

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนตกแต่งกระจกแผ่น ของบริษัท ชุนหะแสง จำกัด โดยจะทำการศึกษาทางด้านการตลาด เทคนิค และทางด้านการเงิน สำหรับการศึกษาด้านการจัดการนั้น เนื่องจากบริษัทมีการจัดโครงสร้างองค์กรอยู่แล้ว การลงทุนครั้งนี้เป็นเพียงการลงทุนทางด้านเครื่องจักรที่นำมาใช้ในการผลิต ดังนั้น จึงนำการศึกษาทางด้านการจัดการ รวมไปถึงการศึกษาทางด้านเทคนิค

ขอบเขตและวิธีการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

ในการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อ

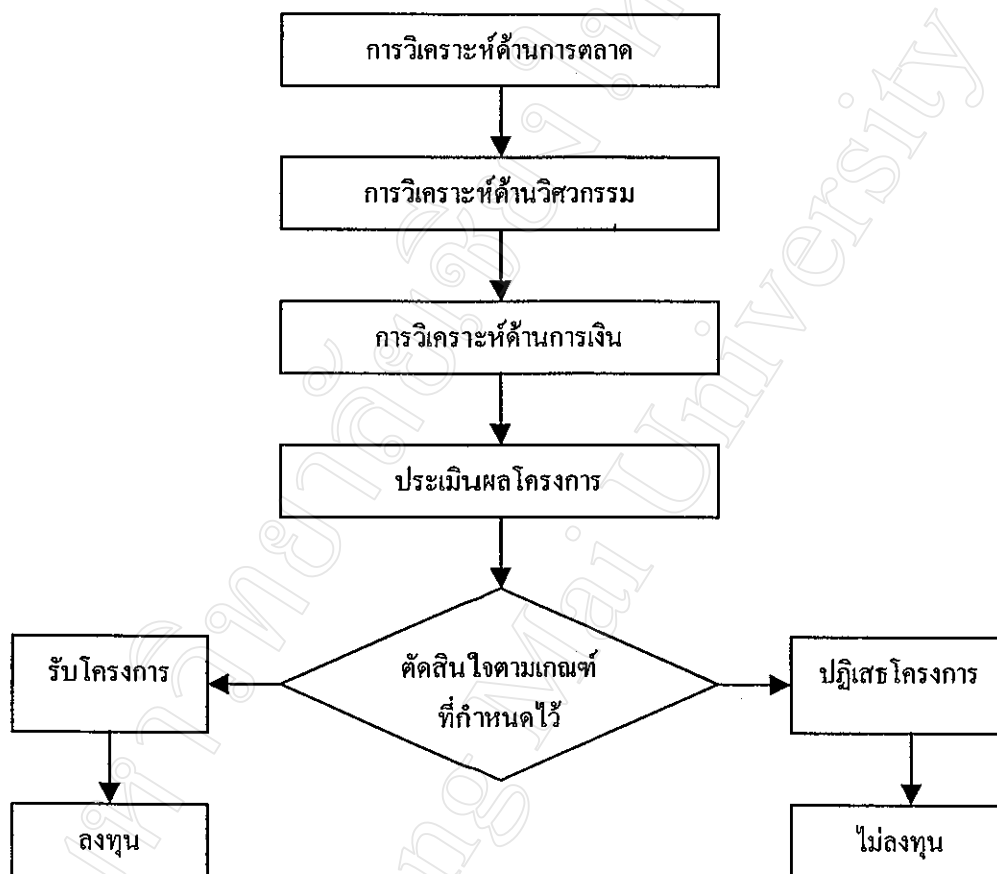
- ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด โดยศึกษาเพื่อทราบถึงความต้องการใช้กระจกตกแต่งในพื้นที่เป้าหมายในเขตจังหวัด ลำปาง ลำพูน เชียงใหม่ พะเยา เชียงราย และแพร่ เพื่อนำไปพยากรณ์ยอดขายของกิจการ

- ศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค โดยศึกษาหาข้อมูลทางด้านเครื่องจักรที่จะใช้ในโครงการ เพื่อหาเครื่องจักรที่มีความเหมาะสมกับขนาดของโครงการ เพื่อนำมาประเมินหาขนาดการลงทุน

- ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน นำข้อมูลจากการศึกษาด้านการตลาดและด้านเทคนิค มาประกอบ เพื่อศึกษาดูเงินลงทุนส่วนเพิ่ม ค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่ม และกำไรส่วนเพิ่ม นำไปจัดทำงบการเงินล่วงหน้า (Proforma Statement) ได้แก่ งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า งบกระแสเงินสดล่วงหน้า และงบดุลล่วงหน้า จากนั้น ทำการวิเคราะห์และประเมินผลโครงการ โดยประเมินจากเครื่องมือทางการเงินที่สำคัญ คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ สามารถสรุปขั้นตอนการศึกษาได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนฯ

วิธีการศึกษา

เนื่องจากการศึกษานี้ เป็นการศึกษาเพื่อมุ่งเน้นเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับบริษัท โดยใช้กระจกตกแต่งเป็นสินค้าที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับบริษัท โดยมีขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาภาวะตลาดของสินค้ากระจกตกแต่ง ในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบน เพื่อทราบถึงคู่แข่งและสภาพการแข่งขันที่มีในปัจจุบัน

2. การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของธุรกิจ โดยใช้ Porter's 5 Forces Model ประกอบด้วย การวิเคราะห์คู่แข่งที่เข้ามาใหม่ (New Entrants) คุกคามจากการเกิดคู่แข่งรายใหม่ การวิเคราะห์ผู้ขายปัจจัยการผลิต (Supplier) และผู้ซื้อ (Buyer) ว่ามีอำนาจต่อรองในธุรกิจอย่างไร วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ทดแทน (Substitutes) ว่ามีอย่างไร และวิเคราะห์การแข่งขันในธุรกิจ (Industry Competitors) ว่ามีการแข่งขันรุนแรงแค่ไหน มาเป็นตัววิเคราะห์ เพื่อให้การวิเคราะห์ครอบคลุมการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคต โดยศึกษาทั้งคู่แข่งในปัจจุบัน และที่จะมีขึ้นในอนาคต ซึ่งการวิเคราะห์ด้านนี้ จะแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่ธุรกิจจะต้องมีการปรับตัว เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

3. การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทในด้านการทำธุรกิจกระจัดก่ดงอได้แก่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (4Ps)

4. ประมาณความต้องการของตลาดเป้าหมายในการใช้กระจัดก่ดงอในพื้นที่ เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานของการประเมินขนาดของโครงการ ที่จะใช้กำหนดขนาดของเครื่องจักรที่ต้องการในการศึกษาทางด้านเทคนิค และต่อเนื่องไปถึงขนาดของการลงทุน เพื่อใช้ในการศึกษาทางการเงินต่อไป

5. การศึกษาทางด้านเทคนิค จากข้อมูลการตลาดที่ได้รับ นำมาประเมินถึงกำลังการผลิตที่ต้องการ ทำการคัดเลือกเครื่องจักรที่มีความเหมาะสมในการลงทุน ทั้งทางด้านราคาและกำลังการผลิต

6. การศึกษาทางการเงิน จากยอดขายที่พยากรณ์ไว้ และขนาดการลงทุนที่ต้องลงทุน นำมาประกอบการศึกษาเพื่อดูถึงความเป็นไปได้ทางการเงิน เพื่อสรุปถึงความเป็นไปได้ของโครงการต่อไป

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

- ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

หาข้อมูลด้านความต้องการกระจัดก่ดงอในพื้นที่เป้าหมาย โดยการใช้ข้อมูล การขาย กระจัดก่ดงอและกระจัดก่ดงอของบริษัทในอดีตเป็นหลัก ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกระจัดก่ดงอในพื้นที่เป้าหมายจำนวน 10 ราย¹⁷ เพื่อใช้ในการประเมินขนาดของตลาด สัมภาษณ์ผู้แทนขายของผู้ผลิต

¹⁷ รายละเอียดคำถามคำตอบแสดงในภาคผนวก ก

กระจก เพื่อทราบถึงสัดส่วนยอดขายกระจกในเขตภาคเหนือตอนบน และหาข้อมูลด้านการลงทุน ส่วนเพิ่ม โดยการสอบถามราคาเครื่องจักรที่จำเป็นในการลงทุน จากบริษัทผู้ผลิตจำนวน 2 ราย เพื่อทำการเปรียบเทียบราคา

- ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง คือ เอกสารจากผู้ผลิตกระจก และผู้ผลิตเครื่องจักร รวมทั้งข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผล

เครื่องมือที่ใช้ในการประมวลผลข้อมูลคือ โปรแกรม Microsoft Excel

1. ใช้ในการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า จากข้อมูลที่รวบรวมได้จากการศึกษาด้านเทคนิคและการตลาด
2. ใช้ในการประเมินผลโครงการด้านการเงิน ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำผลที่ได้จากการประมวลผล มาวิเคราะห์และตัดสินใจ ความเป็นไปได้ในการลงทุน ธุรกิจกระจกตกแต่งในจังหวัดลำปางของ บริษัท ชุนหะแสง จำกัด ตามเกณฑ์ที่กำหนดในสมมติฐาน