

ชื่อเรื่องการค้าค้ำประกันแบบอิสระ การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจกระจกตกแต่งใน
จังหวัดลำปาง : กรณีศึกษา บริษัท ชุนหะแสง จำกัด

ชื่อผู้เขียน นายพนพร อาชามาส

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้าค้ำประกันแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชานันติ	ประธานกรรมการ
อาจารย์นฤมล พงศ์ชัยเดชา	กรรมการ
อาจารย์สุจรรย์พันธ์ สุวรรณพันธ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าค้ำประกันแบบอิสระเรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจกระจกตกแต่ง
ในจังหวัดลำปาง กรณีศึกษา: บริษัท ชุนหะแสง จำกัด” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ ใน
การลงทุนธุรกิจกระจกตกแต่ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน โดยใช้วิธี
เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากข้อมูลการขายของบริษัท ชุนหะแสง จำกัด และการสัมภาษณ์
ผู้ประกอบการร้านค้ากระจกในพื้นที่จังหวัดภาคเหนือตอนบน ข้อมูลทุติยภูมิรวบรวมจากวารสาร
รายงานการวิจัย และเอกสารรายงานการศึกษาที่เกี่ยวข้อง โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน
สิงหาคม 2544 ถึง เดือนเมษายน 2545 และนำมาวิเคราะห์ประมวลผล เพื่อดูความเป็นไปได้ของ
โครงการทั้ง 3 ด้าน และทางด้านการเงิน ได้กำหนดสมมติฐานการยอมรับโครงการ ที่อัตรา
ผลตอบแทนที่ต้องการจากการลงทุน 15% โดยสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ด้านการตลาด จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและคู่แข่ง พบว่า กระจกตกแต่งเป็น
สินค้าที่มีความต้องการด้านรูปแบบที่หลากหลาย ตัวสินค้าสามารถแตกหักเสียหายง่าย ผู้ผลิตส่วนใหญ่
ใหญ่อยู่ไกล ดังนั้นผู้ซื้อนิยมซื้อจากตัวกลางขายในพื้นที่ มากกว่าการหาซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง
ปัญหาที่พบในการสั่งซื้อคือต้องรอสินค้านาน ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง ซึ่งถ้าหากมีการลงทุน
ในพื้นที่ จะสามารถลดปัญหาได้ ทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน จากการกำหนดลูกค้าร้านค้าปลีก
เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเป็นตัวกลางขายในพื้นที่ จะทำให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้กว้างขึ้น และมี
โอกาสในการขายสูง ในด้านกลยุทธ์ด้านการตลาด ปัจจุบันกลยุทธ์ด้านราคาในธุรกิจกระจกตกแต่ง

ผู้ผลิตแต่ละรายจะใช้การกำหนดราคาแบบเผชิญการแข่งขัน ใช้การกำหนดราคาที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดสงครามราคา ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขัน จะเน้นการแข่งขันในด้านการบริการ คุณภาพสินค้า และระยะเวลาในการส่งมอบ และจากการกระจายสินค้าผ่านร้านค้าปลีก ทำให้สินค้าของบริษัทมีการกระจายทั่วถึง และมีการกำหนดส่วนลดการค้า จัดทำแคตตาล็อก เพื่อเป็นส่งเสริมการตลาด ให้สินค้ามีโอกาสในการแข่งขันมากขึ้น

จากการวิเคราะห์ดังกล่าวทั้งหมด สามารถนำพยากรณ์ยอดขายได้ โดยสรุปคือ ยอดขายกระจกตกแต่งของบริษัทจะมียอดขายเป็นอัตราส่วนร้อยละ 15 ของยอดขายกระจกตกแต่งในเขตภาคเหนือตอนบน หรือเท่ากับ 10,327,905 บาท ในปีแรก โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคสรุปได้ว่า โครงการนี้จะเลือกใช้เครื่องจักรจากประเทศอิตาลี มูลค่า 3,900,000 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายผันแปรต่อหน่วยความยาว 3.6 บาทต่อฟุต ค่าใช้จ่ายในการจัดการประกอบด้วยค่าจ้างแรงงาน ค่าสาธารณูปโภค รวม 6,028,757 บาทต่อปีในปีแรก

ผลการศึกษาทางการเงินพบว่า โครงการนี้ใช้เงินลงทุนรวม 4,920,000 บาท โดยได้จากการกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงิน 4,420,000 บาท และส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 500,000 บาท มีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 3 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ อัตราลด 15% เท่ากับ 936,833 บาท โดยโครงการนี้ให้ผลตอบแทนการลงทุนลดค่าเท่ากับ 22.05% ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจกระจกตกแต่งในจังหวัดลำปาง ของบริษัท ชุนหะแสง จำกัด

Independent Study Title Feasibility Study in Decoration Glass Business Investment in
Lampang, Province: A Case Study Choon Ha Saeng Co.,Ltd.

Author Mr.Nopporn Archamas

M.B.A.

Examining Committee	Assoc. Prof. Sirikiat Ratchusanti	Chairman
	Lecturer Narumon Pongchaidecha	Member
	Lecturer Suchanphin Suwanaphan	Member

ABSTRACT

The purpose of the Independent study titled "The Feasibility Study in Decoration Glass Business Investment in Lampang Case Study: Choon Ha Saeng Co.,Ltd." was to study the feasibility study on the investment for decoration glass in 3 aspects which were marketing feasibility, technical feasibility and financial feasibility. Primary data was corrected from company data and interviewing the top northern part of Thailand glasses shop owner, and secondary data was collected from books, journals, articles, research reports, and relevant education papers. The data collection period was between August 2001 to April 2002. The financial data was processed by using Incremental Basis Principle under hypothesis of the internal rate of return 15%. The conclusions of the study were as follows:

The results of the marketing feasibility studies point out that, first, the industry and competitive analysis showed that the demand for decoration glass products were variety in type and pattern the glasses property were fragile and most of the suppliers were too far and then the customer prefer to get product from the nearest glasses shop. The problems of the product orders were the time consuming which due to the long distances and the high freight expensive. From these problems, if the project can be invested in the area its will reduce the problems and can be the competitive advantage for business. In selecting the sub agent glasses shop to be target group for distribution the products that can be covered in the wide area and can lead to the high sales

volume. For the price strategy in decoration glass, all competitors were used standard pricing to meet competition in order to avoid the price's war. As the results, the competitive strategies were emphasizing the competition on the service, the products quality, and the delivery time. Last, the promotion strategies were the trade discounts for sub agent and printed the catalog for promote the product to increase the competitive opportunity.

From all marketing data analysis its can be predicted that the company could sale the decoration glasses for 15% of total market size in the upper northern part of Thailand or 10,327,905 Bahts in the first year and increasing rate of 5% per year.

The result of technical feasibility analysis showed that the project would select the machine from Italy which cost 3,9000,000 bahts. The variable cost would be 3.60 Bahts per foot long. The management costs include wages, other utilities would be 6,028,757 in first year.

The results of financial feasibility study found that this project require an initial investment 4,920,000 bahts where 4,420,000 bahts was obtained from the long term debt and 500,000 bahts was from the owner equity. The payback period was 3 years and 3 days. The net present value at 15% discount rate was 936,833 bahts while the internal rate of return was 22.05%. Therefore, the hypothesis of the study was accepted the feasibility of investment on decoration glass of Choon Ha Saeng Co., Ltd, in Lampang Province.