

CHAPTER

3

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ ในการลงทุนศูนย์การค้าชุมชน เพื่อสร้างรายได้ระดับท้องถิ่น บนฐานการพัฒนานโยบายการจัดการ ทางเศรษฐกิจในเขตเมืองระดับเล็ก

Investment Feasibility Analysis in Community Mall
for Generating Local Income Based on Economic
Management Policies in Small Urban Areas

ธีระวัฒน์ จันทิก*
จิตพนธ์ ชุมเกตุ**

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ
เพชรบุรี

** อาจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี



บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการ (Demand) ของผู้ประกอบการของชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนศูนย์การค้าชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก ด้วยการวิเคราะห์ทางการเงินและการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน การประเมินโอกาสในการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานของแรงงานในชุมชนที่มาใช้แรงงานในศูนย์การค้าแห่งนี้ นำไปสู่การสังเคราะห์นโยบายการจัดการทางเศรษฐกิจเพื่อสร้างรายได้ระดับท้องถิ่นรองรับการกระจายตัวของเศรษฐกิจระดับชุมชนเมืองขนาดเล็ก การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณในช่วงแรก โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีโอกาสเข้ามาใช้บริการศูนย์การค้า (ผู้ประกอบการ) ได้แก่ ประชาชนในชุมชน ช้าราชการ พนักงานห้างร้านที่อยู่บริเวณใกล้เคียง จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็นและเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยวิเคราะห์การลงทุนด้วยการจัดทำสมมติฐานรายจ่าย รายได้ รายงานทางการเงิน อัตราส่วนทางการเงิน จากนั้นใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการประยุกต์ใช้การวิจัยเอกสารและการสังเคราะห์บริบทแบบนิรนัย เพื่อให้เกิดนโยบายการจัดการทางเศรษฐกิจ

ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม ครั้วเรือนจากประชาชนในชุมชน ช้าราชการ พนักงานห้างร้านที่อยู่บริเวณใกล้เคียงรัศมี 50 ตร.กม. จากที่ตั้งของโครงการ ส่วนใหญ่มีสมาชิก 4 คน ต่อครัวเรือน สถานภาพการทำงานของประชาชนทำธุรกิจส่วนตัวโดยไม่มีลูกจ้าง ลักษณะของที่อยู่อาศัยเป็นบ้านลักษณะทาวเฮ้าส์และบ้านเดี่ยว มีรายได้ต่อครัวเรือนอยู่ที่ 15,000 - 20,000 บาทต่อเดือน รายจ่ายรวมอยู่ที่ 10,000 บาท ทั้งนี้ ชุมชนมีความต้องการให้มีศูนย์การค้าชุมชนขนาดเล็กเพื่อให้สามารถซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค โดยต้องการความหลากหลายของร้านค้าซึ่งจะทำให้มีสินค้าและบริการที่มากขึ้น และความสะดวกในการเดินทางมาซื้อ โดยมีความต้องการทั้งร้านขายอาหาร

ร้านขายสินค้าอุปโภคบริโภค ธนาคาร ร้านขายยา คาร์แคร์ ศูนย์ให้บริการและตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์ โดยจะมีการใช้เงินจับจ่ายใช้สอยในศูนย์การค้าอยู่ที่ 1,201 - 1,500 บาทต่อครั้ง

นอกจากนี้ศูนย์การค้าชุมชนแห่งนี้ ยังเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น เนื่องจากมีการจ้างงานในหลายอาชีพ เช่น พนักงานขายประจำร้าน แม่บ้าน เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เป็นต้น เป็นการช่วยยกระดับรายได้แรงงานของคนในชุมชน โดยจะก่อให้เกิดการจ้างงานขึ้นจำนวน 72 ตำแหน่ง รายได้เกิดขึ้นในชุมชนเพิ่มขึ้นราว 655,000 บาทต่อเดือน โดยคิดเป็น 7,860,000 บาทต่อปี ส่งผลเกิดในการแก้ไขปัญหาความยากจนขึ้นพื้นฐานได้ระดับหนึ่ง อันเนื่องมาจากภาวะการมีงานทำ ซึ่งจากการวิเคราะห์โครงการลงทุน เห็นว่าโครงการนี้มีความน่าลงทุน เมื่อพิจารณามูลค่าปัจจุบันสุทธิ มีค่า 2,532,956.70 บาท ค่าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ 20 ปี 15.85 % รวมถึงค่าดัชนีกำไร 1.05 มีระยะเวลาคืนทุน 6 ปี 1 เดือน

ขณะที่ผลการศึกษาเอกสารและสังเคราะห์บริบทแบบนิรนัย พบว่าข้อสรุปในการทำนโยบายการจัดการทางเศรษฐกิจในเขตเมืองระดับเล็กที่มีการจัดตั้งศูนย์การค้าชุมชนนั้นมีอยู่ 5 ด้าน ได้แก่ นโยบายด้านการวางแผนด้านการจัดโครงสร้าง ด้านการเป็นผู้นำ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการควบคุม ที่จำเป็นต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดรูปแบบการมีส่วนร่วมทางด้านแรงงานจากชุมชน เกิดการหมุนเวียนของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ศูนย์การค้าชุมชนอย่างยั่งยืน มีผลตอบแทนโครงการที่เป็นไปตามเป้าหมายของผู้ลงทุน และเกิดความเกื้อกูลกันระหว่างนักลงทุนที่เป็นผู้ประกอบการและประชาชนผู้ได้รับผลประโยชน์ร่วมกันในการเข้ามาใช้แรงงาน

คำสำคัญ: การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน/ นโยบายการจัดการทางเศรษฐกิจ/ ศูนย์การค้าชุมชน

Abstract

This research aims to study a demand of consumers within small urban areas by using financial analysis and financial ratio analysis, study an opportunity on participation of communities' labors in working in the community mall was evaluated, and to synthesize economic management policies to help generating local income and support an economic growth in small urban areas. This research was firstly conducted with quantitative methodology. A sample included 400 persons (consumers) who could be able to use services of the community mall including people in community, government officials, and employees of nearby stores. The samples were obtained by using nonprobability sampling and purposive sampling. Tool used for collecting data was questionnaire. Obtained data were analyzed by using descriptive statistics and investment project analysis through establishing hypothesis on expenses, income, financial report, and Financial Ratio. Then a qualitative methodology was applied by using documentary research technique and context-based deductive approach to create economic management policies.

According to the field survey conducted for studying information on economy, society, and household from people in a community, government officials, and employees of nearby companies located in the radius of 50 square kilometers from the project's location, the results showed that most samples had 4 family members per a household. Most of them owned their own business without employing any employee. Most of them

lived in townhouses and single house with an income between 15,000 - 20,000 baht per month. Their total expenses were 10,000 baht. They requested a community mall in order to buy some consumer products with a variety of stores so that it provided more products and services. A convenience for transportation was also considered. The community mall should include restaurants, consumer products stores, banks, drugstores, car care centers, telephone centers, etc. Money spent when shopping was around 1,201 - 1,500 baht per time.

Moreover, this community mall could help to increase income of people in the areas due to the occurrence of local employment for various positions, for example, salespersons, maids, security guards, salesclerks, etc. Consequently, this would increase income level for local labors. An employment could reach 72 persons under employment and increase communities' income up to 655,000 baht per month, which becomes 7,860,000 baht per year. Accordingly, the basic problem on poverty could be dissolved in some extent due to the employment status. According to analysis on project investment, it was found that this project was interesting for investment. Considering on Net Present Value, it was 2,532,956.70 baht with the return rate of the project within 20 years at 15.85%, profitability index of 1.05, and payback period of 6 years 1 months.

For the results of documentary research with deductive approach, it can be concluded that the policies for economic management in small urban areas consist of 5 components:

planning policy, organizing policy, leading policy, directing policy, and controlling policy. These policies must be continuously implemented in order to provide an effective approach of community participation in terms of labor. Thus, it would provide a circulation of economic activities in community mall areas and a return of an investment could be reached as expected with a concordance between investors as entrepreneurs and local people who gain benefits from the employment.

Keywords: Investment feasibility analysis/ Economic management policies/ Community mall

บทนำ

หากพิจารณาหน่วยย่อยทางเศรษฐกิจระดับจุลภาค คือ หน่วยของครัวเรือนและชุมชนของประเทศไทยที่เป็นชุมชนโดยรอบเขตปริมณฑลที่จัดว่าเป็นพื้นที่ชุมชนในเขตเมืองขนาดเล็ก เริ่มมีระดับความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นในช่วง 2 - 3 ทศวรรษที่ผ่านมา อันเนื่องมาจากอิทธิพลการขยายตัวของระบบเมืองและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่เป็นทางด่วน ระบบขนส่งมวลชน และศูนย์การค้าต่าง ๆ แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่วัยชรา นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นก็ตาม ซึ่งในหลายพื้นที่ในเขตนี้ก็มีระดับปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้ที่ลดลงอยู่บ้าง ประชาชนก็เริ่มมีพฤติกรรมเข้าใกล้กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตเมืองใหญ่ คือ เริ่มมีความนิยมแยกเป็นครอบครัวขนาดเล็ก และมีพฤติกรรมมารับประทานอาหารนอกบ้าน นิยมจับจ่ายใช้สอยในห้างสรรพสินค้าแทนตลาดขายสดและร้านสะดวกซื้อในชุมชน และการบริโภคสินค้าบนสื่อสารสังคมออนไลน์มากขึ้น ซึ่งชุมชนในเขตเมืองโดยรอบปริมณฑลส่วนใหญ่จึงมีการปรับตัวรองรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชน ก็เริ่มมีการพัฒนา

โครงการลงทุนในการพัฒนาศูนย์การค้าชุมชนมากขึ้นในหลายพื้นที่ ซึ่งศูนย์การค้าชุมชน (Community mall) นั้น จัดเป็นระบบร้านค้าแบบขายปลีกที่อำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคเข้ามาซื้อสินค้ามากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้หลากหลายตามความต้องการ มีราคายุติธรรม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า สามารถดึงดูดใจให้ลูกค้าซื้อสินค้า และบริการได้หลากหลาย (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และสุนี เลิศแสวงกิจ, 2548)

ระบบเศรษฐกิจระดับมหภาคของประเทศไทยนั้นนับมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจเป็นลักษณะที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงก็ตาม เนื่องจากเผชิญกับปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ภาวะภัยคุกคามทางการเมือง ประกอบกับปัญหาความมั่นคงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศ แต่ก็มีผลทำให้ภาคเอกชนมีการขยายกิจการและพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด และเมื่อพิจารณาโครงการลงทุนที่ได้รับความนิยมอย่างมากอีกธุรกิจหนึ่งในรอบทศวรรษที่ผ่านมาในพื้นที่ชุมชนชายขอบเมือง คือ การพัฒนาศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าในขนาดใหญ่และขนาดเล็ก กระจายตัวไปสู่ชุมชนในรอบเขตปริมณฑลมากขึ้น เช่น ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ สมุทรสาคร นนทบุรี ปทุมธานี และนครปฐม เป็นต้น และในปัจจุบันพื้นที่ที่เป็นห้างสรรพสินค้าขนาดเล็กหรือศูนย์การค้าชุมชนได้รับความนิยมสูงจากผู้บริโภคในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านและแวะพักระหว่างทาง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าห้างศูนย์การค้าชุมชนมีแนวโน้มการขยายตัวทางธุรกิจก็อาจจะได้รับผลกระทบจากห้างสรรพสินค้าค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ดำเนินธุรกิจในประเทศและมีแนวโน้มขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ซึ่งปัจจุบันห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เหล่านั้นมีการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ด้วยการขยายสาขาให้อยู่ในรูปแบบศูนย์การค้าขนาดเล็กในชุมชน ซึ่งนับว่าเป็นคู่แข่งทางธุรกิจที่สำคัญในธุรกิจศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก

ปัจจุบันศูนย์การค้าชุมชนได้มีกลยุทธ์เพื่อการแข่งขัน โดยมีการปรับเปลี่ยนจากรูปแบบร้านสะดวกซื้อและตลาดสดให้กลายเป็นรูปแบบของ

การค้าปลีกที่มีความทันสมัย และให้เป็นศูนย์กลางการค้าที่ผูกพันกับวิถีชีวิตชุมชนอย่างมาก ที่กลายเป็นแหล่งการสร้างรายได้และการจับจ่ายใช้สอยเพื่อการยกระดับการครองชีพของประชาชนให้สูงขึ้น ที่เน้นรูปแบบของการบริโภคที่เน้นสิ่งอำนวยความสะดวกและความหลากหลายของสินค้าและบริการเป็นหลัก (ธีระวัฒน์ จันทิก, 2554) และเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของเลิฟล๊อค ที่กล่าวว่า ศูนย์การค้าในรูปแบบห้างสรรพสินค้า เป็นการให้บริการของการค้าปลีกรูปแบบหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้บริโภค เนื่องจากรูปแบบของศูนย์การค้าในปัจจุบันจะมีลักษณะการให้บริการแบบครบวงจร กล่าวคือเป็นที่รวบรวมของสินค้าและบริการนานาชนิด ซึ่งผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าและเข้ารับบริการต่าง ๆ ได้ครอบคลุมทุกด้าน (Lovelock, C. H., 1996) ประหยัดเวลาในการจับจ่ายใช้สอย อีกทั้งยังมีสถานบันเทิงและมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างครบครัน (วรฤทัย สุภัทรเกียรติ, 2552) เพื่อมอบความสุขและความพึงพอใจสูงสุดในการบริโภคสินค้าและบริการ

อย่างไรก็ตาม รูปแบบของศูนย์การค้าในปัจจุบันจะมีลักษณะแบบครบวงจรสามารถหาซื้อสินค้าและใช้บริการได้สะดวกรวดเร็วที่ตอบสนองของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่แวะพักระหว่างทาง ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ส่งผลให้ธุรกิจประเภทนี้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ผู้บริหารศูนย์การค้าแต่ละแห่งจึงมีความจำเป็นในการศึกษาแนวทางในการบริหารและการศึกษาความเป็นไปได้ในทางธุรกิจก่อนเริ่มกิจการ (ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ, 2548) ทั้งทางด้านการตลาดที่เน้นการจัดรายการส่งเสริมการขาย การจัดตกแต่งสถานที่ให้มีความน่าสนใจและสะดวกสบาย แผนการบริหารและกลยุทธ์ แผนการเงินและอัตราส่วนทางการเงิน เป็นต้น (สิงขร แก้วมรกต และอดุลย์ อดุมเจริญศิลป์, 2555) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินความคุ้มค่าทางการลงทุนก่อนการตัดสินใจลงทุนเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในการลงทุนในอนาคต (สมิต สัชฌุกร, 2548)

สำหรับการประเมินความคุ้มค่าและมูลค่าของการลงทุนนั้น มีความจำเป็นต้องมีการประเมินล่วงหน้าก่อนเริ่มกิจการ (พนารัตน์ เคียนทอง, 2554) โดยผู้บริหารอาจพิจารณาถึงความคุ้มค่าและความคุ้มค่าของทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด (Ludovici, B.; 1990) ตามแนวทางการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ก่อนตัดสินใจลงทุน (ธีระวัฒน์ จันทิก, 2558) เพราะผลที่ได้รับจากการดำเนินโครงการตามลักษณะของแต่ละโครงการนั้น โครงการลงทุนจะมีความคุ้มค่าก็ต่อเมื่อผลที่ได้รับมีมูลค่า “สูงกว่า” ต้นทุนของทรัพยากรที่ต้องใช้เพื่อการลงทุนในโครงการซึ่งต้องรวมต้นทุนค่าเสียโอกาสต่าง ๆ มาด้วย (ภาสมา สุทธิพงศ์, 2549) และในการในการลงทุนโครงการหรือกิจกรรมใด ๆ ขององค์กรให้มีความสอดคล้องและคุ้มค่าต่อทรัพยากรที่มีอยู่ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณาถึงกรอบแนวคิดเพื่อการตัดสินใจต่อสิ่งที่จะต้องลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ (Khan, A.R., 2004) ซึ่งหากพิจารณาถึงองค์ประกอบพื้นฐานในเชิงเศรษฐศาสตร์ ต้องคำนวณต้นทุนกับประโยชน์ที่จะได้รับทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมควบคู่ไปด้วย (จิรพร สุขธีประสิทธิ์, 2556) และ (Copeland, L., 2000) โดยมีการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม นั่นคือการสำรวจความคิดเห็นของชุมชนโดยรอบเกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรม การจับจ่ายใช้สอยในการวิเคราะห์โครงการหรือประเมินโครงการลงทุนทางธุรกิจ (David, L., Albert, J. and Della, B., 1993; Mowen, J.C. & Minor, V. 1998) เนื่องจากในที่นี่เป็นการศึกษาศูนย์การค้าชุมชน จึงต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในชุมชนควบคู่ไปกับการวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชนที่อาจเกิดขึ้นเป็นผลได้ทางใดทางหนึ่ง เช่น รายได้ที่เกิดจากการจ้างแรงงานในท้องถิ่นหรือในชุมชน เป็นต้น

จากการวิเคราะห์และศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนที่ได้กล่าวไป ยังมีปัจจัยสำคัญอีกประการที่มีส่วนช่วยให้เกิดการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจให้เกิดรูปแบบการกระจายรายได้ภายในชุมชนที่มีความก้าวหน้าและยั่งยืน นั่นคือการสร้างนโยบายทางการบริหารจัดการทางเศรษฐกิจให้แก่ศูนย์การค้าชุมชน

เนื่องจากการบริหารจัดการระเบียบการใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยที่จำเป็นในกระบวนการจัดการ ทั้งทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรด้านวัตถุและทรัพยากรทางการเงิน โดยใช้ระบบการจัดการที่เหมาะสมและใช้ระเบียบปฏิบัติงานที่มีทั้งประสิทธิผลและประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของที่ตั้งเอาไว้ (สมคิด บางโม, 2553) ซึ่งการสร้างนโยบายเหล่านี้สามารถช่วยให้สามารถลดจุดอ่อนของการจัดการและช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายให้ต่ำลงได้ และก่อให้เกิดความคล่องตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน อันได้แก่ การสร้างสินค้าและบริการ การบริโภคภายในชุมชน การกระจายรายได้ และการแลกเปลี่ยน (ศิริณา จิตต์จรัส, 2554)

นอกจากนี้ ในการจัดการทางเศรษฐกิจในชุมชนที่เกิดประสิทธิผลและความยั่งยืนจำเป็นต้องพิจารณาถึงบทบาทหน้าของกระบวนการจัดการที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันในลักษณะที่เป็นระบบ (จิตพนธ์ ชุมเกตุ, 2558) เริ่มจากการวางแผนงบประมาณเพื่อจัดสรรทรัพยากร และการวางนโยบายวางขั้นตอนการดำเนินงาน ต่อเนื่องด้วยการเตรียมงาน การวางโครงสร้างการทำงานของบุคคล การสร้างหน้าที่ความรับผิดชอบและสัมพันธ์ภาพกับตำแหน่งหน้าที่ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการบริหารงานบุคคลในการคัดเลือกบุคคลซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานนั้น ๆ และยังรวมถึงการอำนวยความสะดวก การประสานงานกันระหว่างพนักงาน และขั้นตอนสุดท้ายคือการควบคุม ประเมินมาตรฐานการปฏิบัติงานว่าได้บรรลุเป้าหมายหรือไม่ หรืออาจต้องแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน (Schermerhorn, 2005) ทำให้กล่าวได้ว่าการสร้างนวัตกรรมด้านกระบวนการบริหารจัดการนั้นเป็นเหมือนเครื่องมือที่ทำให้เกิดแนวทางปฏิบัติไปสู่การแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่อง (ฮาเมล, 2552)

หากพิจารณาถึงชุมชนเมืองขนาดเล็กโดยรอบเขตปริมณฑลในพื้นที่จังหวัดนครปฐม เช่น อำเภอมือง อำเภอดอนตูม อำเภอพุทธมณฑล อำเภอบางเลน เป็นต้น จัดได้ว่าเป็นเมืองขนาดเล็กที่เริ่มศูนย์กลางความเจริญที่ได้รับ

อิทธิพลของการขยายตัวของระบบเมืองในเขตกรุงเทพฯและเมืองใหญ่โดยรอบ ปริมาณพลที่มีหนาแน่นด้วยประชากร เกิดความแออัดและภาวะมลพิษต่าง ๆ อีกทั้งชุมชนเมืองขนาดเล็กดังกล่าว ในอนาคตอันใกล้จะเป็นเส้นทางผ่านของ ทางด่วนพิเศษ ที่รองรับการขยายตัวของ การขนส่งระดับโลกท่าเรือน้ำลึกทวาย และแหลมฉบัง ซึ่งบางส่วนยังเป็นแนวเส้นทางรถไฟฟ้าความเร็วสูงอีกด้วย การลงทุนพัฒนาพื้นที่อสังหาริมทรัพย์จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ โดยผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ที่คณะนักวิจัยได้สอบถามเบื้องต้นเห็นว่า พื้นที่ดังกล่าวนั้นมีศักยภาพ สูงและราคาที่ดินยังไม่สูงมากจึงพอจะซื้อมาลงทุนได้ โดยเฉพาะการลงทุนใน ลักษณะที่เป็นศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) ที่ให้บริการกับคนใน พื้นที่และนักท่องเที่ยวที่แวะพักระหว่างทาง จากข้อมูลเบื้องต้นทำให้ผู้วิจัย มองเห็นโอกาสการเติบโตของธุรกิจศูนย์การค้า อย่างไรก็ตามผู้วิจัยเข้าใจดีกับ ความจริงที่ว่า ส่วนใหญ่ศูนย์การค้ามักจะตั้งขึ้นในชุมชนเมืองขนาดใหญ่ สำหรับชุมชนระดับเล็กจะมีค่อนข้างน้อย จึงส่งผลให้การกระจายของรายได้ หรือการจ้างงานในชุมชนเมืองระดับเล็กมีน้อยกว่าชุมชนเมืองขนาดใหญ่ ทำให้ เกิดการอพยพของประชาชนในการเข้าเมืองเพื่อหางานทำอยู่บ้าง แต่เมื่อลง พื้นที่วิจัยเบื้องต้น พบว่า พื้นที่ในเขตจังหวัดนครปฐมเป็นพื้นที่ที่นำลงทุนพัฒนา อสังหาริมทรัพย์ในการพัฒนาเป็นศูนย์การค้าชุมชนในเขตเมืองระดับเล็กได้ ดังนั้น เพื่อเป็นการวิเคราะห์และประเมินมูลค่าก่อนเริ่มโครงการ ผู้วิจัยจึงมี ความสนใจในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนศูนย์การค้าเพื่อชุมชนใน เขตเมืองระดับเล็ก ด้วยการศึกษาความต้องการ (Demand) ของผู้บริโภคของ ชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนา ศูนย์การค้าเพื่อชุมชน ประเมินโอกาสในการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานของ แรงงานในชุมชน ที่มาใช้แรงงานในศูนย์การค้าแห่งนี้ตามแนวทางเศรษฐศาสตร์ และสังเคราะห์นโยบายการจัดการทางเศรษฐกิจในเขตเมืองระดับเล็กเพื่อเป็น แนวทางให้กับผู้ประกอบการใช้ในการประกอบการพิจารณา และนำไปใช้ ประโยชน์ในการประกอบการตัดสินใจในการลงทุนและบริหารจัดการ

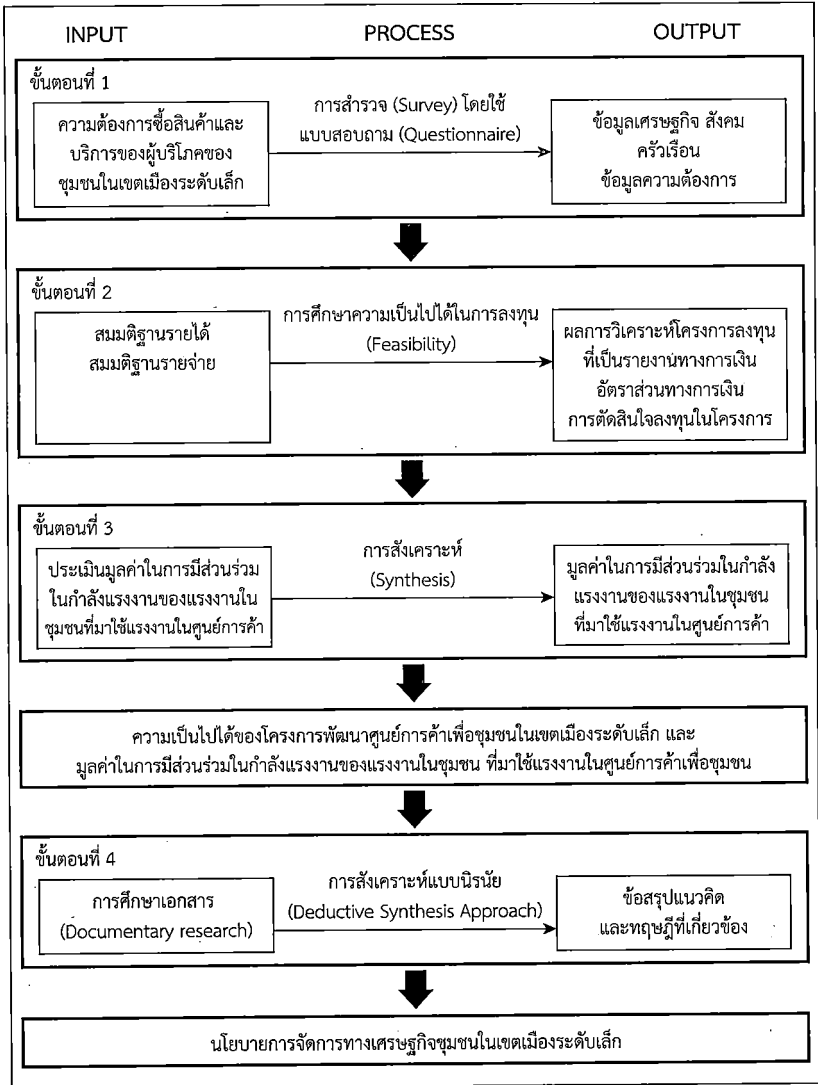
ศูนย์การค้าโดยชุมชนและหน่วยงานบริหารจัดการภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมได้
อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคของชุมชน
ในเขตเมืองระดับเล็ก
2. เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาศูนย์การค้าเพื่อ
ชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก
3. เพื่อประเมินมูลค่าในการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานของแรงงานใน
ชุมชน ที่มาใช้แรงงานในศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก
4. เพื่อสังเคราะห์นโยบายการจัดการทางเศรษฐกิจชุมชนในเขตเมือง
ระดับเล็ก

และสามารถพิจารณากรอบแนวคิดการวิจัยที่คณะผู้วิจัยได้พัฒนาเป็น
กรอบแนวคิดเชิงขั้นตอนได้ ดังภาพที่ 1 ดังนี้

กรอบแนวคิดของงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการวิจัยแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาความต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคของชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก

ในขั้นการวิจัยนี้ศึกษาความต้องการและอำนาจซื้อของผู้ที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก ผู้วิจัยเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนในชุมชน ข้าราชการ พนักงานห้างร้านที่อยู่บริเวณใกล้เคียง จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น เลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (วรรณิ แกมเกต, 2551) ได้มาจากสูตรการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างของทาโรยามานะ คำนวณหากกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนสำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใน ส่วนแบบสอบถามนี้คณะผู้วิจัยได้ทดสอบค่าความตรงของเนื้อหา (Content Validity) พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขให้แบบสอบถามชัดเจนและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน และนำแบบสอบถามที่ได้ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุดและคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha) โดยใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.7 (Cochran, W.G., 1977) เพื่อแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นเพียงพอโดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลลัพธ์ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยจะมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าที่ได้ของแบบสอบถามหลังจากการทดสอบค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.923 ซึ่งใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) การวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) คิดเป็นร้อยละ (Percentage) (ประสพชัย พสุนนท์, 2555) การใช้ค่าเฉลี่ย

(Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550) และนอกจากสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการแล้ว ผู้วิจัยยังได้สำรวจราคาค่าเช่าพื้นที่ขายจากพ่อค้าแม่ค้าที่เช่าพื้นที่ขายในศูนย์การค้าใกล้เคียง เพื่อนำมากำหนดเป็นอัตราค่าเช่าพื้นที่ โดยข้อมูลที่ได้ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำไปพัฒนาเป็นแบบแปลนโครงการ ทำสมมติฐานรายได้รายจ่าย สมมติฐานโครงสร้างการลงทุนเริ่มแรก จัดทำรายงานทางการเงิน และอัตราส่วนทางการเงิน (Chumkate, J. and Chantuk. T., 2016) รวมถึงเพื่อประเมินมูลค่าในการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานของแรงงานในชุมชน ที่มาใช้แรงงานในศูนย์การค้า (ธีระวัฒน์ จันทิก, 2559) เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก ในขั้นตอนที่ 2 ต่อไป

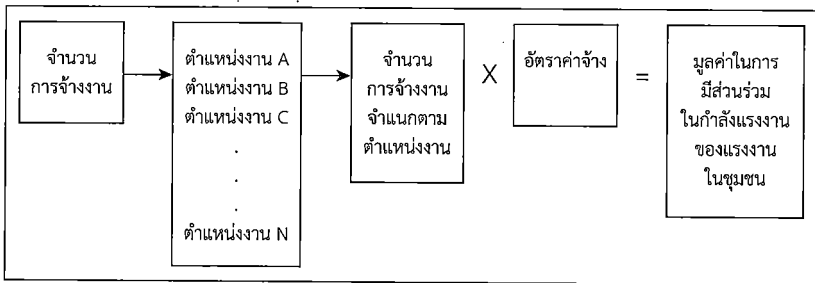
ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก

เป็นการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ทางการเงิน และการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ได้แก่ งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ งบแสดงฐานะการเงิน จากนั้นจึงนำมาหาค่าความเป็นไปได้โดยหาผลตอบแทนจากการประกอบธุรกิจ ประกอบด้วย ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period:PB) แบบคำนึงถึงค่าของเงินตามเวลา (Discount Rate) โดยคำนวณเป็นค่าเสียโอกาสของมูลค่าเงินที่คิดเผื่อจากผลตอบแทนอัตราดอกเบี้ยเงินฝากในระบบในอัตราสูงสุดแบบปรับแล้วเป็นร้อยละ 10 (Noreen, E.W. and Ray, H., 1997) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจแบบคำนึงถึงค่าของเงินตามงวดเวลา NPV ต้องมีค่ามากกว่า 0 จึงจะคุ้มค่าที่จะลงทุน (ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ, 2544) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Returns: IRR) เป็นมูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับสุทธิตลอดอายุโครงการ ที่มีค่าเท่ากับเงินสดจ่ายสุทธิลงทุนเริ่มแรก IRR ต้องมีค่ามากกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการ จึงจะคุ้มค่าที่จะลงทุน (ภาสมา สุทธิพงศ์, 2549) ดัชนีกำไร

(Profitability Index: PI) ต้องมีค่ามากกว่าหนึ่งจึงจะนำลงทุน (สุทธิย มีนะพันธ์, 2550) โดยประมาณว่าโครงการลงทุนมีอายุการให้ประโยชน์ 20 ปี

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินมูลค่าในการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานของแรงงานในชุมชน ที่มาใช้แรงงานในศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก

เป็นการประเมินมูลค่าในการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานของแรงงานในชุมชน ที่มาใช้แรงงานในศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก โดยผู้วิจัย ใช้การสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนา ศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ซึ่งสามารถแสดงแบบแผนการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังภาพที่ 2

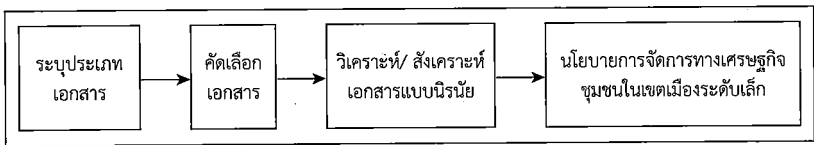


ภาพที่ 2 วิธีการคำนวณตามแบบแผนการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานของแรงงานในชุมชน

ขั้นตอนที่ 4 การศึกษาเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีทางการจัดการ การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และการจัดทำนโยบาย

หลังจากที่ได้วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการแล้ว ในขั้นตอนนี้เป็นการประยุกต์ใช้วิธีการศึกษาเอกสาร โดยเริ่มจากการพิจารณาเอกสารในระดับทุติยภูมิ (Secondary data) คัดเลือกเอกสารที่มีข้อมูลที่ถูกต้อง

สอดคล้อง และมาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ ทำให้สามารถรวบรวมแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ แหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษามาจากหนังสือทางวิชาการ ตำราวารสารทางวิชาการ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นจึงใช้เทคนิคการสังเคราะห์แบบนิรนัย (Deductive Approach) โดยเป็นรูปแบบการศึกษาค้นคว้าความรู้ที่ได้รวบรวมมา นำมาอ้างอิงและเชื่อมโยงให้สัมพันธ์กับผลการวิจัยที่เกิดขึ้น เพื่อให้เกิดข้อสรุปออกมาเป็นแนวทางการจัดการทางเศรษฐกิจในลักษณะของนโยบายการจัดการทางเศรษฐกิจชุมชนในเขตเมืองระดับเล็กที่สามารถรองรับการพัฒนาศูนย์การค้าชุมชนได้ สามารถแสดงกระบวนการได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงกระบวนการศึกษาเอกสารและสังเคราะห์แบบนิรนัย

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาความต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคของชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก

จากการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม คริวเรือนจากประชาชนในชุมชน ข้าราชการ พนักงานห้างร้านที่อยู่บริเวณใกล้เคียงรัศมี 50 ตร.กม. จากที่ตั้งของโครงการ ส่วนใหญ่มีสมาชิก 4 คนต่อครัวเรือน สถานภาพการทำงานของประชาชนทำธุรกิจส่วนตัวโดยไม่มีลูกจ้าง ลักษณะของที่อยู่อาศัยเป็นทาวเฮ้าส์และบ้านเดี่ยว ด้านของรายได้ต่อครัวเรือนอยู่ที่ 15,000 - 20,000 บาท รายจ่ายรวมอยู่ที่ 10,000 บาท สำหรับผลการศึกษาการเข้ามาใช้บริการศูนย์การค้า พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการมาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค โดยสิ่งที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการ คือ ความครบครันของร้านค้าและความสะดวกในการเดินทาง

โดยที่ประเภทของร้านที่จะเข้ามาใช้บริการ คือ ร้านอาหาร ร้านของสินค้าอุปโภคบริโภค ธนาคาร ร้านขายยา คาร์แคร์ ศูนย์โทรศัพท์ เป็นต้น โดยการใช้เงินในการจับจ่ายใช้สอยในศูนย์การค้าอยู่ที่ 1,201 - 1,500 บาทต่อครั้ง โดยส่วนใหญ่เลือกไปใช้บริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และศูนย์การค้าควรมีการจัดโซนร้านค้าให้แบ่งร้านค้าเป็นหมวดหมู่ จัดพื้นที่ เช่น โต๊ะม้าหินไว้ให้นั่งรอ มีสนามเด็กเล่น หรือพื้นที่ออกกำลังกาย นอกจากนี้ข้อมูลในส่วนผู้บริโภคของชุมชนในเขตเมืองระดับเล็กแล้ว คณะผู้วิจัยได้สำรวจราคาค่าเช่าพื้นที่ขายจากพ่อค้าแม่ค้าที่เช่าพื้นที่ขายในศูนย์การค้าใกล้เคียง พบว่า มีความต้องการให้ค่าเช่าโดยเฉลี่ยต่อวันไม่เกิน 400 - 500 บาท หรือต่อเดือนไม่เกิน 12,000 - 15,000 บาท

และจากการศึกษาความต้องการตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps แล้ว พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการในแต่ละปัจจัยตามภาพรวมดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปลภาพรวมความต้องการตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

ที่	รายการ	MEAN	SD	ความหมาย
1	ด้านผลิตภัณฑ์	4.79	0.89	มากที่สุด
2	ด้านราคา	4.67	0.87	มากที่สุด
3	ด้านสถานที่	4.10	0.94	มาก
4	ด้านกระบวนการ	4.21	0.92	มากที่สุด
5	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.35	0.86	มากที่สุด
6	ด้านบุคลากร	4.14	0.67	มาก
7	ด้านกายภาพ	4.11	0.74	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาพรวมความต้องการตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ของผู้บริโภคนั้น ได้มีความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ (4.79) มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ด้านราคา (4.67) ด้านการส่งเสริมการตลาด (4.35) ด้านกระบวนการ (4.21) ด้านบุคลากร (4.14) ด้านกายภาพ (4.11) และด้านสถานที่ (4.10) ตามลำดับ

เมื่อคณะผู้วิจัยได้ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคของชุมชนในเขตเมืองระดับเล็กและราคาค่าเช่าพื้นที่ขายจากพ่อค้าแม่ค้าที่เช่าพื้นที่ขายในศูนย์การค้าใกล้เคียงที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้วนั้น คณะผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก ดังตอนที่ 2

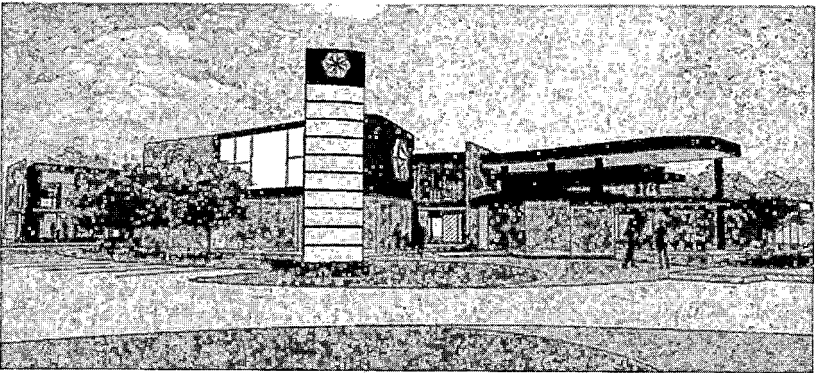
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก ได้นำผลการวิจัยมาปรับใช้ในการพัฒนาเป็นแบบแปลนโครงการ ทำสมมติฐานรายได้ รายจ่าย สมมติฐานโครงสร้างการลงทุนเริ่มแรกเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก โดยสามารถสรุปผลการศึกษาตามลำดับการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ได้ดังนี้ (ธีระวัฒน์ จันทิก, 2558)

2.1 การพัฒนาเป็นรูปตัวอย่างการจำลองโครงการ

การพัฒนาเป็นรูปตัวอย่างการจำลองโครงการนั้น เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคมาใช้ในการพัฒนาแบบจำลองโครงการ โดยข้อมูลในส่วนนี้ได้นำไปใช้เป็นสมมติฐานรายจ่ายอันเกิดจากค่าก่อสร้างโครงการตามแบบจำลองโครงการ สำหรับแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นนั้นเป็นการพัฒนาโครงการที่ยึดหลักของการผสมผสานระหว่างความเป็นธรรมชาติของต้นไม้ และอาคารของศูนย์การค้า โดยการออกแบบจะไม่ออกแบบให้เป็น

