

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนตั้งโรงงานผลิตเครื่องประดับเทียมในจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายพลวัฒน์ อินทรประดิษฐ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชานันติ	ประธานกรรมการ
อาจารย์ชนินทร์ สิงห์รุ่งเรือง	กรรมการ
อาจารย์ ดร.นฤมล พงศ์ชัยเคหา	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนตั้งโรงงานผลิตเครื่องประดับเทียมในจังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนตั้งโรงงานผลิตเครื่องประดับเทียมในจังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษานี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ใน 4 ด้านได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตเครื่องประดับเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้จำหน่ายเครื่องประดับเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ และมีการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือวารสาร บทความ รายงานการวิจัย และเอกสารรายงานการศึกษา ตลอดจนสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2543 ถึงเดือน มีนาคม 2544 และนำมาวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้หลักการทฤษฎี และจำลองรูปแบบการวิเคราะห์ของบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ภายใต้ข้อสมมติฐานการยอมรับโครงการที่อัตราผลตอบแทนการลงทุนลดค่า 15% โดยสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาด้านการตลาดพบว่า เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในประเทศที่ชะลอตัวในปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคไม่มีกำลังซื้อเครื่องประดับแท้ ประกอบกับเครื่องประดับเทียมมีราคาที่ต่ำกว่าและมีรูปแบบที่หลากหลายจึงทำให้เครื่องประดับเทียมมีความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในด้านการส่งออกประเทศไทยมีความพร้อมในด้านแรงงานที่มีฝีมือเป็นเลิศ ค่าแรงที่ต่ำกว่าคู่แข่งด้านการออกแบบที่แปลกใหม่ มีความสวยงาม มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยเพื่อให้ได้สินค้าที่มีรูปแบบและคุณภาพที่ตรงความต้องการของตลาด รวมทั้งสามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ สิ่งเหล่านี้ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียมของประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกสูงขึ้น โดยมีมูลค่าส่งออกเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2540 ถึงปี พ.ศ. 2544 ไม่ต่ำกว่าปีละ 2,000 ล้านบาท ดังนั้นแนวโน้มการจำหน่ายเครื่องประดับเทียมทั้งในส่วนของ การส่งออก และการจำหน่ายในประเทศจึงมีทิศทางที่จะขยายตัวได้มาก นอกจากนี้จากการศึกษาสถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียมพบว่าอยู่ในช่วงเจริญเติบโตเต็มที่ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียมสามารถที่จะประสบความสำเร็จจากการดำเนินธุรกิจได้หากผลิตภัณฑ์มีการออกแบบและมีคุณภาพที่เป็นเลิศ รวมทั้งมีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง สำหรับการศึกษาคำแนะนำของโครงการนี้คาดว่าจะมียอดขายรวม 5 ปีเท่ากับ 103,204,000 บาท โดยผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของโครงการแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ ผู้บริโภคในกลุ่มประเทศยุโรป ผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น และผู้บริโภคในตลาดอื่นๆ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 ร้อยละ 30 และร้อยละ 10 ของยอดขายทั้งหมดตามลำดับ ผลิตภัณฑ์ของโครงการมี 3 ชนิด คือ แหวน กำไล และต่างหู ซึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะได้รับการออกแบบโดยนักออกแบบที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและลักษณะตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ในการกำหนดราคาจะกำหนดจากต้นทุนขายและบวกเปอร์เซ็นต์กำไรที่ต้องการ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อการส่งออกมุ่งขายให้กับพ่อค้าคนกลางจากต่างประเทศ ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับตลาดในประเทศมุ่งจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางภายในประเทศและจำหน่ายปลีกให้กับผู้บริโภคที่เข้ามาเยี่ยมชมและเลือกซื้อ ณ โรงงาน

ผลการศึกษาด้านเทคนิคพบว่า โรงงานจะตั้งอยู่ในเขตตำบลชมพู อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ใช้พื้นที่ 2 ไร่ ซึ่งเป็นทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก สาธารณูปโภคพร้อม และราคาที่ดินอยู่ในระดับตารางวาละ 5,000 บาท โดยอาคารโรงงานมีขนาดพื้นที่ใช้สอยประมาณ 1,000 ตารางเมตร กระบวนการผลิตเป็นเทคโนโลยีที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตคือเงิน ทองคำขาวเหลือง และอัญมณีสังเคราะห์ ซึ่งสามารถจัดหาได้ภายในประเทศ โดยโครงการมีศักยภาพการผลิตสูงสุดเท่ากับ 90,000 ชิ้นต่อปี แต่มีการประมาณการผลิตในปีแรกเท่ากับ 50%

ของกำลังการผลิต ในปีที่ 2 กำหนดไว้ที่ 60% ของกำลังการผลิต ในปีที่ 3 กำหนดไว้ที่ 70% ของกำลังการผลิต ส่วนในปีที่ 4 และปีที่ 5 กำหนดไว้ที่ 80% ของกำลังการผลิต

ผลการศึกษาด้านการจัดการพบว่า โครงการมีการดำเนินงานในรูปของบริษัท จำกัด โดยโครงสร้างองค์กรเป็นแบบตามหน้าที่ แบ่งเป็น 3 ฝ่าย คือ ฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบัญชีและการเงิน ทั้งนี้มีบุคลากรฝ่ายผลิตจำนวน 37 คน บุคลากรฝ่ายการตลาดจำนวน 10 และบุคลากรฝ่ายบัญชีและการเงินจำนวน 3 คน บุคลากรทั้งหมดสามารถจัดหาได้ในท้องถิ่นและจำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีทักษะพิเศษเฉพาะด้าน โดยเฉพาะด้านการออกแบบ

ผลการศึกษาด้านการเงินพบว่าการลงทุนตั้งโรงงานผลิตเครื่องประดับเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวน 16,500,000 บาท ซึ่งประกอบด้วยส่วนของทุน 67% และส่วนของหนี้สิน 33% มียอดขาย ณ จุดคุ้มทุนเฉลี่ยปีละเท่ากับ 10,615,000 บาท มีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 6 เดือน 26 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ อัตราคิดลด 15% เท่ากับ 2,151,000 บาท โดยโครงการให้อัตราผลตอบแทนการลงทุนลดค่าเท่ากับ 18.70% ดังนั้นจึงยอมรับสมมุติฐานที่ว่ามีความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนตั้งโรงงานผลิตเครื่องประดับเทียมในจังหวัดเชียงใหม่

Independent Study Title	The Feasibility Study on The Investment of an Artificial Ornament Factory in Chiang Mai Province	
Author	Mr. Phonlawat Intharapradit	
M.B.A.		
Examining Committee	Assoc. Prof. Sirikiat Ratchusanti	Chairman
	Lecturer Chanin Singrungruang	Member
	Lecturer Dr. Narumon Pongchaidecha	Member

ABSTRACT

The Independent study titled “The Feasibility Study on The Investment of an Artificial Ornament Factory in Chiang Mai Province” was conducted to study the feasibility study on the investment of an artificial ornament factory in Chiang Mai Province.

The feasibility was studied in 4 aspects which were marketing feasibility, technical feasibility, managerial feasibility and financial feasibility. Primary data was collected from the interview with Artificial Ornament producers in Chiang Mai Province, Artificial Ornament sellers in Chiang Mai Province, staffs of Northern Industry Promotion Center, Chiang Mai Provincial Industry Promotion Center, and Office of Commercial Affairs, Chiang Mai and secondary data was collected from books, journals, articles, research reports, education papers and relevant statistics. The data collection period was August 2000 to March 2001. Data was analyzed by the Industrial Finance Corporation of Thailand model under hypothesis of the internal rate of return 15%. The conclusions of the study were as follows:

The results of the marketing analysis showed that owing to the economic downturn in Thailand, there is no purchasing power in genuine ornament. As well as the artificial ornament was produced at low cost and in various styles, these could lead the popularity of

artificial ornament to continue increasing. In Thailand, Moreover, there were superior skill labor, lower manufacturing cost, creative new product design and high technology which could support the artificial ornament manufacturer to produce fashionable and quality products in order to meet market demand and be able to compete in overseas market. These could make the artificial ornament industry has higher export capability, with the average export revenue over 2,000 million baht during the year 1997 to 2001. Therefore, the revenue trend of artificial ornament in both export market and local market were expected to expand dramatically. Furthermore, the artificial ornament manufacturing industry is in maturity stage at present referring to the study of competition in this industry. However, artificial ornament manufacturers are able to successful in this business if their products are beautifully designed, good quality and lower cost as compared to their competitors. The projection of revenues for 5 years of this project were expected to be 103,204,000 baht. Target consumers of this project could be classified in to 3 groups; European consumers, Japanese consumers and consumers in other markets. Proportion of total sales of those 3 groups of consumers are 60%, 30% and 10% respectively. In this project, there are 3 types of products which are rings bracelets and earring. Each types of products will be designed by experienced ornament designers who are able to create products meeting consumer's demand. Price was determined by cost of good sold marked up with required profit (Cost plus pricing method). The distribution channels of artificial ornament were focused on overseas middlemen for export market, as well as, local middlemen and customers visiting the factory for local market.

The results of the technical analysis showed that the factory will be locate in Chompoo Sub-District, Saraphi District, Chiangmai Province. Its area was 2 rai. The location had good transportation, perfect facilities and price of land was 5,000 baht per square wa. The factory building provided 1,000 sq.m. of utility area. The production process was uncomplicated. The main raw material was silver lodium and artificial gem which was provided by domestic suppliers. The maximum manufacturing capacity was 90,000 pieces per years with the expected manufacturing capacity of 50% in the first year, 60% and 70% of manufacturing capacity are expected for the second and the third year respectively. In the forth and the fifth year, the manufacturing capacity is expected to be the same rate of 80%.

According to the management analysis, the project was operated in company limited which the structure of organization could be divided into 3 functional departments such as production department marketing department and accounting and financing department. There were 37 production staffs 10 marketing staffs and 3 accounting and financing staffs. All staffs could be recruited within the region and should have skilled labors, particularly experts in ornament design.

The results of the financial analysis showed that the Artificial Ornament Factory required 16,500,000 baht investment cost which composed of equity 67% and debt 33%. The average break-even point was 10,615,000 baht. The payback period was 3 years 6 months 26 days. The net present value at discount rate 15% was 2,151,000 baht while the internal rate of return were 18.70%. Therefore, the hypothesis of the study was accepted the feasibility of investment on artificial ornament factory in Chiang Mai Province.