

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูก บริษัท นันทพันธ์พรินติ้ง จำกัด
A Feasibility Study on the Investment in Corrugated Box Manufacturing Machinery of
Nuntapun Pringting Company Limited, Chiang Mai Province

ฐนวัฒน์ คำสิทธิ์ และโรจนา ธรรมจินดา**

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูกของ บริษัท นันทพันธ์พรินติ้ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษานี้ได้ทำการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน เพื่อทำการวางแผนกลยุทธ์ในแต่ละด้าน รวมถึงการวิเคราะห์ ความคุ้มค่าของการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูก ผลการศึกษาด้านการตลาด พบว่า ภาพรวมของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ มีอัตราการขยายตัว จากรูปแบบของการซื้อขายบนช่องทางออนไลน์และการขนส่งเดลิเวอรี่ที่มากขึ้น ทำให้กล่องบรรจุภัณฑ์ เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัท นันทพันธ์พรินติ้ง จำกัด ดำเนินกิจการเกี่ยวกับงานสิ่งพิมพ์เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจ ก็ได้มีการนำ ข้อมูลที่ได้มาจัดแบ่งกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการที่ต้องการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เป็น แปรนตของตนเอง การศึกษาด้านเทคนิค พบว่า ทำเลสถานที่ตั้งอยู่ในเขตตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่จอดรถ ดัดถนนใหญ่ สามารถเดินทางได้ง่าย และมีการจัดวางผังเครื่องจักรที่จะลงทุนไว้เพื่อให้เกิดกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ โดยเครื่องจักร ที่ลงทุน คือ เครื่องพิมพ์กล่องลูกฟูก เครื่องตัดและเซาะร่อง เครื่องปะกาวกล่องลูกฟูก และเครื่องรัดเหยียงกล่องลูกฟูก การศึกษาด้านการจัดการ พบว่า มีการจัดโครงสร้างองค์กรในส่วนงานบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก โดยมีทั้งหมด 17 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการฝ่ายบรรจุภัณฑ์ 1 คน รองผู้จัดการฝ่ายผลิต จำนวน 1 คน พนักงานฝ่ายผลิตจำนวน 10 คน พนักงาน ขายบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก จำนวน 3 คน พนักงานออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ จำนวน 2 คน โดยมีจะการวางแผนในการ จัดการให้สามารถทำงานทดแทนกันได้และมีแผนในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานโดยการอบรมเพิ่มความสามารถ และสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานในการทำงาน การศึกษาด้านการเงิน พบว่า จากการวิเคราะห์ด้านตลาด ด้านเทคนิค ด้าน การจัดการ จะต้องมีเงินลงทุนเริ่มต้นที่ จำนวน 3.21 ล้านบาท สำหรับการลงทุน โดยจะใช้เงินส่วนของเจ้าของทั้งหมด โดยมีผลตอบแทนที่คาดหวังอยู่ที่ร้อยละ 12 ผลจากการวิเคราะห์โครงการ พบว่าโครงการลงทุนดังกล่าวมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 9.03 ล้านบาท มีดัชนีกำไร (PI) ที่ 3.82 เท่า มีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ที่ร้อยละ 52.61 และมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 7 เดือน 29 วัน โครงการนี้จึงมีความคุ้มค่าในการลงทุน และตัดสินใจยอมรับการลงทุนในโครงการนี้

Abstract

This independent study Objective to study the feasibility of investment in corrugated box manufacturing machine of the company Nuntapun Printing Co., Ltd., Chiang Mai Province. This will take the data obtained to study all four possibilities: marketing, technical, management, and finance. To make strategic planning in each area including an analysis of the cost-effectiveness of investment in corrugated box. In the marketing study, it was found that the overall picture of the packaging industry had an expansion

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

rate. From the form of online trading and more delivery causing the packaging boxes to continue to grow, which Nuntapun Printing Co., Ltd. has used the information obtained to categorize the target groups. The main target group is business customers who want to produce their own branded packaging. In the technical study, it was found that the location is located in the downtown area of Chiang Mai Province which has parking interval and on the main road, able to travel easily and the factory is a layout of machinery to be invested in to create an efficient production process. The investment machine is a corrugated box printer, cutting and grooving machine, corrugated box gluing machine and strapping machine for the corrugated box. In the management study, it was found that there were 17 organizational structures in the corrugated box packaging segment, consisting of 1 packaging manager, 1 deputy production manager, 10 production staff, and a carton packaging sales representative. In financial studies, it was found that from the market analysis, technical aspects, management. An initial investment of 3.21 million baht is required for investment which will use all the owner's equity. The expected return is 12 percent. The results from the project analysis. It has a net present value (NPV) of 9.03 million baht, a profitability index (PI) at 3.82 times, an internal rate of return (IRR) at 52.61 percent, and a payback period of 2 years, 7 months, 29 days. It is worthwhile to invest. And decided to accept investment in this project.

บทนำ

สื่อสิ่งพิมพ์ มีมากมายหลากหลายประเภท เช่น หนังสือ วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ใบปลิว โบชัวร์ การ์ดแต่งงาน นามบัตร เป็นต้น นอกจากนี้ก็จะมีสิ่งพิมพ์ในรูปแบบอื่น ๆ ที่มีลักษณะพิเศษมากกว่า คือการพิมพ์ลงบนผลิตภัณฑ์โดยตรง ตัวอย่างเช่น แก้ว กระจก ขวดพลาสติก เป็นต้น โดยวิวัฒนาการของสื่อสิ่งพิมพ์นั้นก็มีการพัฒนามาเรื่อย ๆ ตามยุคสมัย เกิดเป็นสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น ตัวอย่างเช่น งานพิมพ์ไวเนล ป้ายกองโจร ธงญี่ปุ่น ป้าย X-Stand กล้องบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันกำลังถูกทดแทนด้วยรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น บริษัทที่ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์จากกระดาษก็เริ่มทยอยปิดตัวลง เมื่อมีผู้ผลิตจำนวนมากลง สื่อโฆษณาจึงถูกเปลี่ยนเป็นช่องทางออนไลน์ เพราะสามารถเข้าถึงผู้คนได้อย่างรวดเร็วและประหยัดต้นทุนมากกว่าเดิม (ทิมชาว TCIJ, 2562) ซึ่งในขณะเดียวกัน ก็มีผลสำรวจสำมะโนธุรกิจการค้าและอุตสาหกรรม ว่ามีการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) เกิดเป็นความต้องการของสินค้าประเภทหลากหลายและบรรจุภัณฑ์มากขึ้นตามไปด้วย เมื่อมีผู้ผลิตสินค้าจำนวนมาก ทำให้เกิดโอกาสในการซ้กันของสินค้า นำมาสู่การแข่งขันกันมากขึ้นในตลาดเดียวกัน โดยเฉพาะสินค้าที่มีคุณสมบัติที่ไม่แตกต่างกัน เป็นเหตุผลให้ผู้ประกอบการเริ่มมาพิจารณาถึงรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ และพยายามสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและเป็นที่ยึดจำในสายตาของผู้บริโภค จากการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (EDTA) แสดงให้เห็นว่าช่องทางการตลาดในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ในประเทศไทยปี 2560 มีมูลค่าถึง 2.7 ล้านล้านบาท และคาดว่าปี 2561 จะมีมูลค่าถึง 3.1 ล้านล้านบาท ที่อัตราการเติบโต 14.04% ซึ่งผลคือมีอัตราเติบโตเกินกว่าที่คาดไว้กระโดดไปถึง 3.7 ล้านล้านบาท เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนมาเป็นการซื้อขายกันบนตลาดออนไลน์กันเป็นจำนวนมาก นำมาสู่การเติบโตของตลาดการขนส่ง (Logistics & Supply Chain) จากปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่า 1.1 แสนล้านบาท เติบโตขึ้นเป็น 1.5 แสนล้านบาทในปี พ.ศ. 2562 อัตราการเติบโตสูงขึ้น 31.30% มีการเกิดใหม่ของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการขนส่งเพิ่มขึ้นอย่างหลากหลาย การเติบโตของการตลาดขนส่ง นำมาสู่การเติบโตของตลาดบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งเช่นเดียวกัน ผลจากการวิจัยของ

สถาบันวิจัยกสิกรไทย พบว่า บรรจุกภัณฑ์เพื่อการขนส่งมีการเติบโตขึ้นมากกว่า 5,600 ล้านบาทตามกระแสการเติบโตของตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และมีแนวโน้มจะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560)

ทั้งนี้ แม้ว่าอุตสาหกรรมกระดาษและผลิตภัณฑ์จากกระดาษจะหดตัวลง แต่บรรจุกภัณฑ์กระดาษเพื่อการขนส่งและกระดาษลูกฟูกสามารถเติบโตได้เพื่อรับต่อความต้องการภายในประเทศจากธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) รวมถึงประโยชน์ที่ได้รับจากปัจจัยทางบวกจากมาตรการลดการใช้บรรจุกภัณฑ์พลาสติก ทดแทนด้วยบรรจุกภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้บรรจุกภัณฑ์กระดาษเพื่อการขนส่งและกระดาษลูกฟูกมีแนวโน้มเติบโตได้ดี ส่วนสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมกล่องลูกฟูกนั้นอยู่ในระดับสูง แต่ก็มีผู้ผลิตจำนวนมากน้อยราย มีการเติบโตภายในอุตสาหกรรมมากและมีอัตราการกระจุกตัวปานกลาง ผู้ผลิตมักจะดำเนินกลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ด้านราคา จึงมีโครงสร้างอุตสาหกรรมแข่งขันไม่สมบูรณ์แบบผู้ขายน้อยราย ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์บรรจุกภัณฑ์ลูกฟูกมากที่สุด คือ มูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภค (พฤษภา สร้อยหอม , 2558)

บริษัท นันทพันธ์พรินติ้ง จำกัด จัดตั้งบริษัท เมื่อวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2538 ปัจจุบันประกอบธุรกิจให้บริการออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ โดยบริษัทฯ เริ่มต้นจากการรับออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์โดยใช้วัสดุหลักคือกระดาษ เช่น หนังสือ โบชัวร์ แผ่นพับ และได้พัฒนามาจนถึงสิ่งพิมพ์ประเภทงานไวเนล ธงญี่ปุ่น X-Stand ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2556 ผู้บริหารได้เล็งเห็นถึงช่องทางการตลาดในรูปแบบใหม่ จึงได้เริ่มรับงานออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทบรรจุกภัณฑ์ เนื่องจากในช่วงเวลานั้น มีกลุ่มผู้ประกอบการเกิดขึ้นใหม่เป็นจำนวนมาก และให้ความสนใจกับรูปลักษณ์ของบรรจุกภัณฑ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์และเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของตน ส่งผลให้บริษัทฯ มียอดขายเพิ่มมากขึ้นและผลประกอบการที่เติบโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจนกระทั่งมาถึงยุคสมัยปัจจุบันนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบเดิมถูกทดแทนด้วยสื่อประเภทออนไลน์แทน รวมถึงสิ่งพิมพ์ประเภทบรรจุกภัณฑ์ก็มิคู่แข่งในตลาดที่มากขึ้น ผู้บริโภคเริ่มให้ความสนใจในเรื่องบรรจุกภัณฑ์น้อยลง เนื่องจากพฤติกรรมในการชื้อขายนั้นเปลี่ยนเป็นช่องทางออนไลน์แทนและใช้การส่งสินค้าผ่านระบบขนส่งเอกชนที่นำสินค้าบรรจุกใส่กล่องบรรจุกภัณฑ์ประเภทกล่องลูกฟูกที่มีความแข็งแรงทนทานมากกว่าแทน ส่งผลให้ยอดขายของบริษัทฯ ลดลงมาเรื่อย ๆ ในปลายปี พ.ศ. 2562 นี้ ยอดขายของบริษัทฯ ลดลงประมาณ 15% และยังมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง

เห็นได้ว่าปัญหาในปัจจุบันที่สื่อสิ่งพิมพ์ถูกทดแทนด้วยสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้บริษัทฯ ต้องมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในสถานการณ์นี้ ซึ่งก็หมายความว่ารวมถึงธุรกิจสิ่งพิมพ์อื่น จากผลสำรวจและสถิติทั้งหลายที่ปรากฏธุรกิจสิ่งพิมพ์ก็ต้องปรับตัวตามสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันเช่นกัน ผู้ศึกษาจึงมีความต้องการอยากรจะศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และนำไปสู่การตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูกของ บริษัท นันทพันธ์พรินติ้ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบความเป็นไปได้ในการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูก
2. ผู้สนใจลงทุนทำธุรกิจผลิตกล่องลูกฟูกสามารถใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ

นิยามศัพท์

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน หมายถึง การศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการลงทุนของโครงการ เพื่อพิจารณาความคุ้มค่าทางการเงินและทางด้านเศรษฐศาสตร์ว่าสมควรจะลงทุนในโครงการดังกล่าวหรือไม่

เครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูก หมายถึง เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตกล่องลูกฟูก และขึ้นรูปแบบกล่องลูกฟูกให้ได้ตามแบบที่ต้องการ โดยจะมีเครื่องจักรในกระบวนการผลิต คือ เครื่องตัดกระดาษ , เครื่องพิมพ์ , เครื่องปะกาว , เครื่องเย็บ , เครื่องเจาะร่อง

วิธีการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ คือการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูก ผู้ศึกษาได้ศึกษาด้วยการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงกลุ่มเป้าหมายตามแนวคิดทฤษฎี STP Marketing ซึ่งอาศัยจากข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยการวิเคราะห์ผลจากการสำรวจแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ อีกส่วนหนึ่งจะนำทฤษฎีการพยากรณ์ยอดขาย (Sale Forecasting) มาประมาณการยอดขายในอนาคตล่วงหน้า รวมถึงการใช้ทฤษฎีเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประกอบกับแนวคิดการตัดสินใจในการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูก

ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิต, กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่เป็นผู้รับสินค้ามาเพื่อจัดจำหน่าย, กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการประเภทธุรกิจขนส่ง และกลุ่มลูกค้าเดิมที่มีสถานะแอคทีฟ จำนวนรวมทั้งหมดที่เก็บมาได้จริง 201 ราย นอกจากนี้จะมีการทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูกจำนวน 2 ราย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จะทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการสอบถามข้อมูลในด้านกระบวนการผลิต รวมถึงการจัดการและเรื่องของต้นทุนและการลงทุน จากผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูกหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ราย แบบสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านการบริหารองค์กร การจัดการและกระบวนการผลิต รวมถึงเรื่องต้นทุนและการลงทุน

ข้อมูลจากแบบสอบถาม จะทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการสอบถามข้อมูลในด้านการตลาด กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิต, กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่เป็นผู้รับสินค้ามาเพื่อจัดจำหน่าย, กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนส่ง และกลุ่มลูกค้าเดิมที่มีสถานะแอคทีฟ จำนวนรวมทั้งหมดที่เก็บมาได้จริง 201 ราย โครงสร้างแบบสอบถาม ประกอบด้วย

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้แบบสอบถามในลักษณะเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่ง ประเภทของธุรกิจ ลักษณะของธุรกิจ จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ประกอบคำบรรยาย

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลปัจจัยด้านความคิดเห็นในการเลือกใช้บริการผลิตสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ได้แก่ ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ปัจจัยราคา ปัจจัยช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยบุคคล ปัจจัยกระบวนการ ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่ามัธยฐาน เลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามแบบการวัดสเกลทัศนคติหรือ Likert scale โครงสร้างแบบสอบถามมีค่าคะแนนเรียงตามระดับความสำคัญจากระดับความสำคัญมากที่สุดไปถึงระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสาร รายงานสิ่งพิมพ์ต่างๆ และการค้นคว้าจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง โดยส่วนนี้จะ เป็นข้อมูลลักษณะทั่วไปของเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูก รวมถึงข้อมูลราคาเครื่องจักร เครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตกล่องลูกฟูก

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial Analysis)

1. การประมาณการงบกำไรขาดทุน (Forecast Income Statement)
2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)
3. ดัชนีกำไร (Profitability Index : PI)
4. อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)
5. ระยะเวลาคืนทุนคิดลด (Discount Payback Period : DPB)

การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ทฤษฎีความเป็นไปได้ของโครงการมาช่วยในการวิเคราะห์ทั้ง 4 ด้านและประเมินผล ซึ่งสมมติฐานที่ใช้ คือ การลงทุนในเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูก มีความเป็นไปได้ในการลงทุน ที่มีอัตราผลตอบแทนไม่น้อยกว่า ร้อยละ 12 ต่อปี ซึ่งคิดตามอัตราดอกเบี้ยของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของศูนย์วิจัยกสิกร (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ,2560) โดยมีขั้นตอนในการศึกษา ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด ดังนี้

เริ่มจากการวิเคราะห์การประเมินความต้องการของตลาดและภาพรวมในตลาดผลิตภัณฑ์กล่องลูกฟูก โดยใช้เครื่องมือ PEST Analysis ต่อมาศึกษาถึงสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก โดยใช้เครื่องมือ 5 Force Analysis ต่อมาศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7P จากผลการสำรวจแบบสอบถาม ต่อมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยใช้เครื่องมือ STP Marketing ต่อมาสร้างกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 7P ต่อมาทำประมาณการยอมรับบริการผลิตกล่องลูกฟูกและประมาณการรายรับ

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค ดังนี้

วิเคราะห์ทำเลสถานที่ตั้งของโรงงานผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์ลูกฟูก ต่อมาวิเคราะห์การวางผังโรงงาน ต่อมาวิเคราะห์ ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องจักร ต่อมาวิเคราะห์ต้นทุนค่าเครื่องจักรในการผลิตกล่องลูกฟูก ต่อมาวิเคราะห์กระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ ต่อมาวิเคราะห์ต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตและต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการจัดการ ดังนี้

วิเคราะห์โครงสร้างองค์กรส่วนงานบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก การจัดทำแผนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์ ต้นทุนเงินเดือนพนักงาน การวิเคราะห์ต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน ดังนี้

วิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) ดัชนีกำไร (Profitability Index) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) ระยะเวลาคืนทุนคิดลด (Discount payback period) การวิเคราะห์ความไวของโครงการ (Sensitivity Analysis)

สรุปผลการศึกษา

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

ในภาพรวมด้านตลาดและความต้องการนั้น อุตสาหกรรมเยื่อกระดาษประเภทงานกล่องกระดาษลูกฟูก สามารถขยายตัวได้ค่อนข้างมาก โดยจะขยายตัวแบบก้าวกระโดดในยุค New Normal จากการใช้งานสำหรับการส่งสินค้าออนไลน์ และธุรกิจเกี่ยวกับกาขนส่ง อีกทั้งยังตอบสนองนโยบายและมาตรการดใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติก

ในการวิเคราะห์ด้านกฎหมายและการเมือง มีผลในทางบวก เนื่องจากรัฐมีการสนับสนุนตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งจะส่งเสริมผู้ประกอบการ ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อเชื่อมโยงเข้ากับตลาด

ในด้านเศรษฐกิจ มีผลในทางลบ เนื่องจากธุรกิจเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ส่งผลให้ประชาชนไม่มีความเชื่อมั่น และลดการบริโภคน้อยลง มาตรการวางค่าใช้จ่ายมากขึ้น ส่งผลต่อการใช้บริการส่งผลิตภัณฑ์ลดน้อยลง

ในด้านสังคม มีผลในทางบวก เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงมาอยู่บนช่องทางออนไลน์มากขึ้น ทำให้เรื่องของกาขนส่งเติบโตควบคู่ไปกับบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง ทำให้กล่องบรรจุภัณฑ์ลูกฟูกกลายเป็นที่ต้องการมากขึ้น รวมถึงการรณรงค์เรื่องการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จึงหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ลูกฟูกแทนพลาสติก

ในด้านเทคโนโลยี มีผลในทางบวก เนื่องจากภาครัฐมีการประสานองค์กรธุรกิจและเอกชนในการใช้เทคโนโลยีเข้ามา เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า รวมถึงคำนึงเรื่องความปลอดภัยของสินค้าในด้านการปลอดภัยและความแข็งแรงเพื่อการปกป้องผลิตภัณฑ์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

อุปสรรคกีดขวางในด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรม มีผลในทางบวก เนื่องจาก อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูกต้องใช้เงินลงทุนสูง การจะเข้ามาต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการสิ่งพิมพ์ เพื่อแข่งขันกับผู้ประกอบการเดิม

แรงผลักดันจากคู่แข่งในอุตสาหกรรม มีผลในทางลบ เนื่องจาก อุตสาหกรรมระดับกลางถึงล่างมีการแข่งขันกันค่อนข้างรุนแรง มีคู่แข่งจำนวนมาก เนื่องจากผู้คนให้ความสนใจในการนำบรรจุภัณฑ์ไปใช้ในการสร้างมูลค่ากับสินค้าอื่น และใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อการหีบห่อเพื่อการขนส่ง

อำนาจการต่อรองกับคู่ค้าวัตถุดิบ มีผลในทางบวก เนื่องจากผู้ขายวัตถุดิบมีจำนวนมาก ทำให้มีโอกาสต่อรองเรื่องราคาต้นทุนได้เป็นอย่างดี สามารถเลือกคู่ค้าได้ตามที่ต้องการตามปริมาณการสั่งซื้อ และคุณภาพของสินค้าตามกลยุทธ์

อำนาจการต่อรองของลูกค้า มีผลในทางลบ เนื่องจากพฤติกรรมของลูกค้าจะมีการหาข้อมูลและเปรียบเทียบกับผู้ผลิตที่ตรงกับความต้องการมากที่สุดก่อน ทำให้มีอำนาจการต่อรองค่อนข้างสูง อีกทั้งยังมีการแข่งขันกันเองภายในอุตสาหกรรมอีกด้วย

แรงผลักดันที่เกิดจากการใช้สินค้าทดแทน มีผลในทางบวก เนื่องจาก ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าทดแทน แม้จะมีอยู่หลากหลาย แต่เป็นการสวนกับกระแสของสังคม เช่น ผลิตภัณฑ์จากพลาสติก เพราะมีการรณรงค์ลดการใช้พลาสติก

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ส่วนข้อมูลทั่วไปพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย 99 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 และเพศหญิงจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 มีอายุอยู่ในช่วง 25 – 35 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.25 รองลงมาอันดับที่สองคือช่วงอายุ 36 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.86 มีตำแหน่งบุคคลทั่วไป / ผู้บริโภค มากที่สุด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 รองลงมาอันดับสองคือเจ้าของกิจการ มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.35 ตำแหน่งธุรกิจ

ให้บริการมากที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 27.86 รองลงมาอันดับสองเป็นธุรกิจเกี่ยวกับอาหาร จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 ยอดขายของกลุ่มตัวอย่างที่มากที่สุดคือ มากกว่า 5 ล้านบาท มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.31 รองลงมาอันดับสองคือ ช่วง 1,000,001 - 3,000,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 มีผู้ที่เคยใช้บริการส่งผลิตภัณฑ์ลูกฟูกมาก่อนมีจำนวนอยู่ 118 คน คิดเป็นร้อยละ 58.71 โดยมีมากกว่าผู้ที่ไม่เคยใช้บริการส่งผลิตภัณฑ์ลูกฟูกมาก่อน โดยที่ผู้ไม่เคยใช้บริการมาก่อน มีอยู่ 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.29

สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการส่งผลิตภัณฑ์ลูกฟูก

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับสำคัญมากโดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ วัสดุได้มาตรฐาน คุณภาพแข็งแรง พิมพ์ชื่อหรือลายได้ตามต้องการ ผลิตได้หลายเกรด ผลิตได้หลายรูปทรง

ด้านราคา พบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับสำคัญมากโดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาต่อรองได้ตามปริมาณการผลิต ราคาต่อหน่วยชัดเจน มีส่วนลดเงินสด ช่องทางการชำระเงินหลากหลาย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับสำคัญมากโดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ส่งผลิตได้ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ทำเลเข้าถึงได้สะดวก ทำเลคั่นหาออนไลน์ได้ ขนส่งฟรีตามพื้นที่ที่กำหนด

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับสำคัญมากโดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ มีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ มีการโฆษณาออนไลน์ มีโปรโมชั่นลดราคาช่วงเวลาพิเศษ มีโฆษณาออฟไลน์

ด้านบุคคล พบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับสำคัญมากโดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ มีบริการรับเคลมสินค้า พนักงานให้บริการได้รวดเร็ว พนักงานให้ข้อมูลได้ครบถ้วน พนักงานมีใจรักในการบริการ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ

ด้านกระบวนการ พบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับสำคัญมากโดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ มีการส่งสินค้าที่ตรงเวลา มีการผลิตสินค้าตรงตามเวลา มีการขึ้นชิ้นงานก่อนการผลิตจริง มีการเก็บฐานข้อมูลลูกค้า มีการอธิบายขั้นตอนการผลิตให้ทราบ มีการให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการออกแบบชิ้นงาน

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับสำคัญมากโดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ พื้นที่ผลิตสะอาด เรียบร้อย ชื่อและป้ายของร้านสามารถมองเห็นได้ง่าย มีสินค้าตัวอย่างวางให้เห็นอย่างชัดเจนแสดงให้เห็นถึงความชำนาญ

การศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการใช้บริการส่งผลิตภัณฑ์ลูกฟูก

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ พบว่าพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง มีการเลือกใช้บริการเพราะต้องการผลิตภัณฑ์ในรูปแบบและขนาดเฉพาะแบรนด์ของตนเอง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 34.83 อันดับที่สองคือ เลือกใช้เพราะราคาส่งผลิตจากผู้ให้บริการถูกกว่าราคาซื้อบรรจุภัณฑ์สำเร็จตามร้านค้า จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 34.33

ความถี่ในการส่งผลิตโดยเฉลี่ย พบว่าพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง มีความถี่ในการส่งผลิตรายเดือนมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 59.20 รองลงมาอันดับที่สองคือ ส่งผลิตรายไตรมาส จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3%

ปริมาณการส่งผลิตต่อครั้งโดยเฉลี่ย พบว่ามีพฤติกรรม ปริมาณในการส่งผลิตต่อครั้งโดยเฉลี่ยมากที่สุด เป็นอันดับแรกคือ ส่งผลิต 101 – 500 ชิ้น จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 42.79 รองลงมาอันดับที่สองคือ ส่งผลิต 501 – 1,000 ชิ้น

พฤติกรรมในการค้นหาข้อมูลจากแหล่งที่มาใด พบว่าพฤติกรรมในการค้นหาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง มีการค้นหาข้อมูลจากโซเชียลมีเดียมากที่สุดเป็นอันดับแรก จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 82 รองลงมาคือ ค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50

พฤติกรรมกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่มีผู้ให้บริการเปิดใหม่จะตัดสินใจอย่างไรในการใช้บริการ พบว่าพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง มีการตัดสินใจในการขอดูตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนมากที่สุด เป็นอันดับแรก จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 47.26 รองลงมาคือ ตัดสินใจสอบถามจากผู้ที่เคยมาใช้บริการก่อนหน้า จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 24.88

กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้เครื่องมือ STP Marketing สามารถแบ่งส่วนแบ่งตลาดออกได้เป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีแบรนด์เป็นของตนเอง กลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการเกี่ยวกับด้านขนส่ง โดยจะทำการมุ่งเป้าหมายไปที่กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีแบรนด์เป็นของตนเอง และกลุ่มเป้าหมายรองคือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับด้านการขนส่ง และกลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย ตามลำดับ ซึ่งจะมีกลยุทธ์ในการวางตำแหน่งทางการตลาด โดยมุ่งเน้นไปที่การให้บริการส่งผลิตภัณฑ์จำนวนชิ้นต่ำในการเริ่มต้นส่งผลิตภัณฑ์ที่ต่ำ และราคาไม่แพง เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่เริ่มต้นทำแบรนด์ใหม่ และไม่นิยมในการส่งผลิตภัณฑ์ครั้งละจำนวนมาก

สำหรับการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ที่ไม่เคยใช้บริการส่งผลิตภัณฑ์ลูกฟูก จะเน้นไปที่การส่งเสริมการตลาด โดยใช้วิธีให้ความรู้และสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้าว่า สิ่งที่ลูกค้าจะได้รับนั้นมีความคุ้มค่าอย่างไร รวมถึงมีความจำเป็นอย่างไรในการที่จะใช้กล่องบรรจุภัณฑ์ เช่น การทำการตลาดโดยการให้ข้อมูลว่า สินค้าของลูกค้าจะสามารถเพิ่มมูลค่าได้ หากมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามดูดีพรีเมียมและแข็งแรง นอกจากนี้ก็จะช่วยในเรื่องของการป้องกันสินค้าภายในไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายได้ หรืออาจนำเสนอในด้านของการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งสินค้า ตามกระแสของการขายสินค้าออนไลน์

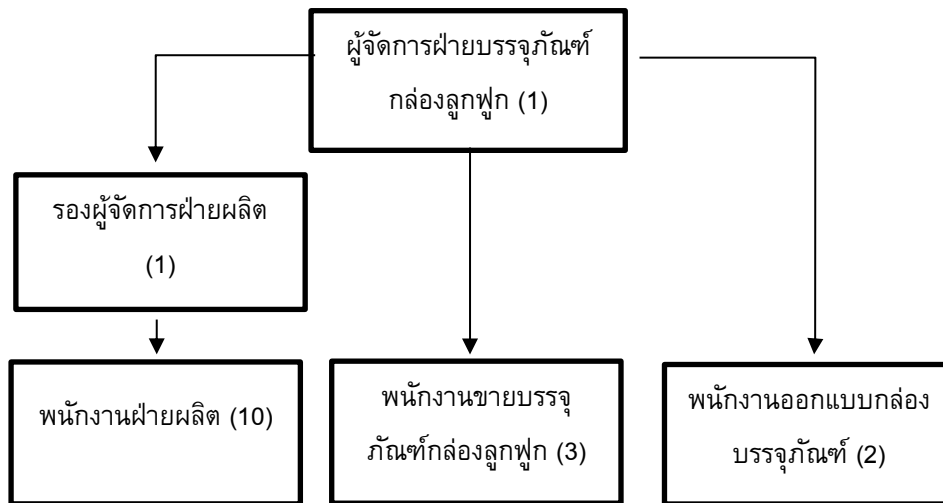
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค

ความเป็นไปได้ในทางเทคนิค มีการกำหนดทำเลที่ตั้งที่เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งใช้ที่ตั้งเดิมของ บริษัท นันทพันธ์พรินต์ จำกัด ซึ่งมีส่วนสำนักงานติดกับถนนเส้นเชียงใหม่ - หางดง อยู่ในเขตอำเภอเมือง ตำบลแม่เหิยะ จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนโรงงานผลิตก็อยู่ถัดไปด้านหลังสำนักงานซึ่งเป็นเขตที่ได้รับอนุญาตในการจัดตั้งโรงงาน โดยมีการวางผังเครื่องจักรภายในโรงงานเพิ่มเติมจากเดิม เนื่องจากโรงงานมีอยู่ 2 ส่วน โรงงานที่ 1 ในการผลิตงานสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไป และโรงงานที่ 2 บางส่วนจะเป็นการผลิตงานหลังพิมพ์ และใช้พื้นที่ที่เหลืออยู่ในการจัดสรรวางเครื่องจักรสำหรับงานผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์ลูกฟูกโดยเฉพาะ ซึ่งเครื่องจักรที่เพิ่มเข้ามา มีจำนวน 4 เครื่อง ได้แก่ เครื่องพิมพ์กล่องลูกฟูกออกโต้ สำหรับงานพิมพ์เครื่องตัดเครื่องเจาะร่องอัตโนมัติ สำหรับการตัดแผ่นกระดาษลูกฟูกให้ได้ตามขนาด เครื่องปะกาวกล่องลูกฟูก สำหรับการปะกาวลิ้นกล่องเพื่อประกบกล่องให้ติดกัน เครื่องรัดเหยียงกระดาษลูกฟูก สำหรับใช้มัดกล่องลูกฟูกที่ผลิตเสร็จเป็นกล่องสำเร็จรูปแล้ว การประมาณการกำลังการผลิตของเครื่องจักรจะสามารถรองรับการผลิตได้ที่ประมาณ 3 ล้านกล่องต่อปี และต้นทุนค่าเครื่องจักรในการผลิต รวมทั้งสิ้น 2.8 ล้านบาท นอกจากนี้ก็จะเป็นต้นทุนในส่วนของต้นทุนสินค้าขายประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบโดยเฉลี่ยที่ร้อยละ 40 ของรายรับ ต้นทุนค่าเช่าสถานที่ ต้นทุนค่าสาธารณูปโภคส่วนการผลิตโดยเฉลี่ยที่ร้อยละ 2 ของรายรับ ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงเครื่องจักรโดยเฉลี่ยร้อยละ 5-8 ของรายรับแต่ละปี

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการจัดการ

ความเป็นไปได้ทางการจัดการ มีการกำหนดรูปแบบการดำเนินงาน บริหารงาน กำหนดหน้าที่การทำงาน วางตำแหน่งงาน รวมถึงคุณสมบัติของบุคลากรให้เหมาะสม เพื่อให้การทำงานสามารถสำเร็จตามวัตถุประสงค์ โดยเพิ่มเติมผู้ที่จะเข้ามามีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบเฉพาะในส่วนโครงการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูกดังนี้

โครงสร้างองค์กรส่วนงานบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก



ผังโครงสร้างองค์กรสร้างมาเพื่อรองรับงานผลิต งานขายและงานออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ลูกฟูก โดยแบ่งตามหน้าที่ ซึ่งแต่ละตำแหน่งจะสามารถสับเปลี่ยนทดแทนกันได้ นอกจากนี้จะมีแผนในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้วยการทำความเข้าใจลักษณะงานให้ชัดเจนว่าใครมีหน้าที่อย่างไร รวมถึงสร้างการทำงานร่วมกันเป็นทีม จัดคนตามความถนัดและความสามารถ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด อีกทั้งการสรรหาคนเข้ามาร่วม จะเลือกคนที่มีประสบการณ์ที่ตรงกับงาน เพื่อลดระยะเวลาในการเรียนรู้งานให้สั้นลง และสามารถใช้เวลาในการปรับตัวและพัฒนาให้เกิดความชำนาญได้เร็วมากขึ้น มีการจัดอบรมหลักสูตรให้เข้าร่วมเพื่อพัฒนาความสามารถในการทำงานอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญคือจะมีการกำหนดอัตราค่าตอบแทนที่เหมาะสมให้กับหน้าที่งานที่ได้รับผิดชอบ โดยจะปรับขึ้นตามอัตราเพื่อเป็นขวัญกำลังใจในการทำงานต่อไป ซึ่งต้นทุนค่าใช้จ่ายในด้านการจัดการจะประกอบไปด้วย ต้นทุนเงินเดือนพนักงานตามแต่ละตำแหน่งโดยรวมในปีแรกอยู่ที่ 2.58 ล้านบาทและเพิ่มขึ้นทุกปีในอัตราร้อยละ 5 ต่อปี ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร โดยเฉลี่ยร้อยละ 3 ของรายรับ และค่าคอมมิชชั่นโดยเฉลี่ยร้อยละ 1 ของรายรับ

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูกของบริษัท นันทพันธ์ พรินต์ติ้ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ได้ตั้งสมมุติฐานในการศึกษาดังนี้

1. ผลตอบแทนที่คาดหวังของโครงการกำหนดอยู่ที่ร้อยละ 12 ต่อปี ซึ่งจะใช้ในการคำนวณอัตราคิดลด โดยกำหนดให้มากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ซึ่งมีอัตราโดยเฉลี่ยทุกธนาคารอยู่ที่ร้อยละ 6.7013 ต่อปี อ้างอิงข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564

2. อัตราการเติบโตของยอดขาย มีการเติบโตขึ้น 10% ต่อปี

3. แหล่งที่มาของเงินทุน คือ เงินลงทุนส่วนตัวของเจ้าของ มีอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง 12% ต่อปี

4. กำหนดให้การรับบริการส่งผลิตและขายสินค้าเป็นการขายเงินสด ไม่มีลูกหนี้การค้าเนื่องจากผลสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าต้องการเครดิตการค้าอยู่ในระดับความสำคัญระดับต่ำ และกำหนดให้มีเครดิตเจ้าหนี้การค้า 30 วัน

5. กำหนดให้เมื่อครบระยะเวลาโครงการ 10 ปี โครงการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูกของบริษัท นันทพันธ์พรินต์ติ้ง จำกัด จะดำเนินกิจการต่อไป ดังนั้น จะไม่มีกระแสเงินสดตอนสิ้นสุดโครงการ จึงไม่นำเงินทุนหมุนเวียนมาบวกกลับ

6. กำหนดให้เครื่องจักรมีอายุการใช้งาน 10 ปี วิธีคิดค่าเสื่อมราคาคิดแบบเส้นตรง ไม่มีมูลค่าซาก

7. กำหนดให้ต้นทุนวัตถุดิบผลิตสินค้าแปรผันตามยอดขาย

8. กำหนดให้ค่าใช้จ่ายเงินเดือนมีการปรับเพิ่มขึ้น 5% ต่อปี
9. กำหนดให้ค่าใช้จ่ายเงินลงทุนหมุนเวียนมีอัตราคงที่ตลอดระยะเวลาของโครงการ
10. กำหนดให้ภาษีเงินได้นิติบุคคลเท่ากับ 20%
11. กำหนดให้มีการจ่ายเงินปันผลปีละ 10% ตลอดอายุโครงการ

หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุน

1. โครงการนี้มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ มากกว่าศูนย์
2. โครงการนี้มีอัตราผลตอบแทนภายใน มากกว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังที่ร้อยละ 12 ต่อปี
3. โครงการมีดัชนีกำไร มากกว่า 1 เท่า
4. โครงการมีระยะเวลาคืนทุน ไม่เกิน 5 ปี

โดยแหล่งที่มาของเงินทุนและเงินลงทุนในโครงการนั้นมาจากการลงทุนด้วยส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด โดยมีการประมาณการเงินลงทุนเริ่มแรก มาจากด้านเทคนิค ด้านการจัดการและด้านการเงิน เป็นค่าเครื่องจักร ค่าเครื่องใช้สำนักงาน ค่าเช่าสถานที่ และเงินทุนหมุนเวียน รวมเงินลงทุนเริ่มแรกทั้งสิ้น 3.21 ล้านบาท โดยราคาเครื่องจักรคิดรวมค่าติดตั้งและค่าขนส่งเรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้จะมีส่วนของต้นทุนค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักร จะใช้วิธีคิดแบบเส้นตรง ไม่มีมูลค่าซากในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี สำหรับเครื่องจักร และอัตราร้อยละ 20 ต่อปี สำหรับเครื่องใช้สำนักงาน ซึ่งจะมีการประมาณการกระแสเงินสด โดยนำข้อมูลที่ได้มาจากการรายรับ ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบสินค้า ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ รวมถึงภาษีและค่าเสื่อมราคามาคำนวณในการทำงบการเงิน

ตารางที่ 1 : ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลงบกระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อมาใช้ในการตัดสินใจลงทุน มีการนำงบกระแสเงินสดมาใช้ในการวิเคราะห์ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4	ปี 5	ปี 6	ปี 7	ปี 8	ปี 9	ปี 10
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน										
กำไรขาดทุน	0.74	0.95	1.18	1.38	1.67	1.99	2.36	2.70	3.16	3.66
รายการกระทบยอดกำไรสุทธิ										
บวก ค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นเงินสด										
เจ้าหน้าที่การค้า ที่เพิ่มขึ้น	0.40	0.03	0.03	0.04	0.04	0.05	0.05	0.06	0.06	0.06
ค่าเสื่อมราคา ที่เพิ่มขึ้น	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย ที่เพิ่มขึ้น	0.19	0.05	0.06	0.05	0.07	0.08	0.09	0.09	0.11	0.13
กระแสเงินสดได้มา (ใช้ไป)										
จากกิจกรรมการดำเนินงาน	1.61	1.31	1.55	1.75	2.06	2.40	2.78	3.13	3.61	4.13
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน										
หัก เงินสดซื้อสินทรัพย์ถาวร	(2.80)									

กระแสเงินสดได้มา (ใช้ไป) จากกิจกรรมการลงทุน	(2.80)										
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน											
บวก กระแสเงินสดรับจาก ส่วนของเจ้าของ	3.21										
หัก เงินสดจ่ายเงินปันผล	(0.16)	(0.13)	(0.16)	(0.18)	(0.21)	(0.24)	(0.28)	(0.31)	(0.36)	(0.41)	
กระแสเงินสดได้มา (ใช้ไป) จากกิจกรรมการจัดหาเงิน	3.05	(0.13)	(0.16)	(0.18)	(0.21)	(0.24)	(0.28)	(0.31)	(0.36)	(0.41)	
กระแสเงินสดเพิ่มขึ้นสุทธิ	1.85	1.18	1.40	1.58	1.85	2.16	2.50	2.81	3.25	3.72	
เงินสดคงเหลือต้นงวด	0.00	1.85	3.03	4.43	6.01	7.86	10.02	12.52	15.33	18.58	
เงินสดคงเหลือปลายงวด	1.85	3.03	4.43	6.01	7.86	10.02	12.52	15.33	18.58	22.30	

การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) คำนวณโดยการนำกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานของโครงการ คิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน ด้วยการคูณกับ ค่าที่ทำการปรับมูลค่าปัจจุบันที่อัตราคิดลดร้อยละ 12 ซึ่งผลรวมของมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับ 9.03 ล้านบาท หมายความว่า โครงการนี้มีผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนที่เกิดขึ้น เมื่อทำการคิดลดปรับเป็นมูลค่าปัจจุบันตลอดอายุโครงการแล้ว ยังสามารถก่อให้เกิดผลกำไรจากการลงทุน

การวิเคราะห์ดัชนีกำไร (Profitability Index : PI) อัตราส่วนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทน คำนวณโดยนำกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานของโครงการมาแปลงเป็นมูลค่าปัจจุบัน เทียบกับ เงินลงทุนที่แปลงเป็นมูลค่าปัจจุบัน จากการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานมีค่าเท่ากับ 12.24 ล้านบาท และมูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุนมีค่าเท่ากับ 3.21 ล้านบาท เมื่อนำมาเข้าสู่สูตรคำนวณ โดยการนำมูลค่าปัจจุบันของรายรับรวมหารด้วยมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม จะได้ค่าเท่ากับ 3.82 เท่า หมายความว่า มีค่าตอบแทนที่ได้รับมากกว่าค่าใช้จ่ายที่ใช้ไป เมื่อมีค่ามากกว่า 1 ก็แสดงให้เห็นว่าโครงการมีความเหมาะสมและคุ้มค่าแก่การลงทุน

อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) ผลตอบแทนสุทธิของโครงการที่นำมาปรับให้เป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วมีค่าเท่ากับ 0 ซึ่งกำหนดอัตราคิดลดที่ 52% จะได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนที่ 0.0422 ล้านบาท จึงกำหนดอัตราคิดลดที่ 53% มีค่าเท่ากับ -0.0259 ล้านบาท นำมาเพื่อเปรียบเทียบหาค่าที่ใกล้กับ 0 มากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า อัตราผลตอบแทนจะอยู่ระหว่าง 52% ถึง 53% ต่อปี เมื่อคำนวณส่วนต่างของมูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทน 0.0422 - (-0.0259) จะเท่ากับ 0.0681 ล้านบาท คิดเป็นส่วนต่างอัตราคิดลดที่ 1% เมื่อคำนวณส่วนต่างอัตราคิดลดที่ 0.0422/0.0681 จะเท่ากับ 0.61 ดังนั้น อัตราคิดลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 0 คือ 52 + 0.61 จะเท่ากับ 52.61% จึงวิเคราะห์ได้ว่า มูลค่าโครงการมีผลตอบแทนจากการลงทุน 52.61% ต่อปี เมื่อเทียบกับอัตราคิดลด 12% จะพบว่าผลตอบแทนมีค่ามากกว่าอัตราคิดลด แสดงให้เห็นว่าโครงการมีอัตราผลตอบแทนที่น่าสนใจจากการลงทุน

ระยะเวลาคืนทุนคิดลด (Discount Payback Period : DPB) ระยะเวลาที่มีผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มต้น มีการลงทุนเริ่มต้น 3.21 ล้านบาท และกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานสะสมหลังปรับเป็นมูลค่าปัจจุบัน ปีที่ 2 มีกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานสะสมน้อยกว่าเงินลงทุนเริ่มต้นที่มูลค่า -0.72 ล้านบาท และปีที่ 3

มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิสะสมเท่ากับ 0.38 ล้านบาท ซึ่งระหว่างปีที่ 2 กับปีที่ 3 มีรายรับต่างกันที่ 1.11 ล้านบาท จึงสามารถคำนวณได้ว่า ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2 ปี + $(0.72 \times 365/1.11)$ (กำหนดให้ 1 ปี เท่ากับ 365 วัน) เท่ากับ 2 ปี + 239 วัน จึงเท่ากับว่าระยะเวลาคืนทุนคิดลดของโครงการ ใช้เวลาในการคืนทุนทั้งสิ้น 2 ปี 7 เดือน 29 วัน

การวิเคราะห์ความไวของโครงการ (Sensitivity Analysis) การศึกษาความไวของโครงการนี้ ต้องการศึกษาดังความคุ้มค่าต่อการลงทุนของโครงการในกรณีที่โครงการมีการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด 4 กรณี คือ กรณีต้นทุนวัตถุดิบเพิ่มขึ้น 5% และ 10% และกรณีรายรับลดลง 5% และ 10% ว่าในแต่ละกรณีจะส่งผลกระทบต่อกำไรของโครงการอย่างไรและกรณีใดที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อโครงการบ้าง เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ศึกษาเฝ้าระวังปัจจัยนั้นๆอย่างใกล้ชิด ซึ่งกำหนดดังนี้

สรุปผลการวิเคราะห์ความไวของโครงการ	NPV (ล้านบาท)	PI (เท่า)	IRR (%)	DPB (วัน)
กรณีที่ 1 ต้นทุนวัตถุดิบเพิ่มขึ้น 5% และรายรับคงที่	6.61	3.06	42.54%	3 ปี 5 เดือน 24 วัน
กรณีที่ 2 ต้นทุนวัตถุดิบเพิ่มขึ้น 10% และรายรับคงที่	4.20	2.31	32.15%	4 ปี 10 เดือน 9 วัน
กรณีที่ 3 รายรับลดลง 5% และต้นทุนรวมคงที่	7.68	3.40	46.88%	3 ปี 29 วัน
กรณีที่ 4 รายรับลดลง 10% และต้นทุนรวมคงที่	6.33	2.97	41.12%	3 ปี 7 เดือน 22 วัน

หากต้นทุนค่าวัตถุดิบเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และมีผลตอบแทนคงที่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 6.61 ล้านบาท ดัชนีกำไร (PI) เท่ากับ 3.06 เท่า อัตราผลตอบแทนภายใน เท่ากับ 42.54% และระยะเวลาคืนทุนคิดลด เท่ากับ 3 ปี 5 เดือน 24 วัน

หากต้นทุนค่าวัตถุดิบเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และมีผลตอบแทนคงที่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 4.20 ล้านบาท ดัชนีกำไร (PI) เท่ากับ 2.31 เท่า อัตราผลตอบแทนภายใน เท่ากับ 32.15% และระยะเวลาคืนทุนคิดลด เท่ากับ 4 ปี 10 เดือน 9 วัน

หากรายรับลดลงร้อยละ 5 และมีต้นทุนรวมคงที่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 7.68 ล้านบาท ดัชนีกำไร (PI) เท่ากับ 3.40 เท่า อัตราผลตอบแทนภายใน เท่ากับ 46.88% และระยะเวลาคืนทุนคิดลด เท่ากับ 3 ปี 29 วัน

หากรายรับลดลงร้อยละ 10 และมีต้นทุนรวมคงที่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 6.33 ล้านบาท ดัชนีกำไร (PI) เท่ากับ 2.97 เท่า อัตราผลตอบแทนภายใน เท่ากับ 41.12% และระยะเวลาคืนทุนคิดลด เท่ากับ 3 ปี 7 เดือน 22 วัน

สรุปผลการวิเคราะห์โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุนทุกกรณี เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิทุกกรณี มีค่าเป็นบวก ดัชนีกำไรทุกกรณี มีค่ามากกว่า 1 อัตราผลตอบแทนภายในทุกกรณี มีค่ามากกว่าอัตราคิดลดที่ร้อยละ 12 ระยะเวลาคืนทุนทุกกรณี มีระยะเวลาดำเนินการต่ำกว่า 5 ปี แต่ทั้งนี้จะเห็นว่า ในกรณีที่ 2 ปัจจัยด้านต้นทุนวัตถุดิบเมื่อเพิ่มขึ้นแล้วส่งผลกระทบต่อโครงการมากที่สุด จึงกล่าวได้ว่าโครงการมีปัจจัยที่ต้องพึงระวังมากที่สุด คือปัจจัยด้านต้นทุนที่ต้องควบคุมให้ดีที่สุด

สรุปผลข้อมูลการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการด้วยเครื่องมือทางการเงิน

NPV (บาท) มีค่าเท่ากับ	9.03
PI (เท่า) มีค่าเท่ากับ	3.82
IRR (%) มีค่าเท่ากับ	52.61
DPB (วัน) มีค่าเท่ากับ	2 ปี 7 เดือน 29 วัน

สรุปผลข้อมูลการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการด้วยเครื่องมือทางการเงิน จากการคำนวณอัตราผลตอบแทนการลงทุนที่ได้ ภายในระยะเวลาที่กำหนดตามสมมติฐาน คือ ความเป็นไปได้ในการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูกของบริษัท นันทพันธ์พรินต์ติ้ง จำกัด มีความเป็นไปได้ในการลงทุน จึงควรยอมรับตัดสินใจในการลงทุนโครงการตามเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 9.03 ล้านบาท ดัชนีกำไร (PI) เท่ากับ 3.82 เท่า อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 52.61% และมีระยะเวลาคืนทุนที่ 2 ปี 7 เดือน 29 วัน

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูกของ บริษัท นันทพันธ์พรินต์ติ้ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าข้อมูลที่ได้มีความสอดคล้องกันกับ งานศึกษาวิจัยของคุณนงนุช เหล่าพาณิชย์กุล (2550) ซึ่งศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโรงพิมพ์ครบวงจรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการการตลาด ผู้บริโภคจะมีความต้องการในสินค้าที่มีคุณภาพและการส่งมอบที่ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด โดยจะให้ความสำคัญในส่วนของการสร้างการรับรู้และการจดจำในตราสัญลักษณ์ของตน ในด้านเทคนิคก็จะมีการจัดวางผังกระบวนการผลิต และการวางผังโรงงานให้สามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงในด้านการจัดการ ก็มีจัดให้จัดบุคลากรให้ครบทุกตำแหน่งเพื่อรองรับต่อความต้องการของลูกค้าได้สมบูรณ์ นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้มีความสอดคล้องกันกับงานศึกษาวิจัยของคุณสิทธิพรพรณ ผลสินธุ์ (2562) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจโรงพิมพ์ ในเนื้อหาด้านความต้องการของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนมากจะค้นหาข้อมูลผู้ให้บริการตามช่องทางออนไลน์ และมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจคือการบริการของพนักงานที่รวดเร็ว รวมถึงการจัดส่งตามระยะเวลาที่กำหนด โดยจะต้องมีแผนให้การบริการจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคลรวมถึงกลยุทธ์ในการให้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถทำกำไรและมีแนวโน้มในการดำเนินงานได้ดีมากขึ้น ซึ่งจากผลการศึกษาของคุณสิทธิพรพรณ ผลสินธุ์ (2562) นี้มีผลปรากฏว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวก และมีอัตราผลตอบแทนภายในมากกว่าต้นทุนของเงินทุน ทำให้แผนธุรกิจมีความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเครื่องจักรผลิตกล่องลูกฟูก ที่พบว่า โครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวก มีอัตราผลตอบแทนภายในมากกว่าต้นทุนของดอกเบี้ยเงินกู้ มีดัชนีกำไรมากกว่า 1 เท่า มีและมีระยะเวลาคืนทุนไม่เกิน 5 ปี ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันในทางด้านการเงิน

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากการศึกษานี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโดยเฉพาะของบริษัท นันทพันธ์พรินต์ติ้ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งอาจจะมีปัจจัยที่แตกต่างจากการลงทุนของผู้ที่ต้องการทำธุรกิจใหม่ตั้งแต่ต้น เนื่องด้วย บริษัท นันทพันธ์พรินต์ติ้ง จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับงานประเภทสื่อสิ่งพิมพ์อยู่เดิมแล้ว ทำให้อาจมีปัจจัยหลากหลายที่มีการส่งเสริมและเกื้อหนุนในการลงทุน ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นไปได้ในการลงทุนให้มีโอกาสและความเป็นไปได้มากกว่าผู้เริ่มต้นในการลงทุนตั้งแต่แรก โดยในส่วนของความเป็นไปได้ในด้านการตลาด ก็จะมีปัจจัยที่เกื้อหนุนเนื่องจากมีกลุ่มลูกค้าเดิมที่ใช้บริการงานในด้านสิ่งพิมพ์ โดยอาจมีปัจจัยดังกล่าวนี้ในการทำการตลาดที่ง่ายมากขึ้น อาจส่งผลต่อการประมาณการยอดขายที่เพิ่มขึ้นให้เป็นไปได้จริงตามที่คาดไว้ได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ในส่วนของความเป็นไปได้ในด้านเทคนิค ก็มีปัจจัยในด้านของทำเลที่ตั้งที่มีอยู่เดิมแล้ว ซึ่งเป็นทำเลที่อยู่ติดถนน และเป็นทำเลที่มีรถผ่านสัญจร สามารถเดินทางมาได้ง่ายและที่มีจอรถในการรองรับลูกค้าได้อย่างเพียงพอ อีกทั้งก็มีโรงงานที่มีพื้นที่เพียงพอในการรองรับสำหรับการลงทุนเครื่องจักรใหม่ ทำให้ไม่ต้องเสียเงินทุนในเรื่องของสถานที่เพิ่มเติม และในส่วนสำคัญด้านความเป็นไปได้ทางการเงิน เนื่องจากการศึกษานี้มีการกำหนดให้ใช้แหล่งเงินทุนจากเงินทุนจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด จึงทำให้ไม่ต้องมาพิจารณาในด้านของการจัดหาเงินทุนจากสถาบัน

การเงิน จึงไม่มีต้นทุนในด้านของดอกเบี้ยเงินกู้ในการลงทุนเพิ่มเติมนี้ ซึ่งก็เป็นส่วนสำคัญในการวิเคราะห์และส่งผลต่อความเป็นไปได้ทางการเงิน ที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุนนี้ ดังนั้นสำหรับผู้อื่นที่ได้ศึกษางานวิจัยนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนอื่นๆ จะต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่แตกต่างกันเหล่านี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเหมาะสมกับธุรกิจของตนให้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- ทิมข่าว TCIJ. (2562). *สื่อสิ่งพิมพ์ไทย' ในยุค Disrupt ถึงจุดดิ่งสุดหรือยัง?*. สืบค้นจาก <https://www.tcijthai.com/news/2019/11/scoop/9541>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). *รายงานนโยบายการเงิน ฉบับเดือนมีนาคม 2564*. สืบจาก <https://www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Press/2021/Pages/n2264.aspx>
- นงนุช เหล่าพาณิชย์กุล. (2550). *การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโรงแรมพักรบวงจร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- พฤกษา สร้อยหอม. (2558). *โครงสร้างตลาดและปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของบรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูกในประเทศไทย*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). *บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งรับอานิสงส์ E-Commerce*. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/36225.aspx>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *สรุปผลข้อมูลเบื้องต้น สำมะโนอุตสาหกรรม พ.ศ.260 การเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน : ภาคกลาง*. สืบค้นจาก <https://www.ryt9.com/s/nso/2731261>
- สิทธิพรธณ ผลสิทธิ์. (2562). *แผนธุรกิจโรงแรมสำหรับผู้ประกอบการ SMEs*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)