

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในโครงการการผลิตน้ำดื่มด้วยระบบรีเวอร์สออสโมซิส และระบบโอโซนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปและสามารถอภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนในโครงการการผลิตน้ำดื่มด้วยระบบรีเวอร์สออสโมซิสและระบบโอโซนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีการศึกษาความเป็นไปได้ อันประกอบด้วย 4 ด้านคือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการและด้านการเงิน เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจการผลิตน้ำดื่มด้วยระบบรีเวอร์สออสโมซิสและระบบโอโซน เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของผู้ลงทุนต่อไป

ระเบียบวิธีการศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทางทุติยภูมิ โดยข้อมูลทางปฐมภูมิ (Primary Data) ได้ใช้การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้บริโภคน้ำดื่มในจังหวัดเชียงใหม่ และทำการสอบถามข้อมูลเชิงลึก(In-Depth Interview) จากผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำดื่มโดยตรง จำนวน 3 ราย สำหรับข้อมูลทางทุติยภูมิ (Secondary Data) มีการเก็บข้อมูลจากการค้นคว้าเอกสาร สัมภาษณ์ ข้อมูลออนไลน์ ตลอดจนเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้องจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการตั้งสมมติฐานในการลงทุน และทำการสรุปความเป็นไปได้ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการและด้านการเงิน

สำหรับหารวิเคราะห์ทางการเงินนั้นจะประกอบด้วยการประเมินค่าโครงการลงทุนโดยใช้วิธีการประเมินได้แก่ ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) และอัตราผลตอบแทนภายใน โครงการ (Internal Rate Period) รวมถึงการวิเคราะห์ความไวของโครงการ (Sensitivity Analysis)

จากการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้

1. จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อน้ำดื่มในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าผู้ทำการตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดมากที่สุดเมื่อต้องออกไปทานข้าว

นอกบ้าน คิดเป็นร้อยละ 78.5 และรองลงมาคือ คีมน้ำดื่มบรรจุขวดเป็นประจำในที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 23 ส่วนความถี่ในการเลือกซื้อน้ำบรรจุขวดนั้น อยู่ที่วันละหนึ่งขวด คิดเป็นร้อยละ 70.5

2. น้ำดื่มบรรจุขวดที่ผู้บริโภคตอบแบบสอบถามเลือกซื้อบ่อยสุดคือ น้ำดื่มตราสิงห์ ร้อยละ 27 รองลงมาคือ น้ำดื่มเนสท์เล่เพียวไลฟ์ ร้อยละ 26 ซึ่งปัจจัยที่ผู้บริโภคเห็นว่ามีค่าสำคัญที่สุดในการประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อคือ คุณภาพและราคา ร้อยละ 40 และ 38.5
3. ขนาดของน้ำดื่มบรรจุขวดที่ผู้บริโภคมีความถี่ในการเลือกซื้อบ่อยสุดคือขนาด 500 ml 600 ml และ 1500 ml เป็นจำนวนร้อยละ 40.5, 35.5 และ 21.5 ตามลำดับ โดยเลือกซื้อตามร้านสะดวกซื้อมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 63.5

การศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนในด้านต่างๆสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

จากสถานการณ์และโอกาสทางการตลาดในการลงทุน โรงงานผลิตน้ำดื่มในจังหวัดเชียงใหม่ นั้นจากการศึกษาและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตน้ำดื่มในเชียงใหม่พบว่า อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมน้ำดื่มนั้นยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประมาณ 30% โดยสังเกตจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นของลูกค้านำแต่ละราย และคาดการณ์ว่าตลาดน้ำดื่มในเชียงใหม่ยังคงจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากรที่รวดเร็ว การขยายความเจริญของตัวเมืองของเชียงใหม่ การอพยพถิ่นฐานเข้ามาตั้งถิ่นฐานในเชียงใหม่มากขึ้น การเข้ามาของนักท่องเที่ยว ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลถึงความหนาแน่นของประชากรในตัวเมืองเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้อัตราการบริโภคน้ำดื่มสะอาดเพิ่มขึ้นตามลำดับนอกจากนี้สภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ซบเซาลงทำให้ผู้บริโภคต้องคำนึงถึงการใช้จ่ายมากขึ้น โดยพบว่าปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคน้ำดื่มคือปัจจัยทางด้านราคา จากการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าธุรกิจน้ำดื่มด้วยระบบรีเวอร์ออสโมซิสและระบบโอโซนซึ่งเป็นระบบที่ได้มาตรฐานในการผลิตน้ำที่มีคุณภาพนั้นยังมีคู่แข่งและโอกาสที่จะเข้าไปสู่ตลาดอุตสาหกรรมน้ำดื่มได้ โดยอาศัยการกำหนดราคาและคุณภาพเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ทางผู้จัดทำโครงการมีข้อได้เปรียบในเรื่องของกลุ่มทางการจัดจำหน่าย คืออาศัยช่องทางจากการกระจายสินค้าโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายน้ำแข็ง ซึ่งทางผู้จัดทำโครงการมีลูกค้าอยู่แล้วโดยการทำการขายน้ำควบคู่กันไปกับน้ำแข็ง

สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มลูกค้าที่คำนึงถึงคุณภาพและมีความสะอาด ในราคาที่ถูกลง โดยพิจารณาจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม ได้กำหนดจากตำแหน่งความคุ้มค่าและราคา ซึ่งผลิตภัณฑ์ของโครงการมีความคุ้มค่าและราคาถูก โดยในเรื่องของความคุ้มค่านั้นผลิตภัณฑ์จากโครงการมีคุณภาพเหมือนกันแบรนด์ชั้นนำทั่วไปที่การันตีเรื่องความสะอาด แต่สิ่งที่ต่างคือราคาที่ถูกและการบริการที่สะดวกรวดเร็ว

ด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดมีดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ทางผู้ผลิตน้ำดื่มแบรนด์ VIC มีสินค้าขนาดเดียวในช่วงเริ่มแรกคือ น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกใส (PET) ขนาด 600 ซีซี.ในการเปิดตลาดน้ำดื่ม เนื่องจากเมื่อเปรียบเทียบขนาดและปริมาณพบว่ามีความคุ้มค่าและเหมาะสำหรับการบริโภคแต่ละครั้ง

ด้านราคา การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาที่ต่ำในราคาขายส่งขวดละ 3.75 บาท เนื่องจากผู้ผลิตมีต้นทุนในการผลิตต่ำและต้นทุนทางด้านการขนส่งที่ต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่าการตั้งราคาต่ำกว่าตลาดสามารถที่จะเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น จะแบ่งออกเป็น 2 ช่องทางคือ ช่องทางแรก คือ การจัดส่งโดยตรงถึงร้านค้าและร้านอาหาร และอีกช่องทางหนึ่งคือการกระจายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่าย ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะใช้ช่องทางผ่านตัวแทนจำหน่ายน้ำแข็ง

ด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น ทางผู้จัดทำโครงการจะเน้นเรื่องการทำส่วนลดพิเศษโปรโมชันในลักษณะซื้อ 5 โหลแถม 1 โหล สำหรับตัวแทนจำหน่ายเพื่อกระตุ้นให้พ่อค้าคนกลางซื้อสินค้ามากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการทำกิจกรรมเพื่อสังคมเพื่อให้แบรนด์น้ำดื่มใหม่เป็นที่รู้จักของคนเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น

2. การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค

ในเรื่องของสถานที่ ทำเลที่ตั้งในการจัดทำโครงการการผลิตน้ำดื่ม ด้วยระบบรีเวอร์ออสโมซิส และระบบโอโซน บน 8/1 ถนนรัตนโกสินทร์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ถือว่ามีความเหมาะสม ในเรื่องของวัตถุดิบหลักคือแหล่งน้ำ พบว่า เป็นสถานที่ที่อุดมไปด้วยแหล่งน้ำใต้ดินที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ สถานที่ตั้งในการทำโครงการยังอยู่ในทำเลตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความหนาแน่นของประชากรและร้านอาหารรวมถึงการคมนาคมสะดวก ทำให้สะดวกในการกระจายสินค้า

ในขั้นตอนการผลิตนั้นถือว่าขั้นตอนการผลิตไม่ซับซ้อนไม่ต้องใช้ช่างชำนาญการมาก พนักงานสามารถเรียนรู้ได้ง่าย ในส่วนของการผลิตสินค้าเพื่อการบริโภคนั้นทางผู้ผลิตจะต้องให้

