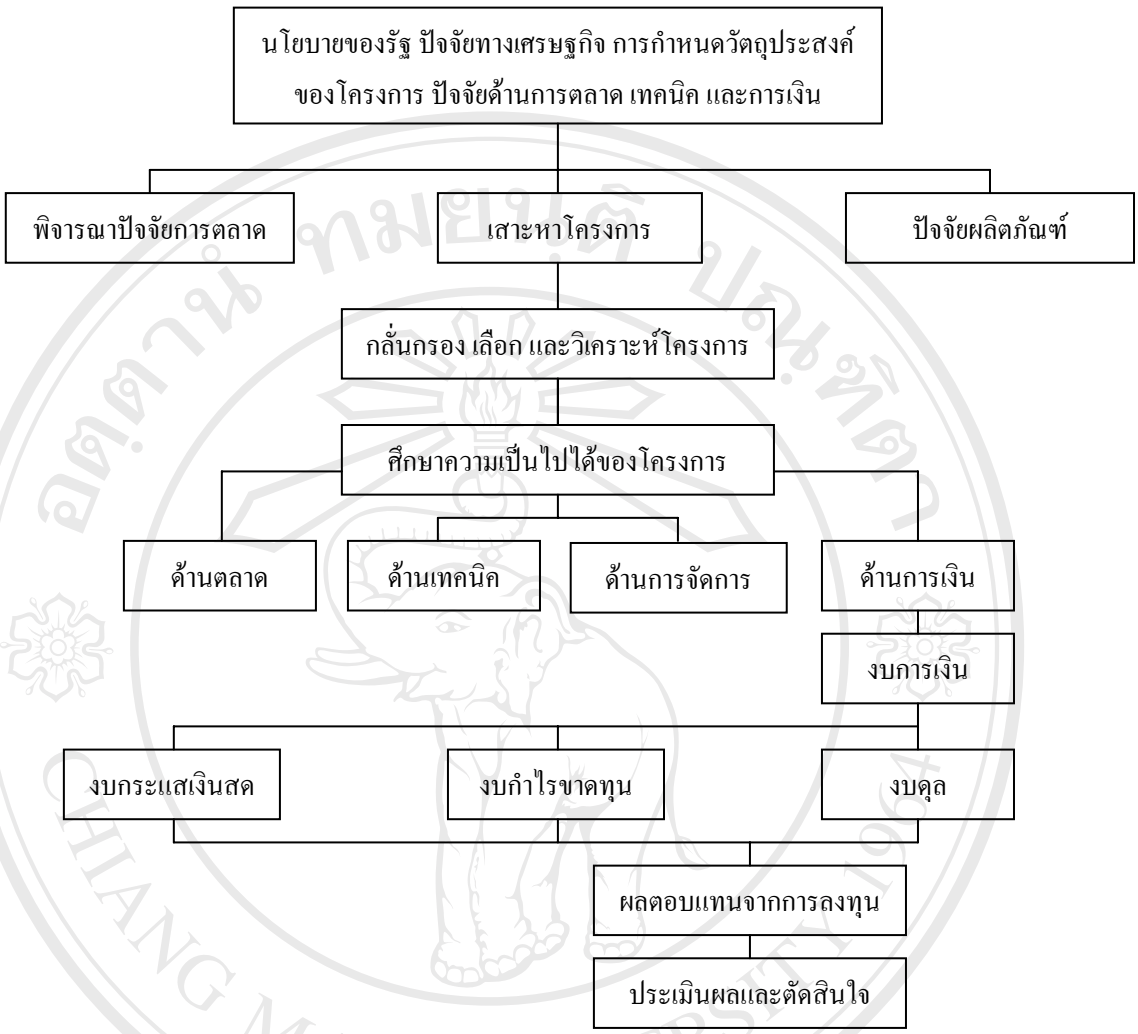
บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนลงทุนฟาร์มกล้วยไม้สกุลหวาย ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้นำแนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) มาใช้ในการวิเคราะห์ผล ซึ่งสามารถกล่าวโดยสังเขป ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (ชัยยศ สันติวงษ์, 2539) คือ การศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด ดังแสดงไว้ใน ภาพที่ 2.1 ซึ่งแสดงแนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การศึกษาโครงการในภาพรวมเป็นการศึกษาทั้งในขอบเขตกว้างที่เรียกว่า มหภาค และในขอบเขตรายละเอียดที่ลึกลงไปเรียกว่า จุลภาค ซึ่งโครงการอุตสาหกรรมโดยทั่วไปจะมีกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม คือ กิจกรรมด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ผลของกิจกรรมดังกล่าวจะสรุป หรือสะท้อนออกมาให้เห็นในรูปของงบการเงินล่วงหน้า (Proforma Financial Statement) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่นำมาประเมินผล และตัดสินใจลงทุนในโครงการ โดยพิจารณาที่ผลตอบแทนจากการลงทุน และความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการลงทุน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาพที่ 2.1 แนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

ที่มา: ชัยยศ สันติวงษ์, 2539

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

การวิเคราะห์ด้านการตลาด

การบริหารการตลาด (Marketing management) หรือกระบวนการทางการตลาด (Marketing process) ว่าเป็นกระบวนการในการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมกิจกรรมการตลาดและการตัดสินใจเพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยน มี 2 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ประกอบด้วย การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการแข่งขัน การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการจัดจำหน่าย การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ SWOT การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่ง

ผลิตภัณฑ์ในตลาด และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ซื้อ และ2) การวางแผนการตลาด ประกอบด้วย การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด และการกำหนดส่วนประสมการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538)

โดยการวิเคราะห์สภาวการณ์และโอกาสทางการตลาดในการลงทุนฟาร์มกล้วยไม้สกุลหวาย ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้พิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมายหรือขนาดของตลาดในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียง และส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งการวิเคราะห์ด้านการตลาดนี้ได้มีการนำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix) มาพิจารณาประกอบในการวิเคราะห์ อันประกอบด้วย

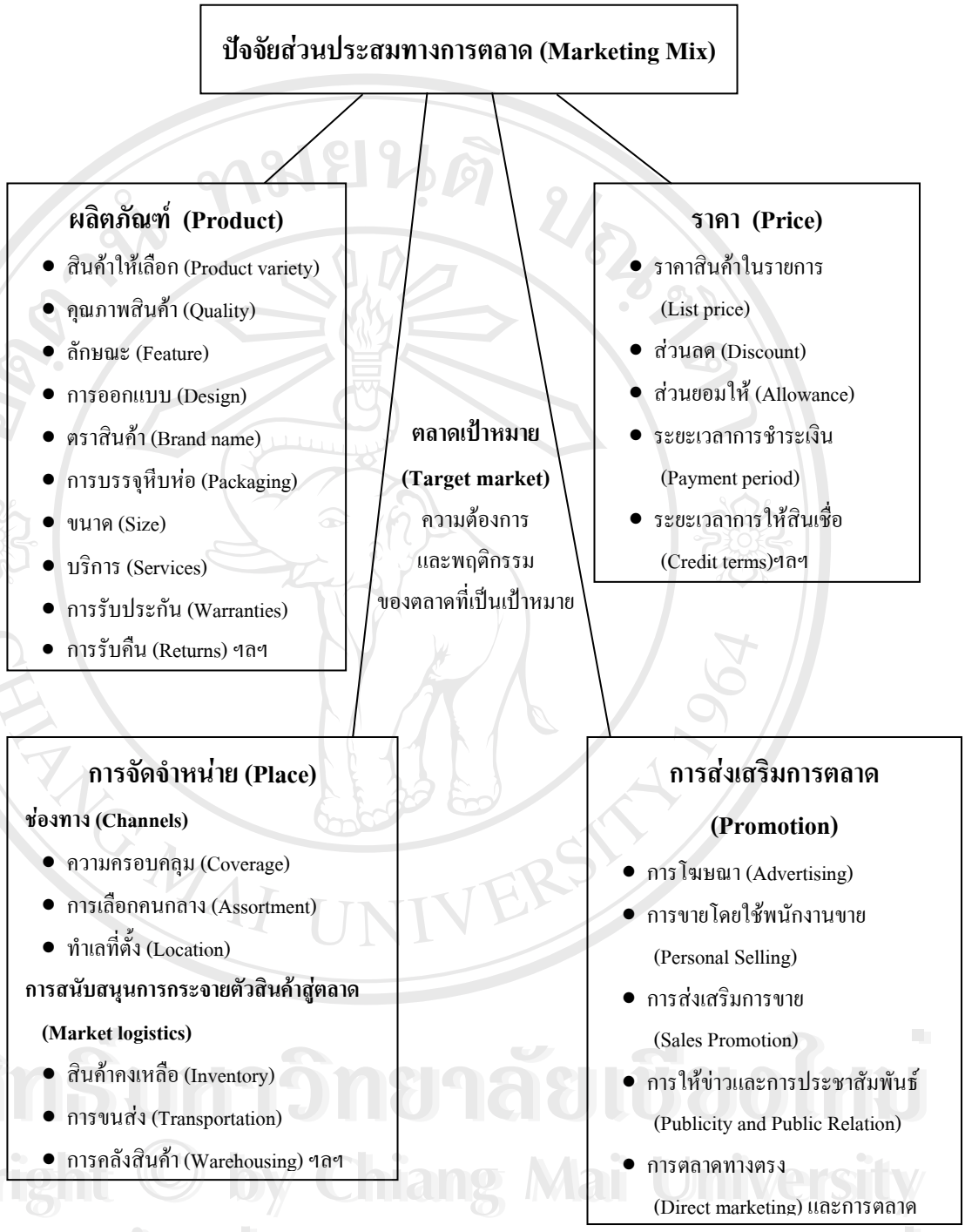
- ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

- ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมา ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาก็จะตัดสินใจซื้อ

- การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถานบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด

- การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ มีดังนี้ การโฆษณา (Advertising), การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling), การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion), การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) และการตลาดทางตรง (Direct Marketing) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาพที่ 2.2 แสดงรายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยมีเครื่องมือพยากรณ์ราคากล้วยไม้ของโครงการ ตั้งแต่ปี 2548-2557 ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

การพยากรณ์ยอดขาย (Secular Trend Analysis)

เป็นการวิเคราะห์การเคลื่อนไหวของยอดขายขึ้นหรือลงอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงเวลาหนึ่ง เพื่อดูแนวโน้มว่าขึ้นหรือลงเท่าใดในระยะยาว (เพชรี ขุมทรัพย์, 2536)

$$Yc = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y}{n}$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

โดยกำหนดให้ Yc คือ แนวโน้มของราคาที่คำนวณได้สำหรับช่วงเวลา x ซึ่งจะกำหนดค่าของ x = 0 ณ จุดกึ่งกลางของระยะเวลา

a คือ ค่าเฉลี่ยของ Y

b คือ ความชันของเส้นยอดขาย

n คือ ระยะเวลาที่เกิดยอดขายในอดีต ซึ่งจะเป็นช่วงเวลาที่ใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อดูแนวโน้มในอนาคต

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ด้านเทคนิค ซึ่งเป็นพื้นฐานการคาดคะเนต้นทุนโครงการ คือ เงินลงทุนถาวร อันได้แก่ ที่ดิน โรงงาน อาคารต่างๆ เครื่องจักร เครื่องใช้สำนักงาน เป็นต้น ค่าใช้จ่ายในการผลิต เป็นค่าใช้จ่ายวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายในการผลิต ซึ่งนำมาคาดคะเนค่าเงินทุนหมุนเวียน และค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ ได้แก่ ค่าฝึกอบรม ค่าใช้จ่ายในการขออนุญาตต่างๆ จากทางราชการ โดยจะพิจารณาจากด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต กำหนดขนาดโรงงานและตารางการผลิต เลือกอุปกรณ์ กำหนดทำเลที่ตั้ง ออกแบบผัง คาดคะเนความต้องการแรงงาน กำหนดปริมาณและต้นทุนส่วนที่ต้องเสียและคาดคะเนต้นทุนการผลิตทั้งหมด (ชัยยศ สันติวงษ์, 2539)

การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

การศึกษาด้านความเป็นไปได้ด้านการบริหารเป็นการศึกษาความสามารถของโครงการในการดำเนินการให้ประสบผลสำเร็จตามที่ต้องการ โดยศึกษาเกี่ยวกับการเป็นองค์การที่ถูกต้องตาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

กฎหมาย ลักษณะโครงสร้างขององค์การ เจ้าของโครงการ ลิขสิทธิ์ต่างๆ ข้อตกลงอื่นๆ (ด้านการตลาด, การบริการ) ฝ่ายบริหารที่ต้องการและฝ่ายบริหารโครงการ การจัดการเป็นกระบวนของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organization) การจัดคนเข้าทำงาน (Leading) และการควบคุม (Controlling) (พงษ์ศักดิ์ แจ้งคำ, 2548)

การวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial analysis)

การวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการ เป็นการประเมินค่าต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการใดๆ โดยเป็นการเปรียบเทียบผลประโยชน์หรือผลตอบแทน และต้นทุนของโครงการนั้นๆ ซึ่งผลประโยชน์และต้นทุนของโครงการจะเกิดขึ้นในระยะเวลาต่างๆ กัน ตลอดอายุของโครงการ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการปรับค่าของเวลาของโครงการเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ที่ได้รับและต้นทุนที่เสียไปช่วงในระยะเวลาที่ต่างกัน ให้เป็นค่าของผลประโยชน์และต้นทุนในเวลาเดียวกัน คือเวลาปัจจุบันเสียก่อน แล้วจึงจะสามารถทำการเปรียบเทียบกันได้อย่างถูกต้องแน่นอนและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ในการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินครั้งนี้ จะเป็นการวิเคราะห์ถึง การหมุนเวียนของกระแสเงินสดต่างๆ ของโครงการ (Cash Flow) อันประกอบด้วย กระแส เงินสดรับ กระแสเงินสดจ่าย และกระแสเงินสดสุทธิ เพื่อวิเคราะห์ว่าโครงการที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ จะให้ผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่ ซึ่งจะอาศัยเกณฑ์ในการตัดสินใจดังนี้ (เดช กาญจนางกูร, 2541)

1. มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV) หมายถึง ผลรวมของผลตอบแทนสุทธิที่ได้ปรับค่าเวลาของโครงการแล้ว คำนวณขึ้นเพื่อใช้วัดว่าโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้น ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน หรือมีผลกำไรต่อต้นทุนรวมหรือไม่ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ เป็นการเปรียบเทียบมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ กับกระแสเงินสดจ่ายของโครงการ โดยใช้อัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาสของเงินทุน ซึ่งส่วนใหญ่ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากสถาบันการเงินเป็นอัตราส่วนลด (Discount Rate) โครงการที่เหมาะสมกับการลงทุนนั้นต้องมีมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มากกว่า 0 ซึ่งหมายความว่า มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ มากกว่ามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายของโครงการ มีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^{n} \frac{C_t}{(1+i)^t} \quad I$$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยกำหนดให้ : NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

$\sum_{t=1}^{n} \frac{C_t}{(1+i)^t}$ = PV รวมของกระแสเงินสดรับตลอดอายุโครงการ

C_t = กระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละปี ตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ n

n = อายุการใช้งานสินทรัพย์ถาวร หรือ อายุโครงการ

i = อัตราผลตอบแทนที่พึงได้หรืออัตราผลตอบแทนที่ต้องการจากการลงทุน

I = กระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิหรือเงินสดจ่ายลงทุนเริ่มแรกของโครงการ

t = ระยะเวลาปีที่ 1,2,3,...,n

2. อัตราผลตอบแทน (ภายใน) ของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) หมายถึง อัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับทั้งหมดเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายทั้งหมด หรือหมายถึง อัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (NPV) มีค่าเท่ากับศูนย์พอดีนั่นเอง

อัตราผลตอบแทน(ภายใน)ของโครงการนี้ ถือว่าเป็นอัตราส่วนร้อยละที่แสดงถึงความสามารถของเงินทุนที่จะก่อให้เกิดรายได้คุ้มกับเงินลงทุนของโครงการนั้นพอดี การคำนวณหาค่าอัตราผลตอบแทน (ภายใน) ของโครงการ ก็คือการคำนวณหาค่าอัตราส่วนลด (Discount Rate) ว่ามีค่าเท่าไรจึงจะทำให้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (NPV) มีค่าเท่ากับศูนย์พอดีนั่นเอง ดังนั้น การคำนวณหาค่า IRR จึงคล้ายคลึงกับการคำนวณหาค่า NPV เกือบทุกอย่าง จะแตกต่างกันก็ตรงที่ใช้อัตราดอกเบี้ย ในการหาค่า NPV ส่วนการคำนวณหาค่า IRR จะเป็นการใช้อัตราส่วนลด ที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์พอดีเท่านั้นเอง เมื่อคำนวณได้ค่า IRR แล้วจึงนำไปเปรียบเทียบกับค่าเสียโอกาสของเงินทุน (อัตราดอกเบี้ยเงินกู้) กล่าวคือ ถ้าค่า IRR สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ก็แสดงว่าการลงทุนให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินทุนที่จ่ายออกไป

การคำนวณหาค่าอัตราผลตอบแทน (ภายใน) ของโครงการ (IRR) สามารถคำนวณได้ด้วยวิธีการทดลองซ้ำแล้วซ้ำอีก (Trial and Error) เพื่อหาระดับค่าของอัตราส่วนลด จนทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์พอดี ซึ่งสามารถคำนวณได้ตามสูตรการคำนวณดังนี้

IRR (หรือ r) ที่ทำให้ : $I = \sum_{t=1}^{n} \frac{C_t}{(1+r)^t}$

โดยกำหนดให้ : r = อัตราผลตอบแทนคิดลด IRR (Internal Rate of Return)ของโครงการ

C_t = กระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละปี ตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ n

n = อายุการใช้งานสินทรัพย์ถาวร หรือ อายุโครงการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

I = กระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิ หรือเงินสดจ่ายลงทุนเริ่มแรกของโครงการ

t = ระยะเวลาปีที่ 1,2,3,...,n

3. ดัชนีผลกำไร (Profitability Index : PI) หรือ **อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio : B/C Ratio)** เป็นอัตราส่วนระหว่างผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิ กับผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย มีวิธีการคำนวณโดยใช้สูตรคำนวณ ดังนี้

$$\text{PI ของโครงการ} = \frac{\text{PV รวมของกระแสเงินสดรับสุทธิของโครงการนั้น}}{\text{เงินสดจ่ายลงทุน}}$$

สามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^{n} \frac{C_t}{(1+i)^t}}{I}$$

เมื่อ C_t = กระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละปี ตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ n

n = อายุการใช้งานสินทรัพย์ถาวร หรือ อายุโครงการ

i = อัตราผลตอบแทนที่พึงได้หรืออัตราผลตอบแทนที่ต้องการจากการลงทุน

I = กระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิหรือเงินสดจ่ายลงทุนเริ่มแรกของโครงการ

t = ปีการดำเนินงานโครงการ คือตั้งแต่ ปีที่ 1,2,3, …,n

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกลงทุนในโครงการใดๆ ก็คือ PI จะต้องมีค่ามากกว่าหรืออย่างน้อยที่สุดต้องมีค่าเท่ากับ 1 ($PI \geq 1$) ทั้งนี้เนื่องจากถ้า $PI > 1$ ย่อมหมายความว่าผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไป หรือถ้า $PI = 1$ ก็หมายความว่าผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการมีค่าเท่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไปพอดี

4. ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (Payback Period : PB) เป็นวิธีที่แสดงให้ทราบถึงระยะเวลาเป็นจำนวนปีที่จะได้รับเงินที่ลงทุนไปกลับคืนมา การพิจารณาระยะเวลาคืนทุน มีวิธีการคำนวณโดยใช้สูตรคำนวณ ดังนี้

$$PB = \frac{\text{เงินลงทุน}}{\text{กระแสเงินสดรับสุทธิรายปี}}$$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สุมิตร เตชะสุขสันต์ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง “การดำเนินงานของธุรกิจกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จดทะเบียนธุรกิจเป็นแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด และได้ทำธุรกิจกล้วยไม้มาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 11-30 ปี รายได้ต่อปีของธุรกิจมีจำนวนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้ดำเนินธุรกิจกล้วยไม้แต่เพียงอย่างเดียว รายได้ส่วนใหญ่มาจากการขายผลิตภัณฑ์กล้วยไม้ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะของการผลิตส่วนใหญ่จะเป็นในรูปของต้นกล้วยไม้ และต้นกล้าของกล้วยไม้ ธุรกิจกล้วยไม้ส่วนใหญ่มีพนักงานประจำตั้งแต่ 20 คนขึ้นไป

ในการศึกษาด้านการจัดการ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในส่วนของการจัดสรรคนเข้าทำงาน การวางแผน การควบคุม การจัดองค์กร และการสั่งการ ตามลำดับ สำหรับการคัดเลือกคนเข้าทำงาน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะคำนึงถึง ประสบการณ์ อายุ และความสามารถในการปฏิบัติงานมากกว่าด้านอื่น เพราะเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่จะพิจารณากำหนดอัตราค่าจ้างและเงินเดือนของลูกจ้าง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ยังได้มีการวางแผนงาน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแผนลักษณะ 1-3 ปี โดยจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนก่อนที่จะมีการจัดทำแผนงานขึ้นมาสำหรับด้านการควบคุม ผู้จัดการจะเป็นผู้พิจารณาควบคุมผลการปฏิบัติงาน สำหรับผลของการปฏิบัติงานจะถูกประเมินเปรียบเทียบกับแผนการปฏิบัติงานที่วางไว้ล่วงหน้า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการควบคุมปฏิบัติงานคือ คุณภาพของงาน และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการทำงาน การสื่อสารใน องค์กร จะเป็นแบบบน-ล่าง และแบบล่าง-บน เป็นวิธีการส่วนใหญ่ซึ่งผู้ประกอบการนำมาใช้ในขณะเดียวกัน ผู้ใต้บังคับบัญชาการจะต้องเสนอรายงานประจำวันและประจำเดือนอีกด้วย ในการจัดองค์กร จะมีการกำหนดระเบียบแนวทางการปฏิบัติงานและการจัดสรรงานสำหรับขอบเขตความรับผิดชอบจะขึ้นอยู่กับหน้าที่ของแต่ละบุคคล ธุรกิจกล้วยไม้ส่วนใหญ่จะมีการจัดแบ่งแผนกโดยมีแผนกการตลาด และการผลิตอยู่ในองค์กร โดยส่วนใหญ่จะแบ่งอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงานเป็น 3 ขั้น โดยแบ่งเป็นระดับเจ้าของ ผู้จัดการ และผู้ใต้บังคับบัญชาการ

ในส่วนของการตลาด กล้วยไม้สกุลแวนด้าและหวายเป็นสกุลที่สร้างรายได้มากที่สุด ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็นในลักษณะของต้นกล้วยไม้และต้นกล้า สำหรับคุณภาพของสินค้าจะมีการรับประกันคุณภาพของสินค้า ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการจะมีการพัฒนาสายพันธุ์กล้วยไม้ใหม่ๆ เอง โดยคุณภาพจะถูกแบ่งเกรดตามขนาดของดอก ปัจจัยสำคัญต่อการตั้งราคาสินค้าได้แก่ ฤดูกาลที่จำหน่าย ต้นทุน คู่แข่งขัน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด กลยุทธ์การตั้งราคาจะพิจารณาจากต้นทุนการผลิต ราคาของสินค้าส่วนใหญ่จะตั้งราคาสูงก่อนแล้วค่อยปรับลดลงมาภายหลัง ข้อมูลทางการเงินจะถูกบันทึกในสมุดบัญชี ธุรกิจกล้วยไม้ส่วนใหญ่จะใช้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

เงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของธุรกิจ เงินทุนหมุนเวียนมีตั้งแต่ 10-20 ล้านบาทต่อปี เงินลงทุนขั้นต่ำจะอยู่ในช่วง 1-2 ล้านบาท ปัจจัยที่มีความสำคัญในการพิจารณากู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ผลกำไรก่อนหักภาษีส่วนใหญ่อยู่ระหว่างร้อยละ 20-30 ของต้นทุนการปลูกเลี้ยง

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนการผลิต ในส่วนของต้นกล้วยไม้และต้นกล้าผลิตภัณฑ์กล้วยไม้ส่วนใหญ่จะเป็นตัวธุรกิจกล้วยไม้ผลิตเอง แผนการผลิตส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับฤดูกาลทำธุรกิจของกล้วยไม้ ปริมาณการผลิตจะพิจารณาจากความต้องการของตลาดในแต่ละเดือน

ปัญหาของธุรกิจกล้วยไม้ส่วนใหญ่ได้แก่ ปัญหาด้านการเงิน การจัดการ การผลิต และการตลาด เรียงตามลำดับ

ปัญหาด้านการเงินส่วนใหญ่ คือปัญหาในด้านของการขาดเงินทุนหมุนเวียน และระยะเวลาในการชำระหนี้ ปัญหาในด้านการจัดการส่วนใหญ่เป็นปัญหาในด้านของการขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญ การวางแผน การสั่งการ การประสานงาน การติดต่อสื่อสาร การควบคุม และระบบการดำเนินงาน ตามลำดับ ปัญหาในด้านของการผลิตส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาในด้านของต้นทุนที่สูง ทั้งในส่วนของวัตถุดิบ ต้นทุนแรงงาน คุณภาพที่ต่ำของต้นกล้า และต้นกล้าไม่ได้ขนาด ปัญหาในด้านการตลาดส่วนใหญ่ คือ ปัญหาในด้านต้นทุนการผลิต การโฆษณา คุณภาพของสินค้า ความต้องการของลูกค้า ขนาดของสินค้า และพนักงานขายมากกว่าปัญหาอื่นๆ เรียงตามลำดับ

ศศิธร ริ้วทอง (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนทางการเงินของฟาร์มกล้วยไม้สกุลฟาแลนน๊อปซิสแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่” จากผลการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ เพื่อศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน ของการลงทุนทำฟาร์มกล้วยไม้สกุลฟาแลนน๊อปซิส ในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ เมื่อต้นทุนและหรือผลตอบแทนของโครงการมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง โดยกำหนดอายุของโครงการเป็นเวลา 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546-2555 และกำหนดให้อัตราส่วนลดเท่ากับร้อยละ 10

ผลการศึกษาพบว่า โครงการทำฟาร์มกล้วยไม้สกุลฟาแลนน๊อปซิส ในจังหวัดเชียงใหม่มีความเหมาะสมและคุ้มค่าต่อการลงทุน กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (NPV) มีค่าเท่ากับ 6,277,115 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าเท่ากับ 26% อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.55 และโครงการมีระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 5 เดือน

สำหรับผลการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ ภายใต้สถานการณ์สมมติ 3 กรณี ได้ผลดังนี้ กรณีที่ 1 เมื่อสมมติให้ผลตอบแทนคงที่และอัตราส่วนลด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ร้อยละ 10 พบว่า ต้นทุนของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้สูงสุดถึงร้อยละ 54 เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนยังคงยอมรับได้ กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (NPV) มีค่าเท่ากับ 84,081 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ(IRR) เท่ากับ 10% และ อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.00 กรณีที่ 2 เมื่อสมมติให้ต้นทุนคงที่และอัตราส่วนลดร้อยละ 10 พบว่า ผลตอบแทนของโครงการสามารถลดลงได้ถึงร้อยละ 35 เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนยังคงยอมรับได้ กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (NPV) มีค่าเท่ากับ 66,121 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าเท่ากับ 10% และ อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.01 กรณีที่ 3 เมื่อสมมติให้ทั้งต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการมีการเปลี่ยนแปลง โดยให้อัตราส่วนลดร้อยละ 10 เท่าเดิม ก็พบว่าต้นทุนของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้สูงสุดถึงร้อยละ 28 และผลตอบแทนสามารถลดลงได้ถึงร้อยละ 17 เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนยังคงยอมรับได้ กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (NPV) มีค่าเท่ากับ 49,144 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 10% และอัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.00

หทัยกาญจน์ อารยะรัตนกุล (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ประสิทธิภาพการผลิตกล้วยไม้ตัดดอกสกุลหวาย” จากผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรตัวอย่างมีที่ดินเฉลี่ยเท่ากับ 13.97 ไร่/ครัวเรือน เป็นพื้นที่ปลูกกล้วยไม้เฉลี่ยเท่ากับ 11.13 ไร่ เกษตรกรตัวอย่างมีการปลูกสกุลหวายหลายพันธุ์ควบคู่กัน สารเคมีป้องกันกำจัดโรคที่เกษตรกรใช้กันมากคือแมนโคเซบ ส่วนสารเคมีกำจัดแมลงใช้ไซเปอร์เมทรินมากที่สุด เกษตรกรร้อยละ 98 มีการใช้สปริงเกลอร์ที่เหลือใช้สปริงเกลอร์และใช้ปุ๋ยชีวภาพ ตลาดกล้วยไม้มีทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยทำการส่งออกร้อยละ 58.73 ส่วนที่เหลือจะขายในประเทศ ตลาดในประเทศแบ่งออกเป็น 2 ตลาด คือตลาดท้องถิ่นและตลาดกรุงเทพฯ ส่วนตลาดต่างประเทศนั้นมีบริษัทส่งออกเป็นผู้ดำเนินการ เกษตรกรจะขายผลผลิตให้กับบริษัทส่งออกบริษัทเดียวคิดเป็นร้อยละ 55.45 หรือบริษัทส่งออกหลายบริษัทคิดเป็นร้อยละ 44.55 โดยตัดดอกไม้เฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ เดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกรกฎาคมกล้วยไม้มีราคาดีเพราะปริมาณผลผลิตมีไม่มาก (ราคาเฉลี่ย 1.30-3.53 บาท/ช่อ) ส่วนเดือนสิงหาคมถึงเดือนตุลาคม (ฤดูฝน) เนื่องจากผลผลิตมากเกินความต้องการและต่างประเทศมีการสั่งซื้อน้อย ราคาจะค่อนข้างต่ำ(ราคาเฉลี่ย 0.46-1.96 บาท/ช่อ) เกษตรกรแก้ไขปัญหานี้ โดยการขายในประเทศ และถ้าปริมาณผลผลิตมากกว่าความต้องการ เกษตรกรจะตัดช่อดอกทิ้ง เพื่อให้ช่อดอกใหม่ออกมาทันกับช่วงที่ขายได้ดี ราคาเฉลี่ย คือ 1.08-3.13 บาท/ช่อ เกษตรกรมักจะได้รับเงินหลังจากขายผลผลิตเฉลี่ย 46 วัน และบริษัทส่งออกจะเป็นผู้ตั้งราคาเอง ส่วนปัญหาในด้านการผลิตและการตลาดกล้วยไม้ คือ ปัญหาคุณภาพน้ำ ปัญหาด้านพันธุ์ ปัญหาด้านโรค และปัญหาด้านแมลงตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

เมื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพทางด้านเทคนิคการผลิตโดยใช้แบบจำลอง Stochastic Production Frontier ด้วยวิธี maximum likelihood estimation พบว่าที่ระดับความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.09 ขึ้นไป มีปัจจัยหลายตัวที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อปริมาณผลผลิตนั้น อิทธิพลของตัวแปรเหล่านี้แต่ละตัวจะส่งผลให้ปริมาณผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้น ณ ผลผลิตเฉลี่ย 70,000 ช่อต่อไร่ กล่าวคือ ปริมาณปุ๋ยเพิ่มขึ้น 1 กก./ไร่/ปี การใช้งานเพิ่มขึ้น 1 วันทำงาน/ไร่/ปี และการปลูกเพิ่มขึ้น 1 ต้น/ไร่ ทำให้ผลผลิตในปีที่ 1 และ 2 สูงกว่าผลผลิตในปีที่ 3 เท่ากับ 1.16% และ 1.304% ตามลำดับ ปริมาณสารเคมีกำจัดโรคและแมลง และจำนวนพันธุ์กล้วยไม้อื่นที่ปลูกในสวนกล้วยไม้ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ระดับของประสิทธิภาพทางเทคนิคการผลิตของเกษตรกรเฉลี่ย 0.78 ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความด้อยประสิทธิภาพทางเทคนิค ณ ระดับนัยสำคัญ 0.10 ได้แก่ ตัวแปรขนาดการผลิต จำนวนปีการศึกษาและความถี่ในการดูแลรักษา กล่าวคือ เมื่อตัวแปรเหล่านี้เพิ่มขึ้นมีผลให้ความด้อยประสิทธิภาพทางเทคนิคลดลง เท่ากับ 0.02, 0.04 และ 0.003 ตามลำดับ ส่วนประสบการณ์ในการปลูกเลี้ยง ความรู้ในการปฏิบัติดูแลรักษา และค่าความเป็นกรด-ด่างของน้ำ (ในช่วง 7.1-8.7) ที่ใช้รดกล้วยไม้สกุลหวายของเกษตรกรตัวอย่างมีค่าไม่แตกต่างกันมากจึงไม่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางเทคนิคการผลิตอย่างมีนัยสำคัญ

การวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นว่าประสิทธิภาพทางเทคนิคการผลิตมีความเชื่อมโยงกับขนาดการผลิตและการศึกษาของผู้ผลิตเป็นปัจจัยสำคัญต่อคุณภาพการจัดการและสำหรับการเพิ่มผลผลิตกล้วยไม้และราคาปุ๋ย เนื่องจากเกษตรกร โดยเฉลี่ยทำการผลิตในช่วงผลผลิตเพิ่มอยู่ในระยะลดลง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved