

การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจโรงพิมพ์ดิจิทัลครบวงจร ณ ถนนแจ้งวัฒนะ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

FEASIBILITY STUDY OF INVESTING IN THE DIGITAL PRINTING BUSINESS ON CHAENGWATTANA ROAD, PAKKRED, NONTHABURI

สุภาพร สันติศิริ^{#1}

[#]บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต / สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร / สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น

¹e-mail: bsupaporn21@gmail.com

บทคัดย่อ - การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจโรงพิมพ์ดิจิทัล ณ ถนนแจ้งวัฒนะ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผ่านการศึกษา 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านวิศวกรรม ด้านบริหาร และด้านการเงิน พร้อมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ พบว่า มีความคุ้มค่าในการลงทุนใช้เงินลงทุนการศึกษา 4 ล้านบาท มีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการมีค่าเท่ากับร้อยละ 76.96 ซึ่งมีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สินเชื่อบริษัทที่ธนาคารกำหนดไว้เท่ากับร้อยละ 12 มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับ 9,031,316 บาท และระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1.64 ปี การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง กรณีเกินกว่าเป้าหมาย (Best Case) พบว่าเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น 20% ต่อเดือน ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ เท่ากับ 1.34 ปี อัตราผลตอบแทนเพิ่มขึ้น 93.22% และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 11,574,419 บาท กรณีรายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย (Worst Case) ถ้ารายได้ลดลง 40% พบว่า ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ เท่ากับ 3.76 ปี อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ลดลงเหลือ 27.04% และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 1,944,946 บาท จะเห็นได้ว่าการลดลงของรายได้ทำให้อัตราผลตอบแทนที่ได้นั้นต่ำกว่าเดิม แต่ก็ยังคงให้ผลตอบแทนที่ยอมรับได้

คำสำคัญ - อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย, ระยะเวลาคืนทุน, มูลค่าปัจจุบันสุทธิ, ดัชนีการทำการกำไร, อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

Abstract - The objective of this study is to study the possibility of a digital printing business on Chaengwattana Road, Pakkred, Nonthaburi by making the right business model then evaluate the feasibility of the project through the study four aspects : marketing, engineering, management and financial along with analysis of risk factors that affect business operations. Studying about engineering, marketing, management and financial found that it is possible to carry on the business of designing and manufacturing digital publications. Analysis summary basis on the measurement value of the decision criteria that are well worth investment by total investment of 4 million baht, the return rate of the project stood at 76.96 percent, which is higher than interest rates on bank loans, which is set equal to 12 percent, the net present value is equal to 9,031,316 baht and the payback duration is 1.64 years. Results of the sensitivity analysis to changes in Best Case on revenues up to 20% per month, found that the payback period of the project is 1.34 year, the IRR increased to 93.22% and the net present value (NPV) is

11,574,419 baht. If revenues do not go as expected (Worst Case) by-case basis, revenues decreased 40%, found that the payback period of the project is 3.76 years, the internal rate of return (IRR) will be reduced to 27.04% and the net present value (NPV) is 1,944,946 baht will be seen that the decrease in revenues led to a lower IRR than the original but still acceptable.

Keywords - Average Rate of Return: ARR, Payback Period: PB, Net Present Value: NPV, Profitability Index: PI, Internal Rate of Return: IRR .

1. บทนำ

บริษัท เอส อาร์ พรินต์ติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด เปิดดำเนินการในปี 2538 เป็นโรงพิมพ์ขนาดเล็กรับผลิตสิ่งพิมพ์ทั้งประเภท แผ่นพับ ใบปลิว หนังสือ และนิตยสาร ด้วยการพิมพ์ระบบออฟเซต ซึ่งเป็นเทคโนโลยีปัจจุบันที่ใช้แพร่หลาย ในระบบอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ทั่วไป ให้งานพิมพ์ที่มีคุณภาพสูง และสามารถพิมพ์ได้ในปริมาณมาก โดยบริษัทมีฐานลูกค้าเป็นหน่วยงาน มหาวิทยาลัยเอกชน หน่วยงานราชการ สำนักพิมพ์ และกลุ่มบริษัทรับออกแบบงานสิ่งพิมพ์ ที่จ้างโรงพิมพ์เป็นผู้ผลิต ซึ่งบริษัททำงานด้วยความซื่อสัตย์ มีคุณภาพ ตรงต่อเวลา ในราคาที่เหมาะสม จึงทำให้ยังสามารถต่อสู้ในตลาดโรงพิมพ์ได้ แต่เนื่องจากในปัจจุบันมีความพยายามในการช่วงชิงลูกค้าจึงมีการแข่งขันทางด้านราคามาก การปรับตัวของผู้ประกอบการในการปรับปรุงหรือพัฒนาเครื่องจักร และเทคโนโลยีทางด้านการพิมพ์ให้มีความทันสมัย และพยายามหาตลาดหรือลูกค้ารายใหม่เป็นสิ่งที่ต้องนำมาพิจารณา และสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเป็นหนึ่งในธุรกิจที่บริษัทฯ พิจารณาเพื่อเป็นทางเลือกในการเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทฯ อีกช่องทาง

ดังนั้น การศึกษาความเป็นไปได้ของการประกอบธุรกิจโรงพิมพ์ดิจิทัล ณ ถนนแจ้งวัฒนะ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตั้งแต่สภาพปัญหาของการจัดตั้ง สภาพปัญหาทางธุรกิจ และศึกษาถึงคู่แข่งทางการตลาด เพื่อทำให้ธุรกิจโรงพิมพ์ดิจิทัลที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมรูปแบบเดียวกันได้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยประเมินความเป็นไปได้ของโครงการผ่านการศึกษา 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านวิศวกรรม ด้านบริหาร และด้านการเงิน [1-3] พร้อมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ

2. วิธีการดำเนินงาน

จากกรอบการศึกษาความเป็นไปโครงการ แต่เนื่องจากโครงการที่ทำการศึกษานี้ เป็นโครงการที่ไม่ต้องทำการศึกษาผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม และเป็นโครงการของเอกชนที่ไม่ต้องทำการศึกษาและวิเคราะห์ด้านเศรษฐศาสตร์ ดังนั้น จึงตัดการศึกษาทั้ง 2 ส่วนนี้ออกไป และคงกรอบการศึกษาหลักๆ ดังนี้

1. การศึกษาด้านการตลาด
2. การศึกษาด้านวิศวกรรม
3. การศึกษาด้านการบริหารจัดการ
4. การศึกษาด้านการเงิน

3. ผลการศึกษา

3.1 การศึกษาด้านการตลาด

วิเคราะห์ลักษณะทางอุตสาหกรรมโดยใช้ Five Forces Model [4]

1. สภาพการแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรม (The Intensity of Rivalry between Competitors)

ธุรกิจโรงพิมพ์ดิจิทัลเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงแต่มีกระบวนการและขั้นตอนซับซ้อนน้อยกว่าเครื่องพิมพ์ระบบออฟเซตอาศัยทักษะและความชำนาญในการป้อนข้อมูลเข้าสู่เครื่องคอมพิวเตอร์ ปัจจุบันความท้าทายระหว่างรอยต่อของเทคโนโลยีการพิมพ์ จากรูปแบบเดิมๆ สู่เทคโนโลยีระบบดิจิทัล ยังเป็นสิ่งที่ผู้ที่อยู่ในวงการอุตสาหกรรมการพิมพ์ ต้องพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุนเครื่องจักรใหม่ และธุรกิจดิจิทัลยังถือว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสิ่งพิมพ์ทั้งขนาดเล็ก และขนาดกลาง ธุรกิจดิจิทัลจึงยังเป็นเพียงช่วงเรียนรู้เริ่มต้นสำหรับผู้ประกอบการในการลงทุน แต่เมื่อมีการลงทุนแล้วการออกจากอุตสาหกรรมจะผันแปรระหว่างขนาดเม็ดเงินที่ลงทุนจึงสรุปได้ว่า The Intensity of Rivalry between Competitors หรือความเข้มข้นของสภาพการแข่งขันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับสูง

2. ความเสี่ยงจากผู้เข้าแข่งขันรายใหม่ (The Threat of New Entrants)

ความเสี่ยงจากผู้เข้าแข่งขันรายใหม่แสดงถึงความสามารถในการแข่งขันของบริษัทและบริษัทที่เป็นคู่แข่งรายใหม่เป็นการแสดงถึงความแตกต่างของสินค้าบริการรวมถึงความจงรักภักดีต่อตราสินค้าซึ่งในอุตสาหกรรมผู้ผลิตสิ่งพิมพ์นั้นจะต้องมีการลงทุนที่สูงการตอบสนองทางด้านคุณภาพ ความรวดเร็ว และราคา ดังนั้นจะ เห็นได้ว่า ความแตกต่างของจำนวนเงินลงทุนในอุตสาหกรรมผู้ผลิตและจำหน่ายสิ่งพิมพ์ดิจิทัลถือว่า เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความเสี่ยงจากผู้เข้าแข่งขันรายใหม่ซึ่งหากบริษัทไม่สามารถรักษามาตรฐานสินค้าหรือตราสินค้าได้ก็จะทำให้ผู้เข้าแข่งขันรายใหม่สามารถเข้ามาในอุตสาหกรรมได้ง่ายจึงสรุปได้ว่า The Threat of New Entrants อยู่ในระดับปานกลาง

3. อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (The Bargaining Power of Suppliers)

วัตถุดิบบางตัวจากผู้ผลิตเครื่องจักร และเนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลนั้นการพัฒนาอย่างไม่ถึงขีดสุด ถ้าเราไม่สามารถใช้เครื่องจักรให้เต็มประสิทธิภาพ จึงมีความเสี่ยงที่เครื่องจักรจะตกทุนและถูกปฏิเสธการ

สต็อกอะไหล่ สำหรับการดูแลรักษาเครื่องจักรในอนาคต ดังนั้นความเสี่ยงเรื่องอำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบต่างๆ จึงมีค่อนข้างสูงจึงสรุปได้ว่า The Bargaining Power of Suppliers อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

4. อำนาจต่อรองของลูกค้า (The Bargaining Power of Customers)

เนื่องจากลูกค้ามีความเชื่อว่าธุรกิจโรงพิมพ์ดิจิทัลนั้น ต้องสามารถตอบสนองในเรื่องความเร็ว และราคาได้ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นเครื่องชี้วัดถึงความสามารถในการบริหารจัดการของแต่ละโรงพิมพ์ ถ้า โรงพิมพ์นั้นๆ ไม่สามารถจัดการได้มีประสิทธิภาพ ลูกค้าก็สามารถหันไปใช้โรงพิมพ์ดิจิทัลเจ้าอื่นๆ ได้ หากในอนาคตมีผู้ลงทุนในธุรกิจดิจิทัลเป็นจำนวนมากเพิ่มขึ้น จึงมีความเป็นไปได้สูงที่จะมีการตัดราคาแข่งขันกันเองในกลุ่มโรงพิมพ์ดิจิทัล ดังนั้นราคาและการให้บริการที่เป็นมืออาชีพจึงถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะมีอำนาจในการต่อรองลูกค้า จากข้อมูลดังกล่าวอำนาจการต่อรองของลูกค้า จึงมีค่อนข้างสูงจึงสรุปได้ว่า The Bargaining Power of Customers อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

5. ความเสี่ยงจากสินค้าหรือบริการทดแทน (The Threat of Substitute Products and Services)

ความก้าวหน้าของดิจิทัลเทคโนโลยีและเครือข่ายทำให้การบริโภคสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งนิตยสารหนังสือพิมพ์รายวัน-รายสัปดาห์ การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น ได้เพิ่มรูปแบบ หรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบจาก Hard Copy เป็น Soft Copy โดยสามารถดูผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และ/หรือ Personal Organizer อย่างไรก็ตามการมีเทคโนโลยีดังกล่าวทำให้คนเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้มากขึ้นและมีการเลือกพิมพ์ออกมาในรูป Hard Copy ทำให้เพิ่มปริมาณการพิมพ์ส่วนบุคคลมากขึ้น จึงสรุปได้ว่า The Threat of Substitute Products and Services อยู่ในระดับปานกลาง

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค หรือการวิเคราะห์ SWOT Analysis นั้น สามารถจัดทำในรูปแบบของตารางวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factors Analysis Summary : EFAS) ดังตารางที่ 1

2. การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (Internal Factors Analysis Summary : IFAS) ดังตารางที่ 2

จากตาราง EFAS หรือการวิเคราะห์ถึงความสามารถในการจัดการผลกระทบของโอกาสและอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นซึ่งกิจการได้คะแนนรวม 3.15 คะแนน ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ 3.0 คะแนน มาเล็กน้อยทำให้ทราบว่าความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจรับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลครบวงจร เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้อยู่ในช่วงเจริญเติบโต จุดแข็งของกิจการได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐที่พยายามผลักดันให้อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีระบบห่วงโซ่อุปทานที่แข็งแกร่ง

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (EFAS)

ปัจจัยภายนอก	น้ำหนัก	ความสามารถในการจัดการ	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	ความคิดเห็น
โอกาส (Opportunities)				
1. ได้รับการส่งเสริมนโยบายจากหน่วยงานภาครัฐมีการจัดทำนโยบายแผนแม่บทให้อุตสาหกรรมการพิมพ์ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการพิมพ์ในภูมิภาค (Printing HUB)	0.15	4	0.60	เข้าร่วมโครงการกับรัฐบาลเพื่อหาลูกค้าใหม่จากประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. รัฐบาลให้การสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็และขนาดกลาง (SME) และอุตสาหกรรมระดับตำบล (OTOP)	0.15	3	0.45	มีพนักงานขายสำหรับกลุ่มลูกค้า SME และ OTOP
3. มีการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ เช่น การส่งเสริมและสนับสนุนให้กรุงเทพฯ เป็นเมืองหนังสือโลก	0.10	3	0.30	โอกาสในการขายและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์
4. เทคโนโลยีการพิมพ์ระบบดิจิทัลสามารถรองรับงานพิมพ์เฉพาะบุคคล (Personalized) ซึ่งเทคโนโลยีการพิมพ์อื่นไม่สามารถทำได้	0.15	4	0.60	บริษัทมีแผนในการรับทำงานพิมพ์เฉพาะบุคคล
อุปสรรค (Threats)				
1. ปัญหาความไม่สงบการเมืองภายในประเทศไทย	0.20	3	0.60	บริษัทมีฐานลูกค้าเก่าที่มั่นคงพิมพ์ต่อเนื่องตลอดปี ปัญหาการเมืองจึงมีผลกระทบต่อยอดขายเพียงเล็กน้อย
2. ความเข้มงวดการให้สินเชื่อต่อการขยายตัว	0.15	2	0.30	บริษัทมีสายสัมพันธ์ที่ดีกับธนาคารที่ใช้บริการอยู่
3. สภาพการแข่งขันที่สูงมีการเข้ามาจากผู้ประกอบการรายใหม่ได้ง่าย	0.10	3	0.30	มีการจัดโปรโมชั่นเพื่อรักษาลูกค้าเก่าและดึงดูดลูกค้าใหม่
รวม	1		3.15	

จากตาราง IFAS หรือการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจโรงพิมพ์ดิจิทัล พบว่าโดยรวมกิจการได้คะแนนรวม 3.02 คะแนน ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ที่ 3.0 คะแนน แสดงให้เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันของกิจการมีแนวโน้มปานกลาง จุดแข็งสำคัญของกิจการส่วนใหญ่อยู่ในเรื่องเจ้าของกิจการมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมมากกว่า 20 ปี และมีฐานตลาดลูกค้าเดิมทำให้มีโอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อลูกค้าได้ และมีเครือข่ายพันธมิตรในอุตสาหกรรมกราฟิกด้วยกัน ทำให้การจัดการบริหาร และการต่อรองต้นทุนมีพอสมควร และด้วยขนาดธุรกิจที่เล็กเพิ่งเริ่มต้นทำให้การบริหารและการจัดการสามารถทำได้รวดเร็วซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจสิ่งพิมพ์

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (IFAS)

ปัจจัยภายใน	น้ำหนัก	ความสามารถในการจัดการ	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	ความคิดเห็น
จุดแข็ง (Strengths)				
1. มีประสบการณ์ในธุรกิจงานพิมพ์ดิจิทัลมานานกว่า 20 ปี	0.20	4	0.80	เจ้าของกิจการมีความเข้าใจในธุรกิจสิ่งพิมพ์เป็นอย่างดี จึงสามารถต่อยอดธุรกิจใหม่ได้
2. มีฐานลูกค้าและตลาดเดิม	0.15	3	0.45	บริษัทประกอบกิจการโรงพิมพ์ออฟเซตมากกว่า 20 ปี มีฐานลูกค้าเก่า ประเภท บริษัทหน่วยงานราชการ และมหาวิทยาลัย
3. มีพันธมิตรเครือข่ายในอุตสาหกรรมกราฟิกพิมพ์ทั้งกระบวนการ	0.10	3	0.30	บริษัทมีพันธมิตรทั้งอุตสาหกรรมทั้งกระบวนการ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำครบวงจร
4. เป็นโรงงานขนาดเล็กทำให้การบริหารจัดการทำได้ง่ายมีความคล่องตัว	0.10	4	0.40	การจัดการทางด้านเวลาในการผลิตมีความคล่องตัว ซึ่งธุรกิจโรงพิมพ์ดิจิทัลมีการแข่งขันเรื่องเวลาจัดสูง
จุดอ่อน (Weaknesses)				
1. ประสบการณ์ในธุรกิจงานพิมพ์ดิจิทัลน้อยเมื่อเทียบกับคู่แข่งในธุรกิจโรงพิมพ์ดิจิทัลด้วยกัน	0.10	2	0.20	สามารถขอคำปรึกษาจากแผนก Business Development ของตัวแทนจำหน่าย
2. บุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องจักรมีน้อย	0.10	2	0.20	เนื่องจากอุตสาหกรรมโรงพิมพ์ดิจิทัลเป็นธุรกิจใหม่ บุคลากรในท้องตลาดมีน้อย เครื่องจักรเป็นระบบคอมพิวเตอร์มีการฝึกทักษะการใช้เครื่องจักรให้กับพนักงานใหม่
3. สถานะทางการเงินยังไม่มั่นคงอาจขาดสภาพคล่องได้	0.15	3	0.45	มีการจัดทำแผนธุรกิจสำหรับกรณีที่ต้องการขอเงินจากสถาบันทางการเงิน
4. เครื่องจักรและเทคโนโลยียังไม่ทันสมัยเท่าคู่แข่งรายใหญ่	0.10	3	0.30	เลือกเป้าหมายเป็นกลุ่มลูกค้าระดับกลางซึ่งใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม
รวม	1		3.02	

รูปแบบธุรกิจที่เหมาะสม

เป็นธุรกิจรับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลครบวงจรที่มีตั้งแต่กระบวนการรับออกแบบไปจนถึงกระบวนการผลิตออกมาจนเป็นงานสำเร็จรูปและมีรูปแบบธุรกิจดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 รูปแบบธุรกิจรับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลครบวงจร

Pillar	Business Model Building Blocks	รับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลครบวงจร
1. Product	Value Proposition	บริการออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ เช่น การ์ด เอกสาร สิ่งพิมพ์ทั่วไป เอกสารประชาสัมพันธ์องค์กร หนังสือวารสาร เอกสารทางการค้า ไปสเตอร์ บรรจุภัณฑ์อื่น
2. Customer Interface	Target Customer	ทั้งกลุ่มลูกค้าภาครัฐเรือน และลูกค้าสถาบันธุรกิจ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

ตารางที่ 3 รูปแบบธุรกิจรับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลครบวงจร (ต่อ)

Pillar	Business Model Building Blocks	รับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลครบวงจร
	Distribution Channel	ผ่านทั้งพนักงานขายของบริษัท และการติดต่อผ่านสื่อออนไลน์ บล็อก และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ
2. Customer Interface	Relationship	การสร้างเชื่อมั่น ในคุณภาพ และบริการ โดยมีตัวอย่างงานพิมพ์ให้ลูกค้าพิจารณาเปรียบเทียบการแจ้งความคืบหน้าการทำงานให้กับลูกค้า ส่งงานตรงต่อเวลา มีการสอบถามความพึงพอใจ
3. Infrastructure Management	Value Configuration	ความสัมพันธ์ที่ดีกับตัวแทนจำหน่าย
	Core Competency	สร้างความประทับใจเพื่อให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ และบอกต่อ มีการฝึกอบรมพนักงานทุกฝ่ายอย่างต่อเนื่อง โดยการให้บริการที่ดี และเสนอราคาที่เป็นธรรม
	Partner Network	ตัวแทนจำหน่าย ร้านถ่ายเอกสารและร้านรับพิมพ์งานขนาดเล็ก และสร้างเครือข่ายผ่านสังคมออนไลน์ รวมถึงมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ
	Cost Structure	ค่าตกแต่งสำนักงาน เครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์ ค่าเช่าสำนักงานและอุปกรณ์
4. Financial Aspects	Revenue Model	ค่าบริการการออกแบบและค่าบริการการผลิตสิ่งพิมพ์

ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ

1. การวางแผนการทำการตลาดก่อนและหลังเริ่มกิจการเพื่อกำหนดประเภทและปริมาณลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้า
2. การให้บริการออกแบบที่สวยงามเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของลูกค้าทำให้ลูกค้าประทับใจและเลือกกลับมาใช้บริการซ้ำ
3. การรักษาค่าต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้อยู่ในระดับต่ำ เพราะจะส่งผลถึงกำไร และผลตอบแทนจากการลงทุน
4. การให้บริการที่ดี มีการติดตามงานแจ้งผลเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกไว้วางใจที่เลือกใช้บริการกับโรงพิมพ์ของเรา
5. การให้บริการจัดส่งที่ตรงเวลาทำให้ลูกค้าประทับใจและต้องการจะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

การวิเคราะห์คู่แข่ง

รายละเอียดของบริษัทคู่แข่งดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบรายละเอียดสำคัญของคู่แข่งทางธุรกิจรับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัล ในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ชื่อศูนย์บริการ	รายละเอียด
บริษัท ดูโอ-อาร์ต จำกัด (duo-ART)	ราคาค่อนข้างสูง เป็นบริษัทขนาดใหญ่ ลูกค้าหลัก คือ หน่วยงานราชการและเอกชน เน้นการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า เป็นบริษัทไม่มีหน้าร้านเน้นการขายแบบการเข้าหาลูกค้า ใช้เครื่องพิมพ์ระบบดิจิทัลและมีบริการระบบออฟเซต
บริษัท โนนใต้ โปสเตอร์ แอนด์ ฟรอนต์ จำกัด	ราคาต่ำ เน้นการผลิตปริมาณมาก รับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ครบวงจร รวมถึงป้ายโฆษณา ป้ายไวนิล เครื่องพิมพ์ใช้ระบบดิจิทัลเป็นหลัก
กอล์ฟ กราฟิค พรินท์ Golf Graphic Print	ราคายกปานกลาง เป็นบริษัทขนาดเล็กและมีหน้าร้าน รับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ครบวงจร ใช้เครื่องพิมพ์ระบบดิจิทัลเพียงอย่างเดียว มีหน้าร้านขนาด 1 คูหา

กลยุทธ์ทางการตลาด

1. Growth Strategies : เพื่อช่วยให้ยอดขายกำไรและสินทรัพย์เพิ่มขึ้นซึ่งบริษัท เอส อาร์ ดีจิทัล พรินท์ จำกัด อยู่ในระหว่างที่ธุรกิจอยู่ในขั้นเริ่มต้นจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อการเจริญเติบโตและความอยู่รอดของ

บริษัทเป็นสำคัญการสร้างความสำเร็จเติบโตอย่างต่อเนื่องเป็นกลยุทธ์อันจะนำมาซึ่งยอดขายที่สูงขึ้นต้นทุนต่อหน่วยลดลง

2. Segmentation, Targeting, and Positioning (STP) :

Segmentation เป็นการแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็นส่วนๆ ตามที่อยู่ของลูกค้าในกรุงเทพ และปริมณฑล หรือต่างจังหวัด, อาชีพของลูกค้า เป็นลูกค้ารัฐบาล เอกชน ผู้ประกอบการรายย่อย หรือบุคคลทั่วไป, วัตถุประสงค์ในการพิมพ์

Targeting : การเลือกตลาดเป้าหมายมุ่งที่จะเลือกนำเสนอบริการให้กับลูกค้าทั่วประเทศไทย และฐานกลุ่มลูกค้าเก่าที่เคยใช้บริการกับโรงพิมพ์ ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าหน่วยงานราชการ สถาบันธุรกิจ ภาคเอกชน ขนาดกลาง และกลุ่มลูกค้าบุคคลภาคครัวเรือน ที่ต้องการให้บริษัททำงานพิมพ์พร้อมทั้งรับบริการออกแบบสิ่งพิมพ์ด้วย

Positioning : เป็นการจัดวางตำแหน่งของสินค้าของบริษัทฯ ให้มีภาพที่ชัดเจนและตรงใจของลูกค้าเป้าหมายเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4P's)

1. สินค้าและบริการ (Product) : บริการรับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์สิ่งพิมพ์ ประเภท การ์ด นามบัตร เอกสารสิ่งพิมพ์ทั่วไป หนังสือ วารสาร ไปสเตอร์ เมนูอาหาร เอกสารทางการค้า เช่น ฉลาก แผ่นพับ ใบปลิว แค็ตตาล็อก และบรรจุภัณฑ์อื่น

2. การตั้งราคา (Price) : กลยุทธ์ในการกำหนดราคาโดยคำนึงถึงวิธีการตั้งราคาแบบผสมผสานกัน คือ

2.1 ใช้แบบการตั้งตามต้นทุนสินค้าของบริษัท (Cost-Based Pricing) และเพิ่ม Mark Upกำไรที่ต้องการเข้าไป

2.2 พิจารณาราคาตามตลาด (On Going Price) และตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Competition-Based Pricing) เพื่อเป้าหมายในการได้ส่วนแบ่งตลาดให้มากขึ้น (Market Share)

3. ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการ (Place/Channel) : มีทั้งการขายตรงกับลูกค้าทั่วไป โดยลูกค้าติดต่อกับทางบริษัทด้วยตนเอง ทั้งการโทรศัพท์ ส่งข้อมูลและขอรายละเอียดสินค้าและบริการผ่านหน้าเวปไซด์ของบริษัท ในส่วนลูกค้าองค์กรในส่วนราชการและภาคเอกชน ใช้พนักงานขายในการนำเสนอสินค้าและบริการ

4. การส่งเสริมการขายและการสื่อสารไปยังลูกค้า (Promotion/Integrated Marketing Communication) : เพื่อจุดประสงค์ในการให้ข้อมูลชักจูงหรือย้าเตือนลูกค้าโดยทำได้หลายแบบซึ่งบริษัท เอส อาร์ ดีจิทัล พรินท์ จำกัด จะใช้รูปแบบของ Sales Promotion โดยลดราคาให้หากสั่งซื้อปริมาณมากและบริการจัดส่งสินค้าให้ถึงสถานที่หรือบริการออกแบบให้คำปรึกษาที่ลูกค้าฟรี ไม่มีค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นการให้สิ่งกระตุ้นจูงใจระยะสั้น

3.2 การศึกษาด้านวิศวกรรม

สถานที่ตั้ง

บริษัท เอส อาร์ ดีจิทัล พรินท์ จำกัด ได้ทำการขอเช่าพื้นที่อาคารจากบริษัท เอส อาร์ พรินท์ติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด สถานที่ตั้งโครงการตั้งอยู่ ณ หมู่ที่ 9 ถนนแจ้งวัฒนะ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์ 8 คูหา โดยบริษัทขอเช่าพื้นที่ 1 คูหา



เครื่องจักรที่ใช้ในธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัล

1. เครื่องพิมพ์สีในระบบดิจิทัลของบริษัท ฟุจิซีร็อกซ์ (ประเทศไทย) จำกัด FUJI XEROX รุ่น Color J75 Press
2. เครื่องตัดกระดาษมือหมุนระบบไฟฟ้า
3. เครื่องเคลือบลามิเนตชนิดม้วน

3.3 การศึกษาด้านการบริหารจัดการ

แผนการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนดำเนินการก่อสร้างและส่วนการดำเนินงาน

ตารางที่ 5 แผนการดำเนินงานการก่อสร้าง (ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557- เดือนธันวาคม พ.ศ. 2557)

กิจกรรม	พ.ศ. 2557					พ.ศ. 2557				
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ค.
ศึกษาความเป็นไปได้โครงการ										
ออกแบบก่อสร้างตกแต่งภายใน	1									
ก่อสร้างระบบสาธารณูปโภค		2								
ก่อสร้างตกแต่งสำนักงาน			3							
งานระบบ Utility				4						
ตกแต่งเฟอร์นิเจอร์					5					
โฆษณาประชาสัมพันธ์						6				
Pre Mass Production								9	10	
Grand Opening							7	8		

ตารางที่ 6 สรุปรายละเอียดแผนการดำเนินงาน

เดือนที่	ส่วนการก่อสร้าง	ส่วนการขายและการตลาด	ส่วนบริหาร	ส่วนงานปฏิบัติการ
1	ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในส่วนต่างๆ			
2-4	ออกแบบงานรากฐาน และงานโครงสร้างตกแต่งภายใน	วางแผนการขาย สร้างตลาด สร้างช่องทางขาย เตรียมอุปกรณ์กิจกรรมขาย	ควบคุมงานก่อสร้างให้เป็นไปตามงบประมาณที่กำหนด	ออกแบบระบบภายในต่างๆ เช่น ระบบบัญชีระบบสำนักงานระบบ Network
4-5	งานติดตั้งระบบ Utility และก่อสร้างสาธารณูปโภคตกแต่งสำนักงานและเฟอร์นิเจอร์	เริ่มจัดทำแผนธุรกิจเตรียมระบบขายสินค้า	เริ่มรับสมัครพนักงานในแผนกต่างๆ	วางแผนการจัดซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็นในส่วนงานต่างๆ
6-7	พื้นที่ของบริษัทพร้อมใช้งาน เริ่มงานตกแต่ง	เริ่มประชาสัมพันธ์ตามแผนธุรกิจที่ได้จัดทำขึ้น	รับสมัครทีมงานในด้านต่างๆและเริ่มฝึกอบรม	จัดซื้ออุปกรณ์ต่างๆ เพื่อใช้งานงานติดต่อผู้ผลิตวัตถุดิบ
8	ตรวจสอบและทดสอบการใช้งานระบบต่างๆและเริ่มต้นผลิต Pre Mass Production	ทำการประชาสัมพันธ์โครงการให้ลูกค้าและร้านค้าทั่วไปรับรู้	เตรียมพนักงานทุกตำแหน่งให้พร้อมปฏิบัติงาน	ฝึกอบรมพนักงานทุกตำแหน่งให้พร้อมปฏิบัติงาน และเชื่อมโยงในสถานที่จริง
9	เดินเครื่องจักรเต็มกำลังการผลิต	จำหน่ายสินค้าไปยังช่องทางจัดจำหน่าย	ประกาศใช้นโยบายในการบริหารงาน	ปฏิบัติงานที่ตามแผนงานที่กำหนด

โครงสร้างกำลังคน

วางแผนกำลังพลโดยแบ่งออกเป็นแผนกงานขายและบริการลูกค้า แผนกบัญชีและจัดซื้อ แผนกออกแบบและผลิต แผนกตรวจสอบคุณภาพและจัดส่ง เมื่อเปิดกิจการเต็มรูปแบบมีพนักงาน 11

3.4 การศึกษาด้านการเงิน

บริษัททำการศึกษาด้านการเงิน ดังนี้

เงินทุนและแหล่งที่มาของเงินทุน

เงินลงทุนทั้งหมดของโครงการ คือ 4,000,000 บาท โดยเงินลงทุนส่วนตัว

สมมติฐานทางการเงิน

1. สมมติฐานด้านการลงทุน

การลงทุนในเครื่องจักรเป็นเงินทั้งสิ้น 2,867,000 บาท ประกอบด้วย

ค่าเครื่องพิมพ์ดิจิทัล	2,750,000 บาท
ค่าเครื่องตัดกระดาษ	85,000 บาท
ค่าเครื่องเคลือบอบยูวี	32,000 บาท
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินการ	30,000 บาท

2. ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินการ

ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินการคิดเป็นเงิน 30,000 บาท บาท ประกอบด้วย

ค่าใช้จ่ายจดทะเบียนบริษัท	20,000 บาท
ค่าใช้จ่ายทั่วไป	10,000 บาท

3. รายได้โครงการ และค่าใช้จ่ายของโครงการ ดังตารางที่ 7 และ 8

ตารางที่ 7 รายได้ของธุรกิจรับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลครบวงจรระยะเวลา 5 ปี

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
% ยอดขาย	50%	60%	70%	90%	100%
รายได้จากการออกแบบ	1,560,000	1,872,000	2,184,000	2,808,000	3,120,000
รายได้จากกระบวนการพิมพ์	12,579,840	18,869,760	25,159,680	28,304,640	31,449,600
รายได้จากการบริการหลังพิมพ์	786,240	943,488	1,100,736	1,415,232	1,572,480
รวมรายได้	18,071,040	21,685,248	25,299,456	32,527,872	36,142,080

ตารางที่ 8 ค่าใช้จ่ายโครงการต่อปี ระยะเวลา 5 ปี

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
เงินเดือนพนักงานและสวัสดิการ	2,061,000	2,161,350	2,266,718	2,377,353	2,493,521
ค่าเช่าอาคาร	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าใช้จ่ายจัดทำเว็บไซต์	100,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าลิขสิทธิ์โปรแกรม	52,800	52,800	52,800	52,800	52,800
ค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน	180,000	192,000	204,000	228,000	240,000
ค่าวัสดุสำนักงาน	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	60,000	72,000	84,000	108,000	120,000
ค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมทรัพย์สิน	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
ค่าเชื้อเพลิง ค่าพาหนะ	96,000	111,600	127,200	158,400	174,000

ตารางที่ 8 ค่าใช้จ่ายโครงการต่อปี ระยะเวลา 5 ปี (ต่อ)

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
ค่าเสื่อมราคา	678,000	678,000	678,000	678,000	678,000
ค่าใช้จ่ายในการขายบริหารและค่าโฆษณา	120,000	144,000	168,000	216,000	240,000
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	3,683,800	3,753,750	3,898,718	4,088,553	4,244,321

การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน

1. อัตราการไถ่คืนและอัตรากำไรสุทธิ

อัตราการไถ่คืนต้นอยู่ที่ 32.79% ตลอด 5 ปี เนื่องจากต้นทุนขายมีสัดส่วนคงที่เมื่อเทียบกับรายได้ อัตราส่วนกำไรสุทธิ พบว่า ในปีที่ 0 อยู่ที่ 8.70% ต่างจากปีอื่นๆ ที่เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 13.77% เนื่องจากรายได้ในช่วงปีแรกต่ำและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูง ดังนี้

ตารางที่ 9 ประมาณการอัตรากำไรของรูปแบบธุรกิจรับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลครบวงจร

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
อัตรากำไรเริ่มต้น	32.79%	32.79%	32.79%	32.79%	32.79%
อัตรากำไรสุทธิ	8.70%	11.24%	12.81%	15.16%	15.84%

ระยะเวลาคู่มือ และจุดคุ้มทุน

ระยะเวลาคู่มือของรูปแบบธุรกิจรับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลครบวงจรอยู่ที่ 1 ปี 6 เดือนจะคืนทุนทั้งหมด ดังนี้

ตารางที่ 10 ระยะเวลาคู่มือธุรกิจรับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลครบวงจร

ระยะเวลา(ปี)	กระแสเงินสด	กระแสเงินสดสุทธิ
0 (เริ่มต้น)	(4,000,000)	(4,000,000)
1	2,139,295	(1,860,705)
2	2,945,802	1,085,098
3	3,692,296	4,777,393
4	5,265,361	10,042,754
5	6,003,214	16,045,968

อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

รูปแบบธุรกิจรับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลครบวงจรมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 76.96% โดยมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 9,031,316 บาท ด้วยอัตราคิดลด 12% แสดงให้เห็นว่าอัตราผลตอบแทนให้ผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยที่ 8% และผลตอบแทนที่คาดหวังที่ 12% ดังนั้นสามารถเลือกลงทุนได้

อัตราผลตอบแทนการลงทุน (ROI) และอัตราผลตอบแทนเงินทุน (ROE)

เนื่องจากกิจการไม่มีหนี้สิน โดยในปีที่ 0 เท่ากับ 26.76% และ ในปีที่ 1 เพิ่มขึ้นเป็น 29.34% โดยอัตราผลตอบแทนของการลงทุนเฉลี่ยอยู่

ที่ 28.00% ซึ่งเป็นอัตราเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกันทุกปี ถึงแม้ว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้นแต่สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้นตามยอดขาย จึงทำให้เปอร์เซ็นต์ผลตอบแทนมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 11 อัตราผลตอบแทนการลงทุน และอัตราผลตอบแทนเงินทุนของธุรกิจรับออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลครบวงจร

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
กำไร (ขาดทุน)สุทธิ	1,461,295	2,267,802	3,014,296	4,587,361	5,325,214
รวมสินทรัพย์	5,461,295	7,729,098	10,743,393	15,330,754	20,655,968
รวมส่วนของถือหุ้น	5,461,295	7,729,098	10,743,393	15,330,754	20,655,968
ROI Investment	26.76%	29.34%	28.06%	29.92%	25.78%
ROE Equity	26.76%	29.34%	28.06%	29.92%	25.78%

4. สรุป

ธุรกิจรูปแบบธุรกิจมีความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยพิจารณาอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 76.96% มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 9,031,316 บาท และระยะเวลาคู่มือ อยู่ที่ 1.64 ปี

ผลการวิเคราะห์ความการเปลี่ยนแปลงกรณีที่ยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ในตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า แม้ยอดขายจะลดลงถึง 20% แต่อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ก็ยังคงมากกว่าอัตราดอกเบี้ยที่ 8% และผลตอบแทนที่คาดหวังที่ 12%

เอกสารอ้างอิง

- [1] จันทนา จันทโร ; และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ.(2545).*การศึกษาความเป็นไปได้โครงการด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] นงนุช เหล่าพาณิชย์กุล. *การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโรงพิมพ์ครบวงจร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. สารนิพนธ์ บธ.ม.(บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, (2550).
- [3] Kotler, Philip ; and Keller, Kevin Lane.(2006). *Marketing Management*. (12th ed). New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- [4] Porter, Michael. (1985). *Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance*. New York : The Free Press.