

การวิเคราะห์การลงทุนและการจัดทำแผนธุรกิจนวัตกรรม ผงไหมและผลิตภัณฑ์ผงไหม

Investment Analysis and Business Plan of Innovation Silk Powder and Silk Powder Products

รณณี รัศมีศิริ^{1*} และวินัย พุทธิกุล²

^{1*} นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ² รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาธุรกิจการเกษตร
ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร

Abstract

The objective of this study was to evaluate the financial worthiness of an investment on Silk Powder and Silk Powder Products. The analysis was based on data obtained from Keaw Luang Co.,Ltd. This study also analyzed the environment that impacted on the business in order to formulate the business plan for the entrepreneur. The result of Cost – Benefit analysis when the discount rate is 8.0% indicate that the investment project is cost-effective. The values of all financial measures used in the investment analysis are found favorable : NPV is 684,898,302 baht, BCR is 3.18, IRR is 257 and payback period is 0.4 year . The sensitivity analysis under the assumption that the cost is increased by 20% or income is decreased by 20% or the cost increased by 20% and income in decreased by 20% indicates that the project is still worth in investment. This result indicates that this project has the risk at low level. The appropriate strategies and business plan formulated from the environment analysis are : adopting technology for increasing new customers and also boosting the participation in exhibition fair to increase the customer perception on the value and quality of products.

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการลงทุนในธุรกิจนวัตกรรมการผลิตผงไหมและผลิตภัณฑ์ผงไหมเป็นกรณีศึกษา และเพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจและจัดทำแผนธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนในธุรกิจนี้เมื่อกำหนดอัตราคิดลดเท่ากับร้อยละ 8 พบว่ามูลค่าต่อการลงทุน โดยมีตัวชี้วัด คือ มูลค่าปัจจุบัน คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ที่ผู้ประกอบการได้รับในเวลา 10ปี เท่ากับ 684,898,302 บาท อัตราผลตอบแทนภายในการลงทุน (IRR) เท่ากับร้อยละ 257 และอัตราส่วนมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนต่อการลงทุน (BCR) เท่ากับ 3.18 โดยมีระยะเวลาคืนทุน 0.4 ปี และเมื่อทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการลงทุนเมื่อกำหนดให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 หรือรายได้ลดลงร้อยละ 20 หรือต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 พร้อมรายได้ลดลงร้อยละ 20 พบว่าผลที่ได้ยังคุ้มค่าต่อการลงทุน เนื่องจากค่าตัวชี้วัดต่าง ๆ ยังให้ผลตอบแทนที่ดี

แสดงให้เห็นว่าความเสี่ยงภัยในโครงการอยู่ในระดับต่ำ ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจดังกล่าว สามารถนำมากำหนดกลยุทธ์และจัดทำแผนธุรกิจให้เหมาะสมกับสถานการณ์ คือ ใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการตลาดเพื่อขยายฐานลูกค้า และเพิ่มการออกร้านเพื่อสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ผ่านทางงานแสดงสินค้าเพื่อให้นักค้าทราบถึงคุณค่า และคุณสมบัติเฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ : ผงไหม, นวัตกรรม, กลยุทธ์

บทนำ

ไหมไทยในปัจจุบันถูกนำมาใช้ในการทอผ้า ผ้าไหมไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก แต่เนื่องจากปริมาณเศษไหมที่เหลือทิ้งจากการทอมีมากถึงปีละ 300-400 ตัน และด้วยองค์ประกอบของไหมประกอบด้วยกรดอะมิโนมากถึง 18 ชนิดทำให้นักวิจัยของไทยสนใจในการนำประโยชน์ดังกล่าวมาใช้โดยนำมาผลิตเป็นรูปผงไหมเพื่อความสะดวกในการนำไปใช้ (สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ, 2553) ผงไหมสามารถนำมาใช้ประโยชน์ทางการแพทย์ เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เนื่องจากมีกรดอะมิโนอยู่มากกว่า 18 ชนิดมีสารต้านอนุมูลอิสระช่วยรักษาแผลให้หายเร็วขึ้น สามารถกำจัดเชื้อจุลินทรีย์บางชนิดที่เป็นสาเหตุของโรคผิวหนัง ทั้งยังช่วยรักษาปริมาณน้ำในผิวหนัง กำจัดสิ่งสกปรกในเซลล์ และยืดอายุเซลล์ ผลจากการวิจัยยังพบว่าผงไหมพันธุ์ไทยยังมีคุณสมบัติพิเศษบางชนิดเด่นมากกว่าพันธุ์ไหมของต่างประเทศ เช่น มีสารช่วยป้องกันผิวแห้ง และลดแอลกอฮอล์ในตับซึ่งมีมากกว่าถึง 3 เท่า มีสารช่วยความจำ ช่วยกระตุ้นการเดินของหัวใจมากกว่า 2 เท่า และมีสารลดการเจริญเติบโตของเชื้อไวรัส และสารต้านไวรัสมากกว่า 4 เท่า ผงไหมยังมีสารที่ช่วยควบคุมคอเลสเตอรอลในหลอดเลือด สลายแอลกอฮอล์ในร่างกาย ช่วยความจำ ช่วยกระตุ้นการทำงานของหัวใจ ฯลฯ ดังนั้น หากนำมาผสมในอาหารนอกจากจะเพิ่มคุณค่าสารอาหาร และยังมีประโยชน์ในหลาย ๆ ด้านอีกด้วย (สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ, 2553) จากประโยชน์ที่กล่าวมาข้างต้นนักวิจัยจึงได้ทดลองนำไปใช้ในการผลิตเป็นสบู่ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และเป็นส่วนหนึ่งที่ผลักดันให้นักวิจัยของไทยนำไปพัฒนาปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์เวชสำอางต่าง ๆ มากมายเกิดขึ้นจากผงไหม เช่น เซรั่มบำรุงผิวหน้า นอกจากนี้มีการต่อยอดจากเซรั่มผงไหมเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น ยาสระผม ครีมบำรุงผิวพร้อมป้องกันอันตรายจากแสงแดด ไนท์ครีม เดย์ครีม เป็นต้น และจากข้อมูลดังกล่าว ทางบริษัทแก้วหลวง จำกัด ได้มีความสนใจในเรื่องของการนำเศษไหมที่เหลือทิ้งมาทำเป็นผงไหม จึงเกิดเป็นความร่วมมือระหว่างบริษัท นักวิจัย และหน่วยงานของรัฐบาล จนเกิดเป็นโครงการนวัตกรรมด้านการผลิตผงไหมขึ้น และได้แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ผงไหม ซึ่งก็คือ สบู่ผงไหม สำหรับสบู่ผงไหมที่ได้จัดทำขึ้นนั้นในครั้งแรกจัดทำขึ้นเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษาสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถครบ 72 พรรษา ในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งเป็นโครงการเฉลิมพระเกียรติฯ โดยมีเป้าหมายในการผลิตสบู่ไหมไทยจำนวน 72,000 ก้อน มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเผยแพร่เทคโนโลยีการผลิตผงไหมและการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ให้ผู้สาธารณชนและเป็นการเฉลิมฉลองวันเฉลิมพระชนมพรรษาสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถครบ 72 พรรษาซึ่งสบู่ไหมดังกล่าวได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบันนี้ (บริษัท แก้วหลวง จำกัด, 2555) โครงการดังกล่าวสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการยกระดับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ธรรมชาติของประเทศไทยให้มีผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์หรือตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักในตลาดโลก “ผงไหม” จึงเป็นสารสกัดจากไหมไทยที่มีปริมาณกรดอะมิโนที่สำคัญ 18 ชนิด จึงเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติหนึ่งที่มีคุณสมบัติโดดเด่นที่มีการศึกษาวิจัยจำนวนมาก

และเป็นยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของนวัตกรรม ที่สามารถนำไปต่อยอดทางธุรกิจและนำไปใช้พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้จริง ไม่ใช่เพียงแค่ศึกษามาแล้วไม่นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ การศึกษารุ่นนี้จึงพยายามชี้ให้เห็นถึงความเป็นไปได้ โดยทำการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินของการลงทุนในโครงการนวัตกรรมใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงสภาพแวดล้อมที่มีต่อธุรกิจนี้เพื่อนำไปวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจจนนำไปสู่การจัดทำแผนธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน รวมถึงบุคคลที่สนใจนำผลที่ได้จากการศึกษารุ่นนี้ไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจและกำหนดแนวทางในการส่งเสริมพัฒนาการลงทุนในธุรกิจใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะของธุรกิจสินค้านวัตกรรมจากวงใหม่
2. เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนของโครงการผลิตวงใหม่และผลิตภัณฑ์วงใหม่
3. เพื่อจัดทำแผนธุรกิจของสินค้านวัตกรรมวงใหม่และผลิตภัณฑ์วงใหม่

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

1. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

ความสามารถทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถของธุรกิจในการสร้างและใช้ความคิดใหม่ในพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ เพื่อทำให้เกิดผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจแก่ธุรกิจ (Fritz, 1989) ซึ่งต้องเกิดขึ้นจากความสม่ำเสมอในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เข้าสู่ตลาดช่วงเวลาที่เหมาะสมของการเข้าสู่ตลาดและความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันกับคู่แข่ง (Wang & Ahmed, 2004) นอกจากนี้ยังได้ให้ความคิดในลักษณะที่ว่าความสามารถทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ยังควรพิจารณาในลักษณะของความใหม่ (Newness) ความเป็นเอกลักษณ์ (Uniqueness) และความเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Originality) สามารถพิจารณาได้ทั้งจากในมุมมองของผู้บริโภคและของผู้ประกอบการ เช่น ทางด้านมุมมองของผู้บริโภคอาจพิจารณาจากคุณลักษณะของนวัตกรรมความเสี่ยงในการใช้งานผลที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ส่วนสำหรับในมุมมองของผู้ประกอบการก็อาจพิจารณาจากระดับของเทคโนโลยีและกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้กับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ

2. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์การลงทุนของเอกชน เพื่อหาผลตอบแทนทางการเงินหรือความสามารถในการทำกำไรของโครงการที่ลงทุน โดยการวิเคราะห์นอกจากจะบ่งชี้ความคุ้มค่าทางการเงินแล้วยังมุ่งเน้นถึงความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการด้วย (ชูชีพ พิพัฒนศิริ, 2540)

ตัวชี้วัดความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ

1. ระยะเวลาคืนทุน (payback period : PB)
2. มูลค่าปัจจุบัน (net present value : NPV)
3. อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (benefit-cost ratio : BCR)
4. อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (internal rate of return : IRR)

การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน

ค่าความแปรเปลี่ยนของโครงการ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละของปัจจัยที่เชื่อว่ามีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของโครงการ มีการวิเคราะห์ 2 วิธีดังนี้ (ซูชีพ พิพัฒน์ศิริ, 2540)

การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน (SVTc)

การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลประโยชน์ (SVTb)

3. แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม ประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกเพื่อนำไปสู่การทราบถึงโอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ปัจจัยภายในเพื่อทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถดำเนินกลยุทธ์ต่าง ๆ โดยใช้จุดแข็งและจุดอ่อนปรับเข้ากับ โอกาสและอุปสรรค เพื่อให้สามารถแข่งขันกับอุตสาหกรรมได้ (Wheelen and Hunger, 2002 อ้างใน พชร ชิดสิน, 2549)

4. แนวคิดการจัดทำแผนธุรกิจ

การที่ผู้ประกอบการหรือตัวธุรกิจต้องการเขียนแผนธุรกิจขึ้นมาเองนั้นเหตุผลหรือวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ในการเขียน หรือการจัดทำแผนธุรกิจ ก็คือเพื่อการเริ่มต้นธุรกิจ เหตุผลหรือวัตถุประสงค์ดังกล่าวเกิดจากการที่ผู้ประกอบการใหม่เห็นช่องทาง หรือโอกาสในการตลาด หรือมีความประสงค์จะเริ่มต้นธุรกิจหรือมีความต้องการเป็นผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneur) จึงเริ่มต้นด้วยการจัดทำแผนธุรกิจขึ้นเพื่อดูรายละเอียดเกี่ยวกับการลงทุนเริ่มต้นธุรกิจ เพื่อการบริหารจัดการ เหตุผลหรือวัตถุประสงค์ดังกล่าวส่วนใหญ่จะมาจากผู้ประกอบการที่ได้ดำเนินธุรกิจมาช่วงเวลาหนึ่งและต้องการวางแผนธุรกิจอย่างเป็นระบบ เพื่อการระดมทุนจากหุ้นส่วนหรือแหล่งทุนภายนอก เหตุผลหรือวัตถุประสงค์ดังกล่าวส่วนใหญ่ของการจัดทำแผนธุรกิจนี้จะมาจากการที่ผู้ประกอบการรู้ว่าเงินทุนที่ตนเองมีอยู่นั้นไม่เพียงพอต่อการเริ่มต้นหรือการขยายธุรกิจ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว., 2545)

วิธีการทดลอง

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ใช้การวิเคราะห์แบบพรรณนามาอธิบายถึงลักษณะของธุรกิจของสินค้านวัตกรรมจากผงไหม อย่างไรก็ตามจากการศึกษาในเบื้องต้น พบว่าในปัจจุบัน “นวัตกรรม” ได้เข้ามาสู่ธุรกิจโดยผู้ประกอบการไม่สามารถหนีได้ ซึ่งมีทั้งการยึดยึด และแสวงหา หรือการมุ่งสร้างนวัตกรรมขึ้นมาแม้กระทั่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้ทราบว่าธุรกิจหรือบริการมีนวัตกรรมที่สุดยอดหรือความแปลกใหม่อย่างไรบ้างซึ่งเป็นการเรียกความสนใจจากผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความต้องการ และการซื้อตามมาซึ่งธุรกิจที่สนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมจึงต้องเข้าใจความหมายของการแสวงหา หรือพัฒนานวัตกรรมให้เกิดขึ้นในกิจการของตนเอง ดังนั้นจึงทำการศึกษาลักษณะธุรกิจของสินค้านวัตกรรม เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและการทำธุรกิจของสินค้านวัตกรรมจากผงไหม ซึ่งจะนำไปสู่การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในการทำธุรกิจผงไหม และผลิตภัณฑ์ผงไหมรวมถึงเสนอแนะกลยุทธ์ที่เหมาะสม จนเป็นแนวทางในการจัดทำแผนธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปพิจารณาปรับใช้ในธุรกิจของตนต่อไป

การวิเคราะห์เชิงปริมาณจะทำการวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทน และความคุ้มค่าทางการเงินของโครงการธุรกิจผงไหมและผลิตภัณฑ์ผงไหม โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาคำนวณหาต้นทุน รายได้ และกำไรจากการทำโครงการ ใช้เกณฑ์ตัดสินใจทั้ง 4 วิธี ดังนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน (payback period)
2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนสุทธิที่เพิ่มขึ้น (net present value : NPV)
3. อัตราส่วนผลต่างของผลตอบแทนต่อผลต่างของต้นทุน (benefit-cost ratio : BCR)
4. อัตราผลตอบแทนภายใน โครงการ (internal rate of return : IRR)

การวิเคราะห์ค่าความอ่อนไหวของโครงการ การวิเคราะห์ทางการเงินจะขึ้นอยู่กับกระแสเงินสดเป็นสำคัญ โดยการวิเคราะห์ผลกระทบต่อความคุ้มค่าของการลงทุนเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงต้นทุนหรือรายได้ภายใต้ข้อกำหนดดังนี้

1. กรณีต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น โดยกำหนดให้รายได้คงที่
2. กรณีรายได้ลดลง โดยกำหนดให้ต้นทุนคงที่
3. กรณีต้นทุนเพิ่มขึ้นและรายได้ลดลง

ผลการทดลอง

ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินพบว่าการลงทุนในธุรกิจนวัตกรรมผงไหมและผลิตภัณฑ์ผงไหม มีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยเพื่อพิจารณาค่า NPV แล้ว มีค่ามากกว่าศูนย์หรือมีค่าเป็นบวก แสดงว่าผลตอบแทนเมื่อคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วสูงกว่ามูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการทำให้เกิดกำไร สำหรับค่า BCR มีค่ามากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่ามูลค่าปัจจุบันของรายได้มีค่ามากกว่ามูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่าย อาจกล่าวได้ว่าเมื่อลงทุน 1 บาท ทำให้ได้รับผลตอบแทนกลับมา 3.18 บาท ส่วน IRR มีค่าเท่ากับ 257% แสดงว่าโครงการลงทุนสามารถให้ผลตอบแทนมากกว่าค่าเสียโอกาสของการลงทุน หรือมากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ร้อยละ 8 และมีระยะเวลาคืนทุนน้อยกว่า 1ปี

การอภิปรายผล

ลักษณะความเป็นนวัตกรรมของผงไหม คือ เป็นการนำเอาเศษไหมที่เหลือทิ้ง ไม่มีประโยชน์ นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ด้วยวิธีทางนิวเคลียร์ และสามารถนำไปต่อยอดพัฒนาทำเป็นธุรกิจได้ ลักษณะธุรกิจสินค้านวัตกรรมผงไหมนี้มีจุดกำเนิดจาก 2 แหล่ง คือ ทั้งในองค์กรและนอกองค์กร ด้วยการเริ่มจากที่ผู้บริหารองค์กร เกิดความสงสัยและเริ่มหาข้อมูลเกี่ยวกับการนำผงไหมไปใช้ประโยชน์ จนไปสู่การแสวงหาความรู้จากภายนอกองค์กรด้วยการค้นหาว่ามีหน่วยงานใดสนใจในเรื่องนี้อยู่บ้าง เพื่อติดต่อขอความร่วมมือในการพัฒนาเทคโนโลยีต่อไป จนเกิดเป็นเทคนิคเชิงนิวเคลียร์ในการผลิตผงไหมดังในปัจจุบัน และสามารถนำไปพัฒนาโดยนำผงไหมไปประยุกต์เข้ากับสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อสะดวกแก่การนำไปใช้งาน โดยทางบริษัทจะนำไปผสมกับสบู่ ด้วยการผลิตผงไหมเอง แต่จ้างผลิตสบู่ซึ่งมีส่วนผสมของผงไหมที่บริษัทผลิตเอง การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงิน กระแสเงินสดออกของการลงทุนในธุรกิจนวัตกรรมการผลิตผงไหมและผลิตภัณฑ์ผงไหมซึ่งประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการลงทุน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและบำรุงรักษา รวมทั้งการชำระคืนเงินกู้และดอกเบี้ยของกิจการส่วนค่าใช้จ่ายในการ

ดำเนินงานเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเนื่องจากการผลิตผงไหมและการจ้างผลิตสบู่ผงไหม โดยเริ่มผลิตตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 10 หรือเกิดขึ้นตลอดอายุโครงการจำนวน 10 ปี ประกอบด้วยรายการต่าง ๆ โดยที่จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพบว่าจะกำหนดให้ตั้งแต่เริ่มดำเนินกิจการจนถึงปีที่ 10 ปริมาณการผลิตจะคงที่สำหรับค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาในเบื้องต้นจะมีค่าใช้จ่ายส่วนนี้ทุกปี ได้แก่ ค่าซ่อมบำรุงอาคาร ค่าบำรุงโครงสร้างสำนักงาน ค่าเปลี่ยนอุปกรณ์สึกหรอ และค่าสวัสดิการแรงงาน ส่วนการคืนเงินต้นและดอกเบี้ยของกิจการ โดยการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเป็นจำนวนเงิน 7 ล้านบาท โดยมีการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยเท่ากันทุก ๆ ปี โดยระยะเวลาการชำระคืนทั้งหมด เท่ากับ 5 ปี ในส่วนของกระแสเงินสดเข้าของกิจการปีแรก ที่เริ่มลงทุน จะยังไม่ได้มีการผลิตสินค้าจึงไม่มีรายได้เกิดขึ้น และในปีที่ 1 ถึง ปีที่ 10 มีการกำหนดให้ยอดขายคงที่รายได้จึงเท่ากันทุกปี ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนในธุรกิจนี้เมื่อกำหนดอัตราคิดลดเท่ากับร้อยละ 8 พบว่าคุ้มค่าต่อการลงทุน โดยมีตัวชี้วัด คือ มูลค่าปัจจุบัน คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ที่ผู้ประกอบการได้รับในเวลา 10 ปี เท่ากับ 684,898,302 บาท อัตราผลตอบแทนภายในการลงทุน (IRR) เท่ากับร้อยละ 257 และอัตราส่วนมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนต่อการลงทุน (BCR) เท่ากับ 3.18 โดยมีระยะเวลาคืนทุน 0.4 ปี และเมื่อทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการลงทุนเมื่อกำหนดให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 หรือรายได้ลดลงร้อยละ 20 หรือต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 พบว่าผลที่ได้ยังคุ้มค่าต่อการลงทุน เนื่องจากค่าตัวชี้วัดต่างๆยังให้ผลตอบแทนที่ดี แสดงให้เห็นว่าความเสี่ยงภายในโครงการอยู่ในระดับต่ำ ผลการวิเคราะห์จัดทำแผนธุรกิจของสินค้านวัตกรรมผงไหมและผลิตภัณฑ์ผงไหม ปัจจุบันธุรกิจผงไหมถือเป็นตลาดที่ไม่ใหญ่มากนัก เนื่องจากเป็นธุรกิจเปิดใหม่ ทำให้ถ้าพิจารณาเฉพาะในส่วนของผงไหม ถือว่าไม่มีคู่แข่งเลย เนื่องจากทางบริษัทแก้วหลวงเป็นบริษัทเดียวที่ผลิตผงไหมในประเทศไทย แต่ถ้าพิจารณาในส่วนของผลิตภัณฑ์ผงไหมซึ่งในที่นี่ คือ สบู่ผงไหม ถือว่ามีคู่แข่งทางตลาดค่อนข้างมากเพราะ มีสบู่วางขายตามท้องตลาดจำนวนมากไม่ว่า จะเป็นสบู่ทั่วไป สบู่ผสมสมุนไพรต่างๆ แต่ก็จัดได้ว่าสบู่ถึงเป็นสินค้าอุปโภคที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน และมีความต้องการใช้เป็นจำนวนมาก จึงเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่น่าทำการตลาดผู้ประกอบการในธุรกิจผงไหมและผลิตภัณฑ์ผงไหม มีการดำเนินการด้านการตลาดโดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน กล่าวคือจะมุ่งเน้นไปยังลูกค้าที่ใส่ใจสุขภาพและความสวยงาม การจัดจำหน่ายผงไหมเน้นการผลิตและขายให้กับลูกค้าทั้งทางหน้าร้านและทางเว็บไซต์ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าประจำที่ทราบประโยชน์เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่แล้ว และหากมีลูกค้าใหม่เข้ามาก็จะมาจากการเปิดตัวสินค้าตามการออกบูธต่าง ๆ การบอกต่อของลูกค้าและผู้ใช้เอง ผู้ประกอบการยังไม่มีมีการขยายตลาดโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า ส่วนการทำตลาดและการประชาสัมพันธ์สินค้า ผู้ประกอบการมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ เช่น การออกร้านแสดงสินค้านวัตกรรมประจำปีของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ และการแนะนำสินค้านวัตกรรมผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ. 2540. เศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์โครงการ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร:ภาควิชาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บริษัท แก้วหลวง จำกัด. 2555. www.kaewluang.co.th (Online). สืบค้นวันที่ 15 กันยายน 2555.

เพชร ชิดสิน. 2549. การวิเคราะห์ระบบธุรกิจเกษตรและผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนผลิตถั่วไม้และ
น้ำส้มควันไม้ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ(องค์การมหาชน). 2553. มหัศจรรย์ผงไหม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). 2545.คู่มือการจัดทำแผนธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Online).bsc.snru.ac.th/image/SMEs.pdf , 2 ธันวาคม 2555.

Fritz, W. 1989.Determinants of Product Innovation Activities.EuropeanJournal of Marketing. Vol. 23, no.10,
pp. 32-43.

Wheelen Thomas and Hunger J.D. 2002. Strategic management and Business Policy (8th ed): Prentice-Hall Inc.