

บทคัดย่อ

ธุรกิจเครื่องมือโรงงาน เกิดจากขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมภาคอุตสาหกรรม โดยธุรกิจขายเครื่องมือโรงงานจะตั้งอยู่ในเขตอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น นิคมอุตสาหกรรมอมตะ นิคมอุตสาหกรรมบางปู เป็นต้น

งานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจเครื่องมือโรงงาน โดยการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต ไม่ได้มุ่งเน้นศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจเครื่องมือโรงงานในช่องทางปกติ ดังนั้นสำหรับผู้สนใจเข้ามาประกอบการธุรกิจเครื่องมือโรงงานในช่องทางปกติ ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ อันได้แก่ เงินทุน ทำเลที่ตั้ง บุคลากร ผู้ขาย สินค้า และการบริการ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเป็นธุรกิจขายเครื่องมือโรงงานในช่องทางปกติจะต้องใช้เงินลงทุนสูง ทั้งในการสต็อกสินค้าและการให้เครดิตสำหรับลูกค้า อีกทั้งยังมีโอกาสเกิดหนี้สูญในกรณีที่โรงงานเกิดปิดตัวลงได้ และต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี เพราะสินค้ามีความหลากหลายสูงมาก และสภาวะการแข่งขันของธุรกิจนี้มีค่อนข้างมาก

สำหรับผู้ประกอบการเดิม การเพิ่มช่องทางการขายทางอินเทอร์เน็ต ถือเป็นช่องทางที่มีความน่าสนใจมาก เพราะใช้เงินลงทุนน้อย เนื่องจากผู้ประกอบการเดิม มีต้นทุนคงที่ที่อยู่แล้ว การเพิ่มช่องทางการขายทางอินเทอร์เน็ต จะเพิ่มเพียงการทำเว็บไซต์ ,คอมพิวเตอร์ ,ระบบรองรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และพนักงานที่มีความรู้ระดับหนึ่ง เท่านั้น ซึ่งถือเป็นต้นทุนที่ไม่สูงมาก

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการสำรวจโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมด้วยการออกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยมีแบบสอบถามตอบกลับมา 110 ชุด ด้วยอัตราการตอบกลับร้อยละ 27.5 เมื่อคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จำนวน 10 ชุด ออก ทำให้เหลือแบบสอบถามที่นำมาวิเคราะห์ จำนวน 100 ชุด ผลการสำรวจพบว่า โรงงานส่วนใหญ่จะอยู่ในภาคกลางและภาคตะวันออก มากกว่าร้อยละ 91 มีจำนวนพนักงาน อยู่ระหว่าง 51-200 คน และ มากกว่า 200 คน เท่ากันร้อยละ 37.00 และโรงงานส่วนใหญ่ดำเนินการมาแล้วมากกว่า 10 ปี ร้อยละ 54.00 มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในอัตราที่ค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับสถานประกอบการทั่วประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่าปัจจุบันมีการซื้อเครื่องมือโรงงานทางอินเทอร์เน็ต เพียงร้อยละ 12 แต่ในอนาคตอีก 5 ปี ข้างหน้าจะขยายตัวเป็นร้อยละ 58 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องมือโรงงานทางอินเทอร์เน็ต คือ ได้รับข้อมูลใหม่ที่รวดเร็ว ลดค่าใช้จ่าย และสามารถเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ

อุปสรรคสำคัญของธุรกิจนี้ คือ เรื่องการชำระเงิน ,ไม่สามารถทดลองใช้สินค้า ,การได้รับสินค้าไม่ตรงตามความต้องการ และไม่มั่นใจในการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

สำหรับธุรกิจขายเครื่องมือโรงงานทางอินเทอร์เน็ต ต้องมีบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่ดี กลุ่มโรงงานเป้าหมายของงานวิจัยนี้ คือ โรงงานที่อยู่ในภาคตะวันออก มีจำนวนพนักงาน 51 คนขึ้นไป และจะมีการสั่งซื้อสินค้า(ทั่วไป)ทางอินเทอร์เน็ตในอีก 5 ปีข้างหน้า นอกจากนั้นกลยุทธ์การลดราคาสินค้า ที่จะนำมาใช้ในการกระตุ้นการซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมทางอินเทอร์เน็ต อาจมีผลไม่มาก เพราะเป็นปัจจัยที่โรงงานอุตสาหกรรมให้ความสำคัญน้อยในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้า ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญมากนั้น คือ คุณภาพสินค้า และบริการ

ธุรกิจขายเครื่องมือโรงงานในช่องทางปกติ(Non-Net) มีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ยอดขาย 3,200,752 บาทต่อปี ระยะเวลาคืนทุน คือ 2 ปี 3 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 2,725,806.12 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 42 สำหรับธุรกิจขายเครื่องมือโรงงานที่เพิ่มช่องทางการขายทางอินเทอร์เน็ตแล้ว(Net) มีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ยอดขาย 3,400,175 บาทต่อปี ระยะเวลาคืนทุน คือ 2 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 3,775,975.84 และอัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 47

สำหรับการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงยอดขาย และเงินทุนหมุนเวียน จะมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน และความเสี่ยงของโครงการไม่มากนัก แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารทั้งในส่วนของช่องทางปกติและช่องทางอินเทอร์เน็ต และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในส่วนการขายทางอินเทอร์เน็ตอย่างเดียว จะมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน และมีผลต่อความเสี่ยงของโครงการค่อนข้างมาก

จากเครื่องมือทางการเงิน พบว่า ธุรกิจขายเครื่องมือโรงงานที่เพิ่มช่องทางการขายทางอินเทอร์เน็ตแล้ว (Net) มีความเป็นไปได้ และความคุ้มค่าการลงทุนมากกว่า ธุรกิจขายเครื่องมือโรงงานในช่องทางปกติ (Non-Net) แต่ธุรกิจขายเครื่องมือโรงงานที่เพิ่มช่องทางการขายทางอินเทอร์เน็ตแล้ว (Net) ต้องใช้เงินลงทุนที่สูงกว่า และต้องควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในส่วนของการขายทางอินเทอร์เน็ตให้ดี