

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาได้มีการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 อัตราส่วนทางการเงิน

- การวิเคราะห์บริษัทเชิงปริมาณ
- ตารางแสดงอัตราส่วนและความหมายของการวิเคราะห์

1.2 BCG Matrix

- ความหมายของ BCG Matrix
- เกณฑ์ในการพิจารณา BCG Matrix
- การจัดตำแหน่ง BCG Matrix
- ข้อพิจารณาการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้
- ข้อควรระวังในการใช้ BCG Matrix
- การประยุกต์ใช้ BCG Matrix

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

การวิเคราะห์บริษัทเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) จะวิเคราะห์จากงบการเงินของธุรกิจที่ผ่านมาและในปัจจุบันเป็นสำคัญ เพื่อจะนำมากำหนดตัวแปรต่าง ๆ อาทิ กำไรและเงินปันผลในอนาคต ราคาของหลักทรัพย์ในอนาคต เป็นต้น ซึ่งประเด็นหลักของการวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์งบการเงิน การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน และการประเมินราคาหลักทรัพย์ การวิเคราะห์โดยใช้งบการเงินของบริษัท จะยังประโยชน์แก่ผู้ใช้ ก็ต่อเมื่อผู้วิเคราะห์ได้เข้าใจถึงลักษณะโครงสร้าง และข้อจำกัดในการใช้งบการเงินนั้น ๆ นอกจากนี้ ผู้ใช้ควรสามารถตีความผลลัพธ์ที่ได้จากการคำนวณด้วย การวิเคราะห์บริษัทเชิงปริมาณ จึงเป็นเครื่องชี้ว่าอนาคตของธุรกิจนั้น ควรเป็นไปในลักษณะใด โดยผู้วิเคราะห์นำเอาข้อมูลต่าง ๆ ในงบการเงิน มาคำนวณหา

สัดส่วน และอัตราส่วนเปรียบเทียบกับในแต่ละช่วงเวลา และเปรียบเทียบกับธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน แล้วตีความเพื่อหาคำตอบต่าง ๆ ที่ต้องการ อาทิ สาเหตุที่ธุรกิจต้องใช้เงินทุนเพิ่ม แหล่งที่มาของเงินทุนเป็นอย่างไร แหล่งใช้ไปของเงินทุนเป็นไปในทางใดบ้าง ความสามารถในการชำระหนี้ เป็นต้น

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Ratios Analysis)

จากการวิเคราะห์อัตราส่วนตามแนวคิด (Common-Size) ที่แสดงข้างต้น เป็นการวิเคราะห์อย่างคร่าว ๆ หากผู้วิเคราะห์ต้องการทราบรายละเอียดให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิเคราะห์อาจใช้การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Ratios Analysis) เข้ามาช่วยโดยการนำรายการต่าง ๆ มาเทียบอัตราส่วนเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างทรัพย์สิน หนี้สิน ทุน รายได้ และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ว่าเหมาะสมหรือไม่ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินนี้แบ่งตามจุดมุ่งหมายในการใช้ได้เป็น 4 ลักษณะด้วยกัน ดังนี้

1. อัตราส่วนวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน

$$1.1 \text{ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน} = \frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}}$$

เป็นอัตราส่วนใช้วัดความสามารถในการชำระหนี้สินระยะสั้นอัตราส่วนนี้เป็นเครื่องชี้ฐานะทางการเงินระยะสั้นของธุรกิจ ถ้าอัตราส่วนนี้มีค่าสูงยิ่งแสดงว่าบริษัทมีความคล่องตัวมาก เจ้าหนี้ระยะสั้นจะให้ความสำคัญต่ออัตราส่วนนี้มากเนื่องจากแสดงโอกาสที่จะได้รับชำระหนี้ว่ามีอยู่มาก หรือน้อยตามค่าอัตราส่วน โดยทั่วไป ธุรกิจที่มีอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเท่ากับ 2:1 ถือว่าเหมาะสมแล้ว แต่ในการที่จะตัดสินใจก็ควรจะต้องพิจารณาถึงปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น ลักษณะและประเภทของธุรกิจ ค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน เป็นต้น

$$1.2 \text{ อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว} = \frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน} - \text{สินค้าคงเหลือ}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}}$$

อัตราส่วนนี้ใช้สำหรับวัดความสามารถของธุรกิจในการชำระหนี้สินหมุนเวียนจากสินทรัพย์หมุนเวียนที่หักสินค้าคงเหลือออก ทั้งนี้ เพื่อพยายามตัดสิ่งซึ่งจะเป็นปัญหาในการเปลี่ยนแปลงเงินสดออก (สินค้าคงเหลือ) อัตราส่วนนี้ค่ายิ่งมาก ก็แสดงว่าธุรกิจนี้มีสภาพคล่องสูง โดยปกติอัตราส่วน 1:1 ก็ถือว่าเหมาะสมแล้ว

$$1.3 \text{ อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้} = \frac{\text{ขายเชื่อสุทธิ/ลูกหนี้เฉลี่ย}}$$

อัตราส่วนนี้แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างยอดขายเชื้อสุทธิกับยอดลูกหนี้เฉลี่ย ถ้าอัตราการหมุนเวียนอยู่ในอัตราสูงแสดงว่าธุรกิจมีความสามารถในการบริหารลูกหนี้และสามารถเปลี่ยนลูกหนี้เป็นเงินสดได้เร็ว

$$1.4 \text{ ระยะเวลาถัวเฉลี่ยการเก็บหนี้} = \frac{360}{\text{อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้}}$$

อัตราส่วนนี้แสดงถึงระยะเวลาการเรียกเก็บเงินว่ายาวนานแค่ไหน ผู้วิเคราะห์สามารถนำมาเปรียบเทียบกับเงื่อนไขการชำระเงิน (Term of sale) ของธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงความสามารถในการเรียกเก็บหนี้ว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่

$$1.5 \text{ อัตราการหมุนเวียนของสินค้า} = \frac{\text{ต้นทุนสินค้าขาย}}{\text{สินค้าคงเหลือเฉลี่ย}}$$

อัตราส่วนนี้ใช้วัดอัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ เพื่อให้ทราบถึงความคล่องตัวของสินค้าว่าสามารถจำหน่ายสินค้าได้เร็วเพียงใด ถ้าอัตราส่วนนี้มีค่าสูงยิ่งแสดงว่าสินค้าของบริษัทสามารถขายได้เร็ว แสดงถึงประสิทธิภาพในการบริหารงานขายของบริษัท

2. อัตราส่วนวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

2.1 กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าใช้จ่ายล่วงหน้าตัดบัญชี (Earnings Before Interest, Taxation, Depreciation and Amortization : EBITDA) อัตราส่วนนี้สะท้อนกำไรที่มาจากการดำเนินงาน ที่ยังไม่นำต้นทุนทางการเงินเข้ามาพิจารณา เช่น ภาระดอกเบี้ยจ่าย จากการก่อหนี้เพื่อมาดำเนินงาน และไม่นับรวมค่าใช้จ่ายทางบัญชี ซึ่งยังมีได้จ่ายจริง อาทิ ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดบัญชีต่าง ๆ EBITDA จึงยังไม่รวมกำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน ภาวะภาษี ฯลฯ

ทั้งนี้ EBITDA สามารถนำประยุกต์ในการวิเคราะห์ทางการเงินได้ในหลายแง่มุม เช่น Discounted Cash Flow หรือการประเมินมูลค่าบริษัทในอนาคต ซึ่งควรใช้พิจารณาร่วมกับอัตราส่วนอื่น ๆ เพื่อให้การวิเคราะห์งบการเงินสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

$$2.2 \text{ ความสามารถหากำไร หรือกำไรจากการดำเนินงานต่อสินทรัพย์ทั้งหมด} \\ (\text{Earning Power}) = \frac{\text{กำไรจากการดำเนินงาน}}{\text{สินทรัพย์ทั้งหมดเฉลี่ย}}$$

อัตราส่วนนี้ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาผลตอบแทนที่ได้จากสินทรัพย์ทั้งหมดของบริษัท โดยการพิจารณากำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (กำไรจากการดำเนินงาน) เทียบกับการใช้สินทรัพย์ทั้งหมดของบริษัท

2.3 อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ดำเนินงาน

$$(\text{Operating Asset Turnover}) = \frac{\text{ขายสุทธิ}}{\text{สินทรัพย์ทั้งหมดเฉลี่ย}}$$

อัตราส่วนนี้แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์ทั้งหมดของบริษัท สามารถก่อให้เกิดยอดขายเทียบกับสินทรัพย์ทั้งหมด

2.4 อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงานต่อยอดขาย

$$(\text{Operating Income Margin}) = \frac{\text{กำไรจากการดำเนินงาน}}{\text{ขายสุทธิ}}$$

อัตราส่วนนี้เป็นการวัดความสามารถในการจัดการ แสดงให้เห็นถึงรายได้จากการขายคงเหลือหลังจากหักค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นแล้วกรณีที่อัตราส่วนนี้ลดลง อาจจะมีสาเหตุมาจากกำไรขั้นต้นต่ำไป เนื่องจากต้นทุนสินค้าสูงหรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ สูงขึ้นไม่สัมพันธ์กับยอดขาย ซึ่งจะต้องมีการปรับปรุงแก้ไขและควบคุมอย่างเข้มงวด ปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวอาจเนื่องมาจากความต้องการของตลาดลดลงหรือภาวะการแข่งขันสูง หรือต้นทุนต่อหน่วยเพิ่มขึ้น เนื่องจากประสิทธิภาพในการผลิตต่ำลง เป็นต้น

3. อัตราส่วนวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร

$$3.1 \text{ ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{สินทรัพย์ทั้งหมด}}$$

$$3.2 \text{ ผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}}$$

เป็นอัตราส่วนที่วัดความสามารถในการทำกำไรของเงินลงทุนที่มาจากสองส่วนด้วยกัน คือ หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนนี้ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อวัดผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หรือเงินลงทุนที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารงานเพื่อให้เกิดผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นที่เป็นเจ้าของกิจการ

4. อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

$$4.1 \text{ อัตราส่วนของหนี้สินต่อทรัพย์สินรวม} = \frac{\text{หนี้สินรวม}}{\text{สินทรัพย์รวม}}$$

อัตราส่วนนี้แสดงสัดส่วนของหนี้สินรวมของบริษัทเมื่อเทียบกับสินทรัพย์ที่มีอยู่ทั้งหมด ซึ่งใช้วัดว่าสินทรัพย์ของบริษัทสนับสนุนเงินทุนจากเงินกู้ยืมจากภายนอกเป็นสัดส่วนเท่าใด

นอกจากนั้น ยังแสดงถึงความสามารถในการชำระหนี้ ของบริษัท ถ้าอัตราส่วนนี้สูง แสดงว่าบริษัทมีภาระหนี้สินสูง การบริหารกิจการมีความเสี่ยงสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าหนี้สินส่วนใหญ่เป็นหนี้สินระยะสั้นและกิจการมีกระแสเงินสดหมุนเวียนจากการขายต่ำ ซึ่งแม้ว่าจะมีความเสี่ยงสูงแต่ก็แสดงถึงความสามารถในการใช้สินทรัพย์สูงหากกิจการสามารถดำเนินการได้มีกำไร

$$4.2 \text{ อัตราส่วนของหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น} = \frac{\text{หนี้สินรวม}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}}$$

อัตราส่วนนี้แสดงโครงสร้างของเงินทุน (Capital Structure) ของบริษัทว่ามีสัดส่วนของหนี้สินรวมของบริษัทเมื่อเทียบกับส่วนของผู้ถือหุ้นหรือส่วนของผู้เป็นเจ้าของเป็นเท่าใด เป็นการวัดว่าธุรกิจใช้เงินทุนจากภายนอก (จากการกู้ยืม) เมื่อเทียบกับทุนภายในของธุรกิจเองว่ามีสัดส่วนเท่าใด ซึ่งหนี้สินเป็นแหล่งเงินทุนที่บริษัทมีภาระดอกเบี้ยจ่าย ไม่ว่าผลการดำเนินงานของบริษัทจะเป็นอย่างไร ถ้าอัตราส่วนนี้สูงก็แสดงว่าบริษัทก็มีความเสี่ยงสูงด้วยเช่นกัน เพราะเงินกู้เป็นแหล่งเงินทุนที่มีภาระดอกเบี้ยจ่าย

4.3 ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย

$$(\text{Interest Coverage}) = \frac{\text{กำไรสุทธิ} - \text{ภาษีเงินได้} - \text{ดอกเบี้ยจ่าย}}{\text{ดอกเบี้ยจ่าย}}$$

อัตราส่วนนี้แสดงถึงความสามารถในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้ของธุรกิจ โดยวิเคราะห์เพื่อหาค่าไรจากการดำเนินงาน (กำไรสุทธิ + ภาษีเงินได้ + ดอกเบี้ยจ่าย) ต่อดอกเบี้ยจ่าย อัตราส่วนนี้ยิ่งสูงก็ยิ่งเพิ่มความมั่นใจแก่เจ้าหนี้ในการที่จะได้รับชำระดอกเบี้ย การที่อัตราส่วนนี้ลดลงอาจจะเนื่องมาจากสาเหตุใดสาเหตุหนึ่งหรือหลายสาเหตุ เช่น ดอกเบี้ยจ่ายสูงเกินไป หรือเงินกู้เพิ่มขึ้น หรือ กำไรลดลง

$$4.4 \text{ อัตราการจ่ายปันผล} = \frac{\text{เงินปันผล}}{\text{กำไรสุทธิ}}$$

อัตราส่วนนี้ใช้ในการพิจารณาว่าธุรกิจมีนโยบายในการจ่ายเงินปันผลอย่างไร ถ้าอัตราส่วนนี้สูงก็แสดงให้เห็นว่ากำไรส่วนใหญ่ของธุรกิจใช้ไปเพื่อตอบแทนผู้ลงทุนหรือเจ้าของกิจการโดยการจ่ายเงินปันผลและคงเหลือกำไรเพียงบางส่วนไว้เพื่อการขยายกิจการของธุรกิจ

$$4.5 \text{ อัตราส่วน Cash return on assets} = \frac{\text{กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน}}{\text{สินทรัพย์รวมเฉลี่ย}}$$

เป็นอัตราส่วนที่บ่งบอกถึงกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานต่อการลงทุนสินทรัพย์รวม อัตราส่วนนี้ควรจะสูง เพราะหมายความว่า กระแสเงินสดจากการดำเนินงานจะสามารถนำไปลงทุนต่อได้อีกก็เท่า

2. การจัดตำแหน่งทางการตลาดวิธี BCG Matrix

ความหมาย

เมทริกซ์ BCG (BCG Matrix) หมายถึง เมทริกซ์ที่แสดงฐานะของหน่วยธุรกิจในเชิงเปรียบเทียบกับตลาดสินค้าที่หน่วยธุรกิจนั้นมีผลิตภัณฑ์อยู่ โดยการเปรียบเทียบจะใช้เกณฑ์หลัก ๆ 2 ด้าน คือ ส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบและอัตราการเติบโตของตลาดสินค้านั้น ๆ โดยวัตถุประสงค์ของการทำก็คือ เพื่อให้ผู้บริหารจะได้จัดสรรทรัพยากรของบริษัทไปสู่หน่วยธุรกิจที่มีฐานะแข็งแกร่งและสร้างรายได้ให้กับบริษัท แทนที่จะใช้ไปกับหน่วยธุรกิจที่มีฐานะอ่อนแอเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดสินค้านั้น เมทริกซ์ BCG นี้พัฒนาโดยบริษัทที่ปรึกษาทางด้านการจัดการชื่อ The Boston Consulting Group (BCG) จึงนำชื่อย่อมาใช้ในการตั้งชื่อของเมทริกซ์

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ๆ หนึ่ง สิ่งที่พบเห็นเป็นประจำคือบริษัทจะพยายามเติบโตเพิ่มยอดขายผ่านการเพิ่มชนิดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และจัดรูปแบบการผลิตภายในบริษัทเป็นแบบหน่วยธุรกิจ ในการรับผิดชอบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง เช่น บริษัทผลิตเบียร์ จะเพิ่มยอดขายโดยการเพิ่มชนิดหรือรูปแบบใหม่ ๆ ของผลิตภัณฑ์ เช่น เบียร์กระป๋อง เบียร์สด เบียร์ขวด น้ำดื่ม หรืออาจจะเป็นน้ำผลไม้ เป็นต้น และบริษัทก็จัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางการเงิน กำลังคน หรือทรัพยากรด้านอื่น ๆ บ่อยครั้งที่บริษัทหรือกิจการมีทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดจะจัดสรรทรัพยากรเหล่านั้นไปสู่หน่วยธุรกิจหรือลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่ไม่สร้างกำไรหรือประโยชน์แก่บริษัทใด ๆ เลย เมทริกซ์ BCG จะเข้ามาช่วยให้ผู้บริหารของบริษัทสามารถใช้กลยุทธ์ในการจัดสรรทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพได้

เกณฑ์ในการพิจารณา เมทริกซ์ BCG

เมทริกซ์ BCG จะแสดงฐานะหรือความแข็งแกร่งของบริษัทเมื่อเทียบกับตลาดสินค้านั้น ๆ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณา 2 เกณฑ์ คือ

1. ส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบ เป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งว่าส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นกี่เท่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ ถ้าผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นผู้นำตลาดก็เปรียบเทียบกับอันดับรองลงมา คือที่สองของ ตลาด ถ้าผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นผู้ตามก็เปรียบเทียบกับผู้นำตลาด เช่น ในกรณีของเป็นผู้นำตลาดมีส่วนแบ่งตลาด 30% และอันดับรองลงมามีส่วนแบ่งตลาด 15% ก็ แสดงว่ามีส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบเท่ากับ 2.0 เท่า แต่ในกรณีของผู้ตามเป็นอันดับสองมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับ 10% ในขณะที่ผู้นำตลาดมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับ 20% ดังนั้น ส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบจะเท่ากับ 0.5

$$\text{ส่วนแบ่งตลาด (\%)} = \frac{\text{ยอดขายของบริษัท}}{\text{ยอดขายรวมของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดใหม่}} \times 100$$

$$\begin{aligned} \text{ส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบ} &= \frac{\text{ส่วนแบ่งตลาดของบริษัท } i}{\text{ส่วนแบ่งตลาดของบริษัทที่เป็นผู้นำ}} \\ (\text{Relative Market Share}) & \quad \text{แต่ในกรณีที่บริษัทผู้นำ ให้คำนวณดังนี้} \\ \text{ส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบ} &= \frac{\text{ส่วนแบ่งตลาดของบริษัทผู้นำ}}{\text{ส่วนแบ่งตลาดของบริษัทที่มีส่วนแบ่งตลาดอันดับ 2}} \\ (\text{Relative Market Share}) & \end{aligned}$$

ตารางที่ 2-1 ตัวอย่างส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบ

ชื่อ	ส่วนแบ่งการตลาด
มาม่า	50 %
ไวไว	20 %
ยำยำ	15 %
อื่น ๆ	15 %
รวม	100%

$$\begin{aligned} \text{ส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบมาม่า} &= \frac{\text{ส่วนแบ่งตลาดมาม่า}}{\text{ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าที่มากที่สุดในตลาดที่เหลืออยู่}} \\ &= 50 / 20 \\ &= 2.5 \\ \text{ส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบไวไว} &= 20 / 50 \\ &= 0.4 \end{aligned}$$

2. ความน่าสนใจของตลาด หรือ อัตราการเติบโตของตลาดสินค้า คือ อัตราการขยายตัวของตลาดสินค้าทั้งตลาดไม่ใช่ของบริษัท เพราะเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาว่าตลาดสินค้านั้น ๆ มีความน่าสนใจมากน้อยเพียงใด

ปัจจัยที่ใช้ในการประเมินความน่าสนใจ ของแต่ละส่วนตลาด คือ

- ขนาดของส่วนตลาด
- อัตราการเจริญเติบโต
- อัตราความเสี่ยง
- จำนวนคู่แข่ง
- ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ

- ทิศทางของส่วนตลาดนั้น

วิธีวัดการเจริญเติบโตของตลาด (Market Growth) หมายถึงอัตราความเจริญเติบโตต่อปีภายในตลาดของหน่วยธุรกิจ

อัตราการเติบโตของตลาด_i

$$= \frac{(\text{ยอดขายรวมของกลุ่มตลาด}_i \text{ ปีที่}_j - \text{ยอดขายรวมของกลุ่มตลาด}_i \text{ ปีที่}_{j-1})}{\text{ยอดขายรวมของกลุ่มตลาด}_i \text{ ปีที่}_{j-1}}$$

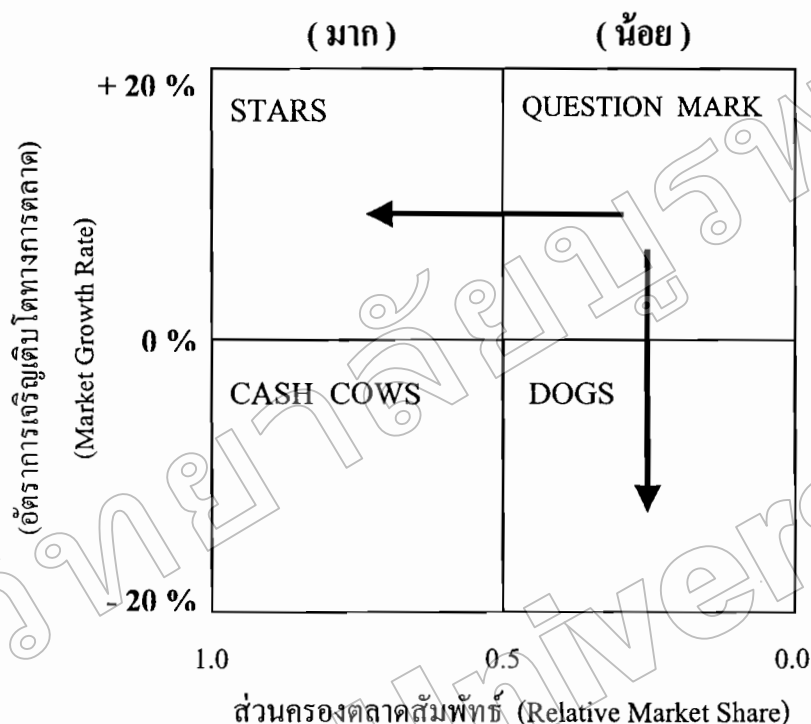
การจัดตำแหน่ง BCG Matrix

เมื่อพิจารณาเกณฑ์ในการแบ่งเรียบร้อยแล้วก็สามารถนำมาสร้างเป็นแมทริกซ์ แบ่งออกเป็น 4 ผลิตรายที่ที่แตกต่างกัน โดยใช้เกณฑ์ที่ส่วนแบ่งตลาดเปรียบเทียบกับ 0.5 (เมื่อพิจารณาในรูปที่เป็นแกนอน) โดยส่วนแบ่งตลาดเปรียบ และอัตราการขยายตัวของตลาดเท่ากับ 0% (เมื่อพิจารณาในรูป คือ แกนตั้ง) อัตราส่วนการตลาดสูงให้หมายความ ว่า อัตราการเติบโตที่เป็นบวก สำหรับการศึกษาครั้งนี้จัดตามหนังสือ การบริหารเชิงกลยุทธ์ โดย อ.สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน (2550)

ตารางที่ 2-2 การจัดตำแหน่ง BCG Matrix

ตำแหน่งทางธุรกิจ	ส่วนแบ่งตลาดเปรียบ (X)	อัตราการขยายตัวของ ตลาด (Y)
กลุ่มผลิตภัณฑ์นำสงสัย	< 0.5	+
กลุ่มผลิตภัณฑ์ดาวเด่น	> 0.5	+
กลุ่มผลิตภัณฑ์วัวเงิน	> 0.5	-
กลุ่มผลิตภัณฑ์ปัญหา	< 0.5	-

BCG Matrix



ภาพที่ 2-1 การจัดตำแหน่ง BCG Matrix

การจัดตำแหน่งตามวิธี BCG Matrix ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ที่น่าสงสัย (อัตราการเติบโตสูง สัดส่วนการตลาดต่ำ)

คือ ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในธุรกิจที่น่าสนใจเพราะมีอัตราการขยายตัวของตลาดที่เป็นบวก แต่น่าสงสัย ก็คือ ส่วนแบ่งการตลาดเชิงเปรียบเทียบอยู่ในระดับต่ำ (< 0.5) อาจจะเป็นเพราะว่าธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์นี้มีผู้นำตลาดอยู่แล้ว และบริษัทเพิ่งเข้าสู่ตลาดไม่นาน ดังนั้น เพราะความน่าสนใจของตลาดทำให้ผู้บริหารยังต้องดูแลและให้ความสนใจอย่างมาก อีกทั้ง ธุรกิจในช่วงนี้ต้องใช้จ่ายเงินในการทุ่มลงในธุรกิจสูงมากเพื่อสร้างส่วนแบ่งตลาดให้สูงขึ้น เป็นช่วงที่ธุรกิจต้องใช้จ่ายเงินมากเพื่อขยายงาน มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด ในจำนวนที่ค่อนข้างมาก แต่มีรายได้กลับคืนมาไม่เพียงพอ ทำให้ธุรกิจไม่มีกำไร

กลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้ควรเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความเจริญเติบโต โดยการเจาะตลาด (Market Penetration) การพัฒนาตลาด (Market Development) และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) ถ้าทำสำเร็จจะเป็น ผลิตภัณฑ์ดาวเด่นและเป็นผลิตภัณฑ์วู่วเงินต่อไป แต่หากลงทุนมากแล้วยังสูญผู้นำตลาดไม่ได้ อาจถึงขั้นขาดทุน ต้องใช้กลยุทธ์การตัดทอน (Retrenchment) โดยการเลิกการผลิตไป

2. ผลลัพธ์ที่เป็นดาวเด่น (อัตราการเติบโตสูง สัดส่วนการตลาดสูง)

ผลลัพธ์ที่อยู่ในส่วนนี้มักจะก้าวมาจากส่วนที่เป็นผลลัพธ์ที่น่าสงสัย ถ้าสามารถพัฒนาได้ประสบความสำเร็จเพราะสามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดมาเป็นผู้นำตลาดได้ โดยเกณฑ์ที่แบ่งก็คือมีส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบที่มากกว่า 0.5 เท่า และอัตราการขยายตัวของตลาดมากกว่า 0% หรืออัตราการขยายตัวเชิงบวก กลยุทธ์ของบริษัทในช่วงนี้ก็คือการทำการตลาดเพื่อรักษาความเป็นเจ้าตลาดและป้องกันคู่แข่งให้นานที่สุด ซึ่งทำให้ธุรกิจต้องใช้จ่ายเงินในการทุ่มลงในธุรกิจสูงมาก เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดที่สูง และต้องขยายงานมาก ลงทุนมาก แม้ว่าธุรกิจจะสามารถสร้างรายได้ได้มากก็ตาม แต่ก็ยังต้องลงทุนสูงอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นกำไรที่เหลือของธุรกิจในโซนนี้ยังคงไม่มาก แต่ถือว่ากำลังเป็นดาวรุ่ง

กลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้ คือ กลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth) โดยการขยายตัว การเจาะตลาด (Market Penetration) การพัฒนาตลาด (Market Development) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) และการร่วมลงทุน (Joint Venture) เพื่อพัฒนาดาวดวงเด่น ให้เป็นผลลัพธ์ที่ทำเงิน

3. ผลลัพธ์ที่เป็นวัวเงิน (อัตราการเติบโตต่ำ สัดส่วนการตลาดสูง)

เป็นผลลัพธ์ที่เป็นผู้นำตลาด มีส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบสูง มากกว่าคู่แข่งอันดับรองลงมามากน้อย 0.5 เท่า แต่อัตราการเจริญเติบโตของตลาดต่ำ คือ ต่ำกว่า 0% อาจเกิดจากการเข้าสู่ตลาดมานานแล้ว ธุรกิจอยู่ในช่วงที่ อัตราการเติบโตของยอดขายเริ่มนิ่ง (Low Growth) มีการผลิตที่ประหยัดจากการผลิต (Economy of Scale) ผลลัพธ์นี้จะเป็นส่วนที่สร้างรายได้หรือสร้างกระแสเงินสดเข้ามาในกิจการ จึงถูกเรียกว่าผลลัพธ์วัวนม ธุรกิจไม่จำเป็นต้องใช้จ่ายเงินในการทุ่มลงในธุรกิจสูงมาก (เพราะใช้ในช่วงดาวเด่นลงทุนไปมากแล้ว) จะทำให้มีเงินเหลือมากเพียงพอที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจอื่นที่มีปัญหา ได้ทั้งนี้ธุรกิจจะต้องพยายามรักษาสวนครองตลาดเอาไว้ให้ได้

กลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้ คือ กลยุทธ์การคงสภาพเดิม (Stability) มิฉะนั้นจะทำให้ผลลัพธ์กลายเป็นปัญหาได้

4. ผลลัพธ์ที่เป็นปัญหา (อัตราการเติบโตต่ำ สัดส่วนการตลาดต่ำ)

คือ ผลลัพธ์ที่มีจุดอ่อนในตลาด มีส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบต่ำน้อยกว่า 0.5 เท่า และตลาดก็มีความน่าสนใจน้อยเพราะอัตราการขยายตัวของตลาดต่ำกว่า 0% ถ้าบริษัทมีผลลัพธ์อยู่ในส่วนนี้ ผู้บริหารควรจะคำนึงว่าถ้าต้องการรักษาผลลัพธ์นี้ให้อยู่ในตลาดก็ต้องมีเหตุผลที่สำคัญในการเก็บเอาไว้ เช่น อาจจะเป็นประโยชน์ในการผลิตสินค้าอื่นที่เป็นวัวเงิน หรือดาวเด่นอยู่ แต่ถ้าไม่ บริษัทควรจะออกจากตลาดในผลลัพธ์นี้

กลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้ คือ กลยุทธ์การตัดทอน (Retrenchment) กลยุทธ์ในการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ (Harvest) หรือ กลยุทธ์การปรับเปลี่ยนธุรกิจ (Turnaround)

ข้อพิจารณาการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้

การสร้างเมทริกซ์ BCG เพื่อให้ผู้บริหารได้สามารถจัดสรรทรัพยากรไปสู่หน่วยธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ให้กับบริษัท ดังนั้น กลยุทธ์ที่ผู้บริหารสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับ เมทริกซ์ BCG ประกอบไปด้วย

1. ลงทุน (Build) กลยุทธ์นี้เพื่อการสร้างผลิตภัณฑ์ให้เป็นผู้นำตลาด เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่น่าสงสัย เพราะมีโอกาสในการก้าวเป็นดาวเด่น
2. รักษา (Hold) เป็นกลยุทธ์ที่เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้กับบริษัท และรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ไม่สูญเสียให้คู่แข่ง กลยุทธ์นี้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัวนมอยู่ เพราะรักษากระแสเงินสดเข้ามาสู่กิจการให้นานที่สุด
3. เก็บเกี่ยว (Harvest) วัตถุประสงค์หลัก คือ สร้างรายได้ให้กับบริษัทในระยะสั้น โดยไม่คำนึงถึงระยะยาว กลยุทธ์นี้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัวนมแต่อยู่ในฐานะที่อ่อนแอในตลาด (Weak Cash Cows) และอาจจะรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่น่าสงสัย และสุนัข ด้วย
4. ขายทิ้ง (Divest) เป็นกลยุทธ์ที่บริษัทจะต้องตัดสินใจหยุดลงทุนหรือขายทิ้งในผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้หรือรายได้ไม่มากนักและขาดความน่าสนใจ และสมควรที่จะจัดสรรทรัพยากรไปในผลิตภัณฑ์หรือหน่วยธุรกิจอื่นที่สร้างรายได้ให้มากกว่า กลยุทธ์นี้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นสุนัข และผลิตภัณฑ์ที่น่าสงสัยบางผลิตภัณฑ์

ข้อควรระวังในการใช้ BCG Matrix

ในการวัดความน่าสนใจของตลาด ข้อมูลที่นำมาใช้ต้องเป็นอัตราการขยายตัวของตลาด ไม่ใช่อัตราการขยายตัวของบริษัท

ข้อจำกัดของวิธี BCG Matrix

1. มีการประเมินหน่วยธุรกิจโดยใช้ปัจจัยเพียง 2 ปัจจัย คือ ส่วนแบ่งตลาดและอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจ ซึ่งในความเป็นจริงอาจจะไม่เพียงพอ ควรใช้ข้อมูลอื่น ๆ ประกอบด้วย
2. ระยะเวลาในการประเมินด้วยวิธี BCG นั้น ใช้ได้แค่ในช่วงเวลาสั้น ๆ ภายใน 2-3 ปี เพราะตำแหน่งทางการตลาดสามารถเปลี่ยนแปลงได้

ตารางที่ 2-3 การเปรียบเทียบ BCG Matrix กับ Product Life Cycle

BCG Matrix	Product Life Cycle
1. Question Mark	Introduction
2. Stars	Growth
3. Cash Cows	Maturity
4. Dogs	Decline

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

Savich and Thompson (1978) ได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะของวัฏจักรของธุรกิจ และพบว่ามีลักษณะที่สอดคล้องกัน คือ

1. ในระยะเริ่มต้น (Startup) จะมีอัตราส่วนแสดงถึงสภาพคล่อง (Short term activity) สูง เพราะมีลูกหนี้การค้า และสินค้าคงเหลือมาก แต่รายได้จากการขายยังมีไม่มาก ทำให้อัตราส่วนการหมุนเวียนของลูกหนี้และสินค้าคงเหลือต่ำ กำไร และกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานก็จะต่ำ อีกทั้งหนี้สินยังสูงอยู่เพราะเพิ่งเริ่มการลงทุน เพิ่งเข้าตลาด ระยะนี้จะเหมือนกับกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่น่าสงสัย

2. ระยะเติบโต (Growth) กำไรจะเริ่มโตขึ้น กระแสเงินสดจากการดำเนินงานจะมีมากขึ้น อัตราส่วนทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับกำไรจะเริ่มดีขึ้น อัตราส่วนผลตอบแทนของสินทรัพย์ และอัตราส่วนผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้นจะสูง เนื่องจากมียอดขายมากขึ้นกว่าในระยะเริ่มต้น ถึงแม้ว่าจะมี การลงทุนในกำลังการผลิตและเครื่องจักรมากขึ้นด้วยก็ตาม ระยะนี้จะเหมือนกับกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวเด่น

3. ระยะอิ่มตัว (Maturity) จะมีอัตราส่วนกำไรสุทธิเริ่มลดลงเพราะมีกำไรมาชดเชย ในขณะที่ส่วนของผู้ถือหุ้นเริ่มเติบโตขนานไปกับกำไรสะสม สภาพคล่องจะสูง ในขณะที่กระแส

เงินสดจากการดำเนินงานจะเริ่มโตขนานไปกับกำไร เนื่องจากจะมีการประหยัดจากการผลิตทำให้ อัตรากำไรมีสูง โดยระยะนี้จะเหมือนกับกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัจน

4. ระยะถดถอย (Decline) เมื่อกิจการเริ่มเข้าสู่ระยะถดถอยในตอนแรกนั้น กระแสเงินสดจากการลงทุนในอดีตจะเป็นบวก อาจเป็นเพราะว่ากิจการมีการขายเงินลงทุน กำไรในปัจจุบันเริ่มถดถอย สินทรัพย์ลดลง ยอดขายลดลง ส่งผลให้อัตรารส่วนทางการเงินต่าง ๆ ต่ำลงจากระยะอิมตัว เริ่มประสบปัญหาการขาดทุน หากไม่รีบแก้ไขอาจทำให้กิจการต้องออกจากตลาด ระยะนี้จะเหมือนกับกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เป็นสุนัขหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหา

Selling and Stickney (1989) เรื่องผลกระทบของสภาพแวดล้อมและกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ใช้ที่มีต่ออัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ของกิจการ ซึ่งทำการศึกษาอุตสาหกรรมของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยแยกเป็น 22 อุตสาหกรรมในช่วงปี 1977-1986 โดยคำนวณค่าเฉลี่ยอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ อัตรากำไร และอัตรากำไรของสินทรัพย์ของแต่ละอุตสาหกรรม แล้วนำมาแสดงเป็นกราฟเพื่ออธิบายถึงผลกระทบที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ จากการศึกษาดังกล่าวได้ข้อสรุปว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์คือปัจจัยทางการแข่งขัน (Competitive Factors) ซึ่งสามารถแยกได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มระดับทุนสูง การที่กิจการในกลุ่มนี้ต้องใช้เงินทุนสูง ทำให้เกิดอุปสรรคการเข้าตลาดของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ กลุ่มแข่งขันจึงมีน้อยราย ส่งผลให้เกิดการแข่งขันแบบผูกขาดและสามารถใช้อัตรากำไรสูงเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจได้

2. กลุ่มระดับทุนปานกลาง การแข่งขันของกิจการในกลุ่มนี้เป็นแบบคู่แข่งน้อยรายหรือคู่แข่งกึ่งผูกขาด เนื่องจากมีกิจการที่สามารถเข้ามาแข่งขันได้มากขึ้น จึงใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจร่วมกันระหว่างอัตรากำไรและปริมาณการขาย

3. กลุ่มระดับทุนต่ำ กิจการในกลุ่มนี้ใช้เงินลงทุนต่ำ ทำให้มีคู่แข่งที่สามารถเข้ามาทำการแข่งขันได้ง่ายจึงทำให้มีคู่แข่งหลายราย เกิดการแข่งขันแบบสมบูรณ์ เน้นการขายเป็นจำนวนมากเป็นกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจ

Bharat and Omesh (1994) ได้ศึกษาถึงประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานของหุ้นที่เสนอขายเป็นครั้งแรก (IPOs) ในช่วงปี 1976-1988 ในตลาดหลักทรัพย์สหรัฐอเมริกา พบว่า ประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานภายหลังเข้าทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์สหรัฐอเมริกา ซึ่ง

วัดผลโดยอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และผลตอบแทนในรูปของกระแสเงินสดจากการดำเนินงานต่อสินทรัพย์จะลดลงหลังจากเข้าทำการซื้อขายในตลาดแล้วอย่างมีนัยสำคัญ ขัดแย้งกับ Megginson, Nash and Randenorgh (1994) ที่ได้ศึกษาการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ 61 บริษัท 32 อุตสาหกรรมใน 18 ประเทศเสนอขายหุ้นแก่นักลงทุนในช่วงปี 1961-1990 พบว่าภายหลังการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ โดยการเสนอขายหุ้นเป็นครั้งแรก (IPOs) แล้วจะมีความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยวัดจากอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และผลตอบแทนจากยอดขายงานวิจัยในประเทศไทย

วินัย อังสุโกมกุล และคณะ (2539) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางธุรกิจกับผลการดำเนินงานของบริษัท พบว่าบริษัทที่มีการก่อหนี้สูงจะมีผลการดำเนินงานที่ด้อยกว่าบริษัทที่มีการก่อหนี้ต่ำ โดยอธิบายว่าบริษัทที่มีการก่อหนี้ไม่สามารถจัดการกับภาวะความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยในประเทศไทยได้ ทำให้ในบางช่วงต้องแบกรับภาระดอกเบี้ยที่สูงหรืออธิบายได้อีกนัยหนึ่งว่ามีภาระผูกพันทางการเงินสูง ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำจะมีภาระของดอกเบี้ยส่งผลต่อการดำเนินงานที่แย่ลง จากผลการศึกษานี้สามารถวิเคราะห์ได้ว่า บริษัทที่มีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสูงจะมีผลการดำเนินงานที่ด้อยกว่าบริษัทที่มีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นต่ำ นอกจากนั้น ยังได้ศึกษาพบว่าความแตกต่างของกลุ่มอุตสาหกรรม ไม่ทำให้ผลการดำเนินงานที่วัดโดยอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตมีอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ที่ลดต่ำลง ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมการผลิตมีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรมากกว่าอุตสาหกรรมอื่น ทำให้ภาระผูกพันการดำเนินงานในสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ ต้นทุนคงที่มาก ทำให้มีผลการดำเนินงานต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้

โสภณ จงสงวนประดับ (2543) จึงได้ทำการศึกษาเรื่องอัตราส่วนเฉลี่ยทางการเงินและผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่มีต่ออุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างและเครื่องตกแต่ง อุตสาหกรรมของใช้ในครัวเรือนและอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ในช่วงปี พ.ศ.2536 – 2541 สรุปผลการศึกษาดังนี้

อัตราส่วนเฉลี่ยของอุตสาหกรรมแบ่งศึกษาเป็น 5 กลุ่ม คือ

1. อัตราส่วนกระแสเงินสด พบว่าอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างและเครื่องตกแต่ง และอุตสาหกรรมของใช้ในครัวเรือนมีอัตราส่วนไปในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นอุตสาหกรรมพัฒนา

อสังหาริมทรัพย์ที่อัตราส่วนเฉลี่ยคิดลบแสดงว่าอุตสาหกรรมนี้ขาดกระแสเงินสดจากการดำเนินงานหรือกำไรที่เป็นเงินสดเพื่อใช้ในการบริหารกิจการ

2. อัตราส่วนสภาพคล่อง พบว่าอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างและเครื่องตกแต่ง และ อุตสาหกรรมของใช้ในครัวเรือนมีอัตราส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ มีอัตราสูงกว่าอุตสาหกรรมอื่น แต่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องทั้งนี้เนื่องมาจากขาดกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน

3. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ทั้งสามอุตสาหกรรมมีอัตราส่วนใกล้เคียงกันคือ มียอดขายที่ดีแต่ไม่สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อทำกำไรได้สูงมากนัก

4. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพการดำเนินงาน ทั้งสามอุตสาหกรรมมีผลการดำเนินงานในช่วงปีแรกของข้อมูลที่ทำการศึกษา ส่วนปีหลังมีการดำเนินงานที่ต่ำมาก ทำกำไร ได้น้อยหรืออาจขาดทุนได้ ทั้งนี้เนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา

5. อัตราส่วนวิเคราะห์ความสามารถก่อนหนี้ ทั้งสามอุตสาหกรรมมีอัตราส่วนที่แสดงให้เห็นว่ามีการใช้หนี้สินมากในการดำเนินงานของกิจการประเภทนี้ ดังนั้นการที่จะไปก่อหนี้เพิ่มเติมย่อมทำได้ยากเนื่องจากเกิดความเสี่ยงต่อเจ้าหนี้ได้หรืออาจต้องเสียค่าใช้จ่ายในการก่อหนี้สูงมาก ทั้งนี้เพราะความสามารถในการทำกำไรลดลงและเจ้าหนี้เดิมยังคงมีอยู่เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ทั้งสามอุตสาหกรรมก่อหนี้เพิ่มได้ยากมากขึ้น

อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างและเครื่องตกแต่งมีอัตราส่วนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ประกอบด้วยอัตราส่วนขายสุทธิต่อสินทรัพย์รวม อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงานต่อขายสุทธิและอัตราส่วนมูลค่าตลาดหุ้นสามัญต่อหนี้สินรวม

อุตสาหกรรมของใช้ครัวเรือนมีอัตราส่วนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ประกอบด้วยอัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวมและอัตราส่วนมูลค่าตลาดหุ้นสามัญต่อหนี้สินรวม

อุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มีอัตราส่วนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ประกอบด้วยอัตราส่วนขายสุทธิต่อสินทรัพย์รวมและอัตราส่วนผู้ถือหุ้นต่อแหล่งเงินทุนระยะยาว

วิไลวรรณ เณสิมศรี และสุทธยา ชะอุ่ม (2547) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของอัตรากำไร และการหมุนของสินทรัพย์ กับลักษณะอุตสาหกรรมของธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพบว่า ลักษณะอุตสาหกรรมและกลยุทธ์ที่ใช้มีผลต่ออัตรากำไร และการหมุนของสินทรัพย์ โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม

สรุปได้ว่าลักษณะของอุตสาหกรรมมีผลต่อระดับความเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ ในอุตสาหกรรม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 อุตสาหกรรมที่มีลักษณะการใช้เงินลงทุนสูงถึงสูงมาก การแข่งขันเป็นแบบผูกขาดหรือกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ใช้กลยุทธ์ความแตกต่างเน้นอัตรากำไร ดังนั้นการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอัตรากำไรเท่านั้น เนื่องจากการเพิ่ม อัตรากำไรของสินทรัพย์เป็นไปได้ยาก ประกอบด้วย 6 อุตสาหกรรม คือ วัสดุก่อสร้างและตกแต่ง พลังงาน โรงแรมและบริการท่องเที่ยว ย่อยกระดาษและกระดาษ คลังสินค้าและโซโล และอื่น ๆ (เช่น อุตสาหกรรมฟอกหนัง)

กลุ่มที่ 2 อุตสาหกรรมที่มีลักษณะการใช้เงินลงทุนปานกลางถึงสูง การแข่งขันเป็นแบบกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ใช้กลยุทธ์ความแตกต่างเน้นอัตรากำไร หรือกลยุทธ์ต้นทุนทุกต่ำ (Cost Leadership) ดังนั้นการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ จะเป็นไปได้ทั้งจากการที่มีลักษณะอุตสาหกรรมนี้มีความยืดหยุ่นที่สามารถเพิ่มอัตรากำไร หรืออัตรากำไรของสินทรัพย์ได้ประกอบด้วย 21 อุตสาหกรรม คือ ธุรกิจเกษตร เคมีภัณฑ์และพลาสติก พาณิชยกรรม สื่อสาร เครื่องใช้ไฟฟ้าและคอมพิวเตอร์ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ บ้านเกิดและสันตนาการ อาหารและเครื่องดื่ม การแพทย์ ของใช้ในครัวเรือน ประกันภัยและประกันชีวิต อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องมือและเครื่องจักรกล เหมืองแร่ บรรจุกภัณฑ์ เวชภัณฑ์และเครื่องสำอาง การพิมพ์และสิ่งพิมพ์ บริการเฉพาะกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ขนส่ง และยานพาหนะและอุปกรณ์

กลุ่มที่ 3 อุตสาหกรรมที่มีลักษณะการใช้เงินลงทุนต่ำถึงปานกลาง การแข่งขันเป็นแบบสมบูรณ์ ใช้กลยุทธ์ต้นทุนทุกต่ำ เน้นการขายปริมาณมาก ดังนั้นการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอัตรากำไรของสินทรัพย์เท่านั้น เนื่องจากการเพิ่มอัตรากำไรทำได้ยาก ประกอบด้วย 2 อุตสาหกรรม คือ เงินทุนและหลักทรัพย์ และ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มและรองเท้าจากนั้นยังมีอุตสาหกรรมที่ไม่สามารถจัด

เข้ากลุ่มได้ คือ ธนาคาร มีลักษณะการแข่งขันแบบผูกขาด แต่เนื่องจากอยู่ภายใต้การควบคุมของภาครัฐและกลไกตลาดจึงมีอัตรากำไร ไม่สูงมากนัก และเนื่องจากต้องลงทุนสูงมากทำให้มีอัตราการหมุนของสินทรัพย์ต่ำ

กัญญา จันทร่มั่น (2548) ศึกษาการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ได้รับ ISO9000 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจต่อผลการดำเนินงานของบริษัทที่ได้รับ ISO9000 โดยเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ถาวรของกลุ่มบริษัทที่ได้รับ ISO9000 และกลุ่มบริษัทที่ไม่ได้รับรองมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO 9000 พบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ได้รับ ISO 9000 มีอัตราผลตอบแทนต่อทรัพย์สินรวม ดีกว่า บริษัทที่ไม่ได้รับ ISO 9000 โดยจากผลการศึกษายังให้เห็นว่า การได้รับ ISO 9000 นั้นเป็นเครื่องมือช่วยในการบริหารงาน ทำให้มีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น ดังนั้นประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยครั้งนี้จะช่วยเป็นข้อมูลสนับสนุนผู้ที่สนใจการรับ ISO 9000 กับทางเลือกในการบริหารองค์กรเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของเป้าหมาย

อรรถชัย เศรษฐปณัรศรี (2549) ศึกษาอัตราส่วนทางการเงินเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณลักษณะของกลุ่มอุตสาหกรรมเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับคุณลักษณะของกลุ่มอุตสาหกรรม โดยวิเคราะห์อัตราส่วน 3 อัตรา คือ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น อัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์และอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น พบว่า อัตราส่วนทางการเงินทั้งสามนั้นสามารถสะท้อนคุณลักษณะของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมได้ โดยเฉพาะอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นสาเหตุหลัก เนื่องจากหนี้สินรวมของธุรกิจการเงินมีคุณลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ อย่างสิ้นเชิง

อรุณี พงศ์สมบัติศิริ (2549) ศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างผลการดำเนินงานระหว่างบริษัทที่ใช้กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนกับบริษัทที่ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภายใต้ภาวะอัตราดอกเบี้ยโตทางเศรษฐกิจที่สูงและต่ำจาก 5 กลุ่มอุตสาหกรรมได้แก่ กลุ่มวัตถุดิบและสินค้าอุตสาหกรรมกลุ่มเกษตรและอาหาร กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค และกลุ่มเทคโนโลยี

ผลการศึกษาพบว่า ภายใต้ภาวะอัตราดอกเบี้ยโตทางเศรษฐกิจที่สูง บริษัทที่ใช้กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน มีอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์รวม (ROA) มากกว่า แต่มีอัตราผลตอบแทน

แทนของส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) น้อยกว่าบริษัทที่ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แต่
อย่างไรก็ดีในการทดสอบในทางสถิติพบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญสำหรับภายใต้ภาวะอัตรา
การเติบโตทางเศรษฐกิจต่ำ บริษัทที่ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ มีอัตราผลตอบแทน
ของสินทรัพย์รวม (ROA) และอัตราผลตอบแทนของส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) มากกว่า บริษัทที่ใช้
กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน เมื่อทดสอบในทางสถิติพบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ
เช่นเดียวกัน

รศ.ดร.ศรัณย์ วรธนัจฉริยา (2551) ได้ศึกษาการประยุกต์ใช้โมเดลทางเศรษฐศาสตร์
สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่เพื่อการพัฒนาประเทศ

การประยุกต์ใช้ Location Quotient และ Shift-Share Analysis ในการกำหนดตำแหน่ง
ทางยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning)

Location Quotient (LQ) หมายถึง ส่วนครองตลาด โดยเปรียบเทียบ กล่าวคือ การผลิต
สินค้าและบริการในสาขาเศรษฐกิจของจังหวัดเปรียบเทียบกับกิจกรรมการผลิตของประเทศ

Shift-Share Analysis เป็นวิธีวัดความสามารถในการแข่งขันของจังหวัด โดยใช้หลัก
เปรียบเทียบความสามารถในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจของจังหวัดเปรียบเทียบกับ การดำเนิน
กิจกรรมของประเทศในกิจกรรมเดียวกัน ในช่วงเวลาเดียวกัน (โดยปกติใช้ระยะเวลาห่างกัน 5 ปี)
หลังจากนั้นนำค่า LQ และ Shift-Share Analysis มากำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ โดยใช้การ
วิเคราะห์ตามแนวคิด Business Portfolio ด้วย BCG Matrix ซึ่งเป็นวิธีการของ Boston Consulting
Group เพื่อแบ่งกลุ่มของสาขาการผลิตของท้องถิ่นที่ศึกษาออก เป็นกลุ่มย่อยตามศักยภาพในการ
พัฒนา

STAR ได้แก่ สาขาการผลิตที่มีค่า LQ และ Shift-Share Analysis เป็นบวกทั้งคู่ เป็นสาขา
การผลิตที่มีศักยภาพในการพัฒนาสูงที่สุด เนื่องจากเป็นสาขาที่กำลังมีการขยายตัวในระดับ
ประเทศ ขณะเดียวกันท้องถิ่นก็มีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าประเทศสาขาการผลิตที่อยู่ใน
ฐานนี้ควรส่งเสริมให้มีการเติบโตต่อไปได้

CASH COW ได้แก่ สาขาการผลิตที่มีค่า LQ เป็นบวก แต่ค่า Shift-Share Analysis เป็น
ลบ เป็นสาขาการผลิตที่กำลังขยายตัวในระดับประเทศ แต่ความสามารถในการแข่งขันของท้องถิ่น
ต่ำกว่าประเทศ (Mixed Losers)

QUESTION MARK ได้แก่ สาขาการผลิตที่มีค่า LQ เป็นลบ แต่ค่า Shift-Share Analysis เป็นเป็นบวก เป็นสาขาการผลิตที่มีการหดตัวลงในระดับประเทศ แต่ท้องถิ่นมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าประเทศ (Mixed Winners)

DOG ได้แก่ สาขาการผลิตที่มีค่า LQ และ Shift-Share Analysis เป็นลบทั้งคู่ เป็นสาขาการผลิตที่มีการพัฒนาน้อยที่สุด เนื่องจากมีการหดตัวในระดับประเทศ และท้องถิ่นมีความสามารถในการแข่งขันต่ำกว่าประเทศ (Losers)

จากการค้นคว้าและรวบรวมการศึกษาข้างต้นจึงเห็นได้ว่าอัตราส่วนทางการเงินและลักษณะอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทั้งภายในและภายนอกกิจการ การไม่นำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ร่วมในการวิเคราะห์อาจทำให้ผลการวิเคราะห์คลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง

ดังนั้นการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานเพื่อใช้ในการตัดสินใจลงทุนจึงควรนำอัตราส่วนทางการเงินและลักษณะกลุ่มอุตสาหกรรมมาใช้เป็นองค์ประกอบในการวิเคราะห์ด้วย ทั้งนี้การจัดกลุ่มทางการตลาดตามวิธี BCG Matrix เป็นแนวทางหนึ่งที่จัดประเภทอุตสาหกรรมในมุมที่ต่างออกไป ทำให้ทราบถึงตำแหน่งทางการตลาดว่าเราอยู่จุดไหน มีลักษณะเช่นไร เพื่อให้ได้ข้อมูลหลายมุมมอง การวิจัยนี้จึงได้นำอัตราส่วนทางการเงินและการจัดกลุ่มทางการตลาดตามวิธี BCG Matrix มาใช้เป็นแนวทางในการวิจัย