

บทที่ 2

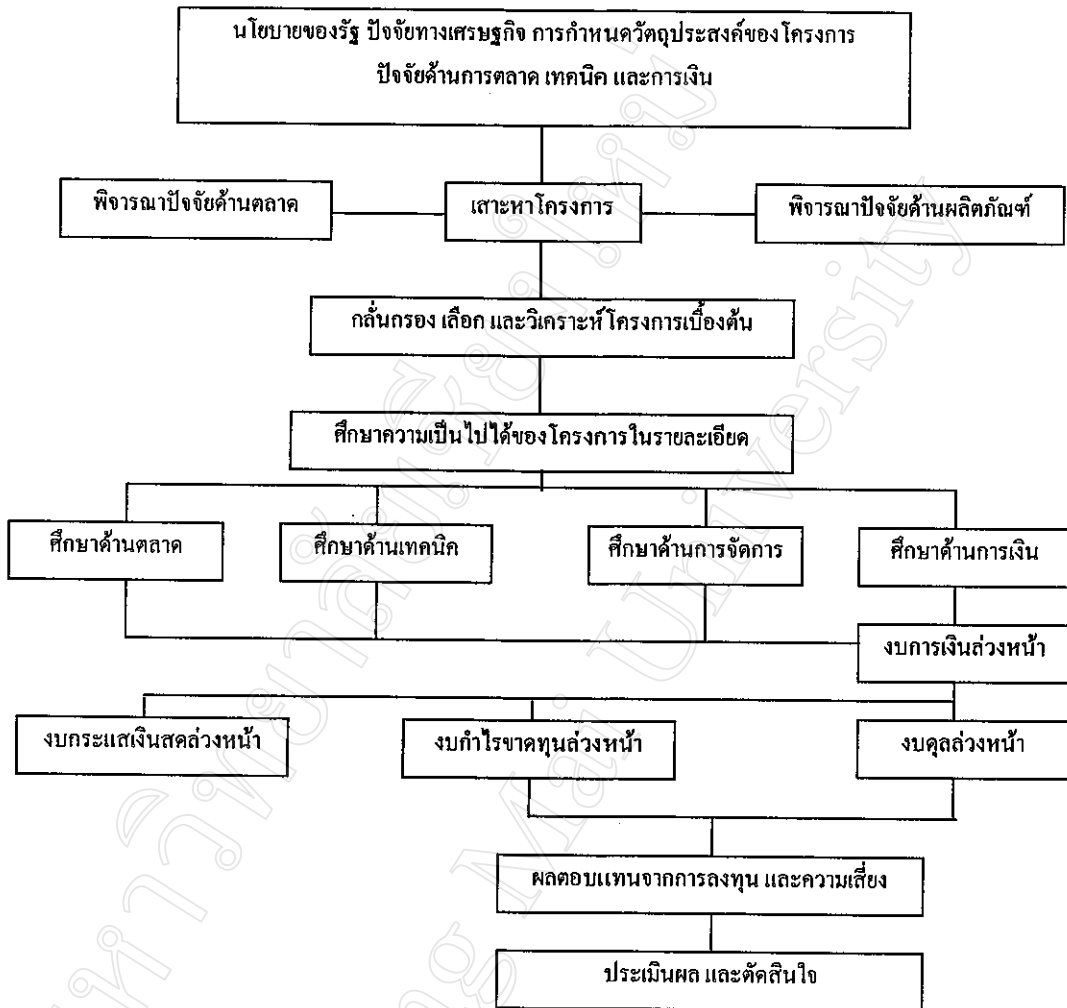
ทฤษฎี แนวความคิด และทบทวนวรรณกรรม

การศึกษานี้ได้มีการนำแนวความคิดการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) มาใช้ในการวิเคราะห์ผลซึ่งสามารถกล่าวโดยสังเขปได้ดังนี้

แนวความคิดการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ² คือ การศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด ทั้งในขอบเขตกว้างที่เรียกว่ามหภาค และในขอบเขตที่มีรายละเอียดลึกกลงไปที่เรียกว่าจุลภาค ซึ่งโครงการอุตสาหกรรมโดยทั่วไปจะมีกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม คือกิจกรรมด้านการตลาด เทคนิค การจัดการ และด้านการเงิน ผลของกิจกรรมดังกล่าวจะสรุป หรือสะท้อนออกมาให้เห็นในรูปของงบการเงินล่วงหน้า (Proforma Financial Statement) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่นำมาประเมินผล และตัดสินใจลงทุนในโครงการ โดยพิจารณาที่ผลตอบแทนจากการลงทุน และความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้น แนวความคิดการศึกษาความเป็นไปได้แสดงไว้ในภาพที่ 1

² ชัยยศ สันตวิงษ์, การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (2539), หน้า 37



ภาพที่ 1 แผนผังแสดงขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ³

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะพิจารณาปักจ้งต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินการตามโครงการ โดยสามารถจำแนกได้ดังนี้

1. การศึกษาสภาวะแวดล้อมของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม

เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปที่มีผลต่ออุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ

³ เรื่องเดียวกัน, หน้า 37

1.1 **สภาวะแวดล้อมโดยทั่วไปทางธุรกิจ**⁴ (General Environment) สภาวะแวดล้อมนี้จะไม่มีความสัมพันธ์กับองค์กรโดยตรง เป็นปัจจัย หรือตัวแปรต่างๆ ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานขององค์กร แต่สามารถมีอิทธิพล หรือผลกระทบทางอ้อมต่อองค์กรได้ เช่น สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี

1.2 **สภาวะแวดล้อมทางอุตสาหกรรม**⁵ (Industry Environment) สภาวะแวดล้อมทางอุตสาหกรรมนี้เป็นสภาวะแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับองค์กรโดยตรง เป็นตัวแปรที่มีผลกระทบโดยตรง หรือถูกกระทบโดยตรงจากการดำเนินกิจการขององค์กร เช่น ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่แข่งขัน ผู้จัดการจำหน่าย ผู้จัดการวัตถุดิบ อุตสาหกรรมที่องค์กรธุรกิจดำเนินการอยู่ สภาพแรงงาน หรือองค์กรทางการค้าต่างๆ

โดยที่สภาวะแวดล้อมทั้งสองประการจะประกอบด้วยตัวแปร และปัจจัยมากมายที่จะก่อให้เกิดโอกาส และข้อจำกัดต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร ปกติตัวแปรเหล่านี้จะมีลักษณะที่สามารถควบคุมได้ในระยะสั้น หรือไม่สามารควบคุมได้เลย ผู้บริหารขององค์กรธุรกิจจะต้องมีความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างสภาวะแวดล้อมต่างๆเหล่านี้กับกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อที่จะได้สามารถกำหนดหรือทำการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ขององค์กรให้มีความเหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงในสภาวะแวดล้อมต่างๆ

2. การศึกษาสภาวะแวดล้อมของจังหวัดเชียงใหม่

เป็นการศึกษาวิเคราะห์สภาวะด้านเศรษฐกิจ สังคม ด้านโครงสร้าง และระบบบริการขั้นพื้นฐานของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ แม้จะ ไม่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ แต่สามารถมีอิทธิพล หรือผลกระทบทางอ้อมต่อองค์กรธุรกิจได้

3. การศึกษาด้านการตลาด⁶

เป็นการวิเคราะห์สภาวะการณ์ โอกาส และกลยุทธ์ทางการตลาด โดยพิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมายหรือขนาดของตลาด และส่วนประสมทางการตลาด ตลอดจนสภาพแวดล้อมต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งปัจจัยอื่นที่อาจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จุดมุ่งหมายเพื่อการวางแผนการ

⁴ พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์, การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ (กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), หน้า 71

⁵ เรื่องเดียวกัน, หน้า 71

⁶ บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, คู่มือการวิเคราะห์โครงการด้านการตลาด (กรุงเทพฯ : บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2534), หน้า 1-18.

ตลาดในการจำหน่าย ตลอดจนคาดคะเนรายรับจากยอดขาย โดยผลที่ได้จะเป็นส่วนหนึ่งที่น่ามาใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อประโยชน์ในการประเมินผลและการตัดสินใจลงทุน

ในการนี้ได้มีการนำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix) มาพิจารณาประกอบในการวิเคราะห์ อันประกอบไปด้วย

- ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับนโยบายการคัดเลือกสินค้า การสั่งซื้อสินค้า การหมุนเวียนของสินค้า และคลังสินค้า
- ราคา การกำหนดราคาของสินค้าให้เหมาะสม เพื่อช่วยให้สามารถจำหน่ายสินค้าไปสู่ที่ที่มีความต้องการ
- ช่องทางการจัดจำหน่าย เกี่ยวข้องกับการจัดส่งสินค้าไปยังสถานที่ที่ถูกต้องในเวลาที่เหมาะสม โดยมีค่าใช้จ่ายที่ประหยัด รวมถึงการให้บริการลูกค้าที่ดีที่สุด
- การส่งเสริมการตลาด เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายของกิจการ โดยการแจ้งการบอกกล่าว และการขายความคึกคักความเข้าใจให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการว่ามีจำหน่ายในสถานที่ใด ณ ระดับราคาใด โดยปกติการส่งเสริมการขายจะประกอบด้วย การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling), การขายโดยทั่วไป (Mass Selling) และการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) ซึ่งกิจการจะต้องพิจารณา และวางแผนเลือกใช้วิธีการต่างๆ เหล่านี้ประกอบเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้การส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

4. การศึกษาด้านเทคนิค⁷

การศึกษาด้านเทคนิค เป็นการศึกษาด้านเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการผลิต กระบวนการผลิตเครื่องประดับเทียม กำล้างการผลิต การเลือกทำเลที่ตั้งโรงงาน ขนาดของโรงงาน การจัดหาเครื่องจักรอุปกรณ์ ประสิทธิภาพ และการบำรุงรักษา สิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิต ปัจจัยการผลิต แหล่งจัดหา คุณสมบัติ และปริมาณวัตถุดิบที่ต้องการ ความต้องการ และคุณสมบัติของแรงงาน จุดมุ่งหมายเพื่อคาดคะเนต้นทุนการผลิต และเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร รวมทั้งค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินต่อไป

5. การศึกษาด้านการจัดการ

การศึกษาด้านการจัดการ เป็นการศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบขององค์กรที่ใช้ในการดำเนินงาน การจัดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม การจัดทีมบริหาร การกำหนดหน้าที่ และความ

⁷ บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, คู่มือการวิเคราะห์โครงการด้านเทคนิค (กรุงเทพ : บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2534), หน้า 1-13.

รับผิดชอบของแต่ละสาขางาน และตำแหน่งงาน การกำหนดคุณสมบัติของบุคลากรในแต่ละตำแหน่งงาน และการสรรหาบุคลากร

6. การศึกษาด้านการเงิน

เป็นการศึกษาข้อมูลทางการเงิน เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน โดยจะนำข้อมูลที่ได้จาก การศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการจัดการมาประกอบในการศึกษาด้านการเงิน ในรูปของงบการเงินล่วงหน้า ได้แก่ งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบดุล เพื่อให้การประเมินโครงการมีประสิทธิภาพ และถูกต้องยิ่งขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่

6.1 เครื่องมือประเมินความเสี่ยงของโครงการ

- การวิเคราะห์กระแสเงินสดเข้าออก⁸ (Source and Application of Fund) : เป็นการประมาณการกระแสเงินสดเข้า และออกของโครงการลงทุน เนื่องจากเงินสดเป็นประเด็นสำคัญในการตัดสินใจของธุรกิจ

- การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน⁹ (Break-even Analysis) : จุดที่ปริมาณสินค้าหรือบริการที่ธุรกิจจำหน่ายออกไปแล้ว มีผลทำให้รายได้เท่ากับต้นทุนของสินค้าหรือบริการบวกค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นที่จ่ายออกไปภายในรอบระยะเวลาหนึ่งๆ ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสูตร

$$\text{มูลค่าขาย ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{1 - \frac{\text{ต้นทุนผันแปร}}{\text{ยอดขาย}}}$$

6.2 เครื่องมือประเมินผลตอบแทนของโครงการ

- ระยะเวลาคืนทุน¹⁰ (Payback Period) : ระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับจากโครงการสามารถชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการพอดี โดยนำกระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปีมาเปรียบเทียบกับเงินสดจ่ายลงทุนเมื่อเริ่มโครงการว่าจะใช้เวลานานเท่าใดจึงจะคุ้มกับเงินลงทุนตอนเริ่มโครงการ

⁸ เพชรวิ ชุมทรัพย์, หลักการบริหารการเงิน (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534), หน้า 226.

⁹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 70.

¹⁰ เรื่องเดียวกัน, หน้า 233.

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ¹¹ (Net Present Value) : ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ โดยคำนวณได้จากสูตร

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+k)^t} - C_0$$

โดย B_t = กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปีตลอดอายุโครงการ
 C_0 = เงินจ่ายลงทุนในโครงการ
 n
 $\sum_{t=1}^n$ = ผลบวกของ.....โครงการปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ n
 k = อัตราลดค่า

- อัตราผลตอบแทนลดค่า¹² (Internal Financial Rate of Return) : อัตราลดค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับเท่ากับมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่ายคำนวณได้โดยการหาปัจจัยลดค่าโดยประมาณจากสูตร แล้วนำไปเปิดตารางมูลค่าปัจจุบันแบบสะสม

$$C_0 = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+IRR)^t}$$

โดย B_t = กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปีตลอดอายุโครงการ
 C_0 = เงินจ่ายลงทุนในโครงการ
 n
 $\sum_{t=1}^n$ = ผลบวกของ.....โครงการปลายปีที่ 1 ถึงปลายปีที่ n
 IRR = อัตราผลตอบแทนลดค่า

¹¹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 238.

¹² เรื่องเดียวกัน, หน้า 240.

บทบาทนวัตกรรม

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (2538) ได้ศึกษาโอกาสการลงทุนในอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับในเขตภาคเหนือตอนบน พบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับใน เขตภาคเหนือตอนบนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และมีความสามารถสูงในด้านการส่งออก เนื่องจากมีข้อได้เปรียบด้านฝีมือการเจียรไน การประดิษฐ์ตัวเรือนเครื่องประดับ มีอัตราค่าแรงที่ต่ำกว่า ประเทศคู่แข่งหลายประเทศ และมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ เป็น ที่ยอมรับในตลาดโลก อีกทั้งยังมีโอกาสในการที่จะเป็นศูนย์กลางอัญมณีของโลกในภูมิภาคนี้ อีก ด้วย ในขณะที่อิตาลี และฮ่องกงเป็นผู้ผลิตที่มุ่งตลาดบน ซึ่งถึงแม้ว่ามีอัตราค่าแรงที่สูงแต่อาศัย เทคโนโลยีในการผลิต การทำตัวเรือนที่มีคุณภาพดีกว่า มีการออกแบบ และเจียรไนในลักษณะที่ แปลกใหม่ ราคาเครื่องประดับในกลุ่มนี้จึงสูง สำหรับตลาดล่างนั้นจีน และอินเดียเป็นผู้ผลิต และส่ง ออกที่สำคัญซึ่งอาศัยอัตราค่าแรงที่ต่ำมากทำให้สินค้ามีราคาต่ำและสามารถแข่งขันในตลาดโลก ได้

การออกแบบเครื่องประดับของไทยยังขาดการออกแบบที่แปลก และทันสมัย ซึ่งจาก การออกแบบดังกล่าวมักจะมีแต่ในบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ นอกนั้นก็ลอกเลียนแบบจากต่าง ประเทศหรือยังเป็นแบบดั้งเดิมอยู่ อย่างไรก็ตามการออกแบบนี้ไม่ได้เป็นปัญหาที่สำคัญในตลาด โลก เนื่องจากสามารถพัฒนาได้จากการเรียนรู้ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงแบบของเครื่องประดับ ที่มักจะใช้เวลาประมาณ 2-3 ปี

ตลาดส่งออกเครื่องประดับของไทยคือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เยอรมัน และ ฝรั่งเศส ใน การขยายตัวอุตสาหกรรมเครื่องประดับของไทยจะเพิ่มมากขึ้นนั้น มีปัจจัยหลายอย่างเกี่ยวพัน อันได้แก่ ความได้เปรียบในเรื่องแหล่งวัตถุดิบพลอย ฝีมือการเจียรไน และแรงงานที่มีอัตราค่าจ้าง ต่ำ รวมทั้งการได้รับการส่งเสริมและการสนับสนุนอุตสาหกรรมนี้จากรัฐบาลในเรื่องภาษี อัตราการ นำเข้าวัตถุดิบ เป็นต้น

เนื่องจากอุตสาหกรรมเครื่องประดับมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดความ ต้องการช่างเจียรไน ช่างออกแบบ และช่างประกอบตัวเรือนที่มีฝีมือเพิ่มมากขึ้น และช่างเทคนิค บริหาร นักการตลาดที่จะมารองรับการขยายตัวในอุตสาหกรรมนี้ ถ้าทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมมือ กันช่วยแก้ไขปัญหานี้ได้สำเร็จ ประเทศไทยก็จะสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพส่งเข้าไปแข่งขันกับ ตลาดโลกได้ ซึ่งขณะนี้ประเทศไทยในกลุ่มสหภาพยุโรปครองตลาดอยู่ โดยมีประเทศเบลเยียม ลักเซม เบิร์ก สวิตเซอร์แลนด์ และ อิตาลี ครองตลาดส่วนใหญ่อยู่ ถ้าประเทศไทยสามารถแข่งขันในตลาด บน และสร้างส่วนแบ่งในตลาดบนเพิ่มขึ้น ก็จะสามารถสร้างงานและรายได้ให้กับประเทศไทย อย่างมหาศาล

กระทรวงอุตสาหกรรม (2541) ได้ศึกษาแผนกลยุทธ์เพื่อการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม สาขาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยยังประสบปัญหาในด้านการขาดแคลนช่างฝีมือระดับสูง การขาดแคลนวัตถุดิบ และโครงสร้างภาษีที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการแข่งขันในตลาดการค้า ดังนั้นจึงต้องวางแผนกลยุทธ์เพื่อรองรับวิสัยทัศน์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ อันได้แก่

วิสัยทัศน์ที่ 1 การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยการเปิดศูนย์กลางการค้าและแลกเปลี่ยนอัญมณี การอำนวยความสะดวกในเรื่องภาษี ลดการควบคุมเพื่อการนำเข้าวัตถุดิบ มีกฎระเบียบที่เอื้อต่อการค้า รวมทั้งมีสถาบันอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งเป็นองค์กรอิสระในการวิจัย และเป็นศูนย์ข้อมูลที่ครบวงจรตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

วิสัยทัศน์ที่ 2 เพิ่มมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับเป็น 10,000 ล้านบาทต่อปี ในปี 2545 โดยการพัฒนาบุคลากร เช่น ผู้บริหารระดับกลาง แรงงานฝีมือเชี่ยวชาญในพลอย ช่างขึ้นพิมพ์ รวมทั้งการพัฒนารูปแบบและเทคโนโลยีการผลิต พัฒนาการออกแบบและการตลาด จัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีเพื่อสนับสนุนการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังทำการสร้างศักยภาพในการทำให้ประเทศไทยเป็นฐานการค้า ให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย อีกทั้งสนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อเจาะตลาดเดิม และทำตลาดใหม่ และทำการเจรจาขจัดกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศและกลุ่มการค้า

วิสัยทัศน์ที่ 3 สร้างภาพลักษณ์อัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้เป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพและราคาที่เหมาะสม โดยสนับสนุนสถาบันรับรองคุณภาพ รวมทั้งให้รัฐบาลช่วยสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้า และทำการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทั้งใน และต่างประเทศ

วิสัยทัศน์ที่ 4 การสร้างตราสินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก โดยการพัฒนาเครือข่ายการจำหน่ายในตลาดที่สำคัญของโลกเพื่อให้เป็นที่รู้จักกันอย่างทั่วถึง สร้างความเชื่อถือด้านคุณภาพ และบริการของสินค้าไทยโดยมีการออกไปรับรองคุณภาพ พัฒนาบุคลากรด้านการตลาด และการออกแบบเพื่อรองรับตราสินค้าที่จะสร้างขึ้น รวมทั้งหาผู้ร่วมทุนทางการตลาดจากต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยผลักดันตราสินค้าของไทย และสร้างสัมพันธ์ไมตรีกับผู้ค้าปลีก และกับต่างประเทศ

วิสัยทัศน์ที่ 5 เป็นแหล่งพัฒนาการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์ไทย โดยสนับสนุนการทำวิจัยทางการตลาดเพื่อให้ได้ข้อมูลด้านรสนิยมของลูกค้า และแนวโน้มของแฟชั่น พัฒนาและจัดหาผู้ฝึกสอนด้านการออกแบบ รวมทั้งส่งเสริมให้มีหลักสูตรการออกแบบ

อัญมณีและเครื่องประดับในสถาบันการศึกษาทางช่างศิลปะ และจัดตั้งสถาบันอัญมณีโดยมีหน้าที่
ส่วนหนึ่งในการพัฒนาการออกแบบที่ออกให้ผู้ผลิตแสดงในงานแสดงสินค้า

วิสัยทัศน์ที่ 6 การเป็นศูนย์กลางการพัฒนาบุคลากรด้านอัญมณีแห่งเอเชีย โดยจัดตั้ง
สถาบันพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ และให้สถาบันการศึกษามีความเป็นอิสระในการดำเนินงาน
และบริหารหลักสูตรซึ่งจะทำให้เกิดการแข่งขัน และมีการพัฒนาการสอน คำรา และอุปกรณ์
ต่างๆ รวมทั้งให้รัฐบาลร่วมกับเอกชนสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในส่วนของบุคลากร
ไทย และมีการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยหรือนวัตกรรม