

## บทที่ 6

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการขยายการผลิตเนื้อโคขุนคุณภาพของ บริษัท นอร์ธเทิร์นฟาร์ม (1996) จำกัด สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

#### 6.1 สรุปผลการศึกษา

##### 6.1.1 การวิเคราะห์ด้านการตลาด

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเนื้อโคขุนของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้ำของบริษัท และเป็นผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดเชียงราย จำนวน 322 ราย ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

##### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชาย มีอายุ 20 – 29 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ดำรงตำแหน่งงานผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านวัสดุคงคลัง

##### ตอนที่ 2 สถานภาพทั่วไปของกิจการ

ผลการศึกษาพบว่า กิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดำเนินการมาเป็นระยะเวลา 6 – 10 ปี มีพนักงานต่ำกว่า 11 คน มีเงินทุนจดทะเบียน 10,000,001 – 50,000,000 บาท ผู้ที่ทำหน้าที่ตัดสินใจซื้อเนื้อโคขุนในกิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเจ้าของที่ฝ่ายจัดซื้อหรือเจ้าหน้าที่ฝ่ายที่ได้รับมอบหมาย

##### ตอนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อและการใช้เนื้อโคขุน

ผลการศึกษาพบว่า กิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้เนื้อโคขุน โดยใช้เวลามากกว่า 3 ปี เนื้อโคขุนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อเนื้อโคขุนประเภทที่ใช้ในการปรุงสเต็กคือ เนื้อสันนอก เพื่อนำไปจำหน่ายให้ลูกค้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยซื้อเนื้อโคขุนจากตัวแทนจำหน่ายเนื้อโคขุน และได้รับบริการส่งถึงที่หมาย โดยซื้อเนื้อโคขุนส่วนใหญ่ซื้อเนื้อโคขุนครั้งละ 5 – 10 กิโลกรัม

จำนวน 1 – 3 ครั้งต่อเดือน และการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อ ไคซุน ได้รับจากตัวแทนจำหน่ายเนื้อ ไคซุน

ในกรณีที่เกิดการของกลุ่มตัวอย่างมิได้ใช้เนื้อ ไคซุน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อเนื้อ ไคซุน จากตลาดสด โดยซื้อเนื้อ ไคซุนครั้งละ 5 – 10 กิโลกรัม จำนวน 1 – 3 ครั้งต่อเดือน และมีความสนใจที่จะใช้เนื้อ ไคซุนเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่มีศักยภาพ ซึ่งอยู่ในระหว่างหาข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อ ไคซุนเพื่อการใช้งานในอนาคต

#### ตอนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเนื้อ ไคซุน

ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าทุกปัจจัยมีผลต่อการเลือกซื้อเนื้อ ไคซุนในระดับมาก มีคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเนื้อ ไคซุนในระดับมากที่สุด คือ ภาวะเศรษฐกิจที่คึกคัก

โดยภาพรวมกิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกผู้ผลิตเนื้อ ไคซุน โดยภาพรวมในระดับมาก มีคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ปัจจัยที่ได้ให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกผู้ผลิตเนื้อ ไคซุนในระดับมาก คือ ทำเลที่ตั้ง และความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับผู้ผลิตเนื้อ ไคซุน

กิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประสบปัญหาเกี่ยวกับการใช้เนื้อ ไคซุน โดยภาพรวมในระดับน้อย มีคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 ปัญหาที่เกี่ยวกับการใช้เนื้อ ไคซุนที่เป็นปัญหาในระดับมาก คือ ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องเนื้อ ไคซุนอย่างแท้จริง

และในกรณีที่กิจการของกลุ่มตัวอย่างต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เนื้อ ไคซุน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเชื่อถือข้อมูลจากจากพนักงานของผู้ผลิตเนื้อ ไคซุน

จากการวิเคราะห์ลูกค้า, ภาพรวมธุรกิจไคซุน, สถานะการแข่งขัน พบว่าตลาดยังมีความต้องการบริโภคไคซุนจำนวนมาก และยังไม่สามารถผลิตได้ทันความต้องการดังกล่าว จึงมีความเป็นไปได้ในทางการตลาดของโครงการขยายการผลิตเนื้อ ไคซุนคุณภาพ แต่เนื่องจากเนื้อ ไคซุนเป็นสินค้ามีคุณภาพ ราคาค่อนข้างสูง จึงใช้กลยุทธ์สร้างแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ เน้นความสะดวกบริการตัดแต่งตามความต้องการในการใช้งานของลูกค้า แปรรูปเนื้อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ จัดส่งถึงลูกค้าอย่างรวดเร็วในสภาพที่คงคุณภาพความสดใหม่ ตลอดจนส่งเสริมการขาย โดยแนะนำให้ความรู้เกี่ยวกับเนื้อ ไคซุน และการใช้ชิ้นส่วนเนื้อแต่ละส่วนไปประกอบอาหารตามความเหมาะสมของอาหารแต่ละชนิด โดยพนักงานขายของบริษัทซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความเชื่อถือ ให้กับลูกค้า โรงแรม เกสเฮาส์ รีสอร์ท ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านอาหาร ซึ่งเป็นช่องทางกระจายจำหน่ายของบริษัท

### 6.1.2 การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

เป็นการศึกษาในเรื่อง ลักษณะเฉพาะของสินค้า การแนะนำเกษตรกร ถึง วิธีการเลี้ยงโคอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ผลผลิตเนื้อโคสูง และเป็นเนื้อที่มีคุณภาพคืออย่างสม่ำเสมอ โดยใช้หลักวิชาการในการเลี้ยงด้วยอาหารที่มีคุณค่าสูง กระบวนการผลิตแปรรูป ภายใต้การควบคุมคุณภาพ ควบคุมอุณหภูมิ การใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์แปรรูปเพื่อให้สามารถสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์และเพื่อบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ตลอดจนการตัดแต่งบรรจุหีบห่อเพื่อคงคุณภาพและนำมารับประทาน ทำเลที่ตั้งของโครงการขยายการผลิตอยู่ในบริเวณที่สามารถให้บริการจัดส่งลูกค้าได้สะดวก คือที่เลขที่ 20/11-12 ถนน ห้วยแก้ว อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ในส่วนอาคารและสิ่งปลูกสร้าง เป็นบริเวณปิดเพื่อควบคุมอุณหภูมิ ปลอดภัย ซึ่งจะสามารถ รักษาความสดของเนื้อไว้ได้ วัตถุประสงค์ สาธารณูปโภค เครื่องจักร อุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตดังกล่าว สามารถนำไปใช้ภาคคะแนนต้นทุน ตั้งราคารับซื้อโคขุนได้อย่างยุติธรรมต่อทั้งฝ่ายเกษตรกร และลูกค้าผู้บริโภค เงินลงทุนต่างๆ สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงิน

### 6.1.3 การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

เป็นการศึกษาในเรื่องการจัดการเลี้ยงโค การจัดการบุคลากรเพื่อส่งเสริมและแนะนำการเลี้ยงโคขุนที่ถูกต้องแก่เกษตรกร ตลอดจนชักจูงให้เกษตรกรเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และคุณภาพของโคขุนโดย จัดตารางการทำงานผสมพันธุ์และการคัดเลือกพันธุ์ ซึ่งเป็นหนทางที่จะทำให้การเลี้ยงโคเนื้อมีกำไรสูง ส่วนการป้องกันและการควบคุมโรค ใช้หลักการจัดการด้านสุขภาพและการควบคุมป้องกันโรคของโค และการจัดตารางการทำงานเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ควรศึกษาเพื่อเพิ่มผลผลิตทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม ในส่วนบุคลากรด้านการขายและตัดแต่ง ต้องจัดการเสริมความรู้เรื่องโคขุนรวมถึงความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาหารโคขุนใช้เนื้อโคขุนในแต่ละส่วน ที่จะปรุงอาหารแต่ละชนิดรวมทั้ง ความรู้เรื่องสุขอนามัย ซึ่งบุคลากรเหล่านี้จะได้ถ่ายทอดสู่ลูกค้าต่อไป

### 6.1.4 การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการดำเนินงาน เป็นดังนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period หรือ PB) คือ ระยะเวลาที่กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน ชดเชยเงินลงทุนเริ่มแรกหมดพอดี

ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2 ปี 8 เดือน 8 วัน

2. อัตราผลตอบแทนการลงทุนของโครงการ (Internal Financial Rate of Return หรือ IRR) คืออัตราลดค่า ที่ทำให้กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับภายในระยะเวลาที่กำหนดเท่ากับ เงินลงทุนเริ่มแรก

อัตราผลตอบแทนการลงทุนของโครงการ มีค่าเท่ากับ 30.84

3. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) คือผลต่างระหว่างเงินลงทุนเริ่มแรกกับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีในช่วงระยะเวลาที่กำหนดของโครงการ ณ อัตราที่กำหนด หรือค่าของทุน (Cost of Capital) ซึ่งเป็นอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ผู้ลงทุนต้องการจากการลงทุน จึงใช้เป็นอัตราลดค่าเพื่อคำนวณมูลค่าปัจจุบัน

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ มีค่าเท่ากับ 2,875,756 บาท

4. ดัชนีการทำกำไร (Profitability Index หรือ PI) คืออัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีตลอดอายุของโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสำหรับโครงการลงทุนนั้น ๆ ณ อัตราค่าของทุน

ดัชนีการทำกำไร มีค่าเท่ากับ 1.58

5. การวิเคราะห์ความไวต่อเหตุเปลี่ยนแปลง (Sensitivity Analysis) พบว่าการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต่าง ๆ มีผลกระทบต่อการขายโครงการดังนี้

5.1 ยอดขาย สามารถเปลี่ยนแปลงลงได้ถึงร้อยละ 5.9 โครงการจึงให้ผลตอบแทนไม่คุ้มค่าการลงทุน

5.2 ต้นทุนสินค้าขาย สามารถเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นได้เพียงร้อยละ 9 โครงการจึงให้ผลตอบแทนไม่คุ้มค่าการลงทุน

ตารางที่ 52 ค่าความเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อโครงการ

	ยอดขาย ลดลงไม่มากกว่า	ต้นทุนสินค้าขาย เพิ่มขึ้นไม่มากกว่า
โครงการไม่คุ้มค่าการลงทุน	5.9%	9.00%

จากการวิเคราะห์ทั้ง 4 ด้านคือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน สามารถสรุปได้ว่า มีความเป็นไปได้ของโครงการขยายการผลิตเนื้อโคขุนคุณภาพของ บริษัท นอร์ทเทิร์นฟาร์ม (1996) จำกัด เพื่อจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ และเชียงราย เนื่องมาจากความต้องการของตลาดและความเป็นไปได้ทางการเงิน รวมทั้งศักยภาพทางด้านเทคนิค และการจัดการ

ของบริษัท ตลอดจนผลการดำเนินงานตามโครงการ แสดงให้เห็นถึงฐานะทางการเงินที่ดีมีสภาพคล่องสูง จึงสามารถให้ผลตอบแทนการลงทุนเป็นที่น่าพอใจ

## 6.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพบว่า การขยายโครงการผลิตเนื้อโคขุนคุณภาพนั้นจะต้องพิจารณาในหลายด้านประกอบกัน เพื่อให้โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนมากที่สุด เช่น ในด้านเทคนิคหรือการจัดการ ผู้ประกอบการที่จะตัดสินใจลงทุนจะต้องมีความรู้และประสบการณ์และเข้าใจในธุรกิจนี้ดีพอ หรือมีทีมงานที่มีความชำนาญด้านการจัดการฟาร์มหรือรู้เทคนิคในการเลี้ยงโคที่ดี ทั้งนี้ เพราะการจัดการฟาร์มที่ดีจะมีผลต่อผลตอบแทนและต้นทุนในการดำเนินการ ในด้านผลตอบแทนนั้น การจัดการพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ที่ดีจะมีผลทำให้ได้ปริมาณผลผลิตลูกโคจำนวนมาก และเมื่อนำไปเลี้ยงดูภายใต้การจัดการอย่างมีประสิทธิภาพก็จะสามารถควบคุมต้นทุนในการเลี้ยง โดยเฉพาะต้นทุนค่าอาหารในการเลี้ยงให้อยู่ในระดับต่ำแต่ให้คุณค่าทางโภชนาที่สูง นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาความเป็นไปได้ด้านการตลาดควบคู่ไปด้วย ทั้งนี้เพื่อวิเคราะห์ความแน่นอนของตลาดที่จะรองรับสินค้าจากการผลิตตามโครงการ ซึ่งจะมีผลต่อความเป็นไปได้ของโครงการ กล่าวคือถึงแม้ว่าโครงการจะมีผลตอบแทนทางการเงินจากการลงทุนที่ดี แต่ก็ขึ้นอยู่กับสินค้าของโครงการจะต้องสามารถขายได้หรือเป็นที่ต้องการของตลาด ดังนั้นสำหรับผู้สนใจจะนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ ควรพิจารณาการวิเคราะห์ด้านอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อความเป็นไปได้ของโครงการตามที่ได้กล่าวมาในข้างต้นเพื่อประกอบการพิจารณา เพื่อตัดสินใจได้ว่าโครงการมีความเหมาะสมกับการลงทุนเพียงใด หากมีส่วนใดที่ยังไม่ชัดเจนจะได้มีการวางแผนการลงทุนที่เหมาะสม เพื่อช่วยในการตัดสินใจและประเมินความเป็นไปได้ของโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ

## 6.3 ข้อค้นพบ

1. การตลาดยังมีความสำคัญมาก ทั้งในแง่พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และความต้องการของลูกค้าที่มีความซับซ้อนมากขึ้น เป็นความจำเป็นที่บริษัทต้องทำการสำรวจความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่องรวมทั้งเสริมความรู้ ทักษะในการขาย และความรู้ด้านเทคนิคให้กับบุคลากร โดยเฉพาะบุคลากรด้านการขาย ความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง คือ กิจกรรมอบรมและสาธิตวิธีการประกอบอาหารจากโคขุน สนับสนุนให้มีการเผยแพร่คุณภาพของเนื้อโคขุน โดยอาศัยภาครัฐช่วยสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าวเพื่อเผยแพร่สู่ผู้บริโภคทั่วไป

2. การจัดการและความรู้ด้านเทคนิคด้วยประสบการณ์ที่บริษัททำธุรกิจโคขุนมานานทำให้มีการพัฒนาเทคนิคไม่ว่าจะเป็นการตัดแต่ง หรือระบบการเลี้ยงมีพนักงานที่มีประสบการณ์ด้านนี้มา

นานแต่อย่างไรก็ตามยังขาดทักษะในการแปรรูป ทำผลิตภัณฑ์จากโคขุนซึ่งจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมากขึ้นในอนาคตเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของเนื้อโคขุน ประกอบกับอาหารจะเป็นปัจจัยที่หนึ่งที่มีความจำเป็น และในอนาคตผู้บริโภคมีความรู้สูงขึ้นต้องการคุณภาพมากขึ้น ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงจำเป็นต้องทำอย่างต่อเนื่อง

3. ด้านการเงิน จากการวิเคราะห์มีความเป็นไปได้ทางการเงินสูง ในการลงทุนขยายโครงการ แต่อย่างไรก็ตามต้องบริหารการเงินให้เป็นไปตามสมมุติฐานต้องให้ความสำคัญเรื่องต้นทุน ประกอบกับการพิจารณาตั้งราคาขายให้เหมาะสม หากมีการเปลี่ยนแปลงของสภาวะตลาดที่ไม่สามารถควบคุมได้ นอกจากนี้การควบคุมการให้เครดิตลูกหนี้ และการจ่ายชำระหนี้แก่เจ้าหนี้ให้ตรงเวลาทั้งฝ่ายลูกค้า และเกษตรกรร่วมโครงการ เพื่อสร้างความเชื่อถือในระยะยาว