อาคารขนาดใหญ่ แต่การออกแบบจะเป็นอาคารขนาดกลางเพื่อให้ศูนย์การค้า มีความกลมกลืนกับชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก ซึ่งในเนื้อที่ 100% นั้น ได้แบ่ง เป็นสัดส่วนของพื้นที่สีเขียวถึง 25% และอาคารศูนย์การค้า 75% สามารถ แสดงรูปตัวอย่างการจำลองในโครงการได้ดังภาพที่ 4



ภาพที่.4 รูปตัวอย่างการจำลองโครงการ

2.2 สมมติฐานโครงสร้างการลงทุนเริ่มแรก และสมมติฐานรายได้ รายจ่าย

ต้นทุนของโครงการลงทุน จำนวนทั้งสิ้น 51,880,000 บาท แบ่งเป็น
เงินลงทุนตนเองจำนวน 28,930,000 บาท (56%) และเงินกู้สถาบันการเงิน
22,950,000 บาท (44%) สำหรับค่าใช้จ่ายระหว่างโครงการ ในปีเริ่มแรก
จำนวนทั้งสิ้น 1,702,000 บาท แบ่งเป็นต้นทุนคงที่ 962,000 บาท และต้นทุน
แปรผัน 740,000 บาท ประมาณการรายได้ในปีเริ่มแรก ได้แก่ รายได้จากกา
รให้เช่าพื้นที่ 10,680,000 บาท

2.3 รายงานทางการเงิน

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558

	หน่วย : บาท
ยอดขาย	10,680.00
หัก ต้นทุนขายและค่าใช้จ่าย	7,110,500.00
หัก ดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	1,290,937.50
กำไร (ขาดทุน) สุทธิก่อนหักภาษี	2,278,562.50
ภาษีเงินได้ ร้อยละ 20	455,712.50
กำไร (ขาดทุน)	1,822,850.00

จากสมมติฐานรายได้ และสมมติฐานรายจ่ายที่ได้จากการเก็บข้อมูล
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จสำหรับปีแรก มียอดขาย 10,680.00 บาท หักต้นทุน
ขาย 7,110,500.00 บาท หัก ดอกเบี้ยจ่ายเงินกู้ระยะยาว 1,290,937.50 บาท
เท่ากับกำไรสุทธิ ก่อนหักภาษี 2,278,562.50 บาท หักภาษีเงินได้ 20%
455,712.50 บาท กำไรสุทธิ 1,822,850.00 บาท

งบแสดงฐานะการเงิน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558

หน่วย : บาท

สินทรัพย์

สินทรัพย์หมุนเวียน	
เงินสด	2,069,350.00
สินทรัพย์ถาวร	
สินทรัพย์ถาวร	47,043,500.00
รวมสินทรัพย์	49,112,850.00

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

หนี้สินหมุนเวียน	
เจ้าหนี้การค้า	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน	
เงินกู้ระยะยาว	18,360,000.00
ส่วนของผู้ถือหุ้น	
ทุน	28,930,000.00
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	49,112,850.00

จากสมมติฐานรายได้ และสมมติฐานรายจ่ายที่ได้จากการเก็บข้อมูล
งบแสดงฐานะการเงินสำหรับปีแรก มีสินทรัพย์หมุนเวียน เท่ากับ 2,069,350.00
บาท สินทรัพย์ถาวร เท่ากับ 47,043,500.00 บาท รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น
49,112,850.00 บาท มีหนี้สินไม่หมุนเวียนเท่ากับ 18,360,000 บาท และส่วน
ของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 28,930,000.00 บาท รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น
เท่ากับ 49,112,850.00 บาท

งบกระแสเงินสด
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558

หน่วย : บาท

เงินสดรับ	
รวม	7,950,287.50
เงินสดจ่าย	
รวม	5,880,937.50
เงินสด ณ วันต้นงวด	-
เงินสด ณ วันสิ้นงวด	2,069,350.00
รวมยอดคงเหลือ	2,069,350.00

งบกระแสเงินสด

จากสมมติฐานรายได้ และสมมติฐานรายจ่ายที่ได้จากการเก็บข้อมูล งบกระแสเงินสด มีเงินสดรับทั้งสิ้น 7,950,287.50 บาท มีเงินสดจ่ายทั้งสิ้น 5,880,937.50 เท่ากับเงินสดสุทธิ 2,069,350.00 บาท

ประมาณการจุดคุ้มทุน

จากสมมติฐานรายได้ และสมมติฐานรายจ่ายที่ได้จากการเก็บข้อมูล ประมาณการจุดคุ้มทุนที่คำนวณได้ มียอดขาย เท่ากับ 10,680,000 บาท ต้นทุนคงที่ เท่ากับ 6,370,500 บาท ต้นทุนแปรผัน เท่ากับ 740,000 บาท เท่ากับกำไรขั้นต้น 9,940,000 บาท และจุดคุ้มทุน เท่ากับ 6,844,762.58 บาท

ตารางที่ 2 แสดงประมาณการระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period)

รายการ	กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	เงินสดรับ (สะสม)	เงินลงทุน ณ เริ่มโครงการ	
ปีที่ 1	7,950,287.50	7,950,287.50	51,880,000.00	ไม่คืนทุน
ปีที่ 2	8,257,344.50	16,207,632.00	51,880,000.00	ไม่คืนทุน
ปีที่ 3	8,542,079.98	24,749,711.98	51,880,000.00	ไม่คืนทุน
ปีที่ 4	8,799,714.54	33,549,426.52	51,880,000.00	ไม่คืนทุน
ปีที่ 5	9,025,622.06	42,575,048.58	51,880,000.00	ไม่คืนทุน
ปีที่ 6	8,646,116.66	51,221,165.24	51,880,000.00	ไม่คืนทุน
ปีที่ 7	8,853,175.74	60,074,340.98	51,880,000.00	คืนทุน

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่า เงินลงทุน ณ เริ่มโครงการ เท่ากับ 51,880,000.00 บาท ซึ่งเงินสดรับสะสมปีที่ 1 เท่ากับ 7,950,287.50 บาท และเงินสดรับสะสมปีที่ 7 เท่ากับ 60,074,340.98 บาท นั้นแสดงว่า ระยะเวลาคืนทุนของกิจการเมื่อคำนวณแล้วจะคืนทุนเข้าปีที่ 7 (6 ปี 1 เดือน)

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน และการวิเคราะห์
ความอ่อนไหว

อัตราส่วนทางการเงิน	กรณีมาตรฐาน	กรณีรายได้ลดลง 30%
IRR 5 ปี	-6.13 %	-15.86%
IRR 20 ปี	15.85 %	9.67%
NPV	2,532,956.70 บาท	-14,717,236.17 บาท
PI	1.05	0.72
GPM	63%	50%
OPM	63%	50%
NPM	50%	40%
BEP	4,634,487.97	4,470,661.52
D/E Ratio	0	0
ROE	5%	4%
ROA	5%	4%
ระยะเวลาคืนทุน	6 ปี 1 เดือน	8 ปี 9 เดือน

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าการประเมินภาพรวมในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก โดยภาพรวมมีความน่าลงทุน ทั้งนี้ จึงได้วิเคราะห์ค่าความอ่อนไหวของโครงการ จะต้องระวังในส่วนของรายได้ที่วางไว้ต้องไม่ลดลงเกินกว่า 30% ซึ่งเห็นได้ว่าการลงทุนมีความเสี่ยง พิจารณาได้จากตัวเลขของค่า NPV มีค่า -14,717,236.17 บาท และค่า IRR 5 ปี -15.86% รวมถึงค่า PI มีค่า 0.72 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่สมควรลงทุน

**ตอนที่ 3 ผลการประเมินมูลค่าในการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานของ
แรงงานในชุมชน ที่มาใช้แรงงานในศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับ
เล็ก**

จากการสอบถามข้อมูลจากประชาชนในชุมชนพบว่า การที่มีศูนย์การค้า
มาตั้งในชุมชนนอกจากจะเพิ่มความความสะดวกสบายแล้วยังเป็นการสร้างงานสร้าง
รายได้ให้กับประชาชนในชุมชน เนื่องจากมีการจ้างงานมากขึ้น เช่น แม่บ้าน
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย พนักงานขายประจำร้าน เป็นต้น ทำให้เป็นการ
ช่วยยกระดับรายได้ของประชาชนในชุมชน ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้คำนวณรายได้ที่เกิด
จากการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นจากการก่อตั้งศูนย์การค้าเพื่อชุมชนได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 คำนวณรายได้ที่เกิดจากการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นจากการก่อตั้ง
ศูนย์การค้าเพื่อชุมชน

ที่	การจ้างงาน	จำนวน คน	อัตรา การจ้าง งานต่อเดือน	รายได้ ต่อเดือน	รายได้ต่อปี
1	เจ้าหน้าที่ดูแล ประสานงานโครงการ	1	12,000	12,000	144,000
2	แม่บ้านดูแลทำความสะอาด	2	9,000	18,000	216,000
3	คนสวน	1	9,000	9,000	108,000
4	เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	4	10,000	40,000	480,000
5	พนักงานขายประจำร้าน	64	9,000	576,000	6,912,000
	รวม	72	49,000	655,000	7,860,000

จากตารางที่ 5 เห็นได้ว่าการที่มีการก่อตั้งศูนย์การค้าเพื่อชุมชนขึ้นได้ ก่อให้เกิดการจ้างงานขึ้น จำนวน 72 คน รายได้เกิดขึ้นในชุมชนเพิ่มขึ้น 655,000 บาทต่อเดือน โดยคิดเป็น 7,860,000 บาทต่อปี

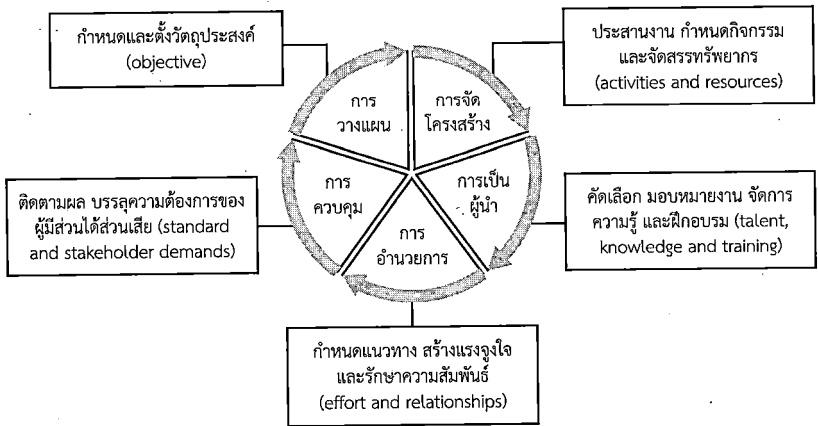
ขั้นตอนที่ 4 ผลการศึกษาเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีทางการจัดการ การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และการจัดทำนโยบาย

เป็นการศึกษาแนวคิดทฤษฎี ข้อมูลสนับสนุน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ ตำรา วารสาร เอกสารทางวิชาการ และแหล่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและมีความเชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดแนวทางร่วมในการนำไปสร้างนโยบายทางการจัดการทางเศรษฐกิจสำหรับพื้นที่ศูนย์การค้าชุมชน โดยมีคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะของแรงงาน

ทั้งนี้ พบว่าทฤษฎีและแนวคิดที่มีความสัมพันธ์กับนโยบายทางการจัดการเศรษฐกิจในเขตเมืองระดับเล็กนั้นประกอบไปด้วยทฤษฎีทางการบริหารจัดการ ทฤษฎีการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และแนวคิดด้านการจัดทำนโยบายจากการสังเคราะห์และเชื่อมโยงระหว่างแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวทำให้เกิดข้อสรุปได้ว่าการส่งเสริมสร้างรายได้ของคนในชุมชนนั้นมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและความเข้มแข็งภายในชุมชน เนื่องจากเป็นวิธีการที่ทำให้เกิดระบบการสร้างสินค้าและบริการ การผลิต และการบริโภคหมุนเวียนภายในชุมชน อย่างไรก็ตาม นโยบายสำคัญประการแรกที่จำเป็นต้องคำนึงถึงในการจัดการทางเศรษฐกิจสำหรับศูนย์การค้าชุมชนคือ เรื่องการวางแผน (Planning) โดยที่ ต้องมีเป้าหมายชัดเจน มีการกำหนดและการตั้งวัตถุประสงค์เพื่อนำไปสู่การวางนโยบายขั้นตอนการดำเนินงาน โดยเมื่อชุมชนเห็นชอบที่จะให้มีการดำเนินการ โครงการศูนย์การค้าชุมชนเกิดเนื่องจากโครงการดังกล่าวได้สร้างประโยชน์ร่วมระหว่างกลุ่มธุรกิจกับกลุ่มชุมชน ก็ควรมีหน่วยงานบริหารภาครัฐที่เข้ามามีส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบายผ่านภาคีและกลไกภาครัฐ เช่น เทศบาลตำบล หรือองค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น ที่เข้ามากำหนดเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง

กับนโยบายการส่งเสริมอาชีพในศูนย์การค้า และอาชีพที่เกี่ยวข้องเพื่อกระตุ้น การจ้างงานและสร้างเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนที่เข้มแข็ง ในประการต่อมา คือ นโยบายการจัดโครงสร้าง (Organizing) ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งทีมงาน เพื่อประสานงาน การเตรียมงาน การวางโครงสร้างโดยกำหนดกิจกรรม ตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้แก่สมาชิกกระดับต่าง ๆ รวบรวมจัดสรร ทรัพยากรที่จำเป็นทั้งทรัพยากรแรงงานจากชุมชน ทรัพยากรด้านวัสดุ และ ทรัพยากรทางการเงินให้เหมาะสม ซึ่งหน่วยงานท้องถิ่นของภาครัฐสามารถ เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับศูนย์การค้า ชุมชน เช่น การดำเนินก่อสร้างและปรับปรุงถนนเพื่อให้เกิดความสะดวกในการ เดินทาง การก่อสร้างและพัฒนาระบบไฟฟ้าและประปาให้เหมาะสมกับปริมาณ การบริโภค เป็นต้น ในขณะเดียวกันนี้ นโยบายการเป็นผู้นำ (Leading) ก็มีส่วนสำคัญในการคัดเลือก ทาวิธีการพัฒนาและการมอบหมายงานให้กับคน ที่มีความสามารถ การมีผู้นำที่มีทักษะความสามารถยังมีส่วนสำคัญในการช่วย สนับสนุนการสะสมและการประยุกต์ใช้ความรู้ให้สอดคล้องกับสายงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดเป็นนวัตกรรมใหม่ในการเพิ่มประสิทธิภาพทำงาน อีกทั้งต้องฝึกอบรม แรงงาน กระตุ้นผู้ปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถก่อให้เกิดประสิทธิภาพ การทำงานที่ดีขึ้น ในกรณีนี้หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่นถือว่ามีความสำคัญ ในการส่งเสริมทรัพยากรแรงงานให้กับศูนย์การค้าชุมชนด้วยการกำหนด นโยบายเพื่อพัฒนาฝีมือแรงงานท้องถิ่นให้มีศักยภาพและมาตรฐานที่เพียงพอ และส่งเสริมความเป็นธรรมภายในสังคม เพื่อสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และสังคมให้ทุกคนในสังคมไทยให้มีความยั่งยืน และในการส่งเสริมการเรียนรู้ โดยพัฒนานโยบายการใช้ประโยชน์เทคโนโลยีสารสนเทศและการเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารในการอบรมและพัฒนาอาชีพเพื่อให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ อย่างยั่งยืน (Chantuk, T. and Chumkate. J., 2015) นอกจากนี้ ยังต้องมี นโยบายด้านการอำนวยการ (Directing) ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแรงจูงใจและ กำหนดแนวทางในการปฏิบัติทำงานให้กับแรงงานได้อย่างถูกต้องและเป็น

มาตรฐาน รวมถึงการสร้างและธนามรักษาความสัมพันธ์ การประสานงานกันระหว่างผู้ปฏิบัติงานและการบริหารจัดการความขัดแย้ง ประการสุดท้ายคือต้องมีนโยบายการดูแลควบคุม (Controlling) เพื่อรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน การติดตามผล ประเมินการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน และยังเกี่ยวข้องกับการสร้างความสมดุลและการบรรลุความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจ เช่น กลุ่มนักลงทุน ผู้ประกอบการรายย่อยภายในศูนย์การค้าชุมชน เป็นต้น เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการลงทุนระยะยาวและการประกอบกิจการภายในศูนย์การค้าชุมชน จากผลการศึกษาดังกล่าวนี้ เห็นได้ว่านโยบายการจัดการทางเศรษฐกิจเพื่อสนับสนุนสร้างรายได้ระดับท้องถิ่นรองรับการกระจายตัวของเศรษฐกิจระดับชุมชนเมืองขนาดเล็กมีความสัมพันธ์กันระหว่างบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานบริหารภาครัฐ นักลงทุนที่เป็นผู้ประกอบการ และคนในชุมชนที่ต้องประสานความร่วมมือและดำเนินนโยบายร่วมกันจึงจะเกิดผลสำเร็จ



ภาพที่ 5 นโยบายการจัดการทางเศรษฐกิจในเขตเมืองระดับเล็ก
ที่มีการจัดตั้งศูนย์การค้าชุมชน 5 ด้าน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิเคราะห์โครงการเพื่อประเมินความคุ้มค่าทางการลงทุนในการพัฒนาศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็กเป็นการศึกษาความต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาศูนย์การค้าเพื่อชุมชนในเขตเมืองระดับเล็ก โดยจากการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลพบข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม ครัวเรือนของประชาชนในชุมชนข้าราชการ และพนักงานห้างร้านที่อยู่บริเวณใกล้เคียงรัศมี 50 ตร.กม. จากที่ตั้งของโครงการ ส่วนใหญ่มีสมาชิก 4 คน ต่อครัวเรือน สถานภาพการทำงานของประชาชนทำธุรกิจส่วนตัวโดยไม่มีลูกจ้าง ลักษณะของที่อยู่อาศัยเป็นบ้านแบบทาวเฮ้าส์ ด้านของรายได้ต่อครัวเรือนอยู่ที่ 15,000 - 20,000 บาท รายจ่ายรวมอยู่ที่ 10,000 บาท สำหรับผลการศึกษาความต้องการเข้ามาใช้บริการศูนย์การค้า พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการมาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค โดยสิ่งที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการคือ ความครบครันของร้านค้าและความสะดวกในการเดินทาง โดยที่ประเภทของร้านที่จะเข้ามาใช้บริการคือ ร้านอาหาร ร้านของสินค้าอุปโภคบริโภค ธนาคาร ร้านขายยา คาร์แคร์ ศูนย์โทรศัพท์ เป็นต้น โดยการใช้เงินในการจับจ่ายใช้สอยในศูนย์การค้าอยู่ที่ 1,201 - 1,500 บาท ต่อครั้ง ทั้งนี้ สินค้าที่เข้ามาขายในศูนย์การค้าเพื่อชุมชนต้องเน้นสินค้าที่มีราคาและคุณภาพที่สมเหตุสมผล มีไซ้ของแบรนด์เนมที่มีราคาสูงกว่าคุณภาพจนเกินจริง เนื่องจากคนในพื้นที่ส่วนใหญ่มีอาชีพทำสวน เป็นเกษตรกร การจับจ่ายใช้สอยแต่ละครั้งจึงต้องมีราคาและคุณภาพที่ได้รับที่เหมาะสมไม่แพงมากนัก สอดคล้องกับงานวิจัยของเอมมิกา แดงรอด และประสพชัย พสุนนท์ (2558) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการศูนย์การค้าชุมชนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา เดอะ เซอร์เคิล ราชนาถกษ ซึ่งจากผลการวิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจการใช้บริการโดยรวมมากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารสถานที่และร้านค้า ควรพัฒนาให้สินค้าและบริการมีคุณภาพอยู่เสมอ ในขณะเดียวกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ส่งผลเชิงลบต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้บริหารสถานที่และร้านค้าควรร่วมมือกันในการกำหนดราคาสินค้า ให้อยู่ในระดับที่ผู้บริโภคพอใจ ต้องการกลับมาใช้บริการ

จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน พบว่า โครงการมีความน่าลงทุนสูง เมื่อพิจารณามูลค่าปัจจุบันสุทธิ มีค่า 2,532,956.70 บาท ค่าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ 20 ปี 15.85 % รวมถึงค่าดัชนีกำไร 1.05 ระยะเวลาคืนทุน 6 ปี 1 เดือน และจากการวิเคราะห์ค่าความอ่อนไหวของโครงการ จะต้องระวังในส่วนของรายได้ที่วางไว้ต้องไม่ลดลงเกินกว่า 30% ซึ่งเห็นได้ว่าการลงทุนมีความเสี่ยง พิจารณาได้จากตัวเลขของค่า NPV มีค่า -14,717,236.17 บาท และค่า IRR 5 ปี -15.86% รวมถึงค่า PI มีค่า 0.72 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่สมควรลงทุน ดังนั้น ทางโครงการต้องมีการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ที่ จะเข้ามาใช้บริการให้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ร้านค้าในศูนย์การค้ามีรายได้ โดยควรเริ่มจากการตกแต่งพื้นที่โดยให้ความสำคัญในเรื่องของความร่มรื่น เน้นการปลูกต้นไม้ เพื่อให้เหมาะแก่การนั่งพักผ่อนและการเข้ามาใช้บริการเป็นจุดพักรถได้ไปในตัว นอกจากนี้มีพื้นที่ขายของแล้วควรมีการจัดพื้นที่สนามเด็กเล่นไว้บริการ รวมถึงลานออกกำลังกาย ควรมีการจัดกิจกรรมตลาดนัดหรือถนนคนเดินในพื้นที่เพื่อเป็นการดึงดูดคนให้มาเดิน และรู้จักศูนย์การค้ามากขึ้น มีการจัดกิจกรรมร่วมกับสถานที่ราชการตามเทศกาลต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ ควรมีจุดชำระค่าบริการต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้คนเข้ามาใช้บริการ มีการจัดจุดไว้ให้ถ่ายภาพ ให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการได้ถ่ายภาพ และเช็คอิน เมื่อเข้ามาในโครงการเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ไปในตัว นอกจากนี้ทางร้านค้าควรมีการจัดโปรโมชั่นในการเช็คอิน หรือกดถูกใจเฟซบุ๊กของศูนย์การค้ารับส่วนลดจากการซื้อสินค้า 10% เป็นต้น ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของวิษุพงษ์ ลีลาเสียร (2554) ได้ศึกษาแนวทางการปรับปรุงศูนย์การค้า พบว่าปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลพื้นที่ศูนย์การค้าและเป็นสาเหตุทำให้ลูกค้ามีความต้องการมาใช้บริการมากเป็นอันดับต้น ๆ

จากผลการศึกษาความเห็นของประชากรที่พบว่า การที่มีศูนย์การค้ามาตั้งในชุมชนนอกจากจะเพิ่มความสะดวกสบายแล้วยังเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชน เนื่องจากมีการจ้างงานมากขึ้น เช่น แม่บ้าน เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย พนักงานขายประจำร้าน เป็นต้น ทำให้เป็นการช่วยยกระดับรายได้ของประชาชนในชุมชน โดยก่อให้เกิดการจ้างงานขึ้น จำนวน 72 คน รายได้เกิดขึ้นในชุมชนเพิ่มขึ้น 655,000 บาทต่อเดือน โดยคิดเป็น 7,860,000 บาทต่อปี ส่งผลในการแก้ไขปัญหาความยากจนขั้นพื้นฐาน และมีส่วนช่วยให้เศรษฐกิจระดับชุมชนดีขึ้นจากความสามารถในการสร้างการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานของศูนย์การค้าแห่งนี้ในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2553) ที่กล่าวไว้ว่าการที่มีธุรกิจเกิดขึ้นในชุมชนนอกจากจะเป็นการช่วยกระจายรายได้แล้ว ยังเป็นการก่อให้เกิดการจ้างงาน อีกทั้งยังส่งผลต่ออัตราการอพยพของแรงงานเข้าสู่เมืองใหญ่ลดลงอีกด้วย

สำหรับผลการศึกษาเอกสารและสังเคราะห์แบบนิรนัยที่พบว่าการส่งเสริมสร้างรายได้ของคนในชุมชนนั้นมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและความเข้มแข็งในชุมชน เนื่องจากเป็นวิธีการที่ทำให้เกิดระบบการสร้างสินค้าและบริการ การผลิต และการบริโภคหมุนเวียนภายในชุมชนนั้น มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของธีระชัย ชุตินันต์ (2557) ในเรื่องร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ โดยพบว่า การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงได้นั้น ต้องมีการพัฒนาในส่วนที่เน้นความเป็นชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ และเคลื่อนไหวภายใต้การให้ความสำคัญกับความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นหรือในระดับเมือง

จากผลการศึกษาด้านนโยบายการจัดการทางเศรษฐกิจที่พบว่า นโยบายการเป็นผู้นำนั้นมีส่วนสำคัญในการคัดเลือก ทาวิธีการพัฒนาและการมอบหมายงานให้กับคนที่มีความสามารถ และการมีผู้นำที่มีทักษะความสามารถยังมีส่วนสำคัญในการช่วยสนับสนุนการสะสมและการประยุกต์ใช้ความรู้ให้สอดคล้อง

กับสายงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดเป็นนวัตกรรมใหม่ในการเพิ่มประสิทธิภาพทำงานนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mario J. Donate (2015) ที่ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของการเป็นผู้นำที่มุ่งเน้นในการบริหารจัดการความรู้และนวัตกรรม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการที่ผู้นำให้ความสำคัญกับองค์ความรู้จะช่วยให้เกิดการพัฒนาระบบการจัดการองค์ความรู้ และประสิทธิภาพการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้กับองค์กร

นอกจากนี้ ผลการนำเสนอนโยบายด้านการดูแลควบคุมที่ระบุไว้ว่า เกี่ยวข้องกับการสร้างความสมดุลและการบรรลุความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจ เช่น กลุ่มนักลงทุน ผู้ประกอบการรายย่อยภายในศูนย์การค้าชุมชน เป็นต้น เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการลงทุนระยะยาวและการประกอบกิจการภายในศูนย์การค้าชุมชนนั้น มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hui-Ming Deanna Wang และ Sanjit Sengupta (2016) ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คุณค่าตราสินค้า และผลประกอบการ โดยผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างระดับของความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับคุณค่าตราสินค้า โดยที่คุณค่าของตราสินค้านั้นยังเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับผลประกอบการด้วย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. เนื่องจากศูนย์การค้าตั้งอยู่ในชุมชนเขตเมืองระดับเล็ก ดังนั้น สินค้าที่เข้ามาขายในศูนย์การค้าเพื่อชุมชนต้องมีการควบคุมและคัดเลือกตราสินค้าที่มีราคาและคุณภาพที่สมเหตุสมผล มิใช่ตราสินค้าระดับสูงที่มีราคาสูงกว่าคุณภาพจนเกินจริง เนื่องจากคนในพื้นที่ส่วนใหญ่มีอาชีพทำสวน เป็นเกษตรกร และพนักงานห้างร้าน และกลุ่มราชการจำนวนหนึ่ง ซึ่งการจับจ่ายใช้สอยแต่ละครั้งจึงต้องมีราคาและคุณภาพที่ได้รับที่เหมาะสมไม่แพงมากนัก ยกเว้นจะจัดกิจกรรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวระหว่างเดินทางให้แวะพักเพื่อจับจ่ายใช้สอย

2. ในปัจจุบันมีศูนย์การค้าขนาดเล็กเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ดังนั้นโครงการต้องมีการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการให้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวระหว่างเดินทางให้แวะพักเพื่อจับจ่ายใช้สอย โดยเริ่มจากการตกแต่งพื้นที่โดยให้ความสำคัญในเรื่องของความร่มรื่น เน้นการปลูกต้นไม้ให้เหมาะแก่การนั่งพักผ่อนและการเข้ามาใช้บริการเป็นจุดพักรถได้อีกด้วย นอกจากนี้มีพื้นที่ขายของแล้วควรมีการจัดพื้นที่สนามเด็กเล่นไว้บริการ รวมถึงลานออกกำลังกาย ควรมีการจัดกิจกรรมตลาดนัด หรือถนนคนเดินในพื้นที่เพื่อเป็นการดึงดูดคนให้มาเดิน และรู้จักศูนย์การค้ามากขึ้น มีการจัดกิจกรรมร่วมกับสถานที่ราชการตามเทศกาลต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ ควรมีจุดชำระค่าบริการต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้คนเข้ามาใช้บริการ มีการจัดจุดไว้ให้ถ่ายภาพ ให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการได้ถ่ายภาพ และเช็คอินเมื่อเข้ามาในโครงการ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ไปในตัว นอกจากนี้ทางร้านค้าควรมีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น การเช็คอินในเฟซบุ๊ก (facebook) หรือกดถูกใจเพจเฟซบุ๊กของศูนย์การค้าเพื่อรับส่วนลดจากการซื้อสินค้า เป็นต้น

3. ควรดำเนินนโยบายทางการจัดการเศรษฐกิจในเขตเมืองระดับเล็กตามที่ได้นำเสนอให้มีความต่อเนื่องเป็นลักษณะของระบบ เพื่อให้เกิดมาตรฐานและการปรับปรุงคุณภาพทางการจัดการอย่างสม่ำเสมอและสอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของชุมชน อีกทั้งการรักษานโยบายทางการจัดการดังกล่าวยังช่วยให้เกิดการสร้างงาน การกระจายรายได้ และสนับสนุนการพัฒนาทักษะทางอาชีพให้แก่คนในพื้นที่

4. ควรพิจารณาการสร้าง การรักษาความสมดุล และบรรลุดความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียให้เกิดความเหมาะสมและยุติธรรมอยู่เสมอ เนื่องจากนอกเหนือจากผู้บริโภคแล้ว กลุ่มผู้ร่วมลงทุนหรือผู้ประกอบการรายย่อยนั้นก็มิบทบาทในการพัฒนาและขยายตัวของศูนย์การค้าชุมชนทั้งสิ้น หากการจัดสรรผลตอบแทนและการดำเนินการต่าง ๆ ของศูนย์การค้าชุมชนเป็นไปอย่างชัดเจนและมีการให้ข้อมูลที่เป็นที่ต้องการอย่างสม่ำเสมอ ก็สามารถ

ช่วยให้กลุ่มคนเหล่านั้นเกิดความมั่นใจในการลงทุนหรือการประกอบการต่าง ๆ ในพื้นที่ศูนย์การค้าชุมชน

5. ผู้ประกอบการที่จ้างแรงงานจากชุมชนให้เข้ามาปฏิบัติงาน ควรมุ่งเน้นวิธีการคัดกรองบุคคลให้เหมาะสมกับสภาพงาน รวมทั้งจัดอบรมแรงงาน และมีวิธีการกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานรักษามาตรฐาน หรือพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานอยู่เสมอ เช่น การใช้ระบบพี่เลี้ยง (Coaching and mentoring) หรือการให้รางวัล เนื่องจากผู้ปฏิบัติในตำแหน่งหน้าที่ต่าง ๆ เหล่านี้มีบทบาทในการให้บริการลูกค้าภายในพื้นที่ศูนย์การค้าชุมชน ถ้าหากผู้ปฏิบัติสามารถสร้างความพึงพอใจ หรือความประทับใจในการให้บริการได้ศูนย์การค้าชุมชน ก็จะมีแนวโน้มเป็นที่นิยมมากขึ้น

6. เนื่องจากพื้นที่ที่ศึกษานั้นอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์อยู่หลายราย ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ สร้างโอกาสทางการตลาดให้กับชุมชน จึงควรมีการกำหนดพื้นที่ให้สมาชิกธุรกิจชุมชนรายต่าง ๆ ได้เข้ามาขายผลิตภัณฑ์ของตนภายในศูนย์การค้าชุมชน โดยอาจกำหนดเกณฑ์และวิธีการคัดเลือกกลุ่มสมาชิกเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่นำมาขายในพื้นที่นั้นมีมาตรฐาน และคุณภาพที่น่าเชื่อถือ

7. จากการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นนั้น หน่วยงานภาครัฐท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น ควรส่งเสริมให้ประชาชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในลักษณะของการจัดงานอบรมให้ความรู้ด้านการผลิต การจัดการองค์ความรู้ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ เพื่อสนับสนุนเพิ่มรายได้ให้แก่ท้องถิ่นและเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มที่เกิดประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์ และอัตลักษณ์ของพื้นที่ชุมชนด้วย



ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากโครงการนี้มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนไม่สูงมากนัก และมีระยะคืนทุนเกินกว่า 3 ปี ซึ่งอาจถูกมองว่ามีระยะคืนทุนค่อนข้างนาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงควรมีศึกษาเพื่อหามาตรการที่ก่อให้เกิดการประหยัดจากเงินลงทุนในส่วนของต้นทุนเริ่มโครงการ ต้นทุนการก่อสร้าง และต้นทุนระหว่างการดำเนินงาน หรือหารายได้เพิ่มขึ้นจากการทำกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างเหมาะสม

2. ผู้วิจัยสามารถศึกษาต่อยอดเกี่ยวกับเรื่องกลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ศูนย์การค้าชุมชนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการบริโภคสื่อของคนรุ่นใหม่ เพื่อเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความสนใจในวงกว้างและสามารถเป็นวิธีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อีกรูปแบบหนึ่ง

3. หากพิจารณาในมิติด้านการส่งเสริมความยั่งยืนให้กับชุมชน ที่เน้นให้เกิดกิจกรรมการจ้างงานในชุมชนจากการดำเนินโครงการทางธุรกิจของภาคเอกชน นักวิจัยควรศึกษานโยบายที่สามารถพัฒนาไปสู่แนวทางปฏิบัติเพื่อประยุกต์ใช้และให้เกิดผลเชิงพื้นที่อย่างจริงจังกับชุมชนในพื้นที่อื่น ๆ ร่วมด้วย และควรมีการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ที่เน้นทางด้านกระบวนการจัดการทางเศรษฐกิจชุมชนในเขตเมืองที่มีขนาดเล็ก ให้เกิดเป็นแบบแผนองค์ความรู้ที่สามารถนำไปสู่การต่อยอดทางวิชาการต่อไปผสมผสานกับการประเมินผลความสำเร็จของโครงการในอนาคต

รายการอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตพนธ์ ชุมเกต. (2558). *การพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาการจัดการ, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิรพร สุเมธีประสิทธิ์. (2556). *การบริหารความเสี่ยงอย่างมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- ชุงษ์ ลีลาเอียร. (2554). *แนวทางการปรับปรุงพื้นที่ร้านค้าบริเวณมุ่มอับภายในศูนย์การค้า: กรณีศึกษา ศูนย์การค้าย่านประตูน้ำ*. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสถาปัตยกรรม, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ. (2544). *เศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์โครงการ*. กรุงเทพฯ: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2550). *สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และสุนี เลิศแสวงกิจ. (2548). *ธุรกิจทั่วไป*. กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- ธีระชัย ชูติมันต์. (2557). *ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- ธีระวัฒน์ จันทิก. (2558). *เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม*. นครปฐม: ใบข้าวการพิมพ์.

ธีระวัฒน์ จันทิก. (2554). *เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น*. โครงการตำราและหนังสือ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร. นครปฐม: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). การศึกษาการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานของประชากร
ผู้สูงอายุที่มีผลต่อการเสริมสร้างศักยภาพความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ
ชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. *เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์*, 12(2).

ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. (2548). *การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ*. กรุงเทพฯ:
ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ประสพชัย พสุนนท์. (2555). *การวิจัยการตลาด (Marketing research)*.
นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เพ็ญวิภาภ ทรงบัณฑิต. (2553). *คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิง
เกษตรในร่องุ่น*. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาเทคโนโลยี
การจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

พนารัตน์ เคียนทอง. (2554). *การตัดสินใจเลือกลงทุนโครงการ AMR โดยการ
ไฟฟ้าส่วนภูมิภาคหรือการดำเนินงานโดยหน่วยงานภายนอก กรณี
ศึกษาการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค*. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาสมา สุทธิพงษ์. (2549). *การวิเคราะห์โครงการ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมาธิราช.

วรรณิ แกมเกต. (2551). *วิธีวิทยาวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2).
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรฤทัย สุภัทรเกียรติ. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของลูกค้าใน
ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า รัชดา-พระราม 3*. การศึกษาเฉพาะบุคคล
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ศิริณา จิตต์จรัส. (2554). *เศรษฐกิจชุมชนและภูมิปัญญาไทย*. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- สมคิด บางโม. (2553). *องค์การและการจัดการ Organization and Management*. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สมิต สัจฉกร. (2548). *ศิลปะการให้บริการ*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- สิงขร แก้วมรกต และอดุลย์ อุดมเจริญศิลป์. (2555). *การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนโครงการ SUP PLAZA มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- หฤทัย มีนะพันธ์. (2550). *หลักการวิเคราะห์โครงการ: ทฤษฎีและวิธีปฏิบัติเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอมมิกา แดงรอด และประสพชัย พสุนนท์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการศูนย์การค้าชุมชนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา เดอะ เซอร์เคิล ราชพฤกษ์. *Veridian E-Journal*, 8(2), 1783-1795.
- ฮาเมล, แกรี่. (2552). *การจัดการแห่งอนาคต. แปลจาก The future of management*. แปลโดย วีรยุทธ มาฆะศิริานนท์. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- Chantuk, T. & Chumkate, J. (2015). *A Study of Need Assessment for Economy and Social Strategic Policy Development at the Province Level for Asian Economics Community*. GAI International Academics Conferences Proceeding, Prague, Czech Republic. September 6 - 9.

- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3d ed.). New York: John Wiley and Sons Inc.
- Copeland, L. (2000). *Exchange Rate and International Finance* (3d ed.). London: Prentice Hall.
- Chumkate, J. & Chantuk, T. (2016). Measure of Effective Management Related to Financial Statement and Financial Ratio Analysis of Housing Estate in Kanchanaburi Province, Thailand. *Journal of Academy of Business and Economics*, 16(2), 25-34.
- David, L., Albert, J. and Della, B., (1993). *Consumer Behavior: Concepts*. New York: McGraw - Hill International, Inc.
- Deanna Wang, H. M. & Sengupta, S. (2016). Stakeholder Relationships, Brand Equity, Firm Performance: A Resource-Based Perspective. *Journal of Business Research*, 69(12), 5561-5568.
- Donate, M. J. & Sánchez de Pablo, J. D. (2015). The Role of Knowledge-Oriented Leadership in Knowledge Management Practices and Innovation. *Journal of Business Research*, 68(2), 360-370.
- Mowen, J. C. & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior*. New York: Macmilan.
- Khan, A.R. (2004). *Economic Feasibility of Investment in Agro-Based Industries*. n.p.

- Lovelock, C. H. (1996). *Service marketing*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Ludovici, B. (1990). *Economic evaluation of proposed investment in a recreational park in Reggio Calabria, Italy. United States*. n.p.
- Noreen, E.W. & Ray, H. (1997). *Managerial accounting*. Boston: McGraw-Hill.
- Schermerhorn, J.R. (2005). *Management*. New York: John Wiley and Sons.
-