บทที่ 9
กลยุทธ์ทางการเงิน

9.1 นโยบายทางการเงิน

- ***วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการเงิน***

<u>วัตถุประสงค์ทางการเงิน</u>

ดำเนินนโยบายทางการเงินโดยใช้หลักความระมัดระวัง โดยจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เหมาะสมในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการลงทุน การดำเนินงานและการตลาด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และมีสภาพคล่องเพียงพอในการดำเนินงานในระยะยาว

<u>เป้าหมายทางการเงิน</u>

บริษัทฯ มีเป้าหมายทางการเงินดังนี้

- NPV เป็นบวก
- IRR มากกว่า 15%
- สามารถคืนทุนได้ภายใน 5 ปี

- ***แหล่งที่มาของเงินทุน โครงสร้างเงินทุนและต้นทุนเงินทุน***

<u>1. แหล่งที่มาของเงินทุน</u>

บริษัทมีนโยบายในการจัดหาเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงานจากส่วนของเจ้าของเพียงแหล่งเดียว จากการประมาณการขั้นต้นบริษัทต้องใช้เงินทุนเริ่มแรกจำนวน 2.5 ล้านบาท ซึ่งเป็นจำนวนเงินทุนที่คาดว่าจะสามารถรองรับกับการลงทุนในสินทรัพย์ต่างๆและค่าใช้จ่ายอื่นๆที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในการเริ่มดำเนินการ นอกจากนี้เงินทุนอีกส่วนหนึ่งยังใช้สำหรับเป็นเงินทุนหมุนเวียนในช่วงแรกของการดำเนินกิจการซึ่งยังอาจไม่มีกระแสเงินสดรับมากเพียงพอ

บริษัทมีการเริ่มต้นโดยทำการจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด โดยจดทะเบียนในชื่อ “บริษัท ข้าวทิพย์ จำกัด” โดยเงินลงทุนในกิจการนำมาจากการร่วมลงทุนของผู้ก่อตั้ง โดยออกเป็นหุ้นสามัญ ราคาหุ้นละ 10 บาท จำนวน 250,000 หุ้น จำนวนผู้ถือหุ้นหลักมีจำนวน 3 คน และผู้ถือหุ้นรายย่อย 4 คน โดยจะทะเบียนเป็นทุนรวม 2.5 ล้านบาท แบ่งตามสัดส่วน ดังต่อไปนี้

รายชื่อผู้ถือหุ้น	เงินลงทุน (บาท)	จำนวนหุ้น	เปอร์เซนต์(%)
นายศุภพงศ์ ยิ่งยงดี	625,000	62,500	25%
นางสาวนิลรัตน์ หงษ์ทอง	625,000	62,500	25%
นางสาวพรพิมล ตั้งสัจจะนภากุล	625,000	62,500	25%
นายวิศิษฐ์ อุ่นฐิติวัฒน์	250,000	25,000	10%

รายชื่อผู้ถือหุ้น	เงินลงทุน (บาท)	จำนวนหุ้น	เปอร์เซนต์(%)
(เจ้าของโรงสีธัญญาวัฒน์)			
นางสาวฐิติมา ศิริพันธุ์	125,000	12,500	5%
นายณัฐวุฒิ วสะสมิทธ์	125,000	12,500	5%
นายอนันต์ ฐาปนาชัย	125,000	12,500	5%

ตารางที่ 9-1 รายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัท ข้าวทิพย์ จำกัด

2. โครงสร้างเงินทุน

บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายสัดส่วนโครงสร้างเงินทุนของบริษัทฯ (Target Capital Structure) โดยมีอัตราส่วนทุนของเจ้าของเป็น 100% ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทฯ นี้เป็นบริษัทใหม่ที่เพิ่งเริ่มเข้ามาทำธุรกิจและยังคงมีความเสี่ยงในด้านความไม่แน่นอนของผลกำไรจากการประกอบกิจการ ดังนั้นการขอสินเชื่อจากธนาคารหรือสถาบันการเงินจึงเป็นเรื่องค่อนข้างยาก เนื่องจากอาจมองว่าบริษัทฯขาดความมั่นคง และไม่มีสินทรัพย์ค้ำประกัน

3. ต้นทุนเงินทุน

- ***ต้นทุนเงินทุนจากส่วนของเจ้าของ (Cost of Equity : K_e)***

K_e = 15% (ภาคผนวก 9-1)

9.2 สมมติฐานและประมาณการทางการเงิน

สมมติฐานในการจัดทำประมาณการทางการเงิน

ประมาณการทางการเงินนี้จัดทำสำหรับการดำเนินงานในช่วงระยะเวลา 5 ปีนับจากเริ่มเปิดกิจการในเดือน มกราคม 2551 จนถึง เดือน ธันวาคม 2555 เนื่องจากบริษัทฯ คาดว่ากิจการจะเริ่มมีผลการดำเนินงานที่คงที่ในปีที่ 5 ของการดำเนินงาน ดังนั้นผลการดำเนินงานหลังจากปีที่ 5 และได้มีการจัดทำประมาณการทางการเงินสำหรับช่วงระยะเวลา 12 เดือนในปีแรกของการดำเนินงานไว้ให้เห็นด้วย

9.2.1 ประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย

- ***การประมาณการยอดขาย***

การประมาณยอดขายของบริษัท ข้าวทิพย์ จะแบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย ได้ดังนี้

1.ท๊อปส์ มาร์เก็ต จะมีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย 2 ชนิด คือ ข้าวธัญพืชบรรจุถุงสุญญากาศขนาด 1 กิโลกรัม และข้าวธัญพืชบรรจุถุงสุญญากาศขนาด 2 กิโลกรัม

โดยมีสมมุติฐานในการประมาณการยอดขายดังนี้

1. พิจารณายอดขาย จากกำลังการผลิตของบริษัท ข้าวทิพย์ ที่สามารถทำการผลิตได้ประมาณวันละ 400 กิโลกรัม หรือ 125.2 ตันต่อปี[1]
2. พิจารณาจากตลาดข้าวธัญพืชที่มีขนาดประมาณ 2% ของตลาดข้าวรวม หรือมีขนาดประมาณ 1.8 ล้านตัน[2]
3. พิจารณาจากยอดขายข้าวธัญพืชของมาบุญครองพลัส ที่มูลค่าประมาณ 300 ล้านบาทต่อปี หรือมีขนาดประมาณ 4,655 ตัน[3]

ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากขนาดข้าวธัญพืช ยอดขายของคู่แข่งทางตรง และกำลังการผลิตของบริษัทแล้วจะสามารถประมาณการยอดขายข้าวบรรจุถุงสุญญากาศโดยพิจารณาจากปริมาณสินค้าที่จำหน่ายต่อปีได้ดังนี้

หน่วย : ตัน

	ตลาดข้าวโดยรวม	ตลาดข้าวธัญพืช (2% ของตลาดข้าวโดยรวม)	ข้าวธัญพืชมาบุญครองพลัส	ข้าวธัญพืช ข้าวทิพย์ (กำลังการผลิตระดับปกติในปีแรก)
ขนาดตลาด	9,600,000	1,800,000	4,655.00	125.20
สัดส่วนการครองตลาดของข้าวทิพย์			2%	
ประมาณการยอดขายข้าวทิพย์			94.00	

ตารางที่ 9-2 ความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์สำหรับท๊อปส์ มาร์เก็ต

โดยบริษัทประมาณการยอดขายในปีแรก ตามกำลังการผลิตในระดับปรกติของทางบริษัท คือ 125.2 ตันต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 2.69 ของข้าวธัญพืชมาบุญครองพลัสที่บริษัทมีจำหน่ายอยู่ และคิดเป็นร้อยละ 0.007 ของตลาดข้าวธัญพืช

ซึ่งบริษัทมีความคาดหวังที่จะสามารถสร้างยอดขายในซุปเปอร์มาร์เก็ตที่เป็นช่องทางหลักของทางบริษัท โดยตลาดข้าวธัญพืชบรรจุถุงในท้องตลาดมีคู่แข่งรายใหญ่เจ้าเดียวในตลาด คือข้าวมาบุญครองพลัส ซึ่งมียอดขายในปี 2549 อยู่ที่ 4,655 ตัน โดยบริษัทฯ คาดหวังว่าในปีแรกจะสามารถทำยอดขายได้ 2% ของข้าวธัญพืช มาบุญครองพลัส หรือคิดเป็นยอดที่คาดว่าจะจำหน่ายได้อยู่ที่ประมาณ 94 ตันในปีแรก โดยประมาณการดังกล่าวดูจากจำนวนช่องทางการจำหน่ายที่บริษัทมีอยู่และกำลังการผลิตของบริษัท

[1] http://www.bangkokbizweek.com/20060904/oodbiz/index.php?news=column_21613386.html

[2] http://www.businessthai.co.th/content.php?data=411413_Marketing

[3] http://www.businessthai.co.th/content.php?data=404759_Bussiness%20LifeStyle

โดยจะประมาณการขนาดผลิตภัณฑ์ที่สามารถจำหน่ายได้ในอัตรา ขนาด 1 กิโลกรัม ต่อขนาด 2 กิโลกรัมที่ อัตราส่วน 1:1 เนื่องจากสัดส่วนของผู้บริโภคจากแบบสอบถามมีขนาดปริมาณการซื้อข้าวธัญพืช ขนาด 1 กิโลกรัมที่ 36.8% และขนาด 2 กิโลกรัมที่ 36.1% ซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	2551
ปริมาณการขายรวม	0	0	8,400	8,610	8,825	9,046	9,272	9,504	9,741	9,985	10,235	10,490	94,108
ขนาด 1 กก.(กก.)	0	0	2,800	2,870	2,942	3,015	3,091	3,168	3,247	3,328	3,412	3,497	31,369
จำนวนถุง (ถุง)	0	0	2,800	2,870	2,942	3,015	3,091	3,168	3,247	3,328	3,412	3,497	31,369
ขนาด 2 กก.(กก.)	0	0	5,600	5,740	5,884	6,031	6,181	6,336	6,494	6,657	6,823	6,994	62,739
จำนวนถุง (ถุง)	0	0	2,800	2,870	2,942	3,015	3,091	3,168	3,247	3,328	3,412	3,497	31,369

ตารางที่ 9-3 ความน่าจะเป็นปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์ผ่าน Top Market

โดยประมาณการจัดจำหน่ายข้าวทิพย์ ผ่านช่องทาง ท็อป มาร์เก็ต โดยประมาณการยอดขายในปี 2551 จะอยู่ที่ 94,108 กิโลกรัม โดยแบ่งจำหน่ายขนาด 1 กิโลกรัม อยู่ที่ 31,369 กิโลกรัม หรือคิดเป็นหน่วยที่คาดว่าจะจำหน่ายได้ คือ 31,369 ถุง และขนาด 2 กิโลกรัม อยู่ที่ 62,739 กิโลกรัม หรือคิดเป็นหน่วยที่คาดว่าจะจำหน่ายได้ คือ 31,369 ถุง

2. **ร้านจำหน่ายสินค้าในโรงพยาบาล** จะมีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย 2 ชนิด คือ ชุดของขวัญข้าวธัญพืช ขนาด 1 กิโลกรัม และข้าวธัญพืชบรรจุถุงสุญญากาศขนาด 2 กิโลกรัม

โดยมีสมมุติฐานในการประมาณการยอดขายดังนี้

1. ในแต่ละวันผู้ป่วยในแต่ละคนจะมีผู้มาเยี่ยมอย่างน้อย 1 คน โดยจำนวนผู้ป่วยในแต่ละวันของแต่ละโรงพยาบาลจะมาจากจำนวนเตียงที่สามารถให้บริการคูณด้วยอัตราการครอบเตียง ซึ่งสามารถแสดงได้ดังนี้

จำนวนเตียงที่ให้บริการ	อัตราการครองเตียง	จำนวนผู้ป่วยในต่อวัน
400	75%	300

ตารางที่ 9-4 การประมาณการจำนวนผู้ป่วยในต่อวัน

หมายเหตุ 1.จำนวนเตียงให้บริการมาจากค่าเฉลี่ยของจำนวนเตียงที่โรงพยาบาลเป้าหมายสามารถให้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 408.2 เตียง ซึ่งปัดเศษลง และคำนวณจำนวนเตียงที่ให้บริการที่ระดับ 400 เตียง

2. อัตราการครองเตียง คำนวณจากอัตราการครองเตียงเฉลี่ยของ รพ.บำรุงราษฎร์ จำนวน 3 ปี คือปี 2546 2547 และ 2548 ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 75% [1]

2. ความน่าจะเป็นในการซื้อสินค้าในโรงพยาบาล มาจากความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าในโรงพยาบาล[2] คูณด้วยสัดส่วนการซื้อสินค้าในโรงพยาบาลซึ่งให้ค่าความน่าจะเป็นของทางเลือกทุกครั้งเท่ากับ 100% ทางเลือกซื้อเกือบทุกครั้งเท่ากับ 67% ทางเลือกซื้อบ้างเป็นบางครั้งเท่ากับ 33% และทางเลือกไม่เคยซื้อเท่ากับ 0% ซึ่งสามารถแสดงได้ดังนี้

ความถี่ในการซื้อสินค้า	ความน่าจะเป็นของความถี่ในการเลือกซื้อสินค้า	สัดส่วนการซื้อสินค้าในโรงพยาบาล	ความน่าจะเป็นในการซื้อสินค้าในโรงพยาบาล
ทุกครั้ง	100%	6%	6%
เกือบทุกครั้ง	67%	8%	5%
บ้างเป็นบางครั้ง	33%	54%	18%
ไม่เคยซื้อ	0%	32%	0%
	รวม		29%

ตารางที่ 9-5 ความน่าจะเป็นในการซื้อสินค้าในโรงพยาบาล

3. ความน่าจะเป็นในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเป็นค่าความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากร้านค้าในโรงพยาบาล ซึ่งมีค่า 7.2%[3]
4. ความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อข้าวทิพย์[4] เป็นความน่าจะเป็นจากการสอบถามกลุ่มผู้บริโภค โดยเลือกคำนวณความน่าจะเป็นจากกลุ่มผู้บริโภคที่ตอบว่าซื้อแน่นอน และอาจจะซื้อ เท่านั้น เนื่องจากพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่

[1] รายงานประจำปี 2548 โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

[2] แบบสอบถามของกลุ่มข้าวทิพย์ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมในการบริโภคข้าวธัญพืช ข้อที่15 ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าในโรงพยาบาลเพื่อนำไปเป็นของฝากบ่อยแค่ไหน

[3] แบบสอบถามของกลุ่มข้าวทิพย์ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมในการบริโภคข้าวธัญพืช ข้อที่ 16 ผลิตภัณฑ์ที่ท่านมักจะเลือกซื้อจากร้านค้าในโรงพยาบาล โดยส่วนใหญ่เป็นอะไร

[4] แบบสอบถามของกลุ่มข้าวทิพย์ ส่วนที่ 2 ทัศนคติในการตัดสินใจซื้อข้าวธัญพืช ข้อที่ 12 ถ้าหากมีผลิตภัณฑ์ข้าวธัญพืชแบบผสมสำเร็จจำหน่ายในบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ท่านจะซื้อหรือไม่

และความสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์ โดยให้ความน่าจะเป็นของการเลือกซื้อแน่นอนเป็น 100% และอาจจะซื้อ เป็น 75% โดยค่าความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์คือ 12.25% ซึ่งแสดงได้ดังนี้

ความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์	ความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์	สัดส่วนความน่าจะเป็นการซื้อข้าวธัญพืช	ความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์
ซื้อแน่นอน	100%	0.70%	0.70%
อาจจะซื้อ	75%	38.60%	28.95%
	รวม		29.65%

ตารางที่ 9-6 ความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์สำหรับร้านค้าในโรงพยาบาล

5. ความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละขนาดจะพิจารณาจากงบประมาณที่ผู้บริโภคใช้ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าในโรงพยาบาล[1] โดยผู้บริโภคที่มีงบประมาณในการซื้อสินค้า 100 – 300 บาท น่าจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญข้าวธัญพืชขนาด 1 กิโลกรัม และผู้บริโภคที่มีงบประมาณในการซื้อสินค้ามากกว่า 300 บาท น่าจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญข้าวธัญพืชขนาด 2 กิโลกรัม

ดังนั้นประมาณการยอดขายผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญข้าวธัญพืช ข้าวทิพย์ในร้านจำหน่ายสินค้าในโรงพยาบาล สามารถแสดงได้ดังนี้

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
ชุดของขวัญข้าวธัญพืช ข้าวทิพย์	จำนวนผู้ป่วยในต่อวัน	ความน่าจะเป็นในการซื้อสินค้าในโรงพยาบาล	ความน่าจะเป็นในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	ความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อข้าวทิพย์	ความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละขนาด	จำนวนสินค้าที่คาดว่าจะขายได้ต่อวัน	จำนวนข้าวทิพย์ที่คาดว่าจะขายได้ต่อเดือน	จำนวนข้าวทิพย์ที่คาดว่าจะขายได้ต่อเดือน (10 แห่ง)
ขนาด 1 กิโลกรัม	300	29%	7.20%	29.65%	77.61%	1.441	43.24	432.43
ขนาด 2 กิโลกรัม	300	29%	7.20%	29.65%	22.39%	0.416	12.48	124.75

ตารางที่ 9-7 การประมาณการยอดขายสำหรับร้านค้าในโรงพยาบาล

หมายเหตุ (6) = (1) * (2) * (3) * (4) * (5)

(7) = (8) * 30

(8) = (7) * 10

[1]แบบสอบถามของกลุ่มข้าวทิพย์ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมในการบริโภคข้าวธัญพืช ข้อที่ 17 งบประมาณที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าในโรงพยาบาลแต่ละครั้ง เฉลี่ยครั้งละกี่บาท

3. การจัด Event ในงาน Thailand Best Buy จะมีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย 2 ชนิด คือ ชุดของขวัญข้าวธัญพืช ขนาด 1 กิโลกรัม และข้าวธัญพืชบรรจุถุงสุญญากาศขนาด 2 กิโลกรัม

โดยมีสมมุติฐานในการประมาณการยอดขายดังนี้

1. ผู้ที่เข้าชมงาน Thailand Best Buy มีความสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญข้าวธัญพืชข้าวทิพย์ โดยมีจำนวนผู้ที่เข้าชมงานจะมีจำนวนใกล้เคียงกับจำนวนผู้เข้าชมงาน Thailand Best Buy ในปี 2550 ซึ่งมีจำนวนประมาณ 220,000 คน[1]
2. ความน่าจะเป็นในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเป็นของฝากพิจารณามาจากสัดส่วนผู้ที่เลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเป็นของฝากในโอกาสต่างๆ[2] ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 14.54%
3. ความน่าจะเป็นของผู้ที่ซื้อของฝากในช่วงเทศกาลพิจารณาจากสัดส่วนผู้ที่ซื้อของฝากในช่วงเทศกาลต่างๆ[3] ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 33.33%
4. ความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์[4] เป็นความน่าจะเป็นจากการสอบถามกลุ่มผู้บริโภค โดยเลือกคำนวณความน่าจะเป็นจากกลุ่มผู้บริโภคที่ตอบว่าซื้อแน่นอน และอาจจะซื้อ เท่านั้น เนื่องจากพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่และความสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์ โดยให้ความน่าจะเป็นของการเลือกซื้อแน่นอนเป็น 100% และอาจจะซื้อ เป็น 75% โดยค่าความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์คือ 12.25% ซึ่งแสดงได้ดังนี้

ความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์	ความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์	สัดส่วนความน่าจะเป็นการซื้อข้าวธัญพืช	ความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์
ซื้อแน่นอน	100%	0.70%	0.70%
อาจจะซื้อ	75%	38.60%	28.95%
	รวม		29.65%

ตารางที่ 9-8 ความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์สำหรับงาน Thailand Best Buy

[1] http://www.thaibestbuys.com/sheet.phpจำนวน

[2]แบบสอบถามของกลุ่มข้าวทิพย์ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมในการบริโภคข้าวธัญพืช ข้อที่12 ท่านมักจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ใดไปเป็นของฝากสำหรับผู้อื่นในโอกาสต่างๆ

[3] แบบสอบถามของกลุ่มข้าวทิพย์ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมในการบริโภคข้าวธัญพืช ข้อที่13 ท่านซื้อของฝากในโอกาสใดบ้าง

[4] แบบสอบถามของกลุ่มข้าวทิพย์ ส่วนที่ 2 ทัศนคติในการตัดสินใจซื้อข้าวธัญพืช ข้อที่ 12 ถ้าหากมีผลิตภัณฑ์ข้าวธัญพืชแบบผสมสำเร็จจำหน่ายในบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ท่านจะซื้อหรือไม่

5. ความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อสินค้าแต่ละขนาด พิจารณาปริมาณการซื้อข้าวธัญพืชแต่ละครั้งของกลุ่มผู้บริโภคทั้งหมด[1] โดยผู้บริโภคที่ซื้อข้าวธัญพืชปริมาณ 1 กิโลกรัมในแต่ละครั้ง น่าจะเลือกซื้อข้าวธัญพืช ข้าวทิพย์ ขนาด 1 กิโลกรัม และผู้บริโภคที่ซื้อข้าวธัญพืชปริมาณ 2 กิโลกรัมในแต่ละครั้ง น่าจะเลือกซื้อข้าวธัญพืช ข้าวทิพย์ ขนาด 2 กิโลกรัม

ดังนั้นประมาณการยอดขายผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญข้าวธัญพืช ข้าวทิพย์ในงาน Thailand Best Buy สามารถแสดงได้ดังนี้

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
ชุดของขวัญข้าวธัญพืช ข้าวทิพย์	จำนวนคนเข้าชมงาน	ความน่าจะเป็นในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเป็นของฝาก	ความน่าจะเป็นของผู้ที่ซื้อของฝากในช่วงเทศกาล	ความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์	ความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อสินค้าแต่ละขนาด	จำนวนข้าวทิพย์ที่คาดว่าจะขายได้
ขนาด 1 กิโลกรัม	220,000.00	14.54%	33.33%	29.65%	42.90%	1,356.14
ขนาด 2 กิโลกรัม	220,000.00	14.54%	33.33%	29.65%	22.40%	708.10

ตารางที่ 9-9 การประมาณการยอดขายสำหรับงาน Thailand Best Buy

หมายเหตุ (6) = (1) * (2) * (3) * (4) * (5)

4. การจัด Event ใน Office Building จะมีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย 2 ชนิด คือ ชุดของขวัญข้าวธัญพืช ขนาด 1 กิโลกรัม และข้าวธัญพืชบรรจุถุงสุญญากาศขนาด 2 กิโลกรัม

โดยมีสมมุติฐานในการประมาณการยอดขายดังนี้

1. ในอาคารสำนักงานที่จะจัด Event แต่ละอาคาร จะมีจำนวนชั้นไม่น้อย 20 ชั้น ซึ่งแต่ละชั้นจะมีพนักงานประมาณ 150 คน ดังนั้นในแต่ละอาคารจะมีจำนวนพนักงานประมาณ 3000 คน
2. ความน่าจะเป็นในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเป็นของฝากพิจารณามาจากสัดส่วนผู้ที่เลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเป็นของฝากในโอกาสต่างๆ[2] ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 14.54%
3. ความน่าจะเป็นของผู้ที่ซื้อของฝากในช่วงเทศกาลพิจารณาจากสัดส่วนผู้ที่ซื้อของฝากในช่วงเทศกาลต่างๆ[1] ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 33.33%

[1] แบบสอบถามของกลุ่มข้าวทิพย์ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมในการบริโภคข้าวธัญพืช ข้อที่ 11 ปริมาณการซื้อข้าวธัญพืชในแต่ละครั้ง

[2]แบบสอบถามของกลุ่มข้าวทิพย์ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมในการบริโภคข้าวธัญพืช ข้อที่12 ท่านมักจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ใดไปเป็นของฝากสำหรับผู้อื่นในโอกาสต่างๆ

4. ความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์[2] เป็นความน่าจะเป็นจากการสอบถามกลุ่มผู้บริโภค โดยเลือกคำนวณความน่าจะเป็นจากกลุ่มผู้บริโภคที่ตอบว่าซื้อแน่นอน และอาจจะซื้อ เท่านั้น เนื่องจากพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่และความสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์ โดยให้ความน่าจะเป็นของการเลือกซื้อแน่นอนเป็น 100% และอาจจะซื้อ เป็น 75% โดยค่าความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์คือ 12.25% ซึ่งแสดงได้ดังนี้

ความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์	ความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์	สัดส่วนความน่าจะเป็นการซื้อข้าวธัญพืช	ความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์
ซื้อแน่นอน	100%	0.70%	0.70%
อาจจะซื้อ	75%	38.60%	28.95%
	รวม		29.65%

ตารางที่ 9-10 ความน่าจะเป็นในการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์สำหรับอาคารสำนักงาน

5. ความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อสินค้าแต่ละขนาด พิจารณาปริมาณการซื้อข้าวธัญพืชแต่ละครั้งของกลุ่มผู้บริโภคทั้งหมด[3] โดยผู้บริโภคที่ซื้อข้าวธัญพืชปริมาณ 1 กิโลกรัมในแต่ละครั้ง น่าจะเลือกซื้อข้าวธัญพืช ข้าวทิพย์ ขนาด 1 กิโลกรัม และผู้บริโภคที่ซื้อข้าวธัญพืชปริมาณ 2 กิโลกรัมในแต่ละครั้ง น่าจะเลือกซื้อข้าวธัญพืช ข้าวทิพย์ ขนาด 2 กิโลกรัม

ดังนั้นประมาณการยอดขายผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญข้าวธัญพืช ข้าวทิพย์ในการจัด Event ใน Office Building สามารถแสดงได้ดังนี้

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
ชุดของขวัญข้าวธัญพืช ข้าวทิพย์	จำนวนพนักงานใน Office Building	ความน่าจะเป็นในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเป็นของฝาก	ความน่าจะเป็นของผู้ที่ซื้อของฝากในช่วงเทศกาล	ความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวทิพย์	ความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อสินค้าแต่ละขนาด	จำนวนข้าวทิพย์ที่คาดว่าจะขายได้ในแต่ละอาคาร	จำนวนข้าวทิพย์ที่คาดว่าจะขายได้ต่อ 10 อาคาร
ขนาด 1 กิโลกรัม	3,000.00	14.54%	33.33%	29.65%	42.90%	18.49	0.11
ขนาด 2 กิโลกรัม	3,000.00	14.54%	33.33%	29.65%	22.40%	9.66	0.03

ตารางที่ 9-11 การประมาณการยอดขายสำหรับอาคารสำนักงาน

---

[1] แบบสอบถามของกลุ่มข้าวทิพย์ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมในการบริโภคข้าวธัญพืช ข้อที่13 ท่านซื้อของฝากในโอกาสใดบ้าง

[2] แบบสอบถามของกลุ่มข้าวทิพย์ ส่วนที่ 2 ทัศนคติในการตัดสินใจซื้อข้าวธัญพืช ข้อที่ 12 ถ้าหากมีผลิตภัณฑ์ข้าวธัญพืชแบบผสมสำเร็จจำหน่ายในบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ท่านจะซื้อหรือไม่

[3] แบบสอบถามของกลุ่มข้าวทิพย์ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมในการบริโภคข้าวธัญพืช ข้อที่ 11 ปริมาณการซื้อข้าวธัญพืชในแต่ละครั้ง

หมายเหตุ (6) = (1) * (2) * (3) * (4) * (5)

(7) = (6) * 10

- ***<u>ประมาณการอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย</u>***

การประเมินการเจริญเติบโตของยอดขาย โดยอ้างอิงจากประเมินการเติบโตของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพพบว่าที่ผ่านมาตลาดอาหารเพื่อสุขภาพเติบโตต่อเนื่องประมาณ 20 – 30 % ทุกปี [1] (ปี พ.ศ.2546-2548) สำหรับการประมาณการยอดขายในปีต่อๆไป บริษัทฯ ประมาณการโดยใช้ยอดขายของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพโดยเฉลี่ย คือ 25% เป็นฐานในการคำนวณ โดยคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตของยอดขาย ดังนี้

ปี	อัตราการเติบโต
2551	25%
2552	25%
2553	25%
2554	25%
2555	25%

ตารางที่ 9-12 ตารางแสดงอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย

- ***<u>ประมาณการต้นทุนขาย</u>***

<u>การคำนวณต้นทุนการผลิต</u>

ต้นทุนในการผลิตสินค้าประกอบด้วยต้นทุนประเภทต่างๆ ดังนี้

ต้นทุนวัตถุดิบ *(Raw material cost)*

ต้นทุนวัตถุดิบ หมายถึง ต้นทุนจากการซื้อวัตถุดิบที่ต้องใช้ในการผลิตทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบทางตรงหรือทางอ้อม เช่น ข้าวพันธุ์ต่างๆ ธัญพืชต่างๆ ถุงและบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

ต้นทุนการผลิตที่ประมาณการได้จะนำมาใช้ในการคำนวณต้นทุนขายต่อหน่วยของสินค้าที่ขายได้ในแต่ละเดือน

ต้นทุนขายต่อหน่วย		
ข้าวและธัญพืช	36	บาทต่อกิโลกรัม
ถุงสูญญากาศ	2	บาทต่อชิ้น

ตารางที่ 9-13 ตารางแสดงอัตราต้นทุนวัตถุดิบของ ขนาด 1 กิโลกรัม

[1] http://www.businessthai.co.th/content.php?data=411413_Marketing

ต้นทุนขายต่อหน่วย		
ข้าวและธัญพืช	72	บาทต่อกิโลกรัม
ถุงสูญญากาศ	4	บาทต่อชิ้น

ตารางที่ 9-14 ตารางแสดงอัตราต้นทุนวัตถุดิบของ ขนาด 2 กิโลกรัม

ต้นทุนขายต่อหน่วย		
ข้าวและธัญพืช	36	บาทต่อกิโลกรัม
ถุงสูญญากาศ	2	บาทต่อชิ้น
บรรจุภัณฑ์	30	บาทต่อชิ้น

ตารางที่ 9-15 ตารางแสดงอัตราต้นทุนวัตถุดิบของ ชุดของขวัญข้าวธัญพืช ขนาด 1 กิโลกรัม

ต้นทุนขายต่อหน่วย		
ข้าวและธัญพืช	72	บาทต่อกิโลกรัม
ถุงสูญญากาศ	4	บาทต่อชิ้น
บรรจุภัณฑ์	50	บาทต่อชิ้น

ตารางที่ 9-16 ตารางแสดงอัตราต้นทุนวัตถุดิบของ ชุดของขวัญข้าวธัญพืช ขนาด 2 กิโลกรัม

ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

<u>ค่าใช้จ่ายสำนักงานและโกดัง</u>

1. ***ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน***

- *เงินเดือน*

เงินเดือนพนักงาน	เงินเดือนต่อเดือน	จำนวน	ค่าใช้จ่ายเงินเดือนพนักงาน
ผู้จัดการบริษัท / ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อและขนส่งสินค้า	25,000	1	25,000
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด*	15,000	1	15,000
ผู้จัดการฝ่ายการผลิต	15,000	1	15,000
พนักงานบัญชีและการเงิน / บุคคล	10,000	1	10,000
พนักงานขับรถ	9,000	1	9,000
พนักงานขนสินค้า	6,000	1	6,000
พนักงานบรรจุสินค้า	6,000	4	24,000
รวมทั้งสิ้น		10	104,000

*หมายเหตุ : ผู้จัดการฝ่ายการตลาดจะได้รับค่าคอมมิชชั่นจากการจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ 1% ของยอดขาย

ตารางที่ 9-17 ตารางแสดงค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน

2. ค่าใช้จ่ายสำนักงานและค่าใช้จ่ายคงที่

- *ค่าเช่าสำนักงาน Office*

บริษัทฯเช่าอาคารซึ่งตั้งอยู่บริเวณถนนสาธุประดิษฐ์ เพื่อทำเป็นสำนักงานและโกดังแปรรูปของบริษัทฯ ซึ่งอาคารดังกล่าวเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้จัดการฝ่ายคนหนึ่งซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท จึงมีการคิดค่าเช่าสำนักงานในอัตรา 10,000 บาท ต่อเดือน

- *ค่าน้ำ – ไฟ*

ในส่วนของสำนักงานซึ่งเป็นที่ทำการใหญ่และเป็นที่ตั้งของโกดัง ส่วนใหญ่เป็นค่าไฟสำหรับเครื่องปรับอากาศในสำนักงานและค่าไฟสำหรับอุปกรณ์อบธัญพืชที่ต้องใช้ไฟฟ้า จึงทำการประมาณการค่าน้ำและค่าไฟฟ้าไว้ที่ 5,000 บาทต่อเดือน

- *ค่าโทรศัพท์,โทรสาร,อินเตอร์เนต*

ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสารกับผู้ขายวัตถุดิบ (suppliers) หรือลูกค้า และ ติดต่อประสานงานกับทางร้านสาขาของลูกค้าเพื่อแจ้งหรือรายงานข้อมูลระหว่างกัน โดยประมาณการไว้ที่ 2,550 บาทต่อเดือน

- *ค่าวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงาน*

ในที่นี้ประกอบด้วยค่าวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงานต่างๆ ได้แก่ ค่าเครื่องเขียน หมึกพิมพ์ กระดาษ เป็นต้น โดยประมาณการไว้ที่ 1,000 บาทต่อเดือน

- *ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง*

เป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการเชื้อเพลิงที่ใช้กับยานพาหนะของทางบริษัท โดยประมาณการไว้ที่ 8,000 บาทต่อเดือน

- *ค่าธรรมเนียมใบอนุญาต*

เป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการจัดตั้งโรงงาน และขึ้นทะบียนอาหาร ซึ่งจำเป็นต้องต่อใบอนุญาตทุกปี โดยมีค่าธรรมเนียมรวมประมาณ 10,000 บาท จะตั้งค่าใช้จ่ายรวมกับเบ็ดเตล็ดตอนต้นปี นอกจากนี้ยังมีค่าแรกเข้าที่เป็นค่าธรรมเนียมต่างๆจากทางคู่ค้า เป็นต้น

- *ค่าซ่อมแซมและบำรุงรักษา*

ค่าซ่อมแซมและบำรุงรักษาประมาณการโดยคำนึงถึงการซ่อมแซมอุปกรณ์ในการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่ อุปกรณ์ในการแปรรูผลิตภัณฑ์และรถขนส่ง โดยคิดเป็น 10% ต่อปีของค่าใช้จ่ายในส่วนดังกล่าว

- *ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด*

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดประกอบด้วยค่าใช้จ่ายอื่นๆนอกเหนือจากที่กล่าวไปข้างต้น ได้แก่ ค่าธรรมเนียมธนาคารและค่าธรรมเนียมอื่นๆ ค่าไปรษณีย์และพัสดุภัณฑ์ และสังสรรค์ภายในบริษัทฯ เป็นต้น ประมาณการไว้ที่ 5,000 บาทต่อเดือน

9.2.2 ค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นกิจการ

- ***ประมาณการสินทรัพย์***

  <u>สินทรัพย์ถาวร</u>

  สินทรัพย์ถาวรที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินกิจการประกอบด้วยสินทรัพย์ประเภทหลักๆ ดังนี้

  1. ต้นทุนค่าตกแต่งและติดตั้ง
  2. อุปกรณ์สำนักงาน
  3. อุปกรณ์ในโกดังและครัวบรรจุภัณฑ์
  4. อุปกรณ์สำหรับการออก Event
  5. ยานพาหนะ

รายละเอียด	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	รวม
เครื่องตกแต่งและติดตั้ง			
ค่าตกแต่งภายในสำนักงาน	100,000	1	100,000
ค่าตกแต่งโกดังและครัวบรรจุภัณฑ์	100,000	1	100,000
เครื่องปรับอากาศ	30,000	1	30,000
รวมต้นทุนเครื่องตกแต่งและติดตั้ง			**230,000**

ตารางที่ 9-18 ตารางแสดงต้นทุนค่าตกแต่งและติดตั้ง

รายละเอียด	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	รวม
อุปกรณ์สำนักงาน			
ชุดโต๊ะทำงาน	6,000	4	24,000
ตู้เก็บเอกสาร	3,000	2	6,000
ชุดคอมพิวเตอร์	10,000	2	20,000
เครื่องถ่ายเอกสาร	29,900	1	29,900
FAX+โทรศัพท์	4,000	1	4,000
โทรศัพท์	600	1	600
รวมอุปกรณ์สำนักงาน			**84,500**
อุปกรณ์ในโกดังและโรงงาน			
เตาอบธัญพืช	120,000	1	120,000

รายละเอียด	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	รวม
เครื่องบรรจุภัณฑ์สูญญากาศ	100,000	1	100,000
หม้อนึ่งสูญญากาศ	50,000	1	50,000
ตาชั่งขนาดใหญ่	13,000	1	13,000
ตาชั่งดิจิคอล	8,500	2	17,000
พัดลมโรงงาน	3,000	1	3,000
โต๊ะสำหรับเตรียมการบรรจุ	1,300	2	2,600
อุปกรณ์อื่นๆ	-	-	10,000
รวมอุปกรณ์ในโกดังและโรงงาน			**315,600**
อุปกรณ์สำหรับออก Event			
Kiosk	10,000	2	20,000
โต๊ะและเก้าอี้ สำหรับออก Event	6,000	1	6,000
หม้อหุงข้าว	900	4	3,600
รวมอุปกรณ์สำหรับออก Event			29,600
ยานพาหนะ			
รถกระบะ มือสอง	300,000	1	300,000
ต้นทุนค่ายานพาหนะ			**300,000**

ตารางที่ 9-19 ตารางแสดงต้นทุนค่าอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการดำเนินงาน

นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่จำเป็น ในการเริ่มต้นกิจการ ได้แก่

รายละเอียด	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	รวม
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ			
โดเมนเนม+เวปโฮสติ้ง	800	1	800
ค่าออกแบบเวปไซด์	10,000	1	10,000
ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนต่างๆ	-	-	20,000
รวมค่าใช้จ่ายอื่นๆ			30,800

ตารางที่ 9-20 ตารางแสดงต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่นๆ

9.3 นโยบายบัญชี

นโยบายการบัญชีที่สำคัญของบริษัทฯ โดยสรุปมีดังต่อไปนี้

1. การรับรู้รายได้และค่าใช้จ่าย

รายได้จากการขายและค่าใช้จ่ายยึดตามหลักเกณฑ์คงค้าง (Accrual basis)

2. ค่าเสื่อมราคาและการตัดบัญชี

บริษัทตัดค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินถาวรโดยวิธีเส้นตรงอายุการใช้งานโดยประมาณของทรัพย์สินดังนี้

- เครื่องตกแต่ง ติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน และอุปกรณ์ 5 ปี
- ยานพาหนะ 5 ปี

3.เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดหมายความรวมถึงเงินสดและเงินฝากธนาคารซึ่งปราศจากภาระผูกพัน โดยบริษัทฯ มีนโยบายดำรงเงินสดขั้นต่ำจำนวน 300,000 บาท ต่อเดือน

4.เงินลงทุนชั่วคราว

เงินลงทุนชั่วคราว หมายถึง เงินฝากประจำธนาคารที่มีกำหนดจ่ายคืนในระยะเวลาตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปแต่ไม่เกิน 1 ปี โดยบริษัทฯ มีนโยบายที่จะนำเงินสดส่วนที่เกินไปลงทุนระยะสั้นในเงินฝากประจำ 3 เดือน

5.สินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือแสดงตามวิธีราคาถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted – Average Method) หรือมูลค่าสุทธิที่คาดว่าจะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า

6.ภาษีเงินได้นิติบุคคล

ภาษีเงินได้บริษัทตั้งสำรองภาษีเงินได้ไว้เท่ากับจำนวนเงินที่จะต้องจ่ายตามประมวลรัษฎากร

7.การใช้ประมาณการทางบัญชี

ในการจัดทำงบการเงินตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป ในบางกรณี ฝ่ายบริหารอาจต้องใช้ประมาณการรายการบัญชีบางรายการ ซึ่งมีผลกระทบต่อจำนวนเงินที่แสดงในงบการเงินและหมายเหตุประกอบงบการเงิน ด้วยเหตุนี้ผลที่เกิดขึ้นจริงในภายหลังจึงอาจแตกต่างไปจากจำนวนที่ประมาณไว้

9.4 สมมติฐานที่ใช้ในงบการเงิน

- รายได้จากยอดขาย

  รายได้ที่พยากรณ์จะพยากรณ์จากความเป็นไปได้ของยอดขาย โดยมีการเติบโตเป็นอัตราเดียวกับการเจริญเติบโตในตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งอยู่ที่ 25% ในทุกๆ ปี

- ต้นทุนและค่าใช้จ่าย

ต้นทุนของกิจการที่สำคัญ ได้แก่ ต้นทุนค่าพื้นที่เช่า ซึ่งเป็นต้นทุนคงที่ และต้นทุนด้านวัตถุดิบ ต้นทุนด้านการขนส่ง ซึ่งเป็นต้นทุนแปรผัน โดยจากสมมติฐานจะมีการปรับเปลี่ยนสัดส่วนต้นทุนให้เหมาะสมกับความเป็นจริง

- ต้นทุนขายมีอัตราเพิ่มขึ้นตามยอดขายสินค้า โดยคิดจากต้นทุนข้าว ธัญพืช และหีบห่อ
- ต้นทุนในการขนส่ง โดยต้นทุนที่สำคัญ คือ น้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งจะต้องมีการขนส่งสินค้าระหว่างโกดังและร้านค้า โดยมีการปรับขึ้นทุกปีที่ 10%
- ค่าใช้จ่ายในค่าเช่าอาคารสำนักงาน และค่าเช่าพื้นที่ขาย เพิ่มขึ้น 10% ทุกๆ 3 ปี ตามช่วงระยะเวลาของการต่ออายุในสัญญาเช่าพื้นที่และอาคาร
- ค่าใช้จ่ายในเงินเดือนพนักงานมีการปรับขึ้นทุกๆปี โดยเฉลี่ยปีละ 7 %
- ในปี 2553 มีการเพิ่มพนักงานฝ่ายผลิตจำนวน 2 คน และปี 2555 มีการเพิ่มพนักงานฝ่ายผลิตอีกจำนวน 2 คน เพื่อให้มีกำลังการผลิตเพิ่มตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น
- ค่าใช้จ่ายในด้านการตลาด เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ และโฆษณาสินค้า ในช่วงปีแรกจะมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เป็นพิเศษ เพื่อให้เกิดการรับรู้ “ข้าวทิพย์” ของผู้บริโภคที่มีต่อตัวกิจการ โดยนอกจากการทำให้รับรู้แล้ว ก็มีการสร้างให้ Brand ของสินค้าเป็นที่รู้จัก และสามารถสอดแทรกเข้าไปในใจของกลุ่มเป้าหมายได้ นอกจากนี้ก็มีการทำส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการซื้อเพิ่มขึ้น ตามฤดูกาลขายของสินค้า และสร้างกิจกรรมเพื่อกระตุ้นยอดขายตามช่วงเวลาที่เหมาะสม

  นอกจากค่าใช้จ่ายด้านการตลาดแล้วยังมีค่าเปิดหน้าบัญชีกับ ท็อป เป็นจำนวนเงิน 50,000 บาท

  ส่วนในปีที่ 2 ค่าใช้จ่ายจะถูกปรับลดลงมาให้อยู่ในอัตราปกติ โดยจะอยู่ที่ 5% ของยอดขาย และในปีถัดไปก็จะตั้งเป็นค่าใช้จ่าย 5%ของยอดขาย
- ค่าใช้จ่ายในด้านการขาย เท่ากับ 1%

- ค่าเสื่อมราคา

  บริษัทฯ จะใช้นโยบายการตัดค่าเสื่อมราคาโดยใช้วิธีเส้นตรง โดยสินทรัพย์ที่ซื้อมาแล้วสามารถตัดค่าเสื่อมราคา จะตัดค่าเสื่อมเป็นระยะเวลา 5 ปี และในช่วง 5 ปีแรกของกิจการ บริษัทไม่มีนโยบายในการจำหน่ายซากของสินทรัพย์ออกไป

- นโยบายทางการเงิน
  - ทางบริษัทมีการให้เครดิตชำระเงินสำหรับ ท็อป เป็นเวลา 3 เดือน
  - ทางบริษัทฯ ขายสินค้าให้กับลูกค้าที่เป็นร้านค้า โดยเก็บเป็นเงินสดทุกสิ้นเดือนหลังจากหักบัญชีสั่งซื้อเรียบร้อย โดยนับจากสินค้าคงเหลือ

- ทางบริษัทได้รับเครดิตจากโรงสีข้าวเป็นเวลา 3 เดือน

- นโยบายการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น

ในระยะเริ่มต้นกิจการ กิจการน่าจะมีอัตราการเติบโตที่สูงตามการขยายตัวของกระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนั้นกิจการจะมีการวางแผนโดยเมื่อกิจการมีกำไรสะสม จะนำเงินไปลงทุนในสินค้า และขยายการจัดจำหน่าย รวมถึงลงทุนในสินทรัพย์เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย โดยบริษัทจะพิจารณาไม่มีการจ่ายปันผลให้กับผู้ถือหุ้นภายในระยะเวลา 5 ปีแรกนับจากวันเริ่มกิจการ แต่จะทำการจ่ายปันผลในช่วงปีที่6 เมื่อมีกำไรสะสมคงเหลือ โดยมีนโยบายจ่ายปันผลที่ 30%

หมาเหตุ งบการเงินและรายละเอียดประมาณการทางการเงินแสดงใน (ภาคผนวก 9 -4)

9.5 การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน

จากงบการเงินของบริษัทฯ สามารถสรุป Free Cash Flow ของบริษัทได้ดังนี้

(หน่วย: บาท)

Cash Flow Statement	2008	2009	2010	2011	2012
Cash Flow from Operating Activities					
Net Income	(119,134)	335,301	573,483	996,518	1,452,268
Add non-cash item					
Depreciation	179,778	191,940	191,940	191,940	191,940
Cash Flow before changes in Operating A&L					
(Increase) decrease in operating assets					
Account Receivable	2,456,799	491,360	589,632	707,558	849,070
Inventory	300,000	60,000	72,000	86,400	103,680
Increase (decrease) in operating liabilities					
Account Payable	1,918,417	383,683	460,420	552,504	663,005
Other current liabilities					
Net Cash Flow from Operating Activities	(777,739)	359,565	564,211	947,004	1,354,463
Cash Flow from Investment Activities					
Cash payment for Selling&Office Equipment	(959,700)	0	0	0	0
Other Assets	-	-	-	-	-
Net Cash Flow from Investment Activities	(959,700)	0	0	0	0

Cash Flow Statement	2008	2009	2010	2011	2012
Cash Flow from Financing Activities					
Increase (decrease) in bank overdraft	-	-	-	-	-
Increase (decrease) in Short Term Loan	-	-	-	-	-
Increase (decrease) in Long Term Loan	-	-	-	-	-
Increase (decrease) in Equity	2,500,000	0	0	0	0
Net Cash Flow from Financing Activities	2,500,000	0	0	0	0
Net Cash Flow	762,561	359,565	564,211	947,004	1,354,463
Beginning Cash Balance	0	762,561	1,122,126	1,686,337	2,633,340
Net Cash Flow	762,561	359,565	564,211	947,004	1,354,463
Ending Cash Balance	762,561	1,122,126	1,686,337	2,633,340	3,987,803

ตารางที่ 9-21 ตาราง Free Cash Flow

จากการคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุน เห็นได้ว่าผลตอบแทนของบริษัทฯ ดังนี้

ปีที่	0	1	2	3	4	5
	(2,500,000)	762,561	359,565	564,211	947,004	1,354,463

Pay Back Period	4.8	ปี
NPV (Ke15%)	20,816.87	
IRR	15.31%	

- ***การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ*** *(Net Present Value : NPV)*

จากการคำนวณ NPV ของกระเสเงินสด (Free Cash Flow) ของบริษัทพบว่าค่า NPV ที่คำนวณได้มีค่าเป็นบวกแสดงว่าการลงทุนในธุรกิจนี้มีความน่าสนใจ เนื่องจากกระแสเงินสดรับมากกว่ากระแสเงินสดจ่าย

- ***ระยะเวลาคืนทุน*** *(Payback Period)*

จากผลการดำเนินงานดังกล่าวจะเห็นได้ว่า บริษัทฯ มีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ประมาณ 4 ปี 8 เดือน ทั้งนี้การที่ระยะเวลาการคืนทุนไม่เร็วมากเนื่องมาจากบริษัทฯมีการลงทุนค่อนข้างสูงในปีแรก

- ***การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทน (Internal Rate of Return : IRR)***

จาก Free Cash Flow ที่คำนวณได้สามารถคำนวณหา IRR ได้เท่ากับ 15.31% ซึ่งถือเป็นอัตราผลตอบแทนที่น่าพอใจและสูงกว่า Cost of Capital จึงทำให้สามารถตัดสินใจได้ว่าธุรกิจนี้น่าลงทุนและให้ผลตอบแทนที่น่าพึงพอใจ

จากผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทน และระยะเวลาคืนทุน พบว่าผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับมีความน่าสนใจ และมีระยะเวลาคืนทุนที่ยอมรับได้ ดังนั้นจึงควรลงทุนในธุรกิจนี้ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทจะต้องทำการวิเคราะห์ปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งอาจมีผลทำให้ผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย พร้อมทั้งวิเคราะห์กระแสเงินสดในกรณีที่ยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ด้วย

9.6 Sensitivity Analysis

จากการประเมินมูลค่าการลงทุนของบริษัทฯ โดยพิจารณากระแสเงินสดที่ได้รับจากการดำเนินงานในแต่ละปี พบว่า บริษัทฯ มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดที่ได้รับจากการลงทุน (NPV) เป็นเงิน 20,816.87 บาท ซึ่งมูลค่านี้มีแนวโน้มการปรับตัวเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้อันเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ หลายประการ ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงได้ทำการวิเคราะห์ผลกระทบต่อผลการดำเนินงานจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ด้วยวิธี Sensitivity Analysis โดยทำการเลือกปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าปัจจุบันของบริษัททั้งในทางบวก (Positive) และทางลบ (Negative) ได้แก่

<u>ต้นทุนวัตถุดิบ</u>

การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของต้นทุนวัตถุดิบอาจเกิดจากการผันผวนของราคาสินค้าเกษตร อันเนื่องจากวัตถุดิบในการผลิตโดยส่วนใหญ่ต้องซื้อจาก Suppliers หรือ เป็นผลจากการขึ้นราคาสินค้าของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

<u>ปริมาณการขาย</u>

ปริมาณขายของร้านแปรผันตามความต้องการบริโภคของลูกค้า ซึ่งอาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามภาวะเศรษฐกิจ กลยุทธ์ของคู่แข่งขันที่เข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาด หรือ แนวโน้มการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

<u>ราคาขาย</u>

การปรับตัวเพิ่มหรือลดลงของราคาขายมาจากการใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดเพื่อปรับตัวให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งขัน หรือ เพื่อกระตุ้นยอดขายในตลาด

ผลการวิเคราะห์ Sensitivity Analysis เป็นดังตาราง

กรณีมีการเปลี่ยนแปลงในต้นทุนวัตถุดิบ ปริมาณขาย หรือ ราคาขาย

ในที่นี้จะทำการวิเคราะห์ Sensitivity ของแต่ละปัจจัยโดยการปรับเพิ่มลดทีละ 5% เพื่อดูผลของ NPV ที่เปลี่ยนแปลงไป

Sensitivity		-15%	-10%	-5%	0%	5%	10%	15%
ปริมาณ	NPV	-849,300	-559,261	-269,222	20,817	310,856	600,895	890,934
	%Change	-4179.86%	-2786.58%	-1393.29%	0.00%	1393.29%	2786.58%	4179.86%
ราคา	NPV	-4,250,798	-2,826,927	-1,403,055	20,817	1,444,689	2,868,560	4,292,432
	%Change	-20519.97%	-13679.98%	-6839.99%	0.00%	6839.99%	13679.98%	20519.97%
ต้นทุน	NPV	3,422,315	2,288,483	1,154,650	20,817	-1,113,016	-2,246,849	-3,380,682
	%Change	16340.11%	10893.41%	5446.70%	0.00%	-5446.70%	-10893.41%	-16340.11%

ตารางที่ 9-22 Sensitivity Analysis กรณีมีเปลี่ยนแปลงในต้นทุนวัตถุดิบ ปริมาณขาย หรือ ราคาขาย

กล่าวโดยสรุป ผลที่ได้จากการทำ Sensitivity Analysis พบว่า

1. ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯโดยเรียงจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด คือ ราคาขาย ต้นทุนวัตถุดิบ ปริมาณขาย
2. เมื่อปริมาณขายเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะส่งผลกระทบต่อกิจการในระดับที่ใกล้เคียงกัน
3. เมื่อราคาขายเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะส่งผลกระทบต่อกิจการในระดับที่ใกล้เคียงกัน
4. เมื่อต้นทุนวัตถุดิบเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะส่งผลกระทบต่อกิจการในระดับที่ใกล้เคียงกัน

จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของ NPV ค่อนข้างสูงในตัวเปอร์เซนต์การเปลี่ยนแปลงเนื่องจากในสถานการณ์ปรกติมีค่า NPV ที่ต่ำซึ่งเป็นบวกมาเล็กน้อย เมื่อกิจการมีกำไรหรือขาดทุนจากตัวแปรที่เปลี่ยนแปลงจึงทำให้เกิดเปอร์เซนต์การเปลี่ยนแปลงที่สูงหลายเท่าตัว

9.7 Scenario Analysis

ในความเป็นจริงบริษัทฯ จำเป็นต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ หลากหลายไปพร้อมๆ กัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการดำเนินของบริษัทฯ ดังนั้นบริษัทฯ จึงจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงของหลายปัจจัยต่างๆ โดยการทำ Scenario Analysis ซึ่งเป็นการกำหนดสถานการณ์ที่น่าจะเป็นไปได้ขึ้นมา ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ หลายปัจจัย ได้แก่ ราคาขาย ปริมาณ

ขาย และต้นทุนวัตถุดิบ เพื่อประเมินผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งนี้ทำการพิจารณาสถานการณ์ออกเป็น 2 กรณี ดังนี้

- ***กรณีที่ดีที่สุด*** *(Best Case)*

คือ กรณีที่ปัจจัยต่างๆ ส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ทำให้บริษัทฯ สามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น 10% นอกจากนี้ยังทำให้ต้นทุนวัตถุดิบโดยเฉลี่ยทั้งหมดลดลง 10% เนื่องจากประหยัดจากการใช้กำลังการผลิตที่เหลืออยู่ ซึ่งกรณีนี้จะทำให้ผลการดำเนินงานที่น่าจะเป็นไปได้เกิดขึ้นดีที่สุด

- ราคาขายคงเดิม
- ปริมาณขายเพิ่มขึ้น 10%
- ต้นทุนวัตถุดิบลดลง 10%

- ***กรณีที่แย่ที่สุด*** *(Worst Case)*

คือ กรณีที่ปัจจัยต่างๆ ส่งผลในทางลบต่อผลการดำเนินงาน โดยบริษัทฯ ลดราคาต่ำกว่าราคาที่กำหนดไว้ 15% เพื่อชะลอการลดลงของปริมาณการขายไม่ให้ต่ำจนเกินไป ซึ่งทำให้ปริมาณการขายลดลงจากเดิมเพียง 10% เนื่องจากลูกค้าไม่ตอบรับกับสินค้าและบริการของบริษัทฯ นอกจากนี้ต้นทุนวัตถุดิบโดยเฉลี่ยทั้งหมดยังเพิ่มขึ้นอีก 10% ในกรณีเช่นนี้จะทำให้ผลประกอบการที่น่าจะเป็นไปได้เกิดขึ้นแย่ที่สุด

- ราคาขายลดลง 15%
- ปริมาณขายลดลง 10%
- ต้นทุนขายเพิ่มขึ้น 15%

กรณีทั้ง 2 สามารถคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุนได้ ดังนี้

Event	NPV	IRR	Payback Period
Best Case	3,095,327.02	51.61%	2 ปี 5 เดือน
Base Case	20,816.87	15.31%	4 ปี 8 เดือน
Worst Case	(7,465,064)	N/A	มากกว่า 5 ปี

ตารางที่ 9-23 ตารางแสดงผลตอบแทนจากการลงทุน

จากตารางจะเห็นได้ว่า กรณี Best Case จะทำให้ NPV ของบริษัทฯ เพิ่มสูงขึ้นเป็น 3,095,327.02 บาท และสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลาเพียง 2 ปี 5 เดือน ซึ่งเร็วกว่ากรณีปกติ นอกจากนี้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ยังมีสูงถึง 51.61%

กรณี Worst Case เห็นได้ว่า NPV ของบริษัทฯ มียอดติดลบถึง 7,465,064 บาท โดยมีระยะเวลาคืนทุนมากกว่า 5 ปี ซึ่งอาจส่งผลให้บริษัทฯ พิจารณายกเลิกการลงทุนในโครงการนี้

9.8 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

RATIO	2551	2552	2553	2554	2555
Profitability Ratio					
Gross profit margin	25.97%	25.97%	25.97%	25.97%	25.97%
Operating profit margin	0.10%	5.73%	6.90%	8.82%	9.90%
Net profit margin	-1.27%	2.86%	3.92%	5.44%	6.35%
Return on equity	-5.00%	12.34%	17.43%	23.25%	25.31%
Return on assets	-2.77%	6.68%	9.48%	13.11%	14.95%
Asset Management Ratio					
Total asset turnover	2.18	2.34	2.42	2.41	2.36
Fixed asset turnover	12.02	19.93	36.98	89.71	1,881.83
Inventory turnover	31.25	32.55	33.91	35.32	36.79
Days in Inventory	11.68	11.21	10.77	10.33	9.92
Debt Management					
Debt to total asset ratio	44.62%	45.87%	45.65%	43.61%	40.94%
Debt to equity ratio	80.58%	84.76%	83.98%	77.34%	69.32%
Equity Multiplier	1.81	1.85	1.84	1.77	1.69
Liquidity Ratio					
Current ratio	1.83	1.92	2.05	2.23	2.44
Quick Ratio	1.68	1.77	1.89	2.08	2.28

ตารางที่ 9-24 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

9.8.1 การวิเคราะห์อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)

- *Return on Equity*

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นดัชนีที่ชี้ให้เห็นว่าผู้ถือหุ้นสามัญจะได้รับผลตอบแทนสุทธิจากการลงทุนในกิจการเป็นเท่าใด จากการวิเคราะห์ พบว่าบริษัทฯ มีค่าอัตราส่วนดังกล่าวเท่ากับ -5.00% ในปีแรกของการดำเนินงาน ซึ่งเป็นผลมาจากการมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายค่อนข้างมากในช่วงแรก และ ROE ปรับเพิ่มสูงขึ้นเป็นบวก 12.34% ในปีที่ 2 เนื่องจากการเติบโตของยอดขายที่มากขึ้น และเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่ง ROE มีค่า 25.31% ในปีที่ 5 ของการดำเนินงาน เนื่องจากกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น โดยหากใช้ Dupont Equation* มาช่วยในการวิเคราะห์จะพบว่า การที่ ROE ของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นในระยะแรกนั้นสาเหตุหลักมาจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราส่วนแต่ละตัว ได้แก่ อัตรากำไรสุทธิ (Net profit margin) อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (Total asset turnover) และ อัตราส่วน Equity Multiplier ซึ่งเมื่อพิจารณาอัตราส่วนแต่ละตัวจะวิเคราะห์ได้ดังนี้

	2551	2552	2553	2554	2555
ROE:	-5.00%	12.34%	17.43%	23.25%	25.31%
Net Profit Margin	-1.27%	2.86%	3.92%	5.44%	6.35%
Total asset turnover	2.18	2.34	2.42	2.41	2.36
Equity Multiplier	1.81	1.85	1.84	1.77	1.69

ตารางที่ 9-25 ค่า ROE รายปี ของปี 2551-2555

*(*Dupont Equation = Net Profit Margin Ratio x Total Asset Turnover x Equity Multiplier)*

อัตรากำไรสุทธิ (Net profit margin)

เป็นอัตราส่วนที่แสดงสัดส่วนของกำไรสุทธิต่อยอดขาย ซึ่งการที่อัตราส่วนกำไรสุทธิเป็นลบในปีแรก เนื่องมาจากเป็นการเปิดดำเนินการในปีแรกทำให้มีค่าใช้จ่ายต่างๆในการดำเนินงานค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จะสามารถทำกำไรสุทธิได้ในอัตราที่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีค่าอยู่ที่ระดับประมาณ 6.35% ในปีที่ห้าของการดำเนินงาน ส่วนการที่อัตราส่วนกำไรสุทธิไม่สูงมากนักทั้งนี้เนื่องมาจากบริษัทฯมีค่าใช้จ่ายคงที่จำนวนหนึ่ง เช่น ค่าเช่าอาคารสำนักงาน และเงินเดือนพนักงาน และค่าใช้จ่ายผันแปรในด้านค่าใช้จ่ายทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขาย และอื่นๆ เป็นต้น

อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (Total asset turnover)

อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รักษาระดับอยู่ที่ประมาณ 2.3-2.4 เท่า แต่มีแนวโน้มลดลดเรื่อยๆ ในช่วงหลัง ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่ กิจการมีสินทรัพย์เพิ่มสูงขึ้นจากกระแสเงินสดที่ได้รับจากการดำเนินงาน โดยเพิ่มขึ้นในอัตรามากกว่าการเติบโตของยอดขาย

อัตราส่วน Equity Multiplier

การมีแนวโน้มของ Equity Multiplier ลดลงแสดงให้เห็นถึงกระแสเงินสดที่ได้รับจากการดำเนินงาน ไปเป็นส่วนของทุนเพิ่มขึ้น

กล่าวโดยสรุป การที่อัตราส่วน ROE ของบริษัทฯ เพิ่มสูงขึ้น เป็นผลมาจากการมีอัตรากำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี และมีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ที่ลดลงเล็กน้อยเมื่อถึงปีที่5 อย่างไรก็ตาม ROE มีแนวโน้มในการเติบโตที่ลดลง เนื่องจากอัตราส่วน Equity Multiplier มีค่าลดลง

- *Gross Profit Margin*

เป็นอัตราส่วนที่แสดงกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย จากการพิจารณาอัตราส่วนกำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) จะเห็นได้ว่าบริษัทฯมีความสามารถในการทำกำไร อยู่ที่ระดับประมาณ 25.97% คงที่

- *Return on Asset*

เป็นอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ ซึ่งคำนวณจากกำไรสุทธิของบริษัทฯต่อสินทรัพย์ทั้งหมด โดยค่าอัตราส่วนดังกล่าวเป็นการอธิบายถึงความมีประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ในการสร้างผลตอบแทนให้แก่กิจการ โดยจากตารางการวิเคราะห์ค่าอัตราส่วนทางการเงินของบริษัทฯพบว่า ในปีแรกจะติดลบ -2.77% เนื่องจากปีแรกกิจการขาดทุนจากการมีค่าใช้จ่ายมากในระยะแรกที่เริ่มต้นกิจการ แต่ในปีที่2552 ถึงปีที่2555 บริษัทสามารถบริหารสินทรัพย์ให้สร้างผลตอบแทนที่ดีอยู่ที่อัตราประมาณ 6.68 – 14.95% เนื่องจากกิจการมีการเติบโตของยอดขายทุกปี ทำให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายคงที่ลดลง จึงเกิดกำไรเพิ่มขึ้น

9.8.2 **การวิเคราะห์อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง** (Liquidity Ratio Analysis)

- *Current Ratio*

เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงสภาพคล่อง และความสามารถในการจ่ายชำระหนี้สินระยะสั้นทั้งหมดของกิจการ กล่าวคือ เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงความสามารถของบริษัทฯในการแปลงสินทรัพย์หมุนเวียนที่มีอยู่ทั้งหมดเป็นเงินสดเพื่อจ่ายคืนหนี้สินหมุนเวียนทั้งหมด และเมื่อพิจารณาจากตารางการวิเคราะห์ค่าอัตราส่วนทางการเงินของบริษัทฯ พบว่า บริษัทฯมีค่าอัตราส่วนดังกล่าวที่ดี อยู่ที่ 1.83 เท่า และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากกิจการมีการก่อหนี้ในระดับที่เหมาะสม ขณะเดียวกันสินทรัพย์มีเพิ่มขึ้นจากกระแสเงินสดรับ แสดงให้เห็นว่ากิจการมีสภาพคล่องที่ดี

- *Quick Ratio*

เป็นอัตราส่วนที่พิจารณาเฉพาะสินทรัพย์หมุนเวียนที่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ภายในระยะเวลาอันสั้น โดยไม่รวม สินค้าคงเหลือ โดยอัตราส่วนนี้จะเป็นตัวบอกว่าบริษัทมีสินทรัพย์เพียงพอต่อการจ่ายชำระหนี้สินระยะสั้นหรือไม่ และเมื่อพิจารณาจากตารางการวิเคราะห์ค่าอัตราส่วนทางการเงินของบริษัทฯ พบว่า บริษัทฯมีค่าอัตราส่วนดังกล่าวใกล้เคียงกับ Current ratio ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่บริษัทฯ มียอดสินค้าคงเหลือไม่สูงนัก เนื่องจากโดยลักษณะการประกอบธุรกิจสินค้าคงเหลือของบริษัทมีการผลิตและจำหน่ายในทันที ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีนโยบายที่จะเก็บรักษาสินค้าคงเหลือให้เพียงพอสำหรับการผลิตในระยะหนึ่งที่ไม่นานจนเกินไป

โดยสรุป เมื่อพิจารณาอัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratio) ของบริษัทฯจะพบว่าบริษัทฯมีสภาพคล่องค่อนข้างสูงเนื่องจากบริษัทฯมีการขายสินค้าโดยมีการบริหารจัดการลูกหนี้และเจ้าหนี้การค้าได้ดี และมีการควบคุมปริมาณสินค้าคงเหลือให้อยู่ในปริมาณที่กำหนดไว้ ทำให้บริษัทฯไม่มีปัญหาทางด้านสภาพคล่อง

9.8.3 **การวิเคราะห์อัตราส่วนแสดงสภาพหนี้** (Debt Management Ratio)

- *Debt to total asset ratio*

Debt to total asset ratio นั้นเป็นสัดส่วนที่แสดงให้เห็นที่มาของสินทรัพย์รวมว่าจากสินทรัพย์ทั้งหมดของบริษัทนั้น มีแหล่งที่มาของเงินทุนจากเจ้าหนี้คิดเป็นสัดส่วนเท่าไร ทั้งนี้เนื่องจากกิจการใช้เงินทุนมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด หนี้สินมีเพียงเจ้าหนี้ทางการค้า แต่มีการขอเครดิตชำระเงินได้ยาว เนื่องมาจากสภาพธุรกิจของสินค้าประเภทข้าว ดังนั้นบริษัทจึงมีอัตราส่วน Debt to total asset ratio ที่ 44.62% ในปี 2551 และค่อยๆต่ำลงจนเหลือ 40.94% ในปี 2555เนื่องมาจากสินทรัพย์มีการเพิ่มขึ้นจากกระแสเงินสดรับ

- *Debt to equity ratio*

เมื่อพิจารณาจากอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio) ซึ่งเป็นตัววัดความเสี่ยงของบริษัทฯว่ามีมากน้อยเพียงใด จะพบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนของบริษัทฯ มีค่าเริ่มจาก 80.58% ในปีแรก แล้วค่อยๆลดลงจนเหลือ 69.32% ในปี 2555 เนื่องจากบริษัทฯทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทฯมีส่วนของทุนที่เพิ่มขึ้น และมีส่วนของหนี้สินไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก จึงทำให้ Debt to Equity Ratio ลดลง

9.8.4 **การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์** (Asset Management Ratio)

- *Total asset turnover*

อัตราส่วน Total asset turnover เป็นอัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพหรือความสามารถในการใช้สินทรัพย์ โดยเทียบยอดขายกับสินทรัพย์รวมว่า สินทรัพย์รวมนั้น สร้างยอดขายให้บริษัทมากน้อย

เพียงใด ซึ่งหากอัตราส่วนดังกล่าวมีค่าสูงแสดงถึงความมีประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ของบริษัท จากตารางจะเห็นว่าบริษัทฯ มีอัตราส่วนดังกล่าวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 2.34 เท่า แสดงให้เห็นถึงความมีประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ของบริษัทฯ ที่มีค่อนข้างดี

- *Fixed asset turnover*

อัตราส่วน Fixed asset turnover เป็นอัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพหรือความสามารถในการใช้สินทรัพย์ โดยเทียบยอดขายกับสินทรัพย์ถาวรว่า สินทรัพย์ถาวรนั้น สร้างยอดขายให้บริษัทมากน้อยเพียงใด ซึ่งหากอัตราส่วนดังกล่าวมีค่าสูงแสดงถึงความมีประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ของบริษัท จากตารางจะเห็นว่าบริษัทฯ มีอัตราส่วนดังกล่าวที่สูง เนื่องจากมีการใช้สินทรัพย์ถาวรไม่มากมาสร้างรายได้ โดยเฉพาะในปีสุดท้าย เนื่องจากกิจการมีเฉพาะสินทรัพย์ที่เป็นเครื่องจักรและอุปกรณ์เท่านั้น ดังนั้นเมื่อถึงปลายปีที่ 5 สินทรัพย์เหล่านี้จึงถูกตัดค่าเสื่อมราคาจนหมดไป ทำให้ค่าดังกล่าวมีค่ามาก จึงไม่ควรนำมาพิจารณา

- *Inventory turnover*

อัตราส่วน Inventory turnover และ Days in Inventory เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงประสิทธิภาพหรือความสามารถในการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ โดยทั่วไปแล้วนั้นต้องการให้ Inventory turnover ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจำนวนรอบในการหมุนเวียนของสินค้า มีอัตราส่วนที่สูง แต่ต้องการให้ Days in Inventory ซึ่งหมายถึงจำนวนวันจนกระทั่งสามารถขายสินค้าออกไปได้นั้น มีค่าที่ต่ำ

จากตารางบริษัทมีรอบในการหมุนเวียนสินค้าเฉลี่ยอยู่ที่ 34 รอบต่อปี หรือคิดเป็นจำนวนวันเฉลี่ยในการถือสินค้าคงเหลือประมาณ 10 วัน อันเนื่องมาจากบริษัทสามารถซื้อและแปรรูปเพื่อจำหน่ายในทันที

9.9 แผนควบคุมด้านการเงิน

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการเงินของ “ข้าวทิพย์” เพื่อให้องค์กรอยู่รอดได้ในระยะแรกของการดำเนินงาน และสามารถสร้างยอดขายและกำไรให้สามารถคืนทุนภายในปีที่ 5 นั้น “ข้าวทิพย์” จึงกำหนดแนวทางในการควบคุมทางด้านการเงินออกเป็น 3 วิธี ดังนี้

9.9.1 การจัดทำประมาณการทางการเงินล่วงหน้า

“ข้าวทิพย์” จะดำเนินการจัดทำประมาณการทางการเงินล่วงหน้าโดยละเอียดเป็นรายเดือนเป็นเวลา 1 ปี และประมาณการโดยรวมทั้งปีเป็นเวลา 5 ปี เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเรื่องหาแหล่งเงินทุนในการดำเนินงานรวมถึงใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินผลการดำเนินงานในอีก 1 ปี

ข้างหน้า โดยการจัดทำจะพิจารณาจากผลการดำเนินงานในอดีต สถานการณ์และแนวโน้มของการแข่งขัน ทั้งนี้การจัดทำดังกล่าวจะมีการทบทวนทุกๆ สิ้นปีเพื่อให้การประมาณการสะท้อนภาพที่แท้จริงขององค์กรภายใต้สภาวะการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคต

9.9.2 การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานในรูปแบบรายงานการเงินเทียบกับประมาณการทางการเงิน

จากงบประมาณการทางการเงินล่วงหน้าโดยละเอียดเป็นรายเดือนนั้น “ข้าวทิพย์” จะนำประมาณการดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงในทุกไตรมาสที่ผ่านไป เพื่อใช้วิเคราะห์หาสาเหตุของผลการดำเนินงานจริงที่เปลี่ยนแปลงไปจากการประมาณการไว้ และใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของฝ่ายต่างๆ ในช่วงเวลาที่เหลือ เพื่อให้ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ในสิ้นปี

9.9.3 การจัดทำประมาณการงบกระแสเงินสด

การบริหารเงินสดภายในองค์กรให้มีสภาพคล่องที่ดีเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานของ “ข้าวทิพย์” เป็นไปโดยราบรื่น ดังนั้นจึงได้กำหนดให้มีการจัดทำประมาณการงบกระแสเงินสด เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานและควบคุมสภาพคล่องของ “ข้าวทิพย์” เป็นการล่วงหน้าในทุกๆ เดือนเป็นการวางแผนล่วงหน้าและนำผลที่เกิดขึ้นจริงมาปรับปรุง เพื่อให้การประมาณการในเดือนถัดไปใกล้เคียงความเป็นจริงมากขึ้น และให้การวางแผนบริหารเงินสดของ “ข้าวทิพย์” เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