

แบบประเมินบทความวิจัย
การประชุมวิชาการระดับชาติ “การศึกษาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ครั้งที่ 8” ประจำปี 2567
วันศุกร์ที่ 24 พฤษภาคม 2567 (ผ่านระบบออนไลน์)

1. ชื่อบทความ : การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่นซีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมืองจังหวัดระนอง
2. หัวข้อการประเมินบทความ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน			ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
	ผ่าน	ผ่านและแก้ไข	ไม่ผ่าน	
1. บทคัดย่อภาษาไทย	/			
2. บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		/		ควรแก้ไขการใช้คำซ้ำๆกันสามารถใช้ประโยคแบบรวบคำได้
3. บทนำ	/			
4. วัตถุประสงค์การวิจัย	/			
5. สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี)	/			
6. วิธีดำเนินการวิจัย	/			
7. ผลการวิจัย	/			
8. สรุปผลการวิจัย	/			
9. อภิปรายผล	/			
10. ข้อเสนอแนะ	/			
11. เอกสารอ้างอิง	/			ให้ลบข้อความหมายเหตุออก
12. องค์ความรู้ใหม่และคุณค่าทางวิชาการ	/			

ผลการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

- ☐ 1) บทความผ่านเกณฑ์
- / ☐ 2) บทความผ่านเกณฑ์ แต่ต้องแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
- ☐ 3) บทความไม่ผ่านเกณฑ์

แบบประเมินบทความวิจัย
การประชุมวิชาการระดับชาติ “การศึกษาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ครั้งที่ 8” ประจำปี 2567
วันศุกร์ที่ 24 พฤษภาคม 2567 (ผ่านระบบออนไลน์)

1. ชื่อบทความ : การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัด.....

2. หัวข้อการประเมินบทความ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน			ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
	ผ่าน	ผ่านและแก้ไข	ไม่ผ่าน	
1. บทคัดย่อภาษาไทย		✓		ปรับแก้ในส่วนของผลการศึกษา (ไต่ B ผลบางวิธี ไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน)
2. บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		✓		ปรับแก้ตามภาษาไทย
3. บทนำ		✓		ตรวจสอบการอ้างอิงในเนื้อหา ในส่วนข้อมูลของร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่น นำข้อมูลมาจากที่ใดให้ทำการอ้างอิง เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือของข้อมูล
4. วัตถุประสงค์การวิจัย	✓			
5. สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี)	✓			
6. วิธีดำเนินการวิจัย		✓		ระบุวิธีที่ใช้ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างว่าผู้วิจัยใช้วิธีใด
7. ผลการวิจัย	✓			
8. สรุปผลการวิจัย		✓		ควรสรุปผลด้วยว่า คุ้มค่า หรือไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน เพื่อตอบสมมติฐานการวิจัย
9. อภิปรายผล		✓		ปรับเปลี่ยนสรุปผล และอภิปรายผล ตามผลที่ได้
10. ข้อเสนอแนะ		✓		ตรวจสอบข้อ 1 เนื่องจาก ไต่ C มีดัชนีกำไรมากกว่า 1 อยู่แล้ว
11. เอกสารอ้างอิง	✓			
12. องค์ความรู้ใหม่และคุณค่าทางวิชาการ	✓			

ผลการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

- ☐ 1) บทความผ่านเกณฑ์
- ☒ 2) บทความผ่านเกณฑ์ แต่ต้องแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
- ☐ 3) บทความไม่ผ่านเกณฑ์

การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง

บทคัดย่อ

รายงานฉบับนี้เป็นการศึกษาการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง (2) เพื่อวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง (3) เพื่อวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง (4) เพื่อวิเคราะห์ดัชนีกำไรของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง และ (5) เพื่อวิเคราะห์อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น สาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง จำนวน 4 สาขา และใช้เกณฑ์ชี้วัดในการประเมินค่าการลงทุนจำนวน 5 วิธีในการนำมาวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง

ผลการศึกษา พบว่า อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ดัชนีกำไร และอัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ผลลัพธ์ผ่านเกณฑ์การพิจารณาทั้ง 5 วิธี แสดงว่าการลงทุนในร้านเซเว่น-อีเลฟเว่นเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า

คำสำคัญ: ผลตอบแทน, การลงทุน, เซเว่น-อีเลฟเว่น

ไปปรับแก้ผลการศึกษาให้ B บางวิธีไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน

An Analysis of The Returns on Investment in 7-Eleven A Case Study in Mueang District, Ranong Province

ABSTRACT

This report is a study and analysis of the return on investment of 7-Eleven stores. A case study of branches opened in Mueang District, Ranong Province, with the objectives (1) to analyze the average rate of return on investment of 7-Eleven stores. A case study of a branch opened in Mueang District, Ranong Province (2) to analyze the payback period of 7-Eleven stores. A case study of a branch opened in Mueang District, Ranong Province (3) to analyze the net present value of 7-Eleven stores. A case study of branches opened in Mueang District, Ranong Province (4) to analyze the profit index of 7-Eleven stores. A case study of branches opened in Mueang District, Ranong Province and (5) to analyze the return ratio within the project of 7-Eleven stores. A case study of branches opened in Mueang District, Ranong Province. This study is a quantitative research. (Quantitative Research) by collecting information about investments from the sample group used in this study, namely 7-Eleven stores. Branches opened in Mueang District In Ranong Province The tool for collecting data in this study was an interview form. Data was collected from interviews with 7-Eleven store operators. A case study of 4 branches opened in Mueang District, Ranong Province, and 5 investment valuation methods were used for analysis. The results of the study found that the average rate of return from investment Payback period Net present value of 7-Eleven stores, profit index and return ratio within the project of 7-Eleven stores.

A case study of a branch opened in Mueang District, Ranong Province. The results passed the criteria for considering all 5 methods, indicating that investing in a 7-Eleven store is a worthwhile investment.

Keywords: Returns, Investment, Seven-Eleven

บทนำ

ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีแนวโน้มฟื้นตัวตามภาวะการใช้จ่ายของผู้บริโภค โดยเฉพาะการทยอยกลับมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราเร่ง รวมถึงความคืบหน้าของการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่จะทำให้เกิดการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ตามมา อย่างไรก็ตาม การแข่งขันของธุรกิจมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ท่ามกลางปัญหานี้ครัวเรือนทรงตัวระดับสูง โดยการเติบโตของธุรกิจแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน ซึ่งห้างสรรพสินค้าค้าปลีกจะเร่งขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่เฉลี่ย 4.0 - 5.0% ต่อปี จาก 3.5% ในปี 2565 ผลจากความกังวล covid - 19 บรรเทาลง และผู้ประกอบการปรับกลยุทธ์ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาแพลตฟอร์ม Omnichannel และการใช้เทคโนโลยี 5G และ AR เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้บริโภค ผนวกกับการขยายการลงทุนสู่ประเทศที่มีศักยภาพทางการตลาด จึงช่วยหนุนการเติบโตของรายได้ต่อเนื่อง สำหรับซูเปอร์มาร์เก็ตยอดขายมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง 6.0 - 7.0% ต่อปี จาก 6.0% ปี 2565 เป็นการเติบโตสูงสุดเมื่อเทียบกับร้านค้าปลีกประเภทอื่น เนื่องจากมีกลยุทธ์การตลาดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าระดับกลางบนถึงบนที่มีกำลังซื้อสูง มีจุดแข็งด้านคุณภาพของสินค้า และมีกลยุทธ์ต่างๆ อาทิ 1. การปรับรูปแบบร้านค้าเป็นไลฟ์สไตล์พรีเมียมซูเปอร์มาร์เก็ตที่เน้นสินค้านำเข้าราคาแพง 2. การขยายสาขาในจังหวัดที่มีกำลังซื้อสูง และ 3. การพัฒนารูปแบบการขายผ่านออนไลน์ต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค ซูเปอร์มาร์เก็ตยังมีความได้เปรียบจากขนาด และมีการขยายสาขาในแหล่งชุมชนใหญ่จึงมีผลประกอบการดีต่อเนื่อง และในส่วนของร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ที่ค้าปลีกจะเติบโตเฉลี่ย 4.5 - 5.5% ต่อปี จาก 4.5% ปี 2565 ผลจากการมีสาขาจำนวนมากกระจายไปในพื้นที่ ทั้งยังมีการเพิ่มสินค้าประเภทอาหารพร้อมทาน และเพิ่มบริการการขายผ่านออนไลน์ต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การแข่งขันของธุรกิจมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น จากการเปิดสาขาของคู่แข่งในพื้นที่เดียวกันและคู่แข่งทางอ้อม โดยเฉพาะซูเปอร์มาร์เก็ตที่เข้ามาชิงส่วนแบ่งตลาดในรูปแบบร้านค้าขนาดเล็ก รวมถึงมีการขยายเครือข่ายของผู้ประกอบการรายใหญ่ผ่านร้านค้าโชห่วย ส่งผลให้ยอดขายต่อสาขาของร้านสะดวกซื้ออาจไม่สูงเช่นในอดีต โดยร้านสะดวกซื้อที่เป็นเจ้าของแฟรนไชส์ยังสามารถทำกำไรได้ต่อเนื่อง ขณะที่ร้านสะดวกซื้อทั่วไปจะมีความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจมากกว่า (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2565) จากข้อเท็จจริงดังกล่าวข้างต้น จะพบว่าปัจจุบันการเปิดห้างสรรพสินค้าใหม่ ซูเปอร์มาร์เก็ตใหม่ หรือการขยายสาขาห้างสรรพสินค้าใหม่ ซูเปอร์มาร์เก็ตใหม่ มีจำนวนให้เห็นอยู่ในจำนวนที่ไม่มากนักเมื่อเทียบกับการเปิดสาขาของร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นของ ซีพี ออลล์ (CPALL) ซึ่งเป็นเชนส์เตอร์เบอร์หนึ่งในประเทศไทย กล่าวคือ สิ้นปี 2565 มีสาขาทั่วประเทศกว่า 13,800 สาขา และปี 2566 ยังคงเดินหน้าขยายสาขาอย่างต่อเนื่องอีก 700 สาขา ด้วยงบลงทุน 11,000 – 12,000 ล้านบาท ด้วยซีพี ออลล์ ได้รับสิทธิใช้เครื่องหมายการค้าเซเว่น-อีเลฟเว่น จากเซเว่น-อีเลฟเว่นสหรัฐอเมริกา ในปี 2531 จากนั้นเปิดร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น สาขาแรกในไทยบริเวณห้วยหมถนนพัฒนาพงศ์ ในวันที่ 1 มิถุนายน 2532 รวมเป็นเวลา 34 ปี จนถึงปัจจุบัน และเซเว่น-อีเลฟเว่นได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบร้านมาโดยตลอดจากเดิมในยุคเริ่มต้นเป็นร้านขนาด 2 ห้องแถว ทำเลแหล่งชุมชน ที่พักอาศัย เพื่อให้ลูกค้าสะดวกเข้าถึงร้านค้าได้ง่าย เป็นทำเลที่สามารถเดินมาใช้บริการได้ เน้นลูกค้าในระยะทาง 1 กิโลเมตรจากที่ตั้งสาขา เมื่อมีลูกค้ามากขึ้นก็ขยายร้านใหญ่ขึ้นเป็น 3 ห้องแถว รวมทั้งมีบริการใหม่ๆ และสินค้าเพิ่มเข้ามาจนถึงปี 2556 เซเว่น-อีเลฟเว่น เริ่มเปิดโมเดลใหม่ เน้นไฮสโตร์ ใช้พื้นที่ว่างก่อสร้างเป็นร้านรูปแบบสแตนดาร์ดโลน มีที่จอดรถยนต์หน้าร้าน โดยทำการเปิดที่สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ถนนแจ้งวัฒนะ ขนาดพื้นที่รวมประมาณ 1 ไร่ ลงทุนประมาณ 20 ล้านบาท ซึ่งโมเดลเซเว่น-อีเลฟเว่นไฮสโตร์นี้ ซีพี ออลล์ เน้นการลงทุนเองเป็นหลัก และได้มีการขยายโมเดลไฮสโตร์ใหญ่มากขึ้นจนถึงปัจจุบัน ด้วยเหตุผลที่ว่า 1. ให้บริการ All Convenience สะดวกครบจบที่เดียว ทั้งออฟไลน์-ออนไลน์ 2. ขยายพื้นที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมเสิร์ฟ “ชงสด อบสด ปิ้งสด” 3. ร้านไฮสโตร์ใช้เป็นจุดกระจายสินค้าเดปิวเออรี่ 4. เสริมบริการใหม่ๆ ตามเทรนด์ผู้บริโภค 5. ซูเปอร์มาร์เก็ตของชุมชน ตอบโจทย์เทรนด์ซื้อสินค้าแพ็คเกจใหญ่ 6. ร้านไฮสโตร์ใหญ่ จุดเติมสินค้า ตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine) และ 7. ให้บริการสถานีชาร์จรถไฟฟ้า เป็นต้น **อ้างอิง**

แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าทิศทางการดำเนินธุรกิจของร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่น มีแนวโน้มขยายสาขาหน้าร้านควบคู่กับการพัฒนาช่องทางตลาดออนไลน์ รวมถึงการพัฒนาโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างแพร่หลายมากขึ้น ซึ่งจะช่วยสร้างความแตกต่างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ท่ามกลางการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นจากผู้ประกอบการที่เร่งขยายฐานลูกค้าให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เพื่อหนุนการเติบโตของรายได้ในระยะยาว (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2565) ส่งผลให้มันักลงทุนรายใหม่มีความสนใจที่จะลงทุน นอกจากสิ่งดังกล่าวมาแล้วข้างต้น นักลงทุนควรให้ความสำคัญในเรื่องผลตอบแทนการลงทุนก่อนตัดสินใจลงทุน เพราะการตัดสินใจลงทุน

เป็นการตัดสินใจที่มีความสำคัญต่อธุรกิจที่ลงทุนในสินทรัพย์ถาวรซึ่งมีมูลค่าสูง ลงทุนใช้ระยะเวลายาวนาน เมื่อได้ตัดสินใจแล้วยากต่อการเปลี่ยนแปลงซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นอยู่เสมอ (ชุมพล รอดแจ่ม, ม.ป.ป.)

ด้วยเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนเงินลงทุนในรูปแบบการลงทุนที่แตกต่าง กัน ที่สามารถนำมาใช้ในการประเมินทางเลือกดังกล่าว ผลการวิจัยที่ได้นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการค้าปลีก ประเภทร้านสะดวกซื้อแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนในโครงการต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน ระยะเวลาคืนทุน มูลค่า ปัจจุบันสุทธิ ดัชนีกำไร และอัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง

สมมติฐานการวิจัย

1. อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนองคุ้มค่าต่อการลงทุน
2. ระยะเวลาคืนทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนองคุ้มค่าต่อการลงทุน
3. มูลค่าปัจจุบันสุทธิของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนองคุ้มค่าต่อการลงทุน
4. ดัชนีกำไรของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนองคุ้มค่าต่อการลงทุน
5. อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนองคุ้มค่าต่อการลงทุน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง โดยขอบเขตของการศึกษา ได้แก่ ขอบเขตตัวแปรการวิจัย ขอบเขตด้านประชากร ขอบเขตด้านพื้นที่ ขอบเขตด้านเนื้อหา และขอบเขตด้านระยะเวลา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง จำนวน 26 สาขา (7-Eleven Thailand, 2556) **ระเบียบวิธีที่ใช้ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง**
กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ คือ ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง จำนวน 4 สาขา โดยแบ่งลักษณะออกเป็น 2 โทด์ คือ แบบโทด์ C จำนวน 2 สาขา และแบบโทด์ B จำนวน 2 สาขา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ผู้ศึกษาได้สร้างตามขั้นตอน ดังนี้

3.2.1 ขอบหนังสืออนุญาตเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากบัณฑิตศึกษา

3.2.2 ระเบียบขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

3.2.3 ศึกษาข้อมูลแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการเก็บข้อมูลการลงทุนจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ศึกษาได้นำแบบ สัมภาษณ์ของ ยุพดี มงคลพิทักษ์ทวี ที่ได้ทำวิจัยการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาการ เปิดสาขาใหม่บริเวณเขตลาดยาว พ.ศ. 2549

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนจึงรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งข้อมูล ดังนี้

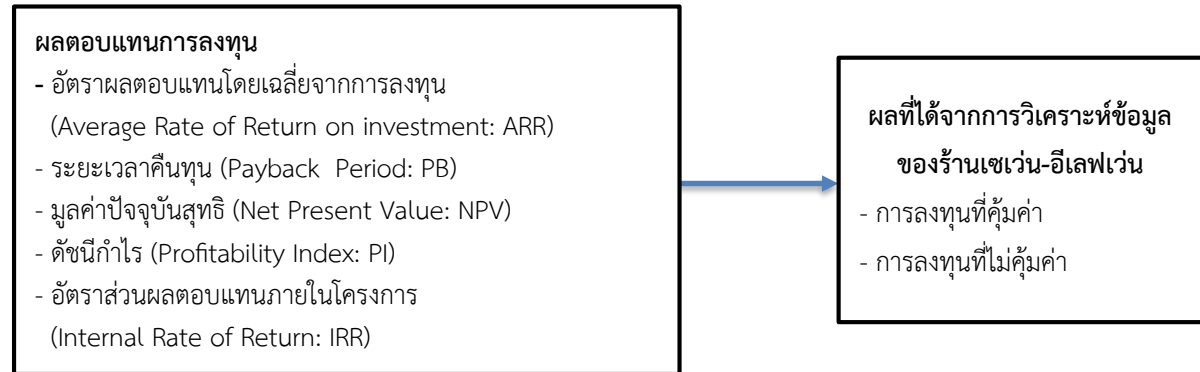
3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และนำ ข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง จำนวน 4 สาขา และใช้เกณฑ์ชีวิตในการประเมินค่าการลงทุนจำนวน 5 วิธีในการนำมาวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของ ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากบทความ วารสาร ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เกณฑ์ชี้วัดในการประเมินค่าการลงทุนจำนวน 5 วิธีในการนำมาวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ได้แก่ วิเคราะห์อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ย วิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน วิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ วิเคราะห์ดัชนีกำไร และวิเคราะห์อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการ เพื่อนำผลลัพธ์มาพิจารณาว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าหรือไม่คุ้มค่า

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) สำหรับการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น และใช้อธิบายผลวิเคราะห์ที่ได้ โดยการนำตัวเลขเกี่ยวกับการลงทุนมาแทนค่าลงในสูตรการคำนวณ เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง และนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์มาตอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง แบ่งตามลักษณะการลงทุนออกเป็น 2 ไทด์ คือ ไทด์ C จำนวน 2 สาขา และไทด์ B จำนวน 2 สาขา โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าการลงทุนจำนวน 5 วิธี คือ อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน (Average Rate of Return on investment: ARR) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) ดัชนีกำไร (Profitability Index: PI) และอัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

1) อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน (Average Rate of Return on investment: ARR)

อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน = กำไรสุทธิถัวเฉลี่ยต่อปี/เงินลงทุนสุทธิ

ไทด์ C

กำไรสุทธิถัวเฉลี่ยต่อปี = $6,890,414.65 / 5 = 1,378,082.93$ บาท
อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน = $1,378,082.93 / 4,920,000.00 \times 100$
= 28.00%

ไทด์ B

กำไรสุทธิถัวเฉลี่ยต่อปี = $3,796,667.74 / 5 = 759,333.55$ บาท
อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน = $759,333.55 / 3,230,000.00 \times 100$
= 23.08%

จากผลการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน พบว่า เซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ C มีอัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยเท่ากับ 28.00% และเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ B มีอัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยกับ 23.08% เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่าง เซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ C กับเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ B พบว่า การลงทุนในเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ C มีอัตราผลตอบแทนสูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ B

2) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB)

$$\begin{aligned}\text{ระยะเวลาคืนทุน ไลฟ์ C} &= 3 + 768,614.12 / 1,344,889.52 \\ &= 3.57 \text{ ปี} \\ \text{ระยะเวลาคืนทุน ไลฟ์ B} &= 4 + 229,456.95 / 841,124.69 \\ &= 4.27 \text{ ปี}\end{aligned}$$

จากผลการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน พบว่า เซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ C มีระยะเวลาคืนทุน 3.57 ปี และเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ B มีระยะเวลาคืนทุน 4.27 ปี เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ C กับเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ B พบว่า ระยะเวลาคืนทุนเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ C มีระยะเวลาคืนทุนน้อยกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ B

3) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

$$\begin{aligned}\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} &= \text{PV.เงินสดเข้า} - \text{PV.เงินสดออก} \\ \text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ไลฟ์ C} &= 5,548,945.71 - 4,920,000.00 \\ &= 628,945.71 \text{ บาท} \\ \text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ไลฟ์ B} &= 3,062,503.63 - 3,230,000.00 \\ &= 167,496.37 \text{ บาท} \quad \text{ผลที่ได้มีค่า ติดลบ}\end{aligned}$$

จากผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ ระดับผลตอบแทนที่ต้องการ 8% ของเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ C เท่ากับ 628,945.71 บาท และมูลค่าปัจจุบันสุทธิของเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ B เท่ากับ 167,496.37 บาท เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ C กับเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ B พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ C ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ B

4) ดัชนีกำไร (Profitability Index: PI)

$$\begin{aligned}\text{ดัชนีกำไร} &= \text{PV.เงินเข้า} / \text{PV.เงินออก} \\ \text{ดัชนีกำไร ไลฟ์ C} &= 5,548,945.71 / 4,920,000.00 \\ &= 1.13 \text{ เท่า} \\ \text{ดัชนีกำไร ไลฟ์ B} &= 3,062,503.63 / 3,230,000.00 \\ &= 0.95 \text{ เท่า}\end{aligned}$$

จากผลการวิเคราะห์ดัชนีกำไร พบว่า เซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ C มีดัชนีกำไรเท่ากับ 1.13 เท่า และเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ B มีดัชนีกำไรเท่ากับ 0.95 เท่า เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ C กับเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ B พบว่า ดัชนีกำไรเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ C ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไลฟ์ B

5) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

การวิเคราะห์ผลตอบแทนภายในของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ใช้วิธีการสุ่มโดยหา PV เงินสดเข้า เนื่องจากมีเงินสดเข้าไม่เท่ากันทุกปี และได้ทำการหาค่าที่สูงกว่าเงินลงทุน และค่าที่ต่ำกว่าเงินลงทุน ดังนี้

อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ไทด์ C อัตราผลตอบแทนที่สุ่มได้ 12% กับ 13%

PV 5,013,617.11 อัตราผลตอบแทน 12%

PV 4,892,853.40 อัตราผลตอบแทน 13%

PV ต่างกัน 120,763.71 อัตราต่างกัน 1%

ผลต่าง PV กับทุนต่างกัน 93,617.11 อัตราต่างกัน

$$93,617.11 \times 1/120,763.71 = 0.78\%$$

ดังนั้น อัตราผลตอบแทนภายในโครงการของเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C = (12%+0.78%) = 12.78%

อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ไทด์ B อัตราผลตอบแทนที่สุ่มได้ 6% กับ 7%

PV 3,232,285.89 อัตราผลตอบแทน 6%

PV 3,145,597.61 อัตราผลตอบแทน 7%

PV ต่างกัน 86,688.28 อัตราต่างกัน 1%

ผลต่าง PV กับทุนต่างกัน 2,285.89 อัตราต่างกัน

$$2,285.89 \times 1/86,688.28 = 0.02\%$$

ดังนั้น อัตราผลตอบแทนภายในโครงการของเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B = (6%+0.02%) = 6.02%

จากการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ พบว่า อัตราผลตอบแทนภายในโครงการของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C เท่ากับ 12.78% และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B เท่ากับ 6.02% เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C กับเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B พบว่า อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B

สรุปผลและอภิปรายผล

สรุปผล ควรสรุปด้วยว่าคุ้มค่า หรือไม่คุ้มค่า เพื่อตอบสมมติฐาน

อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน (Average Rate of Return on investment: ARR) ของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น พบว่า เซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C มีอัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยเท่ากับ 28.00% และเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B มีอัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยกับ 23.08%

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) ของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C มีระยะเวลาคืนทุน 3.57 ปี และเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B มีระยะเวลาคืนทุน 4.27 ปี

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ ระดับผลตอบแทนที่ต้องการ 8% ของเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C เท่ากับ 628,945.71 บาท และมูลค่าปัจจุบันสุทธิของเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B เท่ากับ 167,496.37 บาท

ดัชนีกำไร (Profitability Index: PI) เซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C มีดัชนีกำไรเท่ากับ 1.13 เท่า และเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B มีดัชนีกำไรเท่ากับ 0.95 เท่า แสดงให้เห็นว่า ดัชนีกำไร ไทด์ C

อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C เท่ากับ 12.78% และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B เท่ากับ 6.02%

อภิปรายผล

อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน (Average Rate of Return on investment: ARR) ของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ทั้ง 2 ไทด์ คุ้มค่าต่อการลงทุน เพราะให้อัตราผลตอบแทนสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ คือ 8% ซึ่งตรงกับ

ปรับค่าใหม่ เพราะไทด์ไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน

ศศิวิมล มีอำพล (2553) และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2552) ที่กล่าวไว้ว่า เกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุน ถ้าผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุนสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการก็สามารถที่จะลงทุนได้ และสอดคล้องกับวันทนา รัตนสาคร (2548) พบว่า ผลตอบแทนสุทธิจากการลงทุนตลอด 10 ปี ซึ่งคุ้มค่าต่อการลงทุนร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่าง เซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C กับเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B พบว่า การลงทุนในเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C มีอัตราผลตอบแทนสูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B แต่ทั้ง 2 ไทด์ ถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) ของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ทั้ง 2 ไทด์ ต่ำกว่า 5 ปี ซึ่งตรงกับ ศศิวิมล มีอำพล (2553) และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2552) ที่กล่าวไว้ว่า เกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุน ถ้าระยะเวลาคืนทุนน้อยกว่าระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการก็สามารถที่จะลงทุนได้ ซึ่งระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการอยู่ที่ 5 ปี สอดคล้องกับวันทนา รัตนสาคร (2548) พบว่า มีผลตอบแทนสุทธิจากการลงทุนตลอด 10 ปี ซึ่งคุ้มค่าต่อการลงทุนร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C กับเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B พบว่า ระยะเวลาคืนทุนเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C มีระยะเวลาคืนทุนน้อยกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B แต่ทั้ง 2 ไทด์ ถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) ณ ระดับผลตอบแทนที่ต้องการ 8% ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่นให้ผลตอบแทนมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ ซึ่งตรงกับ ศศิวิมล มีอำพล (2553) และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2552) ที่กล่าวไว้ว่า เกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุน ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก แสดงว่าการลงทุนให้ผลตอบแทนมากกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำ สามารถที่จะลงทุนได้ และสอดคล้องกับยุพดี มงคลพิทักษ์ทวี (2549) พบว่า ผลลัพธ์ผ่านเกณฑ์การพิจารณา แสดงว่าการลงทุนในร้านเซเว่น-อีเลฟเว่นให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า สอดคล้องกับวันทนา รัตนสาคร (2548) พบว่า มีผลตอบแทนสุทธิจากการลงทุนตลอด 10 ปี ซึ่งคุ้มค่าต่อการลงทุนร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ในจังหวัดเชียงใหม่ และสอดคล้องกับวิภารัตน์ จัฒมูล (2561) พบว่า ผลลัพธ์ผ่านเกณฑ์การพิจารณา แสดงว่าการลงทุนธุรกิจขยายร้านอาหารซีฟู้ดส์มีความเป็นไปได้และยังน่าสนใจในการลงทุน เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C กับเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B แต่ทั้ง 2 ไทด์ ถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า

ดัชนีกำไร (Profitability Index: PI) เซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C มีดัชนีกำไรเท่ากับ 1.13 เท่า และเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B มีดัชนีกำไรเท่ากับ 0.95 เท่า แสดงให้เห็นว่า ดัชนีกำไร ไทด์ C ซึ่งตรงกับ ศศิวิมล มีอำพล (2553) สมนึก และเอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2552) ที่กล่าวไว้ว่า เกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุน ถ้าดัชนีกำไรที่ได้มากกว่า 1 สามารถที่จะลงทุนได้ สอดคล้องกับวันทนา รัตนสาคร (2548) พบว่า มีค่ามากกว่า 1 ซึ่งคุ้มค่าต่อการลงทุนร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C กับเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B พบว่า ดัชนีกำไรเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B และควรเลือกลงทุนเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C เพราะให้ผลตอบแทนสูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B **สรุปถึงความคุ้มค่าและไม่คุ้มค่าด้วย**

อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C ให้ผลตอบแทนมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ แต่ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B ให้ผลตอบแทนต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ คือ 8% ซึ่งตรงกับ ศศิวิมล มีอำพล (2553) และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2552) ที่กล่าวไว้ว่า เกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุน ถ้าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการก็สามารถที่จะลงทุนได้ สอดคล้องกับวันทนา รัตนสาคร (2548) พบว่า อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการมีค่าเท่ากับร้อยละ 22.57 ซึ่งสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ แสดงว่าอัตราผลตอบแทนภายในมีค่ามากกว่า ซึ่งคุ้มค่าต่อการลงทุนร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ในจังหวัดเชียงใหม่ และสอดคล้องกับยุพดี มงคลพิทักษ์ทวี (2549) พบว่า ผลลัพธ์ผ่านเกณฑ์การพิจารณา แสดงว่าการลงทุนในร้านเซเว่น-อีเลฟเว่นให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า และสอดคล้องกับวิภารัตน์ จัฒมูล (2561) พบว่า ผลลัพธ์ผ่านเกณฑ์การพิจารณา แสดงว่าการลงทุนธุรกิจขยายร้านอาหารซีฟู้ดส์มีความเป็นไปได้และยังน่าสนใจในการลงทุน เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C กับเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B พบว่า อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B แต่ทั้ง 2 ไทด์ ถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า **ปรับคำใหม่**

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้หรือข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ผู้จัดการร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ทั่วประเทศ C ควรมียกยอลดค่าใช้จ่าย หรือมีนโยบายเพิ่มรายได้ เพื่อจะทำให้ดัชนีกำไร มีผลลัพธ์มากกว่า 1 ทั่วประเทศ C มีผลมากกว่า 1 อยู่แล้ว
2. ผู้ที่ใช้ข้อมูลในการตัดสินใจ นอกจากใช้ผลตอบแทนเพื่อช่วยในการตัดสินใจลงทุนเปิดร้านร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น แล้ว ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น สภาพแวดล้อม สภาพเศรษฐกิจ กลุ่มลูกค้า เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิเคราะห์เกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่าย โดยใช้วิธีการประมาณ เพื่อจะได้มีข้อมูลในการตัดสินใจในการลงทุนที่เพียงพอกว่าเดิม
2. ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย และอาจเกิดความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), (2565). ร้านค้าปลีกสมัยใหม่: แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2566-2568 ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่. <https://shorturl.asia/Va92T>
- ชุมพล รอดแจ้ง. (ม.ป.ป). การประเมินโครงการลงทุน : การตัดสินใจการลงทุน. <https://shorturl.asia/eck5p>
- ศศิวิมล มีอำพล. (2553). การบัญชีเพื่อการจัดการ, พิมพ์ครั้งที่20, บทที่14, หน้า7,9,13, สำนักพิมพ์กรุงเทพอินโฟเมติกส์
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2552). การบัญชีบริหาร, ฉบับปรับปรุงล่าสุด. สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล
- วันทนา รัตนาคาร. (2548). การวิเคราะห์ธุรกิจร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ในจังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. <http://cmuir.cmu.ac.th/handle/6653943832/10725>
- ยุพดี มงคลพิทักษ์ทวี. (2549). การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น: กรณีศึกษาการเปิด สาขาใหม่ บริเวณแขวงลวดยาว. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ.
- วิภารัตน์ จัณญกุล. (2561). การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจขายร้านอาหาร กุลนิชา ซีฟู้ดส์. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- 7-Eleven Thailand. (2556). ค้นหาร้าน. <https://7eleven.co.th /find-store>

หมายเหตุ : 1) บทความต้องมีเนื้อหาทั้งหมด จำนวน 8 - 12 หน้า **ตัดออก**
2) กำหนดตั้งค่าน้ำกระดาษ ดังนี้ ขอบด้านบน ด้านล่าง ด้านขวาและด้านซ้าย 1 นิ้ว (2.54 ซม.)
ระยะห่างระหว่างบรรทัด 1 ซม.