

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

กระจกเป็นวัสดุที่ใช้ในงานสถาปัตยกรรมอาคารมานานหลายศตวรรษ เพราะมีคุณสมบัติเด่นคือยอมให้แสงผ่าน ช่วยให้อาคารมีความโปร่งใส ตัวกระจกมีการพัฒนาคุณภาพเรื่อยมา ทำให้มีความเหมาะสมในการใช้งานรูปแบบต่าง ๆ สามารถตอบสนองต่อการใช้งานได้หลากหลายรูปแบบตามต้องการ

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยได้มีการก่อสร้างโรงงานผลิตกระจกเพิ่มอีก 3 แห่ง มีกำลังการผลิตเพิ่มจากประมาณ 180,000 ตันต่อปี ในปี 2533 เป็นมากกว่า 500,000 ตันต่อปี ในปี 2539<sup>1</sup> ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความต้องการใช้กระจกมีมากขึ้น สืบเนื่องจากการใช้งานในอาคารบ้านเรือน โดยเฉพาะในอาคารสูง ที่ได้มีการออกแบบ นำกระจกมาเป็นส่วนประกอบหลักในผนังด้านต่าง ๆ เพื่อเสริมให้อาคารบ้านเรือน มีความสวยงาม สง่า โปร่งใส มีบรรยากาศสงบเยือกเย็น อ่อนนุ่ม ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีแก่ผู้พบเห็น

ความต้องการใช้กระจกในปัจจุบัน มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น โดยมีปัจจัยหลักเนื่องมาจากกระจกมีลักษณะเด่นหลายประการ ทั้งทางด้านความเรียบ โปร่งใส และเมื่อเทียบประโยชน์ใช้สอยในลักษณะการใช้งานบางอย่าง จะมีราคาที่เหมาะสมกว่าวัสดุชนิดอื่น ยกตัวอย่างเช่นการใช้งานเป็นบานตู้โชว์ต่าง ๆ จะเห็นว่า การใช้กระจกเป็นบานเปิดตู้ จะทำให้ได้ประโยชน์ทั้งในด้านการป้องกันฝุ่นละออง และยังช่วยให้มองเห็นสิ่งของที่จัดตั้งโชว์อยู่ภายใน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบราคากับการทำบานเปิดเป็นบานไม้ จะเห็นว่า บานกระจกจะมีราคาถูกกว่า และติดตั้งได้รวดเร็วกว่า ดังนั้น ผู้บริโภคจึงมีความต้องการนำกระจกไปใช้ในอาคารบ้านเรือนมากขึ้น โดยดูได้จากความต้องการใช้ซึ่งมีเพิ่มมากขึ้น โดยเมื่อเปรียบเทียบอาคารที่ก่อสร้างในปัจจุบันกับในอดีต จะเห็นว่ามีการนำกระจกไปใช้ ทั้งในส่วนของผนัง ช่องแสงประตูหน้าต่าง และการตกแต่งเป็นเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น

บริษัท ชุนหะแสง จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจกระจกในจังหวัดลำปาง ตั้งแต่ประมาณปี 2500 (จดทะเบียนเป็นรูปบริษัทในปี 2525) ประกอบธุรกิจทั้งด้านการจำหน่าย และติดตั้ง มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบัน มียอดการขายกระจกประมาณ 20 ล้านบาทต่อปี โดยจากการขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทำให้บริษัทมียอดขายเฉลี่ยเพิ่มขึ้นประมาณ ร้อยละ 5 ต่อปี และ

<sup>1</sup> Thai-Asahi Glass Public Company Limited, *Architectural Glass*, กรุงเทพฯ, หน้า 2.

จากแนวโน้มการใช้งาน มีการนำกระจกไปเป็นส่วนประกอบในการตกแต่ง ในรูปเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ ทำให้มีการใช้งานกระจกตกแต่งเพิ่มมากขึ้น จากในอดีตที่มีการใช้งานต่ำ ไม่เกินร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับยอดขายกระจกโดยรวม ขยายตัวเป็นประมาณร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับยอดขายรวม ในปัจจุบัน ดังนั้น บริษัทจึงเห็นโอกาสในการขยายงาน โดยการเพิ่มการลงทุนในส่วนการผลิตกระจกตกแต่งเอง แทนการสั่งซื้อจากผู้ผลิตรายอื่น ซึ่งนอกจากสามารถลดต้นทุนการสั่งซื้อ เพิ่มยอดขาย ยังสามารถเพิ่มศักยภาพในการขายของบริษัทโดยรวมด้วย โดยในปัจจุบัน บริษัทซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายกระจกในเขตจังหวัดลำปาง มีพื้นที่การขายครอบคลุมไปยังจังหวัดใกล้เคียงด้วย จะสามารถแยกกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. ลูกค้าที่เป็นร้านค้า จะประกอบด้วยร้านค้าที่จำหน่ายกระจกอื่น ๆ ในจังหวัดลำปาง และจังหวัดใกล้เคียงในเขตภาคเหนือตอนบน โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะมีความต้องการใช้กระจกแผ่นเป็นหลัก สำหรับกระจกตกแต่ง ถ้ามีความต้องการใช้ จะเลือกสั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้ขายที่สะดวกที่สุดในแต่ละกรณีไป เช่นในบางครั้ง มีความจำเป็นใช้ในปริมาณไม่มาก และมีความต้องการใช้กระจกแผ่นพอสมควร ก็จะเลือกสั่งซื้อพร้อมกัน แล้วส่งจากผู้ขายที่เป็นร้านค้าส่ง ที่สามารถให้ราคากระจกแผ่นต่ำ แต่ราคากระจกตกแต่งอาจจะสูงกว่าการสั่งซื้อโดยตรงจากผู้ผลิต แต่สะดวกในแง่การสั่งซื้อ ประหยัดค่าขนส่ง แต่บางครั้งถ้าต้องการเร่งด่วน หรือมีปริมาณการใช้มาก ๆ ก็จะเลือกไปสั่งซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง

2. ลูกค้าที่เป็นช่างติดตั้ง ลูกค้ากลุ่มนี้จะนำกระจกแผ่นที่ซื้อไป ติดตั้งให้กับผู้บริโภคร โดยกระจกแผ่นเหล่านั้น อาจจะเป็นต้องตกแต่ง ตามความต้องการของผู้บริโภค โดยถ้ามีความต้องการเกิดขึ้น ลูกค้ากลุ่มนี้ ก็จะจำเป็นต้องสั่งซื้อกับร้านค้ากระจกในพื้นที่ เพราะการสั่งซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง จะมีความยุ่งยาก ทั้งในเรื่องการติดต่อ รวมถึงเรื่องการขนส่ง การชำระเงิน

3. ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคโดยตรง ลูกค้าเหล่านี้ บางครั้งต้องการติดต่อสื่อสารกับผู้ผลิตโดยตรง เพื่อสามารถสื่อสารความต้องการได้อย่างถูกต้อง แต่เมื่อไม่มีผู้ผลิตในพื้นที่ ก็จำเป็นต้องสั่งซื้อกับร้านค้าที่จำหน่าย เพื่อสามารถเลือกดูจากตัวอย่างที่มีให้ดูประกอบ ซึ่งจะทำความเข้าใจได้ง่ายกว่าการอธิบายด้วยคำพูด และบางครั้ง จะสามารถต่อรองเรื่องราคาให้ลดต่ำลงกว่าการให้คนติดตั้งงานเป็นคนจัดซื้อให้

การใช้งานกระจกนอกจากจะใช้ในรูปแบบปกติ หรือคือใช้งานจากกระจกแผ่นที่ผลิตได้จากโรงงานกระจก ยังอาจนำไปเพิ่มคุณค่า เพื่อให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้งานมากขึ้น โดยอาจแบ่งกว้าง ๆ เป็น 2 รูปแบบ คือ

1. การตกแต่งตามความจำเป็นการใช้งาน คือการนำกระจกแผ่น ไปเข้าสู่อุตสาหกรรมต่อเนื่อง เพื่อผลิตต่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น เช่น การนำไปฉาบเงินเพื่อทำกระจกเงา การตัดโค้งเพื่อใช้เป็นกระจกรถยนต์

2. การตกแต่งเพื่อความสวยงาม คือการทำให้กระจกแผ่น มีความสวยงามมีราคาสูงขึ้น แต่ยังคงรูปแบบประโยชน์ใช้สอยในรูปแบบเดิม เช่นกระจกปูโต๊ะ อาจนำไปตัดเป็นเป็นรูปทรงต่าง ๆ เจริญ เจริญปติ หรือนำไปแกะสลักลวดลายลงบนกระจก แต่ยังคงใช้ประโยชน์ในรูปแบบกระจกปูโต๊ะเช่นเดิม

กระจกตกแต่งในแต่ละรูปแบบ มีความจำเป็นในการใช้เครื่องจักรแตกต่างกันไป และการใช้งานก็จะไม่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้น การผลิตในแต่ละชนิด จะเป็นผู้ผลิตที่แตกต่างกันไป ในการตกแต่งเพื่อความสวยงามนั้น จะมีความต้องการใช้ในเครื่องจักรมาช่วยในการตกแต่งเช่นกัน แต่เนื่องจากต้องการการลงทุนที่สูง ดังนั้นร้านค้าโดยทั่ว ๆ ไป ยังไม่นิยมลงทุนในส่วนนี้ แต่ละอาศัยการสั่งซื้อจากผู้ผลิตอื่น โดยผู้ผลิตในพื้นที่ปัจจุบัน มีอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ แต่เนื่องจากเครื่องจักรบางตัวให้งานที่ไม่ได้มาตรฐาน และยังมีผู้ผลิตน้อยราย บางครั้งไม่สามารถผลิตงานได้ทัน อีกทั้งราคาก็ยังสูงกว่าการสั่งซื้อจากผู้ผลิตในกรุงเทพฯ ดังนั้น ส่วนใหญ่ก็จะสั่งซื้อจากผู้ผลิตในกรุงเทพฯ เป็นหลัก แต่ในการจัดซื้อจากผู้ผลิตในกรุงเทพฯ จะพบปัญหาหลายด้าน เช่นในด้านการสื่อสาร เพราะบางครั้งลักษณะงานที่ต้องการมีรายละเอียดเฉพาะ จำต้องมีการส่งรายละเอียดทางไปรษณีย์ ทำให้ต้องเสียเวลาเพิ่มขึ้น และเมื่องานเสร็จแล้ว ปัญหาต่อมาที่พบคือ ปัญหาด้านการขนส่ง เพราะกระจกเป็นวัสดุที่แตกหักง่าย จำเป็นต้องมีการบรรจุหีบห่ออย่างดี เพื่อป้องกันการแตกหักเสียหาย ซึ่งการขนส่งระยะทางไกล บางครั้งค่าบรรจุภัณฑ์ยิ่งราคาสูงกว่าราคากระจก อีกทั้งยังมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งเพิ่มขึ้นอีก และต้องเสียเวลาในการรอสินค้า ดังนั้นจึงทำให้ในปัจจุบัน ยังมีการใช้กระจกตกแต่งในพื้นที่ค่อนข้างน้อย

ซึ่งเมื่อพิจารณาจากกลุ่มลูกค้าของบริษัท ถ้าพิจารณาความต้องการใช้กระจกตกแต่ง จะพบว่า ถ้าหากบริษัทฯ ลงทุนในการผลิตกระจกตกแต่งด้วยตัวเอง นอกจากสามารถลดปัญหาในการสั่งซื้อที่กล่าวไปแล้ว ยังจะมีโอกาสในการขาย และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของบริษัท เพราะในส่วนลูกค้าประเภทร้านค้านั้น จากเดิมไม่มีการขายกระจกตกแต่งในลูกค้าส่วนนี้ เพราะต้องสั่งซื้อมาเหมือนกัน แต่ถ้าทำการผลิตเองก็จะสามารถขายได้ และมีผลต่อยอดขายกระจกแผ่นของบริษัท ที่จะมีโอกาสขายมากขึ้น เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกได้มากขึ้น และยังเป็นการลงทุนในตัวกระจกตกแต่งที่สั่งซื้อเพื่อมาจำหน่ายแก่ ช่างติดตั้ง และผู้บริโภคโดยตรงได้ด้วย

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาช่องทางในการขยายงาน เพื่อเพิ่มช่องทางในการกระจายสินค้า ขยายตลาด เพิ่มโอกาสในการแข่งขัน ได้โดยการลงทุนด้านเครื่องจักร เพื่อนำมาผลิตกระจกตกแต่งในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบน เพื่อลดต้นทุนในการผลิต ทำให้ราคาสินค้าสามารถลดต่ำกว่าการสั่งซื้อจากผู้ผลิตในกรุงเทพฯ รวมทั้งสามารถลดเวลาในการรอสินค้าลงได้มาก ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบที่เห็นได้ชัดเจน อีกทั้งปัจจุบัน ในพื้นที่จังหวัดลำปาง และจังหวัดใกล้เคียง ยังไม่มีผู้ผลิตกระจกตกแต่งที่ลงทุนทำด้านนี้อย่างจริงจัง จึงคาดว่าน่าจะมีโอกาสและมีความเป็นไปได้ในการลงทุน ดังนั้น จึงสนใจศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจกระจกตกแต่งนี้

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจกระจกตกแต่งในจังหวัดลำปาง  
กรณีศึกษา : บริษัท ชุนหะแสง จำกัด

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจกระจกตกแต่งในจังหวัดลำปาง
2. บริษัทสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจในการลงทุน
3. เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้สนใจในธุรกิจกระจกตกแต่ง นำไปประกอบในการตัดสินใจลงทุน

### นิยามศัพท์

**กระจกตกแต่ง** คือกระจกแผ่นที่ได้รับการตกแต่ง โดยการใช้เครื่องจักร แปรรูปกระจก เพื่อเพิ่มความสวยงามหรือเพิ่มเติมความเหมาะสมในการใช้งาน เช่นการทำการเจียรขอบ เจาะรู ตัดเป็นรูปแบบต่าง ๆ

**การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน** หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น จากการดำเนินงานตามโครงการลงทุนเครื่องจักรเพื่อใช้ในการผลิตกระจกตกแต่ง โดยพิจารณาจากการศึกษา วิเคราะห์โครงการใน 3 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ทั้งนี้เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจการลงทุนของนักลงทุน