หนี้สินมีดอกเบี้ย / (ส่วนของผู้ถือหุ้น + หนี้สินที่มีดอกเบี้ย)

$$\text{มีค่าเท่ากับ } W_d = \frac{26,000.00}{(1,967,476.00 + 26,000.00)} = 0.013$$

สัดส่วนของผู้ถือหุ้น W_e คำนวณจาก ส่วนของผู้ถือหุ้น / (ส่วนของผู้ถือหุ้น + หนี้สินที่มีดอกเบี้ย)

$$\text{มีค่าเท่ากับ } W_e = \frac{1,967,476.00}{(1,967,476.00 + 26,000.00)} = 0.987$$

ต้นทุนเงินลงทุนของเจ้าหนี้ K_d ซึ่งเป็น ต้นทุนที่บริษัทจะต้องจ่ายให้กับเจ้าหนี้ในการกู้ยืมเงิน ตามจำนวนเงินที่กู้สุทธิตามใช้ในกิจการ โดยคำนวณจากสูตร

$$K_d = K(1-T)$$

โดยกำหนดให้ K_d = ต้นทุนของหนี้สินหลังภาษี
 K = ต้นทุนของหนี้สินก่อนภาษี
 T = อัตราภาษี
 I = ดอกเบี้ยจ่ายต่องวด
 P = จำนวนเงินสุทธิที่ได้จากการกู้

คำนวณหาต้นทุนของหนี้สินหลังภาษี ได้จากสูตร ดังนี้

$$K = \frac{I}{P}$$

แต่เนื่องจากในปี 2565 บริษัทไม่ได้มีการกู้ยืมเงิน มีเพียงเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นจำนวน 26,000.00 บาท ยังถือว่าต้นทุนเงินลงทุนของเจ้าหนี้ แม้จะไม่ได้มีการกู้ยืมเงินในรูปแบบของเงินกู้ แต่การที่บริษัทได้รับเครดิตจากการค้า (Trade Credit) จากเจ้าหนี้ก็ถือเป็น การกู้ยืมเงินในลักษณะหนึ่ง ซึ่งบริษัทจะต้องจ่ายดอกเบี้ยหรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ ให้แก่เจ้าหนี้เพื่อรักษาระยะเวลาการเอกลำหนี้ที่ ได้รับ คำนวณได้ ดังนี้ ใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตราดอกเบี้ยที่เจ้าหน้าที่การค้าเรียกเก็บ อยู่ที่ 10% ต่อปี อัตราดอกเบี้ย 30% ต่อปี

$$I = 26,000.00 \times 10\% \times 1 = 26,000.00$$

$$P = 26,000.00$$

$$K = \frac{2,600.00}{26,000.00} = 0.1$$

หาต้นทุนเงินลงทุนของเจ้าหน้าที่ K_d

$$\begin{aligned} K_d &= K(1-T) \\ &= 0.1 \times (1-0.03) \\ &= 0.097 \end{aligned}$$

ต้นทุนเงินลงทุนของผู้ถือหุ้น K_e คำนวณจากสูตร CAPM

$$K_e = R_f + \beta(R_m - R_f)$$

โดยให้ อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่ไม่มีความเสี่ยง R_f (Risk Free Rate) มีค่าเท่ากับ 2.48% ซึ่งเป็นอัตราผลตอบแทนพันธบัตรอายุ 5 ปี

ในส่วนของ $\beta(R_m - R_f)$ (Risk Premium) มีค่าเท่ากับ 2.47% ซึ่งเป็นค่าชดเชยความเสี่ยงตลาด หรือก็คือส่วนเพิ่มของผลตอบแทนเพื่อชดเชยความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น (ศัพท์การลงทุนธนาคารกรุงศรี, 2564) อ้างอิงข้อมูลจาก Thailand from The World Bank Open Data ใช้ข้อมูลปี 2565 คำนวณต้นทุนเงินลงทุนของผู้ถือหุ้น K_e

$$K_e = 2.48\% + 2.47\% = 4.95\%$$

อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล T กำหนดไว้ที่ 20% ซึ่งเป็นอัตราภาษีที่บริษัทหรือนิติบุคคลจะต้องจ่ายให้กับรัฐบาลจากกำไรสุทธิประจำปี

คำนวณต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (WACC) ดังนี้

$$\begin{aligned} WACC &= 0.013 \times 0.097 \times (1-20\%) + (4.76\%) \\ &= 0.048 \\ &= 0.0486 \times 100\% \\ &= 4.86\% \end{aligned}$$

ดังนั้น อัตราการคิดลดโดยใช้วิธีต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก มีค่าเท่ากับ 4.86 %

4.2.4.4 อัตราการเติบโตของธุรกิจ (Terminal Growth Rate)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น มิใช่ข้อมูลให้คำแนะนำหรือประเมินมูลค่าหลักทรัพย์
ใช้ข้อมูล GDP แห่งประเทศไทย ในปี 2565 ไตรมาส 4/65 ขยายตัว 1.40% (YoY) อ้างอิงข้อมูลจากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ยังต้องมีเหตุสนับสนุนให้เชื่อ และต้องพึ่งข้อมูลเชิงลึกของเอกสารที่ผู้ทรงคุณวุฒิที่มิอาจนำไปได้

4.2.4.5 มูลค่าปัจจุบันสุดท้าย (Terminal Value)

$$\begin{aligned}
 \text{มูลค่าปัจจุบันสุดท้าย} &= \frac{\text{ประมาณการรายได้ปีสุดท้าย} \times (1 + \text{Terminal Growth Rate})}{(\text{Discount Rate} - \text{Terminal Growth Rate})} \\
 &= \frac{13,855,000.00 \times (1 + 1.40\%)}{4.86\% - 1.40\%} \\
 &= 406,039,595.40
 \end{aligned}$$

4.2.4.6 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

ใช้ข้อมูลกระแสเงินสด (Cash Flow) จากตารางที่ 4.11 ในการคำนวณตาม

สูตร ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{NPV} &= \text{CF}_0 + \frac{\text{CF}_1}{(1+r)^1} + \frac{\text{CF}_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\text{CF}_n}{(1+r)^n} \\
 &= -757,239.81 + \frac{132,790.69}{(1+4.86\%)^1} + \frac{206,552.74}{(1+4.86\%)^2} + \\
 &\quad \frac{140,552.74}{(1+4.86\%)^3} + \frac{401,128.53}{(1+4.86\%)^4} + \frac{1,704,430.55}{(1+4.86\%)^5} \\
 &= 1,355,253.39
 \end{aligned}$$

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ มีค่าเท่ากับ 1,355,253.39 ซึ่งมีค่าเป็นบวก จากเกณฑ์การประเมิน แสดงว่าการลงทุนมีความคุ้มค่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 ประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด DCF

ปี พ.ศ.	ปัจจุบัน		ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี				
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
รายได้จากการขายและบริการ (Revenue)		302,142.39	1,846,500.00	2,910,000.00	4,680,000.00	9,260,000.00	13,855,000.00
อัตราการเติบโตของรายได้เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า (Revenue Growth yoy%)			511.14%	57.60%	60.82%	97.86%	49.62%
ต้นทุนสินค้าขายและบริการ (COGS)		250,358.13	1,085,588.89	1,809,502.34	2,959,502.34	5,813,101.34	8,850,804.84
อัตราส่วนของต้นทุนขายสินค้าหรือบริการต่อยอดขาย (% COGS To Sales)			58.79%	63.11%	64.58%	63.95%	64.14%
กำไรขั้นต้น (Gross Profit)		<u>51,784.26</u>	<u>760,911.11</u>	<u>1,100,497.66</u>	<u>1,720,497.66</u>	<u>3,446,898.66</u>	<u>5,004,195.16</u>
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Expense)		866,286.67	1,280,120.42	1,925,944.92	2,281,944.92	2,919,923.92	2,943,923.92
กำไรก่อนหักต้นทุนทางการเงิน,ภาษีเงินได้,ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)		<u>-814,502.41</u>	<u>-519,209.31</u>	<u>-825,447.26</u>	<u>-561,447.26</u>	<u>526,974.74</u>	<u>2,060,271.24</u>
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (Depreciation And Amortization)		12,737.40	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ (EBIT)		<u>-827,239.81</u>	<u>-527,209.31</u>	<u>-833,447.26</u>	<u>-569,447.26</u>	<u>518,974.74</u>	<u>2,052,271.24</u>

ตารางที่ 4.13 ประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด DCF (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ปัจจุบัน		ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี				
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
อัตราการเติบโตของกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า (EBIT Growth yoy%)			-36.27%	58.09%	-31.68%	-191.14%	295.45%
ประมาณการภาษีเงินได้ (Provision For Income Taxes)		0.00	0.00	0.00	0.00	77,846.21	307,840.69
อัตราภาษีเงินได้ (Income Tax Rate)		0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	15.00%	15.00%
กำไรสุทธิ (Net Profit)		-827,239.81	-527,209.31	-833,447.26	-569,447.26	441,128.53	1,744,430.55
เงินทุนหมุนเวียน (Working Capital: WC)		1,172,760.19	1,572,790.69	1,166,552.74	1,430,552.74	2,441,128.53	3,744,430.55
การเปลี่ยนแปลงของเงินทุนหมุนเวียน (Change In Working Capital: CWC)			400,030.50	-406,237.95	264,000.00	1,010,575.79	1,303,302.03
เงินลงทุนสำหรับการบำรุงรักษาอุปกรณ์และสถานที่ (Capital- Expenditures: CAPEX)			40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
กระแสเงินสดอิสระ (Free Cash Flow: FCF)			-967,239.81	-467,209.31	-873,447.26	-609,447.26	401,128.53

ตารางที่ 4.13 ประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด DCF (ต่อ)

ปี พ.ศ.	ปัจจุบัน		ประมาณการล่วงหน้า 5 ปี				
	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571
ปีที่		0	1	2	3	4	5
อัตราการเติบโตของธุรกิจ (Terminal Growth Rate)		1.40%					
อัตราคิดลด (Discount Rate)		4.86%					
มูลค่าปัจจุบันสุดท้าย Terminal Value		405,936,351.45					
มูลค่าปัจจุบัน (Present Value: PV)			-922,402.91	-424,897.81	-757,523.64	-504,059.89	316,385.13
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)		1,355,253.39					
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)		36%					
มูลค่าปัจจุบันธุรกิจ (Current Valuation)		317,966,171.25					

จากตารางที่ 4.13 ก่อนประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด DCF จะนำข้อมูลรายได้จากการขายและบริการที่ได้คำนวณมาแล้วจากขั้นตอนการประมาณการรายได้ จนถึงข้อมูลกำไรสุทธิ (Net Profit) จากขั้นตอนประมาณการงบกำไรขาดทุน มาลบด้วยการเปลี่ยนแปลงของเงินทุนหมุนเวียน (Change In Working Capital: CWC), เงินลงทุนสำรองสำหรับการบำรุงรักษาอุปกรณ์และสถานที่ (Capital- Expenditures: CAPEX) ผลลัพธ์ที่ได้คือ กระแสเงินสดอิสระ (Free Cash Flow: FCF) ในแต่ละปี จากนั้นนำอัตราการเติบโตของธุรกิจ (Terminal Growth Rate) และอัตราคิดลด (Discount Rate) มาคำนวณเพื่อหามูลค่าปัจจุบันสุดท้าย (Terminal Value) ผลลัพธ์ที่ได้ 405,936,351.45 บาท ในส่วนของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) จะใช้ข้อมูลกระแสเงินสดสุทธิที่ได้จากการประมาณการกระแสเงินสดในแต่ละปี และลดทอนด้วยอัตราคิดลด จะได้ผลลัพธ์ของมูลค่าปัจจุบันสุทธิอยู่ที่ 1,355,253.39 บาท จากนั้นนำข้อมูลกระแสเงินสดอิสระในแต่ละปีรวมไปจนถึงมูลค่าปัจจุบันสุดท้ายของปีสุดท้าย และลดทอนด้วยอัตราคิดลด จะได้มูลค่าปัจจุบันธุรกิจ (Current Valuation) อยู่ที่ 317,966,171.25 บาท

เมื่อคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ มีค่าเท่ากับ 1,355,253.39 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงว่าโมเดลธุรกิจนี้มีความคุ้มค่าในการลงทุน การลงทุนกับแผนธุรกิจนี้จะทำให้เพิ่มมูลค่าให้แก่กิจการ เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิมีมูลค่ามากกว่าเงินลงทุนในเริ่มแรก

อัตราผลตอบแทนภายใน มีค่าเท่ากับ 36% ซึ่งมากกว่าอัตราการคิดลด บ่งชี้ว่าโมเดลธุรกิจนี้มีความคุ้มค่า เนื่องจากให้ผลตอบแทนสุทธิสูงกว่าต้นทุนเงินทุน แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและการวางแผนทางการเงินของบริษัท

มูลค่าปัจจุบันธุรกิจ มีค่า 317,966,171.25 บาท ซึ่งเป็นค่าประเมินมูลค่าธุรกิจจากผลดำเนินงานที่ได้ประมาณการไว้ 5 ปี

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

บริษัทสตาร์ทอัพเป็นบริษัทที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง เนื่องจากสตาร์ทอัพขับเคลื่อนโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการแก้ปัญหา พัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ และสร้างโอกาสทางธุรกิจรูปแบบใหม่ไม่ว่าจะเป็นการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อสร้างรูปแบบธุรกิจใหม่ในสาขาการเงิน การค้าปลีก การขนส่ง การศึกษา การท่องเที่ยว และอื่นๆ อีกมากมาย ในการจะพาธุรกิจเติบโตขึ้นไปได้อีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญเป็นอย่างมากสำหรับธุรกิจก็คือเงินทุน บริษัทสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ที่ล้มเหลวหรือไม่ได้ไปต่อก็เป็นเพราะยังขาดเงินทุนเพื่อจะมาพัฒนาธุรกิจ เพราะการใช้เทคโนโลยีถึงแม้จะช่วยลดกำลังคนในการดำเนินธุรกิจแต่ยังมีต้นทุนที่ต้องจ่ายไม่ว่าจะเป็นค่าซอฟต์แวร์ ค่าบำรุงรักษา ค่าพัฒนาและปรับปรุงระบบหรือค่าโปรโมชั่นที่ต้องใช้เพื่อเข้าถึงตลาดใหม่ๆ นอกจากนี้ บริษัทสตาร์ทอัพยังต้องมีเงินทุนเพียงพอสำหรับการทำการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประจำวัน ดังนั้น การระดมทุนจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเติบโตของบริษัทสตาร์ทอัพ ไม่ว่าจะเป็นการระดมทุนจากนักลงทุนเอกชน บริษัทร่วมลงทุน หรือกองทุนต่างๆ การมีเงินทุนเพียงพอจะช่วยให้บริษัทสามารถลงทุนในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการของตน รวมถึงขยายธุรกิจไปยังตลาดใหม่ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มโอกาสในการเติบโตและประสบความสำเร็จในระยะยาว ทั้งนี้ผู้วิจัย เห็นว่า การประเมินมูลค่าธุรกิจ จึงจำเป็นอย่างมากเพื่อที่จะได้เตรียมความพร้อมด้านการระดมทุน และการบริหารจัดการภายในองค์กร เนื่องจากสตาร์ทอัพระดมทุนเป็นรอบๆ และมูลค่าธุรกิจแต่ละรอบเป็นตัวกำหนดผลตอบแทนของนักลงทุน การมีแบบจำลองทางการเงินที่สมเหตุสมผลทั้งด้านการประมาณรายได้ รายจ่าย และงบการเงินจะช่วยให้การประเมินมูลค่าธุรกิจมีความน่าเชื่อถือและแม่นยำมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การระดมทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถแสดงแผนธุรกิจและประมาณการทางการเงินที่น่าเชื่อถือต่อนักลงทุน ทำให้มีโอกาสระดมทุนได้ในราคาที่เหมาะสม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการประเมินมูลค่าธุรกิจด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow: DCF) เนื่องจากมีความเหมาะสมกับลักษณะธุรกิจของบริษัทกรณีศึกษา ซึ่งเป็นธุรกิจค้าปลีกจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยมีรายได้หลักมาจากการขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งมีลักษณะเป็นกระแสรายรับและรายจ่ายที่ไหลเข้าและออกอย่างต่อเนื่อง และเป็นวิธีการประเมินมูลค่าธุรกิจที่คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยนำกระแสเงินสดสุทธิมาคิดลดด้วยอัตราคิดลดที่เหมาะสม ซึ่งสะท้อนถึงต้นทุนเงินทุนและความเสี่ยงของธุรกิจ จากนั้นจึงนำกระแสเงินสดสุทธิที่คิดลดแล้วมารวมเพื่อหามูลค่าธุรกิจ วิธีนี้จึงเหมาะสมกับธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ที่มีกระแสรายรับและค่าใช้จ่ายที่ต่อเนื่อง ซึ่งจากการประเมินมูลค่าธุรกิจของบริษัทกรณีศึกษาด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสดโดยผู้วิจัยได้นำกระแสเงินสดสุทธิที่คาดการณ์ไว้มาคิดลดด้วยอัตราต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนที่เหมาะสม

พบว่ามูลค่าธุรกิจของบริษัทกรณีศึกษามีมูลค่าเท่ากับ 317,966,171.25 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) มีค่าเท่ากับ 36% สูงกว่าอัตราคิดลดที่เหมาะสม แสดงว่า การลงทุนให้ผลที่คุ้มค่าแก่การลงทุน และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นประโยชน์ประการใด
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Value: NPV) มีค่าเท่ากับ 1,355,253.39 ซึ่งมีค่าเป็นบวก จากเกณฑ์การประเมินแสดงว่าการลงทุนมีความคุ้มค่า

ทั้งนี้ สมมุติฐานที่ใช้ในการประเมินมูลค่าธุรกิจในครั้งนี้จึงเป็นเพียงการประเมินตามสถานการณ์ปัจจุบันเท่านั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญเกิดขึ้นกับปัจจัยต่างๆ ที่ใช้ในการประมาณการ อาจมีความจำเป็นต้องทำการประเมินมูลค่าธุรกิจใหม่ เพื่อให้ได้มูลค่าที่สะท้อนสภาพความเป็นจริงและสถานการณ์ปัจจุบันอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการตัดสินใจด้านการเงินและการบริหารจัดการที่เหมาะสมต่อไป

5.2 ข้อเสนอแนะ

1) จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจโดยใช้แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC) ที่อิงตามโมเดลธุรกิจสตาร์ทอัพ ทำให้ได้ผลลัพธ์และองค์ประกอบต่างๆ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจตามที่ได้นำเสนอไปแล้ว อย่างไรก็ตาม โมเดลธุรกิจนั้นไม่ใช่สิ่งที่ตายตัว แต่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ดังนั้น ผู้ประกอบการควรศึกษาและติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ได้แก่ สถานะเศรษฐกิจ เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น แนวโน้มและความนิยมของผู้บริโภค รวมถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์และปรับปรุงโมเดลธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และโมเดลธุรกิจอย่างเหมาะสม จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาและสร้างช่องทางรายได้ใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากช่องทางรายได้เดิมของธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มโอกาสในการเติบโตและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ รวมถึงตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุดมากยิ่งขึ้น

2) จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน พบว่าสมมุติฐานที่ใช้ในการประเมินมูลค่าธุรกิจนั้นเป็นการประเมินตามสถานการณ์ปัจจุบันเท่านั้น อย่างไรก็ตาม สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา, ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP), อัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาล รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อประมาณการทางการเงินของบริษัท

ดังนั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญเกิดขึ้นกับปัจจัยต่างๆ ข้างต้น ผู้ประกอบการอาจมีความจำเป็นต้องทำการประเมินมูลค่าธุรกิจใหม่ เพื่อให้ได้มูลค่าที่สะท้อนสภาพความเป็นจริงและสถานการณ์ปัจจุบันอย่างแท้จริง ซึ่งจะช่วยให้การตัดสินใจด้านการเงินและการบริหารจัดการมีความเหมาะสมและถูกต้องมากยิ่งขึ้น

ผู้ประกอบการควรทำการประเมินมูลค่าธุรกิจเป็นประจำอย่างน้อยปีละครั้ง โดยใช้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันในการประมาณการทางการเงิน เพื่อให้การประเมินมูลค่ามีความทันสมัยและสะท้อนสถานการณ์จริงมากที่สุด นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังควรติดตามและศึกษาข้อมูลทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อประมาณการทางการเงินของบริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

- กชกร เกลิมกาญจนา. 2552. **การบัญชีบริหาร**. มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์. หน้า 120-312.
- กนกวรรณ พงศ์ชัยประสิทธิ์. 2556. **การวิเคราะห์งบการเงินของบริษัทจำกัด อินเทอร์เน็ตในชั้นแนลจำกัด (มหาชน)**. มหาวิทยาลัยเกริก. หน้า 1-10.
- กิตติมา วัฒนาผาสุกกุล. 2552. **การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานและการประเมินมูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์ กรณีศึกษา กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร**. คณะเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. สถาบันบัณฑิตบริหารศาสตร์. หน้า 1-3.
- กิตติชัย ชิตตระกูล. 2560. **การออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้เทคนิค Business Model Canvas (BMC) ร่วมกับ Quality Function Deployment (QFD) กรณีศึกษา: การออกแบบชุดเก็บเครื่องกรองฟันทันเคลื่อนที่**. คณะวิศวกรรมอุตสาหกรรม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. หน้า 8-9.
- จินดา ชันทอง. 2540. **การวิเคราะห์งบการเงิน กรุงเทพฯ**. ภาควิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. หน้า 1-4.
- จาริณี เซวาน์ศิลป์. 2545. **ข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล และสมมติฐานการวิจัย**. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. หน้า 146-150.
- ชัชวาล เต็มศรี. 2561. **การประเมินมูลค่ากิจการ: กรณีศึกษา บริษัท แมนดาริน โฮเต็ล จำกัด (มหาชน)**. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 1-8.
- เชี่ยวชาญ ศรีชัยยา. 2567. **ธุรกิจผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย**. [Online]. Available: <https://www.lhbank.co.th/getattachment/9862b028>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 ก.พ. 2567
- ฐิติมา สิทธิพงษ์พานิช. 2557. **เทคนิคการจัดการการเงินด้วย Excel Financial management-techniques in Excel**. หน้า 67-180.
- ณฤทธิ วรพงษ์ดี. 2562. **Set Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ**. [Online]. Available: https://research.kpru.ac.th/startupkpru/form/startup_business.pdf. เข้าถึงเมื่อวันที่ 30 ธ.ค. 2566.
- ณัฐชานนท์ โกมุกทฤณพงศ์ และธัญลักษณ์ วิจิตรสารวงค์. 2564. **การบัญชีเบื้องต้น พิมพ์ครั้งที่3**. หน้า 29-30.
- ดวงเนตร วงศ์วัฒน์. 2562. **ความสัมพันธ์ของการวางแผนภาษีและกำไรทางบัญชีที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET100. บัญชีมหาบัณฑิต**. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. หน้า 1-10.
- ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จินดา. 2562. **STARTUP FUNDRAISING โลกการระดมทุนสตาร์ทอัพ**. [Online]. Available: <https://media.set.or.th/set/Documents/2022/Jul/2.pdf>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 14 ธ.ค. 2566.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จินดา. 2564. การประเมินมูลค่าสตาร์ทอัพ ด้วยวิธีคิดลดกระแสเงินสด (DCF). [Online]. Available: <https://www.live-platforms.com/th/education/article/163-startup-valuation-discounted-cash-flow/>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 4 ม.ค. 2567.
- ธนรรภรณ์ เศรษฐ์จินดา. 2565. SET Your Startup Business Guide : การประเมินมูลค่าธุรกิจสตาร์ทอัพ. [Online]. Available: <https://www.maruey.com/book-detail/2226>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 2 ธ.ค. 2566.
- นันทพงษ์ นิรมลนุรักษ์. 2564. การประเมินรูปแบบธุรกิจสับเปลี่ยนแบตเตอรี่สำหรับจักรยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย. คณะเทคโนโลยีและการจัดการพลังงาน. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 17-20.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2535. การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ. [Online]. Available: https://ismbas.blogspot.com/2010/09/blog-post_14.html. เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 ม.ค. 2567.
- ปิยารมย์ ปิยะไทยเสรี. 2561. Angel Investor vs. Venture Capitalist ใครคือคนที่ใช่สำหรับ Startup. [Online]. Available: <https://www.live-platforms.com/th/education/article/3-angel-vs-vc-for-startup/>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 11 ม.ค. 2567
- เพชร ชุมทรัพย์. 2542. การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินของธุรกิจผจญภัย. คณะบริหารธุรกิจ. ไซปูลย์ ผจงวงศ์. 2549. การบัญชีเพื่อการจัดการ Account for management. หน้า 32-114.
- พูลศรี พูลสวัสดิ์. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - COMMERCE) มาใช้กับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศรีพระทุม. หน้า 1-13.
- เรื่องโรจน์ พูนผล. 2557. นวัตกรรมเปลี่ยนโลก ยุคทอง “สตาร์ทอัพ” จิวแต่แจ่ว!. [Online]. Available: https://www.tcg.or.th/article_inside.php?article_id=85. เข้าถึงเมื่อวันที่ 11 ม.ค. 2567.
- สุธี พนาวรร และอภิชาติ สิริผาติ. 2547. คู่มือในการจัดตั้งบริหารธุรกิจขนาดเล็กและร้านค้าของคุณ. หน้า 56-90.
- สุรกิจ คำวงศ์ปิ่น. 2559. การวิเคราะห์รายงานทางการเงิน: แนวทางและกรณีศึกษา. หน้า 16-465.
- Evan, Loomis และพชร อยู่สวัสดิ์. 2560. Get backed ระดมทุนร้อยล้าน สร้างฝันสตาร์ทอัพ. หน้า 145-256.
- สถาบันวิจัยเศรษฐกิจ. 2564. การวัดอัตราคิดลดโดยทดลองภาคสนามทางเศรษฐศาสตร์. [Online]. Available: <https://www.pier.or.th/abridged/2021/01/>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 4 ม.ค. 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารอ้างอิง ไม่สามารถนำเนื้อหาไปใช้

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2565. **เศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สี่ ทั้งปี 2565 และ แนวโน้มปี 2566**. [Online]. Available: https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=13581. เข้าถึงเมื่อวันที่ 19 เม.ย. 2567.
- สุรัตน์ สิริตันชัย. 2566. **EXCEL สำหรับงานบัญชี (EXCEL FOR ACCOUNTING)**. หน้า 23-270.
- ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน. 2560. **หลักสูตร การประเมินมูลค่าหุ้นสำหรับ IR**. [Online]. Available: <https://setsustainability.com/download/8sz2vpxfde7hyn5>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 2 ม.ค. -2567
- ศักดิ์สิทธิ์ ศุขสุเมฆ. 2562. **สร้างแบบจำลองทางการเงิน (Financial Modelling) ด้วยโปรแกรม Excel**. หน้า 10-320.
- ศศิขานันท์ ปานแก้ว. 2562. **การประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาที่แท้จริงกับราคาตลาดของหลักทรัพย์ในดัชนี SET50**. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. หน้า 8-9.
- Bahiti. 2008. **SMEs are a Driver of Economic Growth and Innovation**. [Online]. Available: https://www.researchgate.net/figure/SMEs-are-a-Driver-of-Economic-Growth-Innovation_fig1_235701929. เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 ธ.ค. 2566.
- Chalathip. 2566. **ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นมือสองกำลังมาแรงทั่วโลก ในไทยมูลค่าตลาด 1,800 ล้านบาท**. [Online]. Available: <https://workpointtoday.com/resale-fashion-trending/>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 ก.พ. 2567.
- DealHub Experts. 2023. **Revenue Projection**. [Online]. Available: <https://dealhub.io/glossary/revenue-projection/>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ม.ค. 2567.
- Hardik Shah. 2016. **The 7 Stages of the Startup Life Cycle**. [Online]. Available: <https://www.linkedin.com/pulse/7-stages-startup-life-cycle-hardik-shah-csm->. เข้าถึงเมื่อวันที่ 11 ม.ค. 2567.
- Jamie Pride. 2020. **The dark side of startups**. [Online]. Available: https://www.linkedin.com/pulse/dark-side-startups-smh-mark-gering-ca?trk=public_profile_article_view. เข้าถึงเมื่อวันที่ 30 ธ.ค. 2566.
- James Reinhart. 2023. **ThredUp Resale Report 2023**. [Online]. Available: https://cf-assets-tup.thredup.com/resale_report/2023thredUP_2023_Resale_Report_FINAL.pdf. เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 ก.พ. 2567.
- KTC Knowledge. 2564. **5 ธุรกิจ Startup ที่น่าสนใจ 2023 เหมาะกับคนรุ่นใหม่**. [Online]. Available: <https://www.ktc.co.th/article/knowledge/interesting-startup-businesses-2021>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 19 เม.ษ 2567.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Krung Sri Guru. 2565. **Startup จับให้ถูกทาง สร้างรายได้ 100 ล้านแบบง่าย ๆ**. [Online]. Available: <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/startup-a-road-to-100-million>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 30 ธ.ค. 2566.
- Nanda & Rhodes-Kropf. 2013. **Creative innovation of startup businesses in Thailand 4.0 era**. [Online]. Available: https://www.jois.eu/files/18_734_Potjana-jaruwit_.pdf. เข้าถึงเมื่อวันที่ 30 ธ.ค. 2566
- NPRU. 2566. **การวางแผนทางการเงิน**. [Online]. Available: <http://courseware.npru.ac.th/admin/files/>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 2 ม.ค. 2567.
- Planful. 2015. **Financial Forecasting vs. Projections**. [Online]. Available: <https://planful.com/blog/forecasting-vs-projections/>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ม.ค. 2567.
- Pimnara Hirankasi. 2565. **Social Commerce คลื่นลูกใหม่ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**. วิจัยกรุงศรี [Online]. Available: <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/social-commerce-21> เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 ธ.ค. 2566.
- Sasin Management Consulting. 2559. **Startup โมเดลธุรกิจยุคใหม่**. [Online]. Available: <http://theses.psru.ac.th/libirpsru/sites/default/files/site/default/research/15K2562.pdf>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 ธ.ค. 2566.
- ThaiPFA. 2564. **มูลค่าเงินตามเวลา TIME VALUE OF MONEY**. [Online]. Available: <https://thaipfa.co.th/news/view/143>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 4 ม.ค. 2567.
- Trading View. 2024. **Bond Market - Government and Treasury Bonds (Thailand 5 Year Government Bond Yield)**. [Online]. Available: <https://www.tradingview.com/markets/bonds/prices-asia/>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 19 เม.ย. 2567.
- The World Bank Open Data. 2022. **Risk premium on lending (lending rate minus treasury bil rate, %) – Thailand**. [Online] Available: <https://data.worldbank.org/indicator/FR.INR.RISK?locations=TH>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 19 เม.ษ 2567.
- Trading View. 2024. **Bond Market - Government and Treasury Bonds (Thailand 5 Year Government Bond Yield)**. [Online]. Available: <https://www.tradingview.com/markets/bonds/prices-asia/>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 19 เม.ย. 2567.
- Will Kenton. 2022. **Pre-Money Valuation: Overview, Types, and Example**. [Online]. Available: <https://www.investopedia.com/terms/p/premoneyvaluation.asp>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ม.ค. 2567.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ตาราง ก.1 ข้อมูลงบแสดงฐานะการเงิน ของบริษัทสตาร์ทอัพ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2565

ตาราง ก.2 ข้อมูลงบกำไรขาดทุน ของบริษัทสตาร์ทอัพ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2565

ตาราง ก.3 ข้อมูลงบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น ของบริษัทสตาร์ทอัพ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2565



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง ก.1 ข้อมูลงบแสดงฐานะการเงิน ของบริษัทสตาร์ทอัพ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2565

บริษัทสตาร์ทอัพ

งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2565

	พ.ศ. 2565
หมายเหตุ	บาท
สินทรัพย์	
สินทรัพย์หมุนเวียน	
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	3 86,466
เงินให้กู้ยืมแก่บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน	4 1,907,010
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	<u>1,993,476</u>
รวมสินทรัพย์	<u><u>1,993,476</u></u>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง ก.1 ข้อมูลงบแสดงฐานะการเงิน ของบริษัทสตาร์ทอัพ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2565 (ต่อ)

บริษัทสตาร์ทอัพ

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2565

	พ.ศ. 2565
หมายเหตุ	บาท
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	
หนี้สินหมุนเวียน	
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	26,000
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	26,000
รวมหนี้สิน	26,000
ส่วนของผู้ถือหุ้น	
ทุนเรือนหุ้น	
ทุนจดทะเบียน (หุ้นสามัญ 2,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท)	2,000,000
ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว (หุ้นสามัญ 2,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท)	2,000,000
กำไร (ขาดทุน) สะสม	(32,524)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,967,476
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	<u>1,993,476</u>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง ก.2 ข้อมูลงบกำไรขาดทุน ของบริษัทสตาร์ทอัพ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2565

บริษัทสตาร์ทอัพ

งบกำไรขาดทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2565

	พ.ศ. 2565
	<u>บาท</u>
รายได้	
รายได้จากการขาย	137,557
รายได้อื่น	41
รวมรายได้	<u>137,598</u>
ค่าใช้จ่าย	
ต้นทุนขาย	18,366
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	151,756
รวมค่าใช้จ่าย	<u>170,122</u>
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	<u><u>(32,524)</u></u>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง ก.3 ข้อมูลบ่งชี้การเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น ของบริษัทสตาร์ทอัพ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2565

บริษัทสตาร์ทอัพ

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2565

	ทุนที่ออก และชำระแล้ว บาท	กำไร (ขาดทุน) สะสม หมายเหตุ	รวม บาท
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2565	2,000,000	-	2,000,000
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ		(32,524)	(32,524)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2565	2,000,000	(32,534)	1,967,476

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



งานทะเบียนคณะวิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คำรับรองเล่มสหกิจศึกษา

วันที่ 10 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2567

ข้าพเจ้า นางสาวสุภารัตน์ ธารเสนา รหัสประจำตัว 63050678
นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา สถิติประยุกต์ ภาควิชา สถิติ
ขอรับรองว่าปัญหาพิเศษ เรื่อง

ชื่อภาษาไทย การประเมินมูลค่าธุรกิจ กรณีศึกษา บริษัทสตาร์ทอัพแห่งหนึ่ง
ชื่อภาษาอังกฤษ BUSINESS VALUATION , CASE STUDY: STARTUP COMPANY
ปีการศึกษา 2566

เป็นผลงานวิจัยที่มีได้คัดลอกหรือละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่นและได้ผ่านการตรวจสอบความซ้ำซ้อน
เรียบร้อยแล้ว และได้แนบเอกสารการตรวจสอบการลอกเลียนงานวรรณกรรมที่ตรวจสอบจากเล่ม
สหกิจฉบับสมบูรณ์ฉบับสมบูรณ์แล้ว

โปรแกรมอักขราวิสุทธิ์ 0.87%

ลงชื่อ...สุภารัตน์ ธารเสนา.....

(นางสาวสุภารัตน์ ธารเสนา)

นักศึกษา

ข้าพเจ้า ผศ.ดร.สมศรี บัณฑิตวิไล อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ได้ตรวจสอบสหกิจศึกษาของ
นักศึกษาข้างต้นแล้ว ขอรับรองว่าเป็นผลงานวิจัยของนักศึกษาจริงและมีเนื้อหาสมบูรณ์ จึงลงชื่อไว้
เป็นหลักฐาน

ลงชื่อ.....

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้