

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและเหตุผลในการศึกษา

ปัจจุบันภาครัฐได้มีการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์พื้นบ้านอย่างจริงจัง ดังจะเห็นได้จากในช่วงหลายปีที่ผ่านมาหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐได้มีการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนในท้องถิ่นหันมาสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีการจัดประกวดผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทั้งในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด และระดับประเทศ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น อันเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนต่อไป จึงมีอาจที่จะปฏิเสธได้ว่าผลิตภัณฑ์ต่างๆ เหล่านี้มีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษลูกฟูกรวมทั้งแผ่นกระดาษลูกฟูกแบบชนิด 2 ชั้น เพื่อทำหน้าที่ในการช่วยป้องกันและรักษาคุณภาพของสินค้าให้ส่งไปยังจุดหมายปลายทางอย่างเรียบร้อยและเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการขนส่ง อันจะทำให้ประเทศชาติมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีเสถียรภาพ โดยเห็นได้จากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 ซึ่งพิจารณาจากอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจในอัตราที่เพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product :GDP) โดยเฉพาะในภาคการผลิตและภาคเกษตรกรรมซึ่งเป็นภาคที่ทำให้ GDP ของประเทศขยายตัว (ตารางที่ 1.1) อุตสาหกรรมต่างๆ เหล่านี้จำเป็นต้องใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูก ทั้งนี้เพราะสะดวกต่อการบรรจุและสามารถขนส่งส่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ครั้งละมากๆ โดยมีขนาดและมาตรฐานเดียวกัน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2547: ออนไลน์)

จากอดีตที่ผ่านมา อัตราการเจริญเติบโตของความต้องการใช้กล่องกระดาษลูกฟูกมีการขยายตัวสูงกว่าอัตราการขยายตัวของ GDP ของประเทศ (ตารางที่ 1.1) ประกอบกับสัดส่วนการใช้กระดาษต่อประชากร (Consumption of Paper per Capita) ของประเทศไทย ยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น หรือประเทศในกลุ่มยุโรป (ตารางที่ 1.2) อย่างไรก็ตาม ความต้องการใช้กล่องกระดาษลูกฟูกภายในประเทศมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 713,000 ตันในปี พ.ศ. 2536 เป็น 1,223,000 ตันในปี พ.ศ. 2546 (ตารางที่ 1.3) ดังนั้นเมื่อเศรษฐกิจได้รับการพัฒนา ธุรกิจบรรจุภัณฑ์จึงมีโอกาที่จะขยายตัวได้อีกมาก เนื่องจากความ

ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกระดาษถูกผูกเป็นอุปสงค์แบบต่อเนื่อง (Derived Demand) คือขึ้นอยู่กับ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจซึ่งรวมถึง การขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม และภาคการส่งออก

ตารางที่ 1.1 อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2536 – 2547

หน่วย : ร้อยละ

	อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ											
	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547p ^{1/}
GDP ^{2/}	8.3	9.0	9.2	5.9	-1.4	-10.5	4.4	4.6	1.9	5.3	7.5	8
ภาคเกษตรกรรม	-2.4	5.0	3.5	4.1	-0.9	-1.5	2.2	6.4	2.7	0.5	n/a	n/a
ภาคการผลิต	9.8	9.5	10.0	6.1	-1.4	-11.6	4.7	4.4	1.8	5.8	n/a	n/a
ภาคการส่งออก	13.4	22.1	24.8	-1.9	3.8	-6.8	7.4	19.5	-6.9	5.7	n/a	n/a
กระดาษคราฟท์	15.6	15.3	8.6	5.1	2.9	-20.9	11.8	10.2	7.8	8.5	6.5	8
กล่องกระดาษถูกผูก	16.8	18.7	2.9	6.2	2.7	-17.0	13.9	10.8	9.1	7.9	4.4	8

หมายเหตุ: p หมายถึง ตัวเลขประมาณการ

1/ หมายถึง ตัวเลขประมาณการตั้งแต่เดือน ม.ค. - ธ.ค พ.ศ. 2547

2/ หมายถึง GDP ณ.ราคาคงที่ปี พ.ศ. 2531

n/a หมายถึง ไม่มีตัวเลข

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2547: ออนไลน์)

สมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทย (2546)

ตารางที่ 1.2 การใช้กระดาษต่อประชากร ระหว่างปี พ.ศ. 2534 – 2543

หน่วย : กิโลกรัมต่อหัว

ประเทศ	ปี พ.ศ.									
	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543
สหรัฐฯ	302	309	319	333	325	319	335	336	347	332
ญี่ปุ่น	235	228	224	234	238	245	249	237	239	250
สิงคโปร์	207	217	212	230	191	174	161	151	160	160
ออสเตรเลีย	126	128	126	138	153	145	142	144	147	193
กลุ่มยุโรป	92	90	90	97	92	91	99	102	111	125
ไทย	24	24	27	30	35	37	38	35	29	34

ที่มา: Paper Consumption per Capita (2002: 8)

ตารางที่ 1.3 ความต้องการใช้กล่องกระดาษลูกฟูกและกระดาษกราฟท์ของประเทศไทย

หน่วย: พันตัน

ความต้องการ	ปี พ.ศ.										
	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546p
กระดาษกราฟท์	850	980	1,064	1,118	1,150	910	1,018	1,122	1,209	1,312	1,488
กล่องกระดาษลูกฟูก	713	847	871	926	951	789	898	995	1,085	1,171	1,223

หมายเหตุ: p ตัวเลขประมาณการ

ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทย (2546)

บรรจุภัณฑ์ที่ดีมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค จึงทำให้ผู้ผลิตสินค้านำบรรจุภัณฑ์มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งแผ่นกระดาษลูกฟูกแบบ 2 ชั้น เป็น บรรจุภัณฑ์ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายและมีการขยายตัวค่อนข้างสูงอย่างต่อเนื่อง เพราะสามารถนำกลับมาใช้งานได้ใหม่ ย่อยสลายได้ง่าย มีน้ำหนักเบา ราคาถูก แข็งแรง มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และสะดวกต่อการห่อหุ้มและบรรจุสินค้า ตัวอย่างสินค้าที่นิยมใช้แผ่นกระดาษ

ลูกฟูกชนิด 2 ชั้น ได้แก่ การห่อหุ้มงานหัตถกรรมต่างๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น งานแกะสลักไม้ ชนิดต่างๆ งานไม้เฟอร์นิเจอร์ งานเซรามิค และงานผ้าทอมือ เป็นต้น

สำหรับในเขตภาคเหนือพบว่าบริเวณพื้นที่ใน 3 จังหวัด คือ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน และจังหวัดลำปาง มีการประกอบธุรกิจที่ต้องใช้แผ่นกระดาศลูกฟูกชนิด 2 ชั้นกันมาก โดยที่จังหวัดเชียงใหม่จะมีปริมาณการใช้มากที่สุดโดยคาดว่าจะมีปริมาณการใช้ประมาณ 2,500 ตันต่อปี ส่วนจังหวัดลำพูนและจังหวัดลำปางประมาณ 2,500 ตันปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่มีเครื่องจักรในการผลิตแผ่นกระดาศลูกฟูกใน 3 จังหวัดดังกล่าวอยู่เพียง 2 แห่งเท่านั้น คือ บริษัท ซีพีดี ซีทบอร์ด จำกัด และบริษัท ซีเค เชียงใหม่กล่องกระดาศ จำกัด จากจำนวนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจกล่องกระดาศลูกฟูกทั้งหมด 14 ราย ซึ่งส่วนใหญ่แผ่นกระดาศลูกฟูกชนิด 2 ชั้นจะเป็นการสั่งมาจากโรงงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศหรือบริษัท CARGO รายใหญ่ต่างๆ นั้น มีสำนักงานมากมายในท้องที่อำเภอหางดง และ อำเภอสันกำแพง โดยมีผู้ประกอบการรายใหญ่มากกว่า 20 ราย เช่น ศูนย์การบรรจุหีบห่อ บริษัท แอร์ โอเชียน ทรานสปอร์ต เซอร์วิส จำกัด บริษัท ไพโอเนียร์ คาร์โก้ เซอร์วิส จำกัด หจก. โปร แพคกิ้ง แอนด์ ทรานสปอร์ต เซอร์วิส จำกัด หจก. ไทย เดคคอร์ คาร์โก้ จำกัด บริษัท วี แพค แอนด์ มูฟ จำกัด Orchid Express Inter Co.,Ltd. World Port Service Co.,Ltd. Ricco Inter Transport Co.,Ltd. และบริษัท บุญชาติ ทรานสปอร์ต จำกัด เป็นต้น ซึ่งบริษัทต่างๆ เหล่านี้เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสำคัญที่มีการใช้แผ่นกระดาศลูกฟูกชนิด 2 ชั้นเป็นจำนวนมาก จึงเป็นประเด็นสำคัญที่น่าจะทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการผลิตแผ่นกระดาศลูกฟูกชนิด 2 ชั้นในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากการตั้งโรงงานผลิตแผ่นกระดาศลูกฟูกในจังหวัดเชียงใหม่จะทำให้ผู้ประกอบการที่ใช้แผ่นกระดาศลูกฟูกเป็นบรรจุภัณฑ์ในการบรรจุสินค้าสามารถลดต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะส่งผลทำให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงขั้นตอนและกระบวนการในการผลิตแผ่นกระดาศลูกฟูกชนิด 2 ชั้น

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงลักษณะ โครงสร้างทางการตลาดของธุรกิจบรรจุภัณฑ์แผ่นกระดาศลูกฟูกชนิด 2 ชั้นในจังหวัดเชียงใหม่

1.2.3 เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจบรรจุภัณฑ์แผ่นกระดาศลูกฟูกชนิด 2 ชั้นในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ทำให้ทราบถึงขั้นตอน กระบวนการผลิตแผ่นกระดาษลูกฟูกชนิด 2 ชั้น โครงสร้างทางการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คู่แข่งขัน รวมทั้งปริมาณการใช้โดยประมาณ

1.3.2 ทำให้ทราบความเป็นไปได้ของโครงการประกอบธุรกิจ โรงงานผลิตแผ่นกระดาษลูกฟูกชนิด 2 ชั้น โดยพิจารณา ผลตอบแทนของการลงทุนจาก ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR) และความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis)

1.3.3 ทำให้ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่มีทางเลือกในการซื้อแผ่นกระดาษลูกฟูกชนิด 2 ชั้นเพิ่มมากขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อผู้ลงทุนหรือผู้ประกอบการในที่จะลงทุนในธุรกิจผลิตแผ่นกระดาษลูกฟูกชนิด 2 ชั้น ตลอดจนภาครัฐที่จะใช้เป็นข้อมูลในการส่งเสริมธุรกิจประเภทนี้

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษารั้งนี้ เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการผลิตแผ่นกระดาษลูกฟูก 2 ชั้น ที่ตั้งอยู่ใน จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีขอบเขตของการศึกษาดังนี้

1.4.1 ศึกษาเฉพาะการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษที่เป็นแผ่นกระดาษลูกฟูก และใช้วัตถุดิบจากกระดาษคราฟท์เท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากเป็นที่นิยมใช้กันในอุตสาหกรรมผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก เพราะมีความเหนียว น้ำหนักเบา และทนต่อแรงกระแทกได้ดี

1.4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินซึ่งพิจารณาระยะเวลาโครงการ 11 ปี ตามการเสื่อมสภาพของเครื่องจักร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547-2557

1.4.3 ศึกษาขั้นตอน กระบวนการและเทคนิคในการผลิตแผ่นกระดาษลูกฟูก รวมถึงลักษณะและโครงสร้างทางการตลาดของธุรกิจ พิจารณาจากบทบาท แนวโน้ม สภาพการณ์ทางการตลาด โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจ

1.5 วิธีการศึกษา

1.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษลูกฟูก หรือผู้ผลิตแผ่นกระดาษลูกฟูกชนิด 2 ชั้นจำนวน 5 ราย รวมทั้งผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

กับการซื้อขายแผ่นกระดาษลูกฟูกชนิด 2 ชั้น ข้อมูลที่ได้ เช่น ขั้นตอน กระบวนการทางการผลิต เป็นต้น

2) ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสารของหน่วยงานราชการ เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย อุตสาหกรรมจังหวัด และหน่วยงานของเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมบรรจุภัณฑ์ไทย สมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทย กลุ่มบริษัทสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด เป็นต้น ข้อมูลที่ได้ เช่น รายชื่อของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในธุรกิจบรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูก รายชื่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย แนวโน้มและทิศทางของบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทย ตัวเลขประมาณการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไทย และราคาขายของแผ่นกระดาษลูกฟูก 2 ชั้น เป็นต้น

1.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ในการศึกษาใช้ตาราง แผนภาพ และการพรรณนาเพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนและกระบวนการในการผลิต รวมถึงพรรณนาลักษณะและโครงสร้างทางการตลาด ซึ่งได้แก่ บทบาท แนวโน้ม สภาพการณ์ทางการตลาด และวิเคราะห์ถึง โอกาสและอุปสรรคของโครงการผลิตแผ่นกระดาษลูกฟูก 2 ชั้น

2) การวิเคราะห์เชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ทางการเงินซึ่งนำข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากการศึกษาสภาพทางด้านเทคนิคมาประเมินต้นทุนของโครงการ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ นำข้อมูลจากการศึกษาสภาพทางการตลาดมาประเมินผลตอบแทนของโครงการ ได้แก่ รายได้จากการขายสินค้า และนำผลที่ได้จากการประเมินในแต่ละด้านมาวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการ โดยทำการวิเคราะห์ผ่านตัวชี้วัดความคุ้มค่าต่างๆ ดังนี้

2.1) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) คือ ระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิ มีค่าเท่ากับค่าเงินลงทุนของโครงการ ถ้าโครงการมีระยะเวลาคืนทุนเร็ว ถือว่าโครงการประกอบธุรกิจผลิตแผ่นกระดาษลูกฟูกชนิด 2 ชั้น เป็นโครงการที่ดีน่าลงทุน

2.2) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) คือความแตกต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของรายได้ที่ได้รับจากโครงการการลงทุน และมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนที่เกิดจากโครงการลงทุน หรือมูลค่าปัจจุบันของรายได้สุทธิที่ได้รับจากโครงการ หลักเกณฑ์การเลือกโครงการตามวิธีนี้คือ จะเลือกโครงการลงทุนที่ให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิตั้งบวก (NPV > 0) แสดงว่ามูลค่าปัจจุบันของรายได้มากกว่ามูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่าย

2.3) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) คือ อัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของรายได้เท่ากับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายของโครงการ หรืออัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับศูนย์ ซึ่งอัตราผลตอบแทนที่ทำให้โครงการนั้นคุ้มทุนพอดีจะต้องมีหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจ คือ IRR ของโครงการสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาสทุน จึงจะยอมรับโครงการได้

2.4) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: B/C Ratio) คือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของรายได้กับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุของโครงการ ซึ่งหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจคือ B/C Ratio มากกว่า 1 แสดงว่ามีผลประโยชน์มากกว่าต้นทุนที่เกิดขึ้นจากโครงการ

2.5) การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis) คือ การวิเคราะห์เมื่อปัจจัยต่างๆ เปลี่ยนไปจากค่าที่พยากรณ์ไว้แล้วผลตอบแทนและต้นทุนของโครงการจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร โดยพิจารณาจาก 4 กรณี ดังนี้

2.5.1) กรณีต้นทุนค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในขณะที่ผลตอบแทนจากการขายสินค้าคงที่

2.5.2) กรณีต้นทุนค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 ในขณะที่ผลตอบแทนจากการขายสินค้าคงที่

2.5.3) กรณีผลตอบแทนจากการขายสินค้าลดลงร้อยละ 5 ในขณะที่ต้นทุนค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้าคงที่

2.5.4) กรณีผลตอบแทนจากการขายสินค้าลดลงร้อยละ 7 ในขณะที่ต้นทุนค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้าคงที่

1.6 ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษารวมจำนวน 10 เดือน ตั้งแต่เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2546 ถึงเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2547