ความสำคัญมากในเรื่องของคุณภาพและความสะอาดดังนั้นจึงต้องมีหัวหน้าควบคุมและดูแลในเรื่องของคุณภาพความสะอาดของสายการผลิตและบริเวณข้างเคียง

3. การวิเคราะห์ทางการจัดการ

ในด้านการจัดการ มีรูปแบบการดำเนินงานในรูปแบบของบริษัทจำกัด มีทุนจดทะเบียน 10,000,000 ล้านบาท โดยการจัดองค์กรแบ่งออกเป็น 3 ฝ่ายใหญ่ๆ คือ ฝ่ายธุรการ ฝ่ายการผลิต และ ฝ่ายช่างซ่อมบำรุงรวมมีพนักงานทั้งหมด 13 คน โดยแรงงานทั่วไปสามารถหาได้จากแรงงานท้องถิ่น

4. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

ในด้านการลงทุนทั้งสิ้น 17 ล้านบาท เงินทุนระยะยาวมีที่มา 2 แหล่ง คือ จากการขอสินเชื่อระยะยาวจากธนาคารพาณิชย์ (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา) และจากส่วนของเจ้าของ ซึ่งโครงการดังกล่าวมีความต้องการใช้เงินทุนเริ่มแรก 17,000,000 บาท โดยแบ่งเป็นการลงทุนจากส่วนของเจ้าของ 9,000,000 บาท และจากการขอสินเชื่อระยะยาวจากธนาคารพาณิชย์ 8,000,000 บาท ในส่วนของสินเชื่อระยะยาวจากธนาคารพาณิชย์นั้น ได้ทำการกู้เงินระยะยาวจากธนาคารกรุงศรีอยุธยา เป็นระยะเวลาในการกู้ 7 ปี โดยมีอัตราดอกเบี้ยเท่ากับ $MLR+1.5%$ ต่อปี หรือเทียบเท่ากับ $7.25%+1.5% = 8.75%$ ต่อปี (MLR ณ วันที่ 9 ธ.ค. 2556 เท่ากับ 7.25% ต่อปี) เงินทุนจากส่วนของเจ้าของนั้นมาจากการออกหุ้นสามัญจำนวน 900,000 หุ้น มีราคาพาร์เท่ากับ 10 บาท โดยขายหุ้นแบบเฉพาะสมาชิกผู้ก่อตั้งบริษัท ในแต่ละปีจะมีการจ่ายเงินปันผลในปีที่ 1 เท่ากับ 1 บาทต่อหุ้นและเงินปันผลมีอัตราเฉลี่ย 5% ต่อปี จากการประมาณการผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินพบว่าในช่วงระยะเวลา 10 ปี บริษัทมีรายได้ระหว่าง 13,500,000 บาทต่อปี ถึง 31,832,294 บาทต่อปี กำไรสุทธิระหว่าง 210,050 บาทต่อปี ถึง 6,797,237 บาทต่อปี

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) คือผลต่างระหว่างเงินลงทุนลงทุนเริ่มแรกกับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีในช่วงระยะเวลาของโครงการ โดยมีอัตราคิดลดอยู่ที่ 11.505% มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ วันสิ้นสุดโครงการ 10 ปี เป็นบวก ปี เท่ากับ 45,418,789 บาท
- อัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) คือ อัตราคิดลดที่ทำให้กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับภายในระยะเวลาโครงการเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรก มีค่าเท่ากับ 40.31%
- ระยะเวลาคืนทุน (PB) คือ ระยะเวลาที่กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานชดเชยเงินลงทุนเริ่มแรกพอดี ซึ่งโครงการนี้มีมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 3 ปี 10 เดือน

- อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: B/C Ratio หรือ Profitability Index: PI) คืออัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของรายได้กับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายของโครงการ ซึ่งหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจคือ PI มากกว่า 1 แสดงว่ามีผลประโยชน์มากกว่าต้นทุนเกิดขึ้นจากโครงการซึ่งจากการวิเคราะห์ในโครงการพบว่า มีอัตราส่วนอยู่ที่ 3.67
- การวิเคราะห์ความไวของโครงการการลงทุนในการผลิตน้ำดื่มด้วยระบบรีเวอร์สออสโมซิส และระบบโอโซน โดยพิจารณาตัวแปร 2 ตัวคือยอดขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เนื่องจากตัวแปรทั้งสองตัวมีความสำคัญในการพิจารณาผลตอบแทนจากการลงทุน โดยกำหนดให้มีการเปลี่ยนแปลงของยอดขายในอัตราที่ลดลงจนกว่าค่าทางการเงินค่าใดค่าหนึ่งเท่ากับค่าที่โครงการไม่สามารถจะดำเนินกิจการได้ (NPV เป็นลบ PI น้อยกว่า หนึ่ง หรือ IRR น้อยกว่า 11.505) และการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ในอัตราที่เพิ่มขึ้นจนกว่าค่าทางการเงินค่าใดค่าหนึ่งเท่ากับค่าที่โครงการไม่สามารถดำเนินกิจการได้ ได้ (NPV เป็นลบ PI น้อยกว่า หนึ่ง หรือ IRR น้อยกว่า 11.505) เช่นกันพบว่า การเปลี่ยนแปลงยอดขายส่งผลถึงความสามารถในการดำเนินกิจการต่อไป เมื่อยอดขายลดลงไม่ต่ำกว่า 11% ซึ่งยังคงมีค่า NPV เป็นบวก ค่า PI มากกว่า 1 ในด้านการเปลี่ยนแปลงด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลต่อการดำเนินกิจการเช่นกันพบว่าเมื่อค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นไม่เกิน 60% ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตามที่ได้ประมาณการไว้ กิจการสามารถดำเนินต่อไปได้

จากการวิเคราะห์ทางการเงินพบว่าผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านการตลาด ทางด้านเทคนิค ทางด้านการจัดการ และทางด้านการเงิน สามารถสรุปได้ว่า มีความเป็นไปได้ในการลงทุนในโครงการการผลิตน้ำดื่มด้วยระบบรีเวอร์สออสโมซิสและระบบโอโซน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากพบว่า อุตสาหกรรมน้ำดื่มในเชียงใหม่ นั้นยังมีช่องทางที่จะทำธุรกิจผลิตน้ำดื่ม ด้วยที่ว่าการความต้องการบริโภคน้ำดื่มสะอาดของคนเชียงใหม่เพิ่มขึ้น และนอกจากนี้ จังหวัดเชียงใหม่ยังอุดมไปด้วยแหล่งน้ำใต้ดินธรรมชาติซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต รวมถึงยังสามารถหาแรงงานได้ ตลอดจนผลการดำเนินงานตามโครงการแสดงให้เห็นฐานะทางการเงินที่ดีมีสภาพคล่องสูงจึงสามารถให้ผลตอบแทนที่น่าพอใจ

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาด้านการตลาด

การวิเคราะห์ทางการตลาดโดยการนำทฤษฎีและแนวคิดมาประกอบเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของโครงการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) พบว่า ในการเริ่มต้นธุรกิจขึ้นใหม่ ผู้ประกอบการจะต้องประเมินศักยภาพของตลาดหรือยอดขายทั้งหมดในขอบเขตที่ได้เลือกไว้ ซึ่งทางผู้จัดทำโครงการได้ประเมินถึงความเป็นไปได้ของตลาดโดยวิเคราะห์จากพฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ และในส่วนของ การวิเคราะห์ทางการตลาดโดยนำทฤษฎีส่วประสมทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ จะเน้นผลิตภัณฑ์บรรจุขวดพลาสติกใสขนาด 600 ซีซี. โดยจะกำหนดราคาต่ำกว่าตลาดเพื่อเป็นจุดดึงดูดให้ลูกค้าสนใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น โดยผ่านตัวกลางจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด จะเน้นเรื่องความสัมพันธ์อันดีกับตัวแทนจำหน่าย

ผลการศึกษาด้านเทคนิค

การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค พบว่าการตั้งโรงงาน อยู่ใกล้แหล่งที่มีสาธารณูปโภค และคมนาคมสะดวกสบายที่ไม่ห่างชุมชนมากนัก เนื่องจากสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการขนส่งและนอกจากนี้ยังสามารถลดต้นทุนในการจัดจำหน่ายในเรื่องของระยะทางอีกด้วยซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพลวัตร อินทรประดิษฐ์ (2545) ที่ศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดตั้งโรงงานผลิตเครื่องประดับเทียมในจังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาด้านเทคนิคพบว่า ที่ตั้งโรงงานควรอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และเป็นที่มีการคมนาคมสะดวก สาธารณูปโภคพร้อมและใกล้แหล่งแรงงาน

ผลการศึกษาด้านการจัดการ

จากการศึกษาเรื่องการจัด นั้นจำเป็นที่จะต้องประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการ และมีการติดต่อกับหน่วยงานราชการต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินกิจการ นอกจากนี้ยังต้องวางแผนโครงสร้างขององค์กรให้ชัดเจน เพื่อที่จะได้ระบุตำแหน่งหน้าที่ให้เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ด้านการจัดการของธำปนา ฉินไพศาลและอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ (2544) กล่าวว่าในการศึกษาทางการจัดการนั้น จะต้องศึกษารูปแบบในการจัดการที่เหมาะสม โดยพิจารณาถึงตั้งแต่การก่อตั้งกิจการ การจัดหาบุคลากร รูปแบบในการดำเนินงาน ตลอดจนกำหนดนโยบายต่างๆที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน การจัดโครงสร้างองค์กร ตลอดจนการประมาณการค่าใช้จ่ายต่างๆที่จะ

เกิดขึ้นในการดำเนินงาน และนำผลที่ได้ไปช่วยในการพิจารณาและประเมินผลการตัดสินใจในการลงทุน

ผลการศึกษาด้านการเงิน

จากแนวคิด ของจันทนา จันทโร และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ (2540) กล่าวว่าบุคคลผู้มีหน้าที่ในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการเงินของธุรกิจ ไม่ว่าจะขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กก็ตาม มีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติ 3 ประการคือ

1. การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน
2. การจัดหา
3. การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ

และนอกจากนี้ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินนั้น จะต้องใช้เครื่องมือทางการเงินมาพิจารณาดังนี้การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าผลตอบแทนปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) และการวิเคราะห์ความไวของธุรกิจ ซึ่งได้นำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ ดังนี้ ในด้านการลงทุนทั้งสิ้น 17,000,000 บาท เงินทุนระยะยาวมีที่มา 2 แหล่ง คือ จากการขอสินเชื่อระยะยาวจากธนาคารพาณิชย์และจากส่วนของเจ้าของ ซึ่งโครงการดังกล่าวมีความต้องการใช้เงินทุนเริ่มแรก 17,000,000 บาท โดยแบ่งเป็นการลงทุนจากส่วนของเจ้าของ 9,000,000 บาท และจากการขอสินเชื่อระยะยาวจากธนาคารพาณิชย์ 8,000,000 บาท ในส่วนของสินเชื่อระยะยาวจากธนาคารพาณิชย์นั้น ได้ทำการกู้เงินระยะยาวจากธนาคารกรุงศรีอยุธยา เป็นระยะเวลาในการกู้ 7 ปี จากการประมาณการผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินพบว่าในช่วงระยะเวลา 10 ปี บริษัทมีรายได้ระหว่าง 13,500,000 บาท ถึง 31,832,294 บาทต่อปี กำไรสุทธิระหว่าง 210,050 บาท ถึง 6,797,237 บาท มีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 3 ปี 10 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ วันสิ้นสุดโครงการ 10 ปี เท่ากับ 45,474,164 บาทที่อัตราคิดลดร้อยละ 11.505 มีอัตราผลตอบแทนการลงทุนเท่ากับร้อยละ 40.35 ในการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ พบว่าโครงการการลงทุนในการผลิตน้ำดื่มด้วยระบบรีเวอร์สออสโมซิสและระบบโอโซนจะสามารถดำเนินการต่อไปได้เมื่อยอดขายลดลงไม่เกิน 11% จากที่ประมาณการไว้ หรือค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นไม่เกิน 60% ของค่าใช้จ่ายที่ประมาณการไว้ ซึ่งยังคงมีค่า NPV เป็นบวก ค่า PI มากกว่า 1 จากการวิเคราะห์ทางการเงินพบว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลการวิเคราะห์ผลการวิจัยที่ได้ ทำให้ได้ข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านการตลาด

- ธุรกิจการผลิตน้ำดื่มยังคงเติบโตและมีความต้องการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นถือว่าอุตสาหกรรมนี้มีความน่าสนใจในการลงทุน แต่ในการลงทุนนั้นผู้ทำการลงทุนต้องเตรียมความพร้อม ทั้งทางด้านการตลาด การจัดการ การเงิน รวมถึงศึกษาเทคนิคและกดข้อบังคับต่างๆให้ละเอียด เพื่อที่จะได้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และธุรกิจสามารถดำเนินอยู่ต่อไปได้ในระยะยาว
- ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการผลิตน้ำดื่มต้องให้ความสนใจในคุณภาพ ความสะอาด ควรจะให้ความสนใจในกระบวนการผลิต การใช้เทคโนโลยีที่ให้ได้น้ำดื่มที่สะอาด เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค
- ในการตั้งราคาน้ำดื่มบรรจุขวดนั้น ถือว่ามีผลอย่างมากต่อการแข่งขันในธุรกิจน้ำดื่มเนื่องจากน้ำดื่มบรรจุขวดนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความแตกต่าง ดังนั้นในการตั้งราคาควรที่จะใช้วิธีการตั้งราคาตามตลาดหรือต่ำกว่าตลาด โดยที่ไม่ต่ำกว่าต้นทุนการผลิต เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขายและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด
- ช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นถือว่ามีความสำคัญอย่างมากที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้มากเพียงใด ซึ่งส่งผลถึงยอดขาย ในธุรกิจน้ำดื่มนั้นการมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากและครอบคลุมพื้นที่มาก จะทำให้ได้ส่วนแบ่งการตลาดมาก
- การทำการส่งเสริมการขายสำหรับน้ำดื่มบรรจุขวดนั้นนั้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
- การให้บริการลูกค้าด้วยความจริงใจ ความซื่อสัตย์ ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจที่จะคอยส่งเสริมให้ธุรกิจมีความเจริญรุ่งเรืองยิ่งขึ้นไป

2. ด้านการเทคนิค

- ในการตั้งโรงงานน้ำดื่มด้วยระบบรีเวอร์สออสโมซิสและระบบโอโซนนั้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรกคือ แหล่งน้ำที่ใช้ในการผลิตซึ่งจะต้องมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการที่ใช้และทำเลที่ตั้งนั้นควรจะอยู่ไม่ไกลจากชุมชนมาก เพื่อสะดวกและลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

- การใช้ระบบรีเวอร์สออสโมซิสและระบบโอโซนในกระบวนการผลิตน้ำดื่มนั้นถือว่าเป็นทางเลือกหนึ่งที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพมากที่สุดระบบหนึ่ง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
- ผู้ประกอบการควรมีช่างประจำโรงงานที่สามารถแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดได้โดยไม่คาดคิดในกระบวนการผลิตได้ เพื่อไม่ให้เกิดการติดขัดในการผลิตสินค้า

3. ด้านการจัดการ

- ในด้านการจัดการนั้น ผู้ประกอบการควรศึกษาถึงขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่การขออนุญาตจัดตั้งโรงงานผลิตน้ำดื่ม ข้อกำหนดต่างๆ และการบริหารงานในองค์กร เพื่อให้เป็นไปตามกระบวนการที่ถูกต้อง ราบรื่นในการประกอบกิจการ และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าจำหน่ายผู้บริโภค
- ควรที่จะต้องมีการดูแล อบรม พนักงาน ในเรื่องของหน้าที่ ความรับผิดชอบและจรรยาบรรณในการทำงาน อย่างสม่ำเสมอ

4. ด้านการเงิน

- ควรศึกษาและวิเคราะห์ด้านการเงินในการลงทุน วางแผนการลงทุนให้รอบคอบ พร้อมทั้งศึกษาถึงแนวทางแก้ไขเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดเกิดขึ้นในธุรกิจ เพื่อให้กิจการสามารถสร้างกำไร และเติบโต อย่างมั่นคงต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved