

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ในประเทศไทยเริ่มมีการเพาะปลูกต้นยางพาราระหว่างปี พ.ศ. 2442-2444 โดย พระยารัษฎานุประดิษฐ์ มหิศรภักดี ซึ่งเป็นเจ้าเมืองตรัง ได้นำต้นยางพารามาปลูกใน อำเภอกันตัง หลังจากนั้นประชาชนเริ่มมีการนำมาปลูกขยายเป็นสวน คือ สวนยางแถบ จังหวัดตรัง นอกจากนี้ยังมีการขยายไปยังที่ต่าง ๆ เช่น สวนยางของหลวงราชไมตรี ในจังหวัดจันทบุรี ได้ปลูกขึ้นมาในปี พ.ศ. 2454 และสวนยางชาวเดนมาร์กที่อำเภอยิ่งอ ในจังหวัดนครราชสีมา ในระยะเวลาที่รื่อยปี ยางพาราได้มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของ ประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง จากการปลูกยางพาราเพื่อกรีดยางทำยางแผ่นเพื่อจำหน่าย เมื่อต้นยางอายุมากขึ้น ทำให้น้ำยางน้อยลงจึงทำการตัดโค่น และเผาทิ้งเพื่อปลูกใหม่ แต่ปัจจุบันไม้จากป่ามีปริมาณลดน้อยลง และมีพระราชบัญญัติปิดป่าทำให้ไม้ยางพารา ได้รับความสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะการนำไปแปรรูปเพื่อทำเป็นเฟอร์นิเจอร์ในการส่งออก ทำให้ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างยิ่ง จากการสำรวจพบว่า ไม้ยางพารา 1 ไร่ สามารถนำมาแปรรูปได้เฉลี่ย 20.64 ลูกบาศก์เมตร ทั้งนี้แล้วแต่เทคนิคการเลื่อย และ ลักษณะของไม้ที่โรงงานเฟอร์นิเจอร์ต้องการ (องค์การสวนยาง, 2553)

อุตสาหกรรมไม้ยางพารา ประกอบด้วย ผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม อุตสาหกรรมต้นน้ำ คือ เกษตรกรผู้ปลูกไม้ยางพารา อุตสาหกรรมกลางน้ำ คือ ธุรกิจไม้ยางพาราแปรรูป และ อุตสาหกรรมปลายน้ำ คือ ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ เครื่องเรือน และผลิตภัณฑ์จากไม้ยางพารา ในปี พ.ศ. 2552 ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกยางพาราประมาณ 17.41 ล้านไร่ ผลผลิตของ ยางพารา 3.116 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2551 ร้อยละ 4.13, 1.23 และ 0.28 ตามลำดับ ถือได้ว่า มีปริมาณการส่งออกเป็นอันดับ 1 ของโลก ทั้งนี้ประเทศไทยมีนโยบายที่จะเพิ่ม พื้นที่ปลูกยางอีก โดยขยายพื้นที่ปลูกยางไปยังภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ซึ่งคาดว่าผลผลิตยางพาราจะสามารถเพิ่มขึ้นได้ 250,000 ตันต่อปี เนื่องจากราคายางพาราได้แนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จูงใจให้เกษตรกรขยายพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมาถึงปัจจุบัน และพื้นที่ยางที่มีการส่งเสริมให้ปลูกเพิ่มนี้จะเริ่มทยอยให้ผลผลิตน้ำยางพาราตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 และจะให้ผลผลิตได้เต็มที่ในปี พ.ศ. 2556 ส่วนอุตสาหกรรมกลางน้ำ หรือการผลิตไม้ยางพาราแปรรูปของไทย ในปัจจุบันมีโรงอบไม้ประมาณ 55 โรงงาน ใช้กำลังการผลิตเพียงร้อยละ 50 และโรงงานแปรรูปไม้ประมาณ 540 โรงงาน สามารถผลิตไม้ยางพาราแปรรูปได้ประมาณ 3 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อปี ส่วนใหญ่จำหน่ายให้ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งใช้ไม้ประมาณ 1.2 ล้านลูกบาศก์เมตร ดังนั้นจึงมีไม้ยางพาราแปรรูปที่เหลืออีกประมาณ 1.8 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อปี (องค์การสวนยาง, 2553)

ในส่วนอุตสาหกรรมปลายน้ำ คือ ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ เครื่องเรือน และผลิตภัณฑ์จากไม้ยางพารา ซึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมปลายน้ำที่นำไม้ยางพาราแปรรูปมาปรับเปลี่ยนให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น และสามารถทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมากทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ สนใจในการทำอุตสาหกรรมนี้ เพื่อนำทรัพยากรที่ได้จากอุตสาหกรรมต้นน้ำของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อทดแทนการนำเข้าไม้จากต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์จากไม้ยางพาราส่วนใหญ่ผลิตเพื่อการส่งออกถึงร้อยละ 65 ที่เหลือร้อยละ 35 จำหน่ายภายในประเทศ

จากข้อมูลทางสถิติการส่งออกของผลิตภัณฑ์จากไม้ (ดูตาราง 1) ไทยมีการส่งออกเครื่องเรือนที่ทำด้วยไม้ไปยังอเมริกามากที่สุด และมีแนวโน้มการส่งออกที่ดีขึ้นในปี พ.ศ. 2553 ส่วนตลาดในเอเชียอย่างญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ก็มีแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มขึ้นในแนวทางที่ดี จึงมองว่าตลาดต่างประเทศยังมีความต้องการเครื่องเรือนไม้เพิ่มขึ้นและเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ ที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของสินค้าชนิดนี้ในตลาดโลก

ตาราง 1

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเครื่องเรือนที่ทำจากไม้ ประเภทเครื่องใช้ในครัวของไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2548-2552

	ปี พ.ศ. 2548		ปี พ.ศ. 2549		ปี พ.ศ. 2550		ปี พ.ศ. 2551		ปี พ.ศ. 2552	
	ปริมาณ (พันชิ้น)	มูลค่า (ล้านบาท)								
USA	5,415	629.38	4,279	472.63	3,668	435.81	2,368	321.42	2,236	330.89
UK	3,260	366.32	2,765	288.60	2,669	261.57	1,641	173.88	1,649	181.78
Germany	3,857	231.81	2,124	137.95	2,322	157.69	1,683	132.40	1,370	98.04
Denmark	371	66.96	392	85.01	271	53.99	193	60.95	280	53.10
Italy	832	81.23	7,196	70.01	1,307	98.03	883	72.29	575	44.56
Finland	160	18.29	324	35.99	562	63.38	520	58.06	326	41.33
Canada	512	57.08	519	56.53	472	56.66	521	77.21	256	35.20
Japan	578	81.36	472	66.53	330	87.58	291	39.93	250	32.28
Netherlands	841	66.49	589	47.34	380	34.10	292	27.60	243	21.07
S. Korea	242	24.13	154	16.56	550	23.77	212	17.22	203	20.07

หมายเหตุ: ปริมาณและมูลค่าการส่งออกในพิกัด 4419 คือ กลุ่มเครื่องใช้บนโต๊ะและเครื่องใช้ในครัวที่ทำจากไม้

ที่มา. จาก ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเครื่องเรือนที่ทำจากไม้ ประเภทเครื่องใช้ในครัวของไทย, โดย ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2553, ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2554, จาก <http://www2.ops3.moc.go.th>

จากข้อมูลทีกล่าวไปข้างต้นแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ในครัวที่ทำจากไม้ ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์จากไม้ยางพารา ยังไม่สามารถจำแนกได้ด้วยข้อจำกัดของฐานข้อมูลของกรมศุลกากร โดยประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในด้านวัตถุดิบไม้ยางพารา ที่ในปัจจุบันได้มีการนำไม้ยางพารามาใช้ทำเครื่องเรือน ไม้อัด หรือไม้แปรรูปอื่น ๆ เพื่อการส่งออก เนื่องจากได้รับความนิยมเพราะหลังจากที่นำไม้ยางพาราไปผ่านกรรมวิธีอัดน้ำยาแล้ว จะมีความทนทานตลอดทั้งเนื้อไม้ที่สวยงาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งไม้ยางพาราของไทยมีสีสวยกว่าของประเทศอื่น คือ สีขาวเหลือง อีกทั้งส่วนหนึ่งจากนโยบายการปิดป่าของรัฐบาลไทยหรือการไม่อนุญาตให้มีการขอสัมปทานทำป่าไม้ธรรมชาติตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2532 ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนไม้เนื้อแข็ง จึงมีการนำเข้าไม้เนื้อแข็งจากต่างประเทศ ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นจึงทำให้มีการหันมาใช้ประโยชน์จากไม้ยางพาราซึ่งเป็นไม้เศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการที่ทั่วโลกมีการตื่นตัวเกี่ยวกับการรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมากขึ้น ประเทศที่พัฒนาแล้วจึงไม่ต้องการนำเข้าเครื่องเรือน และไม้แปรรูปอื่น ๆ ที่ทำจากไม้ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติเพื่อเป็นการยับยั้งการทำลายป่าไม้

ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงมองว่าการนำวัตถุดิบในประเทศมาใช้แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในกระบวนการผลิต และเพิ่มการออกแบบให้มีรูปร่างที่สวยงาม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และสร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยวิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการก่อตั้งโครงการ และความคุ้มค่าทางการเงิน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนจัดตั้งธุรกิจผลิตเครื่องใช้ในครัวที่ทำจากไม้ยางพารา

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนในโครงการผลิตเครื่องใช้ในครัวที่ทำจากไม้ยางพารา โดยจะทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการภายในระยะเวลาอายุโครงการ 10 ปี (ระหว่างปี พ.ศ. 2554-2564)

สมมติฐานของการวิจัย

การลงทุนในโครงการผลิตเครื่องใช้ในครัวที่ทำจากไม้ยางพารามีความเป็นไปได้ในการดำเนินการ

วิธีการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เก็บข้อมูลโดยการสอบถามและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตเครื่องใช้ในครัวที่ทำจากไม้ยางพาราจำนวน 5 ราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ที่ได้มาจากการรวบรวมเอกสารรายงานการศึกษา บทความ งานวิจัย และข้อมูลทางสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ ตำราวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์โครงการ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์เชิงพรรณนาในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive method) วิเคราะห์ภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องเรือนที่ทำด้วยไม้ยางพารา

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative method) เป็นการวิเคราะห์โครงการธุรกิจผลิตเครื่องใช้ในครัวที่ทำจากไม้ยางพาราโดยใช้หลักต้นทุน และผลตอบแทนทางการเงิน โดยใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้

2.1 ระยะเวลาคืนทุน (payback period) ระยะเวลาคืนทุน คือ ระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินงานมีค่าเท่ากับค่าลงทุนของโครงการ วิธีการนี้พิจารณาถึงจำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนคุ้มกับค่าใช้จ่ายในการลงทุน ดังนั้นหากดำเนินงานแล้วผลประโยชน์คุ้มค่ากับจำนวนเงินที่ลงทุนได้รวดเร็วก็จะดี เพราะความเสี่ยงน้อยและผู้ลงทุนสามารถนำเงินที่ถอนทุนได้ไปลงทุนเพื่อหาประโยชน์ในกิจการอื่น ๆ ต่อไป

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก}}{\text{ผลประโยชน์สุทธิเฉลี่ยต่อปี}}$$

2.2 การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value--NPV) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ คำนวณได้จากมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนตลอดอายุโครงการลบด้วยมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่าย ตลอดอายุโครงการซึ่งเขียนได้เป็นสูตร ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{(B_t - C_t)}{(1+r)^t}$$

B_t = รายรับของโครงการที่เกิดขึ้นในปีที่ t

C_t = ค่าใช้จ่ายของโครงการที่เกิดขึ้นในปีที่ t

r = อัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาสของทุน

n = อายุโครงการ

t = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 1, 2, ..., n

ถ้า $NPV > 0$ โครงการนั้นน่าจะลงทุนเพราะอย่างน้อยก็คุ้มค่ากับอัตรา

ส่วนลด

ถ้า $NPV < 0$ โครงการลงทุนนั้นน่าจะจะไม่คุ้มค่ากับอัตราส่วนลด

ถ้า NPV = 0 แสดงว่าโครงการนั้นเท่าทุน

2.3 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return--IRR) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) คือ อัตราส่วนลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนรวมเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายรวม หรือก็คือ อัตราส่วนลดที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ คือ อัตราดอกเบี้ยกู้ยืม ซึ่งทำให้ผลตอบแทนเท่ากับค่าใช้จ่ายจากการลงทุนพอดี วิธีการหาจึงเป็นวิธีการแบบทดลองหาไปเรื่อย ๆ คือ เป็นแบบลองผิดลองถูก (trial and error) สูตรที่ใช้ คือ

$$\text{IRR คือ ค่า } r \text{ (อัตราส่วนลด) ที่จะทำให้ } \sum_{t=1}^n \frac{(B_t - C_t)}{(1+r)^t} = 0$$

B_t = รายรับของโครงการที่เกิดขึ้นในปีที่ t

C_t = ค่าใช้จ่ายของโครงการที่เกิดขึ้นในปีที่ t

r = อัตราส่วนลด

n = อายุโครงการ

t = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 1, 2, ..., n

ถ้า IRR > อัตราดอกเบี้ยในตลาด แสดงว่า คຸ້ມคຳແກ່การลงทุน

ถ้า IRR < อัตราดอกเบี้ยในตลาด แสดงว่า ไม่คຸ້ມคຳແກ່การลงทุน

ถ้า IRR = อัตราดอกเบี้ยในตลาด แสดงว่า เสมอตัว

วิธีการหาแบบบัญญัติไตรยางค์ประมาณค่าในช่วง (interpolation) เป็นการคำนวณค่าของความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนลดกับ NPV 2 คู่ คือ อัตราส่วนลดตัวต่ำกว่า ที่ทำให้ค่าของ NPV มีค่าเป็นบวก และอัตราส่วนลดตัวสูงกว่า ที่ทำให้ค่า NPV มีค่าเป็นลบ เขียนสูตรได้ดังนี้

$$\text{IRR} = \text{อัตราส่วนลดตัวต่ำ} + \text{ผลต่างระหว่างอัตราส่วนลดทั้งสอง} \times \frac{[\text{NPV ที่ใช้อัตราส่วนลดตัวต่ำ} / \text{ผลต่างของ NPV ที่ใช้อัตราส่วนลดทั้งสอง}]$$

2.4 อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit-Cost ratio--B/C ratio) B/C Ratio นี้คำนวณได้จากอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่าย ซึ่งเขียนเป็นสูตร ได้ดังนี้

$$B/C \text{ Ratio} = \sum_{t=1}^n \frac{(B_t)}{(1+r)^t} / \sum_{t=1}^n \frac{(C_t)}{(1+r)^t}$$

B_t = รายรับของโครงการที่เกิดขึ้นในปีที่ t

C_t = ค่าใช้จ่ายของโครงการที่เกิดขึ้นในปีที่ t

r = อัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาสของเงินทุน

n = อายุโครงการ

t = ปีของโครงการ คือ ปีที่ 1, 2, ..., n

ถ้า B/C Ratio > 1 โครงการนั้นน่าจะลงทุน เพราะอย่างน้อยก็ยังคุ้มกับอัตราส่วนลดหรือค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน

ถ้า B/C Ratio < 1 โครงการนั้นไม่น่าลงทุน เพราะมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนมีค่าน้อยกว่ามูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่าย

ถ้า B/C Ratio = 1 จะไม่มีผลกระทบใด ๆ ไม่ว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธโครงการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

SME (Small and Medium Enterprises) หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมซึ่งประกอบไปด้วย กิจการการผลิต กิจการค้า และกิจการบริการ โดยได้กำหนดคุณลักษณะของวิสาหกิจที่จะเป็น SMEs ให้พิจารณาจากเกณฑ์ที่มูลค่าขั้นสูงของทรัพย์สินถาวรที่กิจการนั้นมีอยู่

OEM (Original Equipment Manufacturer) หมายถึง การรับจ้างผลิตสินค้าให้กับแบรนด์ต่าง ๆ ตามแบบที่ลูกค้ากำหนด โดยใช้โรงงานผลิตของผู้รับจ้าง มักจะเป็นโรงงานเปิดใหม่ ๆ หรือโรงงานที่ไม่เน้นการสร้างแบรนด์ของตนเอง และโรงงานที่ไม่มี ความชำนาญในการออกแบบผลิตภัณฑ์

ODM (Original Design Manufacturer) หมายถึง การผลิตของโรงงานที่สามารถ ออกแบบสินค้าได้เอง และเอาสินค้าเหล่านั้นไปเสนอขายให้ลูกค้า มักจะเป็นโรงงานที่ พัฒนามาจาก OEM ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ด้วยการออกแบบใหม่

Exclusive Design หมายถึง แบบที่ผลิตให้กับลูกค้ารายใดรายหนึ่งเฉพาะเท่านั้น ซึ่งหากเราออกแบบแล้วขายให้กับลูกค้ารายใหญ่ ๆ มักจะขอให้เป็น Exclusive Design เพราะไม่ต้องการซ้ำกับใคร ๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้ผู้ลงทุนและผู้ที่สนใจลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตเครื่องเรือนที่ทำจากไม้ทราบถึงข้อมูลทางด้านต้นทุน ค่าใช้จ่าย ๆ และผลตอบแทนของโครงการว่ามีความเป็น เป็นได้เพียงใด เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจนี้