การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น

กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง

เกศแก้ว ประสิทธิ์เจริญ**1** อุทิศ เสือแก้ว**2 และ** นวพร ขู้เปี้ยเต้ง**3**

**1,2,3**คณะการบัญชี มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

**1E-mail: 65021018@rbac.ac.th, 2E-mail: utid\_s@rbac.ac.th, 3E-mail: navaporn\_k@rbac.ac.th**

**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 การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น สาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ 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-อิเลฟเว่นเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า

**คำสำคัญ:** ผลตอบแทน, การลงทุน, เซเว่น-อีเลฟเว่น

**An Analysis of The Returns on Investment in 7-Eleven**

**A Case Study in Mueang District, Ranong Province**

**Ketkaew Prasitcharoen1 Utid Suakaew2 Navaporn Koopeateng3**

**1,2,3** **Bachelor of Accountancy Rattana Bundit University**

**1E-mail: 65021018@rbac.ac.th, 2E-mail: utid\_s@rbac.ac.th, 3E-mail: navaporn\_k@rbac.ac.th**

**ABSTRACT**

This report is a study and analysis of the return on investment of 7-Eleven stores. A case study of This report is a study of the investment return analysis 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. From the investment of Seven- Eleven stores, a case study of branches opened in Mueang District, Ranong Province (2) to analyze the payback period of Seven-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 a branch opened in Mueang District, Ranong Province (4) to analyze the net worth. Profit of K-Eleven stores A case study of branches opened in Mueang District, Ranong Province and (5) to analyze the return ratio within the project of Cheven-Eleven stores. Case studies of fields Opened in Mueang District, Ranong Province. This study is a quantitative research. (Quantitative Research) by collecting information about The investment from the sample group used in this study is the Kwen-Eleven store. Branches that were opened in Mueang District, Ranong Province. The tool for collecting data in this study was an interview form. Data was collected from interviews with operators of Seven- Eleven stores, a case study of branches that were closed in the district. Mueang Ranong Province, 4 branches, and using investment evaluation criteria of 5 methods to analyze the return on investment of Seven-Eleven stores. Case study of branches opened in Mueang District, Ranong Province.

The results of the study found that the average rate of return from investment Payback period Net present value, profit index and internal return ratio of 7-Eleven stores Case study of a branch opened in Mueang District, Ranong Province. The results passed the criteria for consideration in all 5 methods, showing that investment in 7-Eleven stores -Igiven is a worthwhile investment.

**Keywords:** Returns, Investment, Seven-Eleven

**บทนำ**

ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีแนวโน้มฟื้นตัวตามภาวะการใช้จ่ายของผู้บริโภค โดยเฉพาะการทยอยกลับมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราเร่ง รวมถึงความคืบหน้าของการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่จะทำให้เกิดการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ตามมา อย่างไรก็ตาม การแข่งขันของธุรกิจมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ท่ามกลางปัญหาหนี้ครัวเรือนทรงตัวระดับสูง โดยการเติบโตของธุรกิจแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน ซึ่งห้างสรรพสินค้าคาดว่ายอดขายจะเร่งขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่เฉลี่ย 4.0 - 5.0% ต่อปี จาก 3.5% ในปี 2565 ผลจากความกังวล covid - 19 บรรเทาลง และผู้ประกอบการปรับกลยุทธ์ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาแพลตฟอร์ม Omnichannel และการใช้เทคโนโลยี 5G และ AR เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้บริโภค ผนวกกับมีการขยายการลงทุนสู่ประเทศที่มีศักยภาพทางการตลาด จึงช่วยหนุนการเติบโตของรายได้ต่อเนื่อง สำหรับซูเปอร์มาร์เก็ตยอดขายมีแนวโน้มเติบโตดีต่อเนื่อง 6.0 - 7.0% ต่อปี จาก 6.0% ปี 2565 เป็นการเติบโตสูงสุดเมื่อเทียบกับร้านค้าปลีกประเภทอื่น เนื่องจากมีกลยุทธ์การตลาดที่สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าระดับกลางบนถึงบนที่มีกำลังซื้อสูง มีจุดแข็งด้านคุณภาพของสินค้า และมีกลยุทธ์ต่างๆ อาทิ 1. การปรับรูปแบบร้านค้าเป็นไลฟ์สไตล์พรีเมี่ยมซูเปอร์มาร์เก็ตที่เน้นสินค้านำเข้าราคาแพง 2. การขยายสาขาในจังหวัดที่มีกำลังซื้อสูง และ 3. การพัฒนารูปแบบการขายผ่านออนไลน์ต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค ซูเปอร์มาร์เก็ตยังมีความได้เปรียบจากขนาด และมีการขยายสาขาในแหล่งชุมชนใหญ่จึงมีผลประกอบการดีต่อเนื่อง และในส่วนของร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ที่คาดยอดขายจะเติบโตเฉลี่ย 4.5 - 5.5% ต่อปี จาก 4.5% ปี 2565 ผลจากการมีสาขาจำนวนมากกระจายไปในทุกพื้นที่ ทั้งยังมีการเพิ่มสินค้าประเภทอาหารพร้อมทาน และเพิ่มบริการการขายผ่านออนไลน์ต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การแข่งขันของธุรกิจมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น จากการเปิดสาขาของคู่แข่งในพื้นที่เดียวกันและคู่แข่งทางอ้อม โดยเฉพาะซูเปอร์มาร์เก็ตที่เข้ามาชิงส่วนแบ่งตลาดในรูปแบบร้านค้าขนาดเล็ก รวมถึงมีการขยายเครือข่ายของผู้ประกอบการรายใหญ่ผ่านร้านค้าโชห่วย ส่งผลให้ยอดขายต่อสาขาของร้านสะดวกซื้ออาจไม่สูงเช่นในอดีต โดยร้านสะดวกซื้อที่เป็นเจ้าของแฟรนไชส์ยังสามารถทำกำไรได้ต่อเนื่อง ขณะที่ร้านสะดวกซื้อทั่วไปจะมีความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจมากกว่า (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2565)

จากข้อเท็จจริงดังกล่าวข้างต้น จะพบว่าปัจจุบันการเปิดห้างสรรพสินค้าใหม่ ซูเปอร์มาร์เก็ตใหม่ หรือการขยายสาขาห้างสรรพสินค้าใหม่ ซูเปอร์มาร์เก็ตใหม่ มีจำนวนให้เห็นอยู่ในจำนวนที่ไม่มากนักเมื่อเทียบกับการเปิดสาขาของร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่นของ ซีพี ออลล์ (CPAll) ซึ่งเป็นเชนสโตร์เบอร์หนึ่งในประเทศไทย 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 สาขาแรกในไทยบริเวณหัวมุมถนนพัฒน์พงศ์ ในวันที่ 1 มิถุนายน 2532 รวมเป็นเวลา 34 ปี จนถึงปัจจุบัน และเซเว่น-อีเลฟเว่นได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบร้านมาโดยตลอดจากเดิมในยุคเริ่มต้นเป็นร้านขนาด 2 ห้องแถว ทำเลแหล่งชุมชน ที่พักอาศัย เพื่อให้ลูกค้าสะดวกเข้าถึงร้านค้าได้ง่าย เป็นทำเลที่สามารถเดินมาใช้บริการได้ เน้นลูกค้าในระยะทาง 1 กิโลเมตรจากที่ตั้งสาขา เมื่อมีลูกค้ามากขึ้นก็ขยายร้านใหญ่ขึ้นเป็น 3 ห้องแถว รวมทั้งมีบริการใหม่ๆ และสินค้าเพิ่มเข้ามา จนถึงปี 2556 เซเว่น-อีเลฟเว่น เริ่มเปิดโมเดลใหม่ เน้นไซส์ไหญ่ ใช้พื้นที่ว่างก่อสร้างเป็นร้านรูปแบบสแตนด์อโลน มีที่จอดรถยนต์หน้าร้าน โดยทำการเปิดที่สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ถนนแจ้งวัฒนะ ขนาดพื้นที่รวมประมาณ 1 ไร่ ลงทุนประมาณ 20 ล้านบาท ซึ่งโมเดลเซเว่น-อีเลฟเว่นไซส์ใหญ่นี้ ซีพี ออลล์ เน้นการลงทุนเองเป็นหลัก และได้มีการขยายโมเดลไซส์ใหญ่มากขึ้นจนถึงปัจจุบัน ด้วยเหตุผลที่ว่า 1. ให้บริการ All Convenience สะดวกครบจบที่เดียว ทั้งออฟไลน์-ออนไลน์ 2. ขยายพื้นที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมเสิร์ฟ “ชงสด อบสด ปรุงสด” 3. ร้านไซส์ใหญ่ใช้เป็นจุดกระจายสินค้าเดบิเวอรี่ 4. เสริมบริการใหม่ๆ ตามแทรนด์ผู้บริโภค 5. ซูเปอร์มาร์เก็ตของชุมชน ตอบโจทย์เทรนด์ซื้อสินค้าแพ็คใหญ่ 6. ร้านไซส์ใหญ่ จุดเติมสินค้า ตู้จำหน่วยสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine) และ7. ให้บริการสถานีชาร์จรถไฟฟ้า เป็นต้น (Brand Buffet, 2566)

แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าทิศทางการดำเนินธุรกิจของร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่น มีแนวโน้มขยายสาขาหน้าร้านควบคู่กับการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ รวมถึงการพัฒนาโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างแพร่หลายมากขึ้น ซึ่งจะช่วยสร้างความแตกต่างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ท่ามกลางการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นจากผู้ประกอบการที่เร่งขยายฐานลูกค้าให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เพื่อหนุนการเติบโตของรายได้ในระยะยาว (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2565) ส่งผลให้มีนักลงทุนรายใหม่มีความสนใจที่จะลงทุน นอกจากสิ่งที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นักลงทุนควรให้ความสำคัญในเรื่องผลตอบแทนการลงทุนก่อนตัดสินใจลงทุน เพราะการตัดสินใจลงทุนเป็นการตัดสินใจที่มีความสำคัญต่อธุรกิจที่ลงทุนในสินทรัพย์ถาวรซึ่งมีมูลค่าสูง ลงทุนใช้ระยะเวลายาวนาน เมื่อได้ตัดสินใจแล้วยากต่อการเปลี่ยนแปลงซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นอยู่เสมอๆ (ชุมพล รอดแจ่ม, ม.ป.ป.)

ด้วยเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนเงินลงทุนในรูปแบบการลงทุนที่แตกต่างกัน ที่สามารถนำมาใช้ในการประเมินทางเลือกดังกล่าว ผลการวิจัยที่ได้นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนในโครงการต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

**วัตถุประสงค์การวิจัย**

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 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**

**1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง จำนวน 26 สาขา (7-Eleven Thailand, 2556) และมีผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง จำนวน 4 สาขา สาขาละ 2 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 8 คน เพื่อวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ดัชนีกำไร และอัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการ ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย 1) ผู้จัดการร้าน 2) และผู้ช่วยผู้จัดการร้าน

1.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ

ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง คือ แบบไทด์ C จำนวน 2 สาขา และแบบไทด์ B จำนวน 2 สาขา รวมจำนวนทั้งสิ้น 4 สาขา ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย 1) ผู้จัดการร้าน 2) และผู้ช่วยผู้จัดการร้าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 8 คน

**2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ผู้ศึกษาได้สร้างตามขั้นตอน ดังนี้

2.1 ขอหนังสืออนุญาตเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากบัณฑิตศึกษา

2.2 เรียบเรียงขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

2.3 ศึกษาข้อมูลแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการเก็บข้อมูลการลงทุนจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ศึกษาได้นำแบบสัมภาษณ์ของ ยุพดี มงคลพิทักษ์ทวี ที่ได้ทำวิจัยการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาการเปิดสาขาใหม่บริเวณเขตลาดยาว พ.ศ. 2549

**3. การเก็บรวบรวมข้อมูล**

การเก็บรวมรวมข้อมูลครั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนจึงรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งข้อมูล ดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง จำนวน 4 สาขา และใช้เกณฑ์ชี้วัดในการประเมินค่าการลงทุนจำนวน 5 วิธีในการนำมาวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น กรณีศึกษาสาขาที่เปิดในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากบทความ วารสาร ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**กรอบแนวคิดในการวิจัย**

**ตัวแปรต้น (Independent Variables) ตัวแปรตาม (Dependent Variables)**

**ผลตอบแทนการลงทุน**

- อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน

(Average Rate of Return on investment: ARR)

- ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB)

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

- ดัชนีกำไร (Profitability Index: PI)

- อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการ

(Internal Rate of Return: IRR)

**ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล**

**ของร้านเซเว่น*-*อีเลฟเว่น**

- การลงทุนที่คุ้มค่า

- การลงทุนที่ไม่คุ้มค่า

**4. การวิเคราะห์ข้อมูล**

การศึกษาครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล 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 x100

= 28.00%

**ไทด์ B**

กำไรสุทธิถัวเฉลี่ยต่อปี = 3,796,667.74/5 = 759,333.55 บาท

อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน = 759,333.55/3,230,000.00 x 100

= 23.08%

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

**2) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB)**

ระยะเวลาคืนทุน ไทด์ C = 3 + 768,614.12/1,344,889.52

= 3.57 ปี

ระยะเวลาคืนทุน ไทด์ B = 4 + 229,456.95/841,124.69

= 4.27 ปี

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

**3) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)**

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ = PV.เงินสดเข้า – PV.เงินสดออก

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ไทด์ C = 5,548,945.71 – 4,920,000.00

= 628,945.71 บาท

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ไทด์ B = 3,062,503.63 – 3,230,000.00

= -167,496.37 บาท

จากผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ ระดับผลตอบแทนที่ต้องการ 8% ของเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C เท่ากับ 628,945.71 บาท และมูลค่าปัจจุบันสุทธิของเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B เท่ากับ -167,496.37 บาท

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C กับเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B

**4) ดัชนีกำไร (Profitability Index: PI)**

ดัชนีกำไร = PV.เงินเข้า/PV.เงินออก

ดัชนีกำไร ไทด์ C = 5,548,945.71/4,920,000.00

= 1.13 เท่า

ดัชนีกำไร ไทด์ B = 3,062,503.63/3,230,000.00

= 0.95 เท่า

จากผลการวิเคราดัชนีกำไร พบว่า เซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C มีดัชนีกำไรเท่ากับ 1.13 เท่า และเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B มีดัชนีกำไรเท่ากับ 0.95 เท่า เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C กับเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B พบว่า ดัชนีกำไรเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B

**5) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)**

การวิเคราะห์ผลตอบแทนภายในของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ใช้วิธีการสุ่มโดยหา PV. เงินสดเข้า เนื่องจากมีเงินสดเข้าไม่เท่ากันทุกปี และได้ทำการหาค่าที่สูงกว่าเงินลงทุน และค่าที่ตำกว่าเงินลงทุน ดังนี้

อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ไทด์ C อัตราผลตอบแทนที่สุ่มได้ 12% กับ 13%

PV 5,406,200.00 อัตราผลตอบแทน 12%

PV 4,920,000.00 อัตราผลตอบแทน 13%

PV ต่างกัน 486,200.00 อัตราต่างกัน 1%

ผลต่าง PV กับอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ

486,200.00 x 1/3,856,768.62 = 0.13%

ดังนั้น อัตราผลตอบแทนภายในโครงการของเซเว่น-อีเลฟเวน ไทด์ C

= (12%+0.13%) = 12.13%

อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ไทด์ B อัตราผลตอบแทนที่สุ่มได้ 6% กับ 7%

PV 4,221,100.00 อัตราผลตอบแทน 6%

3,230,000.00 อัตราผลตอบแทน 7%

PV ต่างกัน 991,100.00 อัตราต่างกัน 1%

ผลต่าง PV กับอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ

991,100.00 x 1/3,270,852.39 = 0.30%

ดังนั้น อัตราผลตอบแทนภายในโครงการของเซเว่น-อีเลฟเวน ไทด์ B

= (6%+0.30%) = 6.30%

จากการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ พบว่า อัตราผลตอบแทนภายในโครงการของร้านเซเว่น- อีเลฟเว่น ไทด์ C เท่ากับ 12.13% และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B เท่ากับ 6.30%

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C กับเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B พบว่า อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B

**สรุปผลและอภิปรายผล**

**สรุปผล**

อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน (Average Rate of Return on investment: ARR) ของร้านเซเว่น-อิเลฟเว่น พบว่า เซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C มีอัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยเท่ากับ 28.00% และเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B มีอัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยกับ 23.08% พบว่า อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน ในเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C มีอัตราผลตอบแทนสูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B แต่ทั้ง 2 ไทด์ ถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า

**ระยะเวลาคืนทุน (**Payback Period: PB) **ของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์** C **มีระยะเวลาคืนทุน** 3.57 **ปี และเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์** B **มีระยะเวลาคืนทุน** 4.27 **ปี** พบว่า **ระยะเวลาคืนทุน** ในเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C มี**ระยะเวลาคืนทุน** น้อยกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B แต่ทั้ง 2 ไทด์ ถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า

**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** พบว่า **มูลค่าปัจจุบันสุทธิ**  ในเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C มี**มูลค่าปัจจุบันสุทธิ** สูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B แต่ทั้ง 2 ไทด์ ถือว่าไทด์ C **เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า แต่**ไทด์ B **เป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า**

**ดัชนีกำไร (**Profitability Index: PI) **เซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์** C **มีดัชนีกำไรเท่ากับ** 1.13 **เท่า และเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์** B **มีดัชนีกำไรเท่ากับ** 0.95 **เท่า แสดงให้เห็นว่า ดัชนีกำไร ไทด์** Cพบว่า **ดัชนีกำไร** ในเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C มี**ดัชนีกำไร** สูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B แต่ทั้ง 2 ไทด์ ถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า

**อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการ (**Internal Rate of Return: IRR) **อัตราผลตอบแทนภายในโครงการของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์** C **เท่ากับ** 12.78% **และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการของร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์** B **เท่ากับ** 6.02%พบว่า **อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการ** ในเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C มี**อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการ** สูงกว่าเซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ B แต่ทั้ง 2 ไทด์ ถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า

**อภิปรายผล**

อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน (Average Rate of Return on investment: ARR) ของร้านเซเว่น-อิเลฟเว่น ทั้ง 2 ไทด์ พบว่า เซเว่น-อีเลฟเว่น ไทด์ C **เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า แต่**ไทด์ B **ในส่วนมูลค่าปัจจุบันสุทธิ เป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า แต่ใน**อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยจากการลงทุน **ระยะเวลาคืนทุน ดัชนีกำไร** และ**อัตราส่วนผลตอบแทนภายในโครงการ เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า** เพราะให้อัตราผลตอบแทนสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ คือ 8% ซึ่งตรงกับ 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) **กล่าวไว้ว่า เกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุน ถ้าระยะเวลาคืนทุนน้อยระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการก็สามารถที่จะลงทุนได้ ซึ่งระยะเวลาคืนทุนที่ต้องการอยู่ที่** 5 **ปี สอดคล้องกับ****วันทนา 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 และสอดคล้องกับ****วิภารัตน์ จุ้ยมูล (**2561) **พบว่า ผลลัพธ์ผ่านเกณฑ์การพิจารณา แสดงว่าการลงทุนธุรกิจขยายร้านอาหารซีฟูดส์มีความเป็นไปได้และยังน่าสนใจในการลงทุน 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

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

**ข้อเสนอแนะ**

**ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้หรือข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย**

1. ผู้จัดการร้าน และผู้ช่วยผู้จัดการร้าน เซเว่น-อิเลฟเว่น ไทด์ B ควรมีนโยบายลดค่าใช้จ่าย หรือมีนโยบายเพิ่มรายได้ เพื่อจะทำให้ดัชนีกำไรมีผลลัพท์มากกว่า 1

2. ผู้ที่ใช้ข้อมูลในการตัดสินใจ นอกจากใช้ผลตอบแทนเพื่อช่วยในการตัดสินใจลงทุนเปิดร้านร้านเซเว่น-อิเลฟเว่นแล้ว 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 รอดแจ่ม. (ม.ป.ป). การประเมินโครงการลงทุน *:* การตัดสินใจการลงทุน*.* https://shorturl.asia/eck5p

ศศิวิมล มีอำพล. (2553). *การบัญชีเพื่อการจัดการ*, พิมพ์ครั้งที่20, บทที่14, หน้า7,9,13, สำนักพิมพ์กรุงเทพฯอินโฟไมนิ่ง

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2552). *การบัญชีบริหาร*, ฉบับปรุบรุงล่าสุด*.* สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล

วันทนา รัตนาคาร (2548). การวิเคราะห์ธุรกิจร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ในจังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. [http://cmuir.cmu.ac.th/handle/6653943832/10725](javascript:void(0);)

ยุพดี มงคลพิทักษ์ทวี. (2549).การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น: กรณีศึกษาการเปิด สาขาใหม่ บริเวณแขวงลวดยาว. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ.

วิภารัตน์ จุ้ยมูล. (2561). การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจขยายร้านอาหาร กุลณิชา ซีฟูดส์. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

7-Eleven Thailand. (2556). ค้นหาร้าน. <https://7eleven.co.th> /find-store

Brand Buffet. (2566). [แล็บการตลาดของ SME ทำความรู้จักอีกหนึ่งบทบาท ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น](https://www.brandbuffet.in.th/2017/08/seven-eleven-sme-management/) [เปิดเหตุผลทำไม 7-Eleven เน้นร้านไซส์ใหญ่-มีที่จอดรถ ปี 2566 ยังเดินหน้าขยายอีก 700 สาขา-Brand Buffet](เปิดเหตุผลทำไม%207-Eleven%20เน้นร้านไซส์ใหญ่-มีที่จอดรถ%20ปี%202566%20ยังเดินหน้าขยายอีก%20700%20สาขา%20-%20%20%20Brand%20Buffet) 2566. สืบค้นจาก https://www.brandbuffet.in.th/2022/12/cpall-plans-to-expand-around-700-new-stores-of-7-eleven-in-2023/