

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการขยายการผลิตอาหาร โคของฟาร์มเลี้ยงโคนมขนาดใหญ่ ในจังหวัดนครปฐม พบว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนโดยให้ผลตอบแทนสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ตั้งไว้ 12% โดยมีผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านต่าง ๆ สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ด้านการตลาด

ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดอาหารสัตว์

สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดอาหารสัตว์ โดยภาพรวมน่าที่จะมีการแข่งขันกันมากขึ้นจากจำนวนโรงงานผลิตอาหารสัตว์ที่เพิ่มขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามพบว่าปริมาณความต้องการอาหารสัตว์โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมการเลี้ยงไก่เนื้อ ไก่ไข่ และสุกร ซึ่งมีการผลิตลดลงจากตลาดส่งออกที่ถูกจำกัด และจากกำลังการบริโภคที่ลดลง ทำให้สถานการณ์ตลาดของอุตสาหกรรมการเลี้ยงไก่เนื้อ ไก่ไข่ และสุกร มีผลต่ออุตสาหกรรมอาหารสัตว์โดยตรง ที่เห็นได้ชัดคือความต้องการวัตถุดิบอาหารสัตว์เพื่อป้อนเข้าสู่โรงงานย่อมลดลง ทำให้การแข่งขันแย่งชิงวัตถุดิบอาหารสัตว์ระหว่างผู้ผลิตลดลง ส่งผลต่อราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์โดยช่วยให้ราคาวัตถุดิบไม่ปรับตัวสูงขึ้นตามการแข่งขัน จากสถานการณ์เช่นนี้ ย่อมส่งผลดีต่อโครงการขยายการผลิตอาหาร โคของฟาร์มเลี้ยงโคนมขนาดใหญ่ในจังหวัดนครปฐม

ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

สรุปการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของ บริษัท ซอสูคา ฟาร์ม จำกัด ทำให้เห็นได้ว่าจุดแข็งที่มีบวกกับโอกาสที่บริษัทมีอยู่นั้น เป็นลักษณะเฉพาะที่คู่แข่งอื่น ไม่อาจเลียนแบบหรือทำตามได้ง่าย ประกอบกับการขยายตัวของการเลี้ยง โคในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลดีต่อโครงการ ในส่วนจุดอ่อนนั้น การจัดทำโครงการ ครั้งนี้มีส่วนช่วยแก้ไขจุดอ่อนให้หมดไปได้ และอุปสรรคเป็นสิ่งที่ต้องพึงระวังในการจัดทำโครงการเพื่อไม่ให้ละเลยประเด็นที่เป็นสาระสำคัญเกี่ยวกับราคาโคเนื้อ และพลังงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 337 ราย เป็นผู้เลี้ยงโคเนื้อจำนวน 202 ราย เป็นผู้เลี้ยงโคนม จำนวน 135 ราย ผู้เลี้ยงโคเนื้อประกอบอาชีพ เป็นอาชีพเสริมส่วนใหญ่ ส่วนผู้เลี้ยงโคนมประกอบอาชีพเป็นอาชีพหลัก มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิต โคขุน ผลิตน้ำนมดิบ และผลิตลูกโคหรือโคพันธุ์จำหน่าย มีขนาดของฟาร์มไม่ใหญ่มีประชากรโค ในฟาร์ม ระหว่าง 1-40 ตัว พฤติกรรมการให้อาหารโคด้วยอาหารข้นสำเร็จรูปหรืออาหารผสมรวม (TMR) ผู้เลี้ยงโคเนื้อให้แบบเป็นอาหารเสริม และผู้เลี้ยงโคนมให้แบบเป็นอาหารหลัก และมีการใช้ อาหารหยาบเลี้ยงโคร่วมด้วย โดยการจัดหาอาหารโคมาใช้ด้วยวิธีซื้ออาหารสำเร็จรูปมาใช้ มากกว่า ซื้อวัตถุดิบมาผสมใช้เอง การซื้ออาหารโคเป็นการซื้อจากแหล่งที่ให้ความสะดวก เช่น ร้านขาย วัตถุดิบอาหารสัตว์เพราะมีวัตถุดิบอาหารโคครบพร้อมบริการผสมให้ด้วย ร้านขายอาหารสัตว์ใกล้ บ้าน และซื้อจากสหกรณ์ที่เป็นสมาชิก ซึ่งเป็นจุดที่แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้เลี้ยงโคได้มีส่วนร่วมด้าน การตลาดกับสหกรณ์ย่อมที่จะยินดีอุดหนุนสินค้าจากสหกรณ์ด้วยเช่นกัน เพราะถือว่าได้ประโยชน์ ร่วมกันทั้งกลุ่ม สำหรับสูตรอาหาร โคโดยส่วนใหญ่แล้วมักนิยมใช้สูตรอาหารที่มีปริมาณ โปรตีน ระดับกลางๆ คือ โปรตีน 16% ซึ่งตรงกับที่โครงการได้กำหนดไว้เพื่อทำการผลิต การสำรวจความ สนใจซื้ออาหารโคโปรตีน 16% ที่ระดับราคาใกล้เคียงกับราคาในท้องตลาดพบว่า ผู้เลี้ยงโคมีความ สนใจซื้อ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นได้ว่าการกำหนดราคาที่สอดคล้องกับราคาตลาดยังสามารถแข่งขัน ได้ ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารโค โดยผู้เลี้ยงโคให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ด้าน ผลผลิตกันที่คือคุณภาพของสินค้า เชื่อถือได้ ด้านราคาคือระดับราคาเหมาะสม ด้านช่องทางการจัด

จำหน่าย คือใกล้บ้าน สะดวก และด้านการส่งเสริมการตลาดคือ การได้รับส่วนลดราคา การได้รับข้อมูลสินค้า และการบริการส่งอาหารถึงฟาร์ม

จากผลการวิเคราะห์ช่วยให้เลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ที่เป็นผู้เลี้ยงโคเนื้อรายย่อยซึ่งมีจำนวนโคที่เลี้ยงไม่เกิน 40 ตัวต่อราย เป็นผู้ผลิตโคขุนส่งตลาดทั่วไป และส่งสหกรณ์โคเนื้อ ด้วยเป็นกลุ่มที่มีปริมาณการใช้อาหารโคแน่นอนต่อเนื่อง และเป็นกลุ่มที่ยังไม่มีการรวมตัวเป็นกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์มากเท่ากับ กลุ่มผู้เลี้ยงโคนม และยังเป็นผู้ซื้ออาหารโคสำเร็จรูปมาใช้เป็นหลัก สูตรอาหารโคที่ใช้การศึกษาครั้งนี้ คือสูตรอาหารโคโปรตีน 16% ซึ่งตรงกับการสำรวจสูตรอาหารโคโดยส่วนใหญ่แล้วมักนิยมใช้สูตรอาหารที่มีปริมาณโปรตีนระดับกลางๆคือโปรตีน 16%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ประกอบการ

1. ด้านผลิตภัณฑ์สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีแนวทางแบบเดียวกันเกี่ยวกับการกำหนดสูตรอาหารคือ อาหารชั้นจะกำหนดสูตรให้มีโปรตีนระดับกลาง โปรตีนไม่ต่ำ หรือไม่สูงเกินไปเพื่อที่ผู้ซื้ออาหารโคจะสามารถนำไปใช้ได้กับโคทุกรุ่นอายุ สำหรับอาหารผสมรวม (TMR) จะกำหนดสูตรอาหารที่มีโปรตีน 12 % ด้วยเป็นสูตรที่ใช้สำหรับเป็นอาหารโคขุนเป็นหลัก และเป็นสูตรที่ให้ความสะดวกกับผู้เลี้ยงโคเพราะไม่ต้องให้อาหารหยาบแก่โค แต่ปัจจุบันยอดขายลดลงต่อเนื่องตั้งแต่ราคาอาหารผสมรวม (TMR) ปรับสูงเกิน 5 บาทต่อกิโลกรัม

2. ด้านราคา สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการตั้งราคาและการปรับเปลี่ยนราคาตามภาวะต้นทุนที่เกิดขึ้นในช่วงนั้นๆ อัตรากำไรอยู่ในระดับใกล้เคียงกันที่อัตรากำไรร้อยละ 5-10 % และราคาขายส่งและขายปลีกส่วนใหญ่จะไม่ต่างกันมาก มีกลยุทธ์ด้านราคาไม่แตกต่างกัน โดยมีเหตุผลคล้ายคลึงกันคือ จะไม่สามารถตั้งราคาสูงได้ ด้วยอาหารโคมีปริมาณการใช้มากหากตั้งราคาสูงจะส่งผลต่อต้นทุนที่ลูกค้าไม่สามารถยอมรับได้ อัตรากำไรที่ระบุนั้นเป็นเพียงค่าประมาณ ซึ่งผู้ประกอบการพยายามรักษาระดับอัตรากำไรให้ได้ ด้วยการตั้งราคาที่ไม่สูงทำให้ราคาขายปลีกและราคาขายส่ง จึงไม่มีความต่างมากประกอบกับการจำหน่ายอาหารโคทั้งหมดนั้นจำหน่ายโดยตรงถึงผู้ใช้อาหารโคไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สรุปได้ว่า ลูกค้าหลักมีอยู่ด้วยกัน 3 ลักษณะ ได้แก่เกษตรกรรายย่อยทั่วไป กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มเครือข่าย จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สามารถอธิบายลักษณะของลูกค้าได้ดังนี้ เกษตรกรรายย่อยทั่วไปจะเป็นเกษตรกรที่อยู่พื้นที่บริเวณใกล้เคียง มีขอในการซื้อต่อครั้งไม่มาก กลุ่มเกษตรกรเป็นเกษตรกรที่อยู่นอกพื้นที่ค่อนข้างห่างไกล จึงใช้วิธีรวมกันซื้อเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย และกลุ่มเครือข่ายเป็นกลุ่มที่มีการทำข้อตกลงระหว่างผู้จำหน่ายอาหารโคเรื่องการตลาด

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด สรุปได้ว่า การส่งเสริมการตลาดของแต่ละผู้ประกอบการมีการให้ส่วนลดทุกแห่งแต่จะเห็นว่าให้ในจำนวนที่ไม่มากนัก มีบริการจัดส่งอาหารและคิดค่าขนส่งคล้ายๆ กัน การให้ของสมนาคุณแก่ลูกค้าส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการจะไม่ค่อยเน้นตรงนี้เพราะถือว่าการจำหน่ายอาหารโคในระดับราคาที่ไม่สูงเป็นสิ่งทีลูกค้าพอใจมากกว่า และการโฆษณาสินค้าส่วนใหญ่พบว่า ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่ลูกค้ารู้จักดีอยู่แล้ว จึงไม่ค่อยจำเป็น เพราะลูกค้ามักจะมาเที่ยวเยี่ยมชมกิจการเป็นประจำ มาขอความรู้ข้อมูล เทคนิควิธีการต่างๆเสมอ

ผลการวิเคราะห์การสร้างโอกาสทางการตลาด

สรุปผลวิเคราะห์การสร้างโอกาสทางการตลาดด้วยการสร้างเครือข่ายการผลิตและจำหน่ายโคเนื้อครบวงจรได้ดังนี้ มีเครือข่ายต้นน้ำเป็นผู้ผลิตลูกโคก่อนขุน เครือข่ายกลางน้ำเป็นผู้ขุนโค และเครือข่ายปลายน้ำเป็นผู้ผลิตจำหน่ายเนื้อโคจากเครือข่ายดังกล่าว โดยเครือข่ายกลางน้ำ คือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ทำให้ทราบปริมาณความต้องการโคเนื้อในระบบเครือข่าย โดยปริมาณโคขุนที่ผลิตป้อนสู่ตลาดโดยเครือข่ายในปีที่ 1 เป็นข้อมูลปัจจุบันของการรวมเครือข่ายกลางน้ำ ไปสู่เครือข่ายปลายน้ำมีจำนวนโค 720 ตัว ปีที่ 2 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 ปีที่ 3 ขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 33.33 ปีที่ 4 ขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 25 ปีที่ 5 ขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 20 และปีที่ 6-10 ไม่มีการขยายตัวเพิ่มแต่จะรักษาระดับจำนวนโคไว้ที่ 2160 ตัว จากผลวิเคราะห์ดังกล่าวทำให้นำข้อมูลไปใช้เป็นประโยชน์ ต่อจัดทำประมาณรายได้โครงการได้อย่างชัดเจนต่อไป

ผลการวิเคราะห์การประมาณการรายได้โครงการ

จากผลการวิเคราะห์การสร้างโอกาสทางการตลาด ด้วยการสร้างเครือข่ายการผลิตและจำหน่ายโคเนื้อครบวงจร เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์การประมาณรายได้โครงการอย่างมาก ด้วยจำนวนโคในเครือข่ายที่ชัดเจน เมื่อนำมาคำนวณกับ ปริมาณความต้องการอาหารชั้นของโคขุนเฉลี่ยต่อวันๆละ 5.5 กิโลกรัม ทำให้ทราบความต้องการอาหารชั้นต่อวัน และต่อปี โดยในปีแรกมีความต้องการจำนวน 1,460,000 กิโลกรัม หรือ 1,460 ตันต่อปี และมีอัตราการเติบโตตามปริมาณโคขุนในเครือข่ายที่เพิ่มขึ้นใน 1-5 ปีแรก และปีที่ 6-10 ไม่มีอัตราการเติบโตแต่เป็นการรักษาระดับความต้องการไว้ที่ 4,380,000 กิโลกรัม หรือ 4,380 ตันต่อปี นอกนั้นยังทำการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของอาหารโค ทำให้ทราบได้ว่า การผลิตอาหารชั้นเพื่อจำหน่าย มีความเป็นไปได้มากกว่าการผลิตอาหารผสมรวม (TMR) และกำหนดราคาอาหารชั้นโปรตีน 16% มีต้นทุนวัตถุดิบร้อยละ 80 ของราคาจำหน่าย ซึ่งมีอัตราการเติบโตของราคาจำหน่ายและต้นทุนวัตถุดิบทุกร้อยละ 4

ผลการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค

สรุปผลการวิเคราะห์ด้านเทคนิคได้ว่า ขบวนการผลิตเดิมของบริษัท ซ่อสุดา ฟาร์ม จำกัด เกิดจากความรู้ ความเข้าใจ ในเทคนิคกระบวนการผลิตอาหารโค เป็นอย่างดี มีการดำเนินการผลิตอาหารโคอยู่แล้ว มีสถานที่ดำเนินงาน มีเครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิตอาหารโค เพียงพอต่อการใช้งานในปัจจุบัน แต่สถานที่ดำเนินงานในปัจจุบันไม่เพียงพอต่อการขยายการผลิตอาหารโค ซึ่งมีขนาดพื้นที่ใช้งานคับแคบ ไม่มีบริเวณจัดเก็บสินค้าและวัตถุดิบเพียงพอ ต่อกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นได้ จึงจำเป็นต้องมีการลงทุนจัดสร้างสถานที่ อาคารโรงผสมอาหาร จัดเก็บสินค้าและวัตถุดิบ พร้อมทั้งต้องมีการเพิ่มเครื่องจักรและอุปกรณ์บางส่วนที่จำเป็นเพื่อเป็นการช่วยให้การขยายกำลังการผลิตให้ได้ตามต้องการ จนสามารถประมาณการเงินลงทุนในโครงการ โดยลงทุนในการก่อสร้างอาคาร โรงผสมอาหาร จัดเก็บสินค้าและวัตถุดิบ ลงทุนในส่วนเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องเพิ่มเติม มีผลต่อการเพิ่มกำลังการผลิต ทำให้กำลังการผลิตเพิ่มจากเดิมวันละ 5 ตัน เป็นวันละ 15 ตัน

ผลการวิเคราะห์ด้านการจัดการ

สรุปผลการวิเคราะห์ด้านการจัดการได้ดังนี้ รูปแบบของการดำเนินงานมีการจัดตั้งเป็นบริษัท ช่อสุดา ฟาร์ม จำกัด มีทุนจดทะเบียน 5,000.000 บาท การจัดองค์กรตามหน้าที่รับผิดชอบ โดยแบ่งออกเป็น 3 ฝ่ายคือ ฝ่ายผลิตอาหารโค ฝ่ายฟาร์ม และฝ่ายบริหาร ซึ่งมีการวางแผนกำลังคน จัดสรรมีบุคลากรรวมทั้งสิ้น 14 คน และที่ปรึกษา 1 ท่าน มีการจัดสวัสดิการ และอัตราค่าจ้างเงินเดือน เพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์ด้านการเงินในลำดับต่อไป

ผลการวิเคราะห์ด้านการเงิน

สรุปผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการดำเนินงานเป็นดังนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) คือระยะเวลาที่กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานชดเชยเงินลงทุนเริ่มแรกหมดพอดี โดยมีระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 3 ปี 116 วัน ซึ่งเป็นระยะเวลาคืนทุนไม่เกินกว่าระยะเวลาคืนทุนที่กำหนดภายใน 5 ปี ดังนั้นควรตัดสินใจลงทุนในโครงการนี้

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) จากการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของโครงการลงทุนแสดงว่า ควรตัดสินใจเลือกลงทุนในโครงการดังกล่าว เพราะมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับหลังภาษีของโครงการลงทุนเท่ากับ 16,817,561 บาท นำมาหักด้วยเงินลงทุนในโครงการเริ่มแรก 6,016,500 บาท ซึ่งได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 10,801,061 บาท โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

3. อัตราผลตอบแทนการลงทุนของโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ของโครงการที่ทำให้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) มีค่าเท่ากับศูนย์เท่ากับร้อยละ 37.2433 ซึ่งสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ตั้งไว้ร้อยละ 12 จึงสรุปได้ว่าเมื่อประเมินโครงการด้วยวิธีหาอัตราผลตอบแทนภายในแล้ว โครงการนี้ มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

4. การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity analysis) โครงการมีความไวต่อรายได้ที่ลดลงมากที่สุดร้อยละ 43.5 ในขณะที่ต้นทุนวัตถุดิบคงที่ โครงการมีความไวต่อต้นทุนวัตถุดิบเพิ่มขึ้นมากที่สุดร้อยละ 10.5 ในขณะที่รายได้เท่าเดิม และโครงการมีความไวต่อรายได้ที่ลดลงร้อยละ 25 พร้อมกับต้นทุนวัตถุดิบเพิ่มร้อยละ 6 จากผลการวิเคราะห์ความไวเห็นได้ว่าความไวของโครงการต่อปัจจัยของต้นทุนวัตถุดิบที่เปลี่ยนแปลง มีผลกระทบต่อความไวของโครงการมาก สำหรับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรายได้ที่ลดลงมีผลต่อความไวของโครงการน้อยกว่า

อภิปรายผลศึกษา

ผลการศึกษาด้านตลาด

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดอาหารสัตว์พบว่า ความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์และอุตสาหกรรมปศุสัตว์ มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชาญศักดิ์ ไชยภูมิสกุล (2543) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ระบบการตลาดอาหารสัตว์สำเร็จรูปในประเทศไทย พบว่า มีความเชื่อมโยงกันด้านราคาของตลาด ราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ ราคาอาหารสัตว์ และราคาผลิตภัณฑ์สัตว์มีความเชื่อมโยงกัน

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้เลี้ยงโคเนื้อประกอบอาชีพเป็นอาชีพเสริมส่วนใหญ่ ส่วนผู้เลี้ยงโคนมประกอบอาชีพเป็นอาชีพหลัก พฤติกรรมการให้อาหารโค ผู้เลี้ยงโคเนื้อให้อาหารแบบเป็นอาหารเสริม และผู้เลี้ยง โคนมให้อาหารแบบเป็นอาหารหลัก และมีการใช้อาหารหยาบเลี้ยงโคร่วมด้วย ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของ กรกนก หลอดอาสา (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการจัดตั้งโรงงานผสมอาหารสำหรับโคนม ของสหกรณ์การเกษตรเมืองเลย จำกัด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองเลย จำกัด เลี้ยงโคนมเป็นอาชีพหลัก และอาหารสำหรับเลี้ยงโคนม ประกอบด้วยอาหารหยาบและอาหารข้น

จากการนำทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด (Marketing Mixed) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารโค โดยผู้เลี้ยงโคให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์คือคุณภาพของสินค้า เชื่อถือได้ ด้านราคาคือระดับราคาเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือใกล้บ้าน สะดวก และด้านการส่งเสริมการตลาดคือ การได้รับส่วนลดราคา การได้รับข้อมูลสินค้า และการบริการส่งอาหารถึงฟาร์ม

ผลการศึกษาด้านเทคนิค

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค(ฐาปนา ฉิ้นไพศาล และ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ, 2547) พบว่าโครงการต้องก่อสร้าง อาคารโรงผสมอาหาร คลังเก็บวัตถุดิบ และลงทุนเครื่องจักรและอุปกรณ์เพิ่ม ซึ่งช่วยให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ณ ต้นทุนต่ำที่สุด รูปแบบที่เลือกมีเทคโนโลยีเหมาะสม สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น และได้ศึกษาความต้องการด้านการดำเนินการ การบำรุงรักษา และประมาณการค่าใช้จ่าย ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการจนตลอดอายุโครงการ

ผลการศึกษาด้านการจัดการ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการพบว่า รูปแบบของการดำเนินงานมีการจัดตั้งเป็นบริษัท ช่อสุดา ฟาร์ม จำกัด มีทุนจดทะเบียน 5,000,000 บาท การจัดองค์กรตามหน้าที่รับผิดชอบโดยแบ่งออกเป็น 3 ฝ่ายคือ ฝ่ายผลิตอาหารโค ฝ่ายฟาร์ม และฝ่ายบริหาร ซึ่งมีการวางแผนกำลังคนจัดสรรมีบุคลากรรวมทั้งสิ้น 14 คน และที่ปรึกษา 1 ท่าน มีการจัดสวัสดิการ และอัตราค่าจ้างเงินเดือน เพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์ด้านการเงินในลำดับต่อไป

ผลการศึกษาด้านการเงิน

ผลการศึกษาความเป็นไปได้โครงการขยายการผลิตอาหารโคของฟาร์มเลี้ยงโค ขนาดใหญ่ ในจังหวัดนครปฐม โดยทำการศึกษาจากกรณีของบริษัท ช่อสุดา ฟาร์ม จำกัด ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับผลการศึกษาของ กรกนก หลอดอาสา (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการจัดตั้งโรงงานผสมอาหารสำหรับโคนม ของสหกรณ์การเกษตรเมืองเลย จำกัด ว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนโดย มีระยะเวลาโครงการ 10 ปี ผลการวิเคราะห์โครงการมีระยะเวลาคืนทุน (PB) 3 ปี 116 วันมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับหลังภาษีของโครงการลงทุนเท่ากับ 16,817,561 บาท นำมาหักด้วยเงินลงทุนในโครงการเริ่มแรก 6,016,500 บาท ซึ่งได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 10,801,061 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าเท่ากับ 37.2433 ดังนั้น การศึกษาความเป็นไปได้โครงการขยายการผลิตอาหารโคของฟาร์มเลี้ยงโคขนาดใหญ่ ในจังหวัดนครปฐม จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ข้อค้นพบ

1. จากการศึกษา ช่วยให้ทราบพฤติกรรมการเลี้ยงโคและการให้อาหารโคของผู้เลี้ยงโคทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารโค แต่ก็ยังไม่เพียงพอที่จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นได้ว่าผู้เลี้ยงโคจะตัดสินใจซื้ออาหารโคตามที่ผู้ประกอบการผลิตมาจำหน่าย เพราะยังมีเรื่องของความซื่อสัตย์ ความจริงใจ การยอมรับ และการได้มีส่วนร่วมระหว่างกันและกัน ในด้านอื่นๆ ประกอบ เช่น การทำตลาดร่วมกัน ด้วยการร่วมกันซื้อ ร่วมกันขาย ร่วมกันพัฒนา การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การแบ่งปันประสบการณ์ระหว่างกัน ซึ่งนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการเชื่อมโยงกันแบบเครือข่ายครบวงจรมากขึ้น เพราะถือได้ว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับอุตสาหกรรมปศุสัตว์และอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ และนี่คือการช่วยให้เกิดการเชื่อมโยงอย่างเข้มแข็ง ระหว่างผู้เลี้ยงโคกับผู้ประกอบการผลิตอาหารโค

2. จากการศึกษา ด้านการผลิตอาหารโคและการใช้อาหารโคเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจต่อการเลี้ยงโค พบว่า การใช้อาหารชั้นเลี้ยงโคขุนมีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจเพราะมีต้นทุนค่าอาหารต่อวัน 54.60 บาท ในขณะที่การใช้อาหารผสมรวม (TMR) มีต้นทุนค่าอาหารต่อวัน 70.87 บาท เมื่อนำมาคำนวณกับราคาขายโคมีชีวิตกิโลกรัมละ 70.43 บาท การใช้อาหารชั้นมีกำไร 15.83 บาทต่อกิโลกรัม และการใช้อาหารผสมรวม (TMR) ขาดทุน -0.44 บาทต่อกิโลกรัม ควรเลือกขายผลิตอาหารโค ชนิดอาหารชั้นเพื่อจำหน่าย และไม่ควรมีผลิตอาหารผสมรวม (TMR) เพื่อจำหน่ายอาหารผสมรวม (TMR) เคยเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมในอดีตเนื่องด้วยเป็นอาหารโคที่ผู้เลี้ยงนำไปใช้ได้รับความสะดวกมากเพราะไม่จำเป็นต้องจัดหาอาหารหยาบใดๆ มาประกอบการเลี้ยงโคอีก อีกทั้งราคายังอยู่ในระดับที่เหมาะสม แต่ปัจจุบันเมื่อระดับราคาของอาหารผสมรวม (TMR) ปรับเพิ่มสูงขึ้นเกินกว่าราคาที่เหมาะสมแล้ว จึงทำให้ไม่เกิดความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ และเหลือไว้เพียงความสะดวกในการนำอาหารไปใช้เพียงอย่างเดียวเท่านั้น

3. จากการศึกษา ด้านการเงิน พบว่า ความเปลี่ยนแปลงของโครงการหากไม่เป็นไปตามแผนงาน เช่น ยอดรายได้ลดลง หรือต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น มีผลกระทบต่อโครงการที่แตกต่างกันมาก จากยอดรายได้ที่ลดลง โครงการสามารถรับกับรายได้ที่ลดลงได้ถึงร้อยละ 43.5 แต่ในขณะที่โครงการสามารถรับกับต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นได้เพียงร้อยละ 10.5 เป็นอย่างมาก ข้อมแสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิตอาหารโคที่สำคัญ และเป็นต้นทุนหลักของโครงการจะต้องได้รับการดูแลและเอาใจใส่อย่างดี ก็คือ ต้นทุนวัตถุดิบอาหารโค เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดขึ้นต่อการบริหาร

โครงการในอนาคต โดยส่วนใหญ่ของผู้บริหารโครงการมักจะให้ความสนใจต่อยอดขายได้ของโครงการเป็นหลัก แต่อย่าลืมว่า การเพิ่มยอดขายได้หรือยอดขายร้อยละ 4 ส่งผลต่อโครงการเท่ากับการลดต้นทุนวัตถุดิบ เพียงร้อยละ 1 เท่านั้น ดังนั้นผู้บริหารโครงการควรพิจารณาอย่างรอบครอบในการบริหารโครงการ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา พบว่า โรงกาขยายการผลิตอาหารโคของฟาร์มโคเนื้อขนาดใหญ่ในจังหวัดนครปฐม จะต้องพิจารณาในทุกด้านเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นถึงความเป็นไปได้ของโครงการ ทั้งในด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ผู้ประกอบการที่ต้องการลงทุนในโครงการจำเป็นต้องมีความรู้ ประสบการณ์ และเข้าใจธุรกิจเป็นพื้นฐาน พร้อมกับต้องสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นในกลุ่มลูกค้าเนื่องด้วยลูกค้าคือผู้ที่มีประสบการณ์ในอาชีพการเลี้ยงโค เป็นผู้ที่มีมือปฏิบัติด้วยตนเอง และมีความชำนาญเฉพาะตน ทำให้ไม่ง่ายที่จะยอมรับ หรือเปลี่ยนแปลงการเลี้ยงและการให้อาหารโคจากเดิมที่เคยปฏิบัติ ผู้ประกอบการจะต้องเรียนรู้ ที่จะสร้างการยอมรับ และวิธีการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า และความอยู่รอดของลูกค้าเป็นสำคัญ ในสถานการณ์ของการปรับตัว ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในปัจจุบันผู้ประกอบการจะต้องสร้างความสมดุล ระหว่างต้นทุนและอัตราผลตอบแทนให้เหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าและผู้ประกอบการ เจริญก้าวหน้าไปพร้อมกัน