

ความคุ้มค่าในการลงทุนธุรกิจรับฝากจอทรยนต์ในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1

นางสาวกรรณิกา จิตติเจริญจันทร์

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2552

The Investment Worthiness for the Car Park Services Case in Saenanikrom 1

Miss Kannika Jittijareanjan

**An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration**

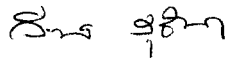
School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2009

หัวข้อการศึกษาคั่นคว่ำอิสระ ความคุ้มค่าในการลงทุนธุรกิจรับฝากจอตรถยนต์ใน
เขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1
ชื่อและนามสกุล นางสาวกรรณิกา จิตติเจริญจันทร์
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์จักราภรณ์ สุธรรมสภา

คณะกรรมการสอบการศึกษาคั่นคว่ำอิสระได้ให้ความเห็นชอบการศึกษาคั่นคว่ำอิสระ
ฉบับนี้แล้ว



..... ประธานกรรมการ

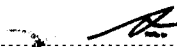
(รองศาสตราจารย์จักราภรณ์ สุธรรมสภา)



..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์วรรณิ ชลนภาสิตย์)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ อนุมัติให้รับการศึกษา
คั่นคว่ำอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช



..... (รองศาสตราจารย์อัญจรา ชีวะตระกูลกิจ)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

..... วันที่ 4 เดือน ก.ค. พ.ศ. 2553

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ความคุ้มค่าในการลงทุนธุรกิจรับฝากจอครยนต์ในเขตพื้นที่

ชอยเสนานิคม 1

ผู้ศึกษา นางสาวกรรณิกา จิตติเจริญจันทร์ **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ราภรณ์ สุธรรมสภา **ปีการศึกษา** 2552

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องแผนธุรกิจในการลงทุนธุรกิจรับฝากจอครยนต์ในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาขนาดตลาดและประมาณการรายได้ของธุรกิจรับฝากจอครยนต์ในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 (2) ประมาณการรายจ่ายการลงทุนของธุรกิจรับฝากจอครยนต์ในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 (3) ศึกษาวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน

วิธีการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ศึกษาและวิเคราะห์ขนาดและความต้องการใช้บริการโดยใช้แบบสอบถามและการสังเกต (2) ประมาณการค่าใช้จ่ายด้านการก่อสร้าง (3) ศึกษาความคุ้มค่าด้านการเงิน โดยใช้วิธีวิเคราะห์หา PB, NPV และ IRR

ผลการศึกษาพบว่า (1) ลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้อยู่อาศัยในละแวกชอยเสนานิคม 1 ซึ่งมีรายได้ระหว่าง 25,000 – 50,000 บาท พบว่าลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย ร้อยละ 73.75 ตอบว่าจะใช้บริการทันที ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ในด้านการตลาด โดยมีประมาณการรายได้ 90,000 บาท ในปีแรก มีอัตราการเจริญเติบโต 10% (2) ธุรกิจรับฝากจอครยนต์ ต้องใช้แหล่งเงินทุนทั้งสิ้น จำนวน 1,358,600 บาท ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนมาจากทุนของเจ้าของเอง (3) ผลการวิเคราะห์พบว่า การลงทุนมีระยะคืนทุนอยู่ที่ 2 ปี 6 เดือน 26 วัน ค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 6,868,004.22 บาท และอัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) เท่ากับ 47.54% ดังนั้น ด้วยระยะคืนทุนที่สั้น ค่าปัจจุบันสุทธิที่มีค่าเป็นบวก และอัตราผลตอบแทนการลงทุนที่สูงกว่าต้นทุนเงินทุน ทุกวิธีที่ใช้วิเคราะห์บ่งบอกถึงความคุ้มค่าของการลงทุน จึงสรุปได้ว่าโครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน

คำสำคัญ ความคุ้มค่าในการลงทุน ธุรกิจรับฝากจอครยนต์ ชอยเสนานิคม 1

กิตติกรรมประกาศ

ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ จีราภรณ์ สุทธิมมสภาน์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและติดตามการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้อย่างใกล้ชิดมาโดยตลอด รวมทั้งได้กรุณาตรวจสอบและแก้ไขปรับปรุงการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระจนถูกต้อง สมบูรณ์ และขอขอบพระคุณคณาจารย์แขนงวิชาบริหารธุรกิจทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความรู้ รวมทั้งให้กำลังใจมาโดยตลอดระยะเวลาการศึกษา

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอย่างสูงต่อ รศ.ดร.สุรัชย์ จิ่งเจริญสกุล คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ศึกษานิเทศ วันทนีย์ มงคลเนาวรัตน์ สพฐ. เขต 1, นางวรรณวดี รัตนโชติ, นางสาว ธันยาภรณ์ เทพณรงค์ขอขอบพระคุณต่อคุณพ่อ คุณแม่ ครูอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ประสบการณ์และคุณธรรมในการดำเนินชีวิต สดุดีขอมอบพระคุณพี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ ทุกๆ คนที่เป็นกำลังใจและคอยช่วยเหลือกันและกันจนสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้

กรรณิกา จิตติเจริญจันทร์

ตุลาคม 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาของธุรกิจ	1
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	3
ขอบเขตการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	7
แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	25
ขนาดและความต้องการใช้บริการ	25
ประมาณการค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง	29
การวิเคราะห์ด้านการเงิน	29
บทที่ 4 ผลการศึกษา	31
วัตถุประสงค์ทางการตลาด	31
กลยุทธ์การตลาดโดยรวม	31
กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	33
แผนการบริการ	35
การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด	36
ข้อมูลธุรกิจ	38
เป้าหมายของธุรกิจ	38
ขั้นตอนในการเลือกทำเล	39
แผนการเงิน	43

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ.....	56
สรุปผลการศึกษา.....	56
อภิปรายผล.....	57
ข้อเสนอแนะ.....	58
บรรณานุกรม.....	59
ภาคผนวก.....	61
ก แบบสอบถาม.....	63
ข ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	68
ค ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
ประวัติผู้ศึกษา.....	76

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 เปรียบเทียบข้อได้เปรียบกับคู่แข่งชั้นที่ประกอบธุรกิจในประเทศเดียวกัน.....	37
ตารางที่ 4.2 สรุปเงินลงทุนในโครงการ.....	43
ตารางที่ 4.3 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ.....	44
ตารางที่ 4.4 ประมาณการรายได้ค่าเช่ารายเดือน.....	46
ตารางที่ 4.5 ประมาณการรายได้.....	47
ตารางที่ 4.6 ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ.....	53
ตารางที่ 4.7 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ.....	54
ตารางที่ 4.8 อัตราผลตอบแทนของโครงการ.....	55

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 4.1 แผนผังอาคารที่จอดรถชั้น 1.....	40
ภาพที่ 4.2 แผนผังอาคารที่จอดรถชั้น 2.....	41

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาของธุรกิจ

ปัจจุบันรถยนต์เป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตจนถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็ว ทั้งในเรื่องของการเดินทาง การขนส่ง หรือการประกอบธุรกิจก็ล้วนแล้วแต่จะมีรถยนต์เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องทั้งสิ้น ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะสามารถบรรลุถึงวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ นั้น ได้อย่างราบรื่นรถยนต์จึงนับว่าเป็นปัจจัยที่ 5 ไปแล้วสำหรับทุกครัวเรือน ซึ่งแต่ละครอบครัวก็จะมีรถยนต์ใช้แทบทุกหลังคาเรือน โดยส่วนใหญ่แล้ว 1 ครอบครัวจะมีรถยนต์ใช้ 1 – 2 คันหรือมากกว่านั้น

ตลาดรถยนต์ในปี 2552 มีปริมาณการขายสูงขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการแนะนำรถยนต์นั่งรุ่นใหม่ ๆ ตลอดจนข้อเสนอพิเศษต่างๆ ที่แต่ละบริษัทนำมาเสนอต่อผู้บริโภค เพื่อหวังบรรลุเป้าหมายทางการขายในช่วงสิ้นปี ประกอบกับราคาสินค้าการเกษตรที่รัฐบาลได้จัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมในการประกันราคาพืชผล ซึ่งจะส่งผลดีต่อตลาดรถกระบะขนