

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการขยายการผลิตเนื้อโคขุนคุณภาพของ บริษัท นอร์ทเทิร์นฟาร์ม (1996) จำกัด เพื่อจัดจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่และ เชียงราย ซึ่งประกอบไปด้วยการศึกษา 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และ ด้านการเงิน ผลการศึกษาที่ได้จะเสนอแนะเป็นนโยบายสำหรับผู้ประกอบการที่จะใช้เป็นประโยชน์ในการจัดการและวางแผนเพื่อขยายโครงการต่อไป

การวิเคราะห์ทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชาย มีอายุ 20 – 29 ปี จบการศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ดำรงตำแหน่งงานผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านวัสดุคงคลัง กิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดำเนินการมาเป็นระยะเวลา 6 – 10 ปี มีพนักงานต่ำกว่า 11 คน มีเงินทุนจดทะเบียน 10,000,001 – 50,000,000 บาท ผู้ที่ทำหน้าที่ตัดสินใจซื้อเนื้อโคขุนในกิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเจ้าของที่ฝ่ายจัดซื้อหรือเจ้าหน้าที่ฝ่ายที่ได้รับมอบหมาย ในด้านพฤติกรรมการณ์ซื้อและการใช้เนื้อโคขุน กิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้เนื้อโคขุน มาเป็นเวลามากกว่า 3 ปี เนื้อโคขุนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อเนื้อโคขุนประเภทที่ใช้ในการปรุงสเต็กคือ เนื้อสันนอก เพื่อนำไปจำหน่ายให้ลูกค้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยซื้อเนื้อโคขุนจากตัวแทนจำหน่ายเนื้อโคขุน และได้รับบริการ

ส่งถึงที่หมาย โดยซื้อครั้งละ 5 – 10 กิโลกรัม จำนวน 1 – 3 ครั้งต่อเดือน และการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อโคขุนได้รับจากตัวแทนจำหน่ายเนื้อโคขุน ในกรณีที่กิจการของกลุ่มตัวอย่างมิได้ใช้เนื้อโคขุน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อเนื้อโคจากตลาดสด โดยซื้อเนื้อโคครั้งละ 5 – 10 กิโลกรัม จำนวน 1 – 3 ครั้งต่อเดือน และมีความสนใจที่จะใช้เนื้อโคขุนเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่มีศักยภาพ ซึ่งอยู่ในระหว่างหาข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อโคขุนเพื่อการใช้งานในอนาคต

โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าทุกปัจจัยมีผลต่อการเลือกซื้อเนื้อโคขุนในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเนื้อโคขุนในระดับมากที่สุด คือ ภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น กิจการของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกผู้ผลิตเนื้อโคขุนโดยภาพรวมในระดับมาก ปัจจัยที่ได้ให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกผู้ผลิตเนื้อโคขุนในระดับมาก คือ ทำเลที่ตั้ง และความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับผู้ผลิตเนื้อโคขุน กิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประสบปัญหาเกี่ยวกับการใช้เนื้อโคขุน โดยภาพรวมในระดับน้อย ปัญหาที่เกี่ยวกับการใช้เนื้อโคขุนที่เป็นปัญหาในระดับมาก คือ ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องเนื้อโคขุนอย่างแท้จริง และในกรณีที่กิจการของกลุ่มตัวอย่างต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เนื้อโคขุน และกลุ่มตัวอย่างให้ความเชื่อถือข้อมูลจากจากพนักงานของผู้ผลิตเนื้อโคขุน

การวิเคราะห์ด้านการตลาดยังพบว่า ความต้องการใช้เนื้อโคขุน ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และเชียงราย มีสูง แต่การผลิตยังไม่พอเพียง ต้องมีการนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้าน การขยายโครงการผลิตจึงมีความเป็นไปได้โดย เน้นส่งเสริมการขาย โดยการให้ความรู้ในเรื่องโคขุน และวิธีการใช้เนื้อโคขุน ส่วนต่าง ๆ ประกอบอาหาร

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค ลักษณะเฉพาะของเนื้อโคขุน กระบวนการผลิตเนื้อโคขุน โดยใช้เทคนิคการเลี้ยง การให้อาหารที่มีคุณค่าทางอาหารสูงเพียงพอต่อความต้องการของโคเพื่อการเจริญเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนให้เนื้อที่มีคุณภาพสูงถูกหลักสุขอนามัย แตกต่างจากเนื้อโคพื้นบ้าน และการใช้กำลังการผลิต เครื่องจักร และอุปกรณ์ ในการตกแต่งแปรรูปเนื้อรวมทั้งบรรจุหีบห่อเพื่อเพิ่มมูลค่าและเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้งของโครงการขยายการผลิต ตั้งอยู่เลขที่ 20/11-12 ถนนห้วยแก้ว อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ซึ่งอยู่ในเขตเมืองที่สามารถ บริการจัดส่งได้สะดวก รวดเร็ว การศึกษาถึงวัตถุดิบ และสาธารณูปโภค ที่ใช้ในฟาร์มผลิตของเกษตรกร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ คำนวณต้นทุน ตั้งราคารับซื้อโคขุนและเงินลงทุนต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ด้านการจัดการ โดยใช้หลักการจัดการด้านสุขภาพและการควบคุมป้องกันโรค การจัดการางการทำงานเป็นอีกปัจจัยที่ศึกษาเพื่อเพิ่มผลผลิต ทั้งโดยทางตรงและโดยทางอ้อม การจัดการให้ความรู้แก่เกษตรกรร่วมโครงการ โดยใช้สัตวบาลของบริษัทที่ผ่านการพัฒนาอบรมความรู้เรื่อง

การเลี้ยงสัตว์ ทำการแนะนำและช่วยให้เกษตรกรผลิตโคขุนที่มีคุณภาพและผลผลิตสูง ตลอดจนเข้มงวดการรับซื้อโคขุนให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ตั้งไว้โดยเป็นไปตามหลักวิชาการ จัดการอบรมเสริมความรู้ให้พนักงานคัดแตงเนื้อในเรื่องความสะอาด เทคโนโลยีการคัดแตง แปรรูป เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การศึกษาด้านการจัดการเพื่อนำมาคาดคะเนความต้องการบุคลากร และค่าใช้จ่ายด้านการจัดการภายในองค์กร

การวิเคราะห์ด้านการเงินพบว่าการลงทุนโครงการขยายการผลิตเนื้อโคขุนคุณภาพต้องใช้เงินลงทุนจำนวน 5,000,000 บาท มีระยะเวลาการคืนทุน 2 ปี 8 เดือน 8 วัน อัตราผลตอบแทนลดค่าเท่ากับ 30.84 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ณ อัตราผลตอบแทนที่ต้องการร้อยละ 12.25 เท่ากับ 2,875,756 บาท คำนีการทำกำไร เท่ากับ 1.58 การวิเคราะห์ความไวพบว่าโครงการจะคุ้มค่าการลงทุนเมื่อยอดขายลดลงไม่มากกว่าร้อยละ 5.9 ต้นทุนสินค้าทางตรงเพิ่มขึ้นไม่มากกว่าร้อยละ 9

จากการศึกษาดังกล่าวข้างต้นในการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน จะเห็นได้ว่าเป็นโครงการที่ควรขยายการลงทุน

## ABSTRACT

**TE 141472**

The objective of this independent study is to undertake a Feasibility Study of expanding Quality Lotfed Beef Production Project of Northern Farm (1996) Co., Ltd. to enable distribution across Chiang Mai and Chiang Rai. This study comprises of four parts; Marketing, Technical aspect, Management and Finance. The outcome of this study should be beneficial to entrepreneurs who may take the recommendations from this study to guide them in their future planning for expansion.

In doing the market analysis, samples were taken from male, between 20-29 years of age with bachelor degree or equivalent, who retain the position of manager or chief of supplies section in the businesses which had been operating for 6-10 years and had a minimum of 11 employees. The capital investment of the business was between Baht 10,000,001- 50,000,000. The decision makers for purchasing lotfed beef in the samples were the purchasing officers or other assigned staff members. Most of the samples had used lotfed beef before, mostly for steak such as sirloin, to serve to foreign tourists. The beef was purchased through sales agents who provided delivery services. Each purchase was for 5-10 kg., 1-3 purchases per month. The samples also obtained relevant information on lotfed beef from the agents. The samples who did not purchase lotfed beef purchased

beef from the local market. Each purchase was also for 5-10 kg., 1-3 purchases per month. These samples said they were interested in purchasing lotfed beef and therefore they would be potential customers as they indicated that they were finding further information about lotfed beef for future usage.

Overall, the majority of samples thought that many factors affected the market demand for lotfed beef. However, the most important factor would be the improved economic condition. Most businesses were specific about selecting the beef producers. The major factor for being specific about the meat producers was due to location and convenience in communication and delivery. Minority of samples indicated that they had problems in regard to lotfed beef. The main problem about lotfed beef was the lack of real knowledge and understanding about lotfed beef. Those who indicated their lack of knowledge about lotfed beef said that they were willing to learn more and trusted that staff members of the beef producer could provide them the required information.

The marketing analysis shows that there is a high demand for lotfed beef in Chiang Mai and Chiang Rai but the supply is still insufficient. This makes it necessary to import beef from neighbouring countries. Thus, the expansion of production will be possible through sales campaign and increasing knowledge of lotfed beef and its use.

The technical analysis identifies lotfed beef specification, production process and productivity. To produce hygienic and high quality lotfed beef, which is more superior than local (traditional) beef, high quality and nutritious feed and good rearing technique are required. Usage of equipment and machineries to improve and increase productivity is also necessary; particularly for beef processing and packaging in order to increase value and products varieties. The site for the expansion is at 20/11-12 Huay Kaew Road, Amphur Muang, Chiang Mai, which is situated in the city of Chiang Mai. It is convenient and fast to deliver products to customers. The study of raw materials and public utilities available to participating farmers is also important as it will enable the company to estimate farmers' production cost which is used to set the buying price, the company's production cost and subsequent financial analysis.

Management analysis uses good health management and preventive practices. Good personnel management is also explored as a way to, directly and indirectly, increase production. The

company's veterinarian can educate the participating farmers on beef rearing technique, Through his advice and encouragement, the farmers will be able to effectively increase productivity and improve beef quality. The company needs to also adhere to its technical standard when purchasing cattle from the farmers. Staff will be trained on beef processing and hygiene in order to add value and varieties to the products. The information from management analysis will be used to forecast personnel and financial requirement of the company.

The financial analysis indicated that the Expanding Quality Lotfed Beef Production Project required 5,000,000 baht investment cost. The pay back period of return on investment was 2 years 8 months and 8 days. Internal rate of return was 30.84. 2,875,756 Baht was the net present value at 12.25 %expected return. While the profitability index was 1.58. Sensitivity analysis indicated that the project would still be worth the investment if the sale volume was reduced not more than 5.9 %. Direct cost of goods sold was increased not more than 9 %.

From this study of marketing, technical aspect, management and finance, it can be concluded that this feasibility study shows that it is feasible to expand the production of quality lotfed beef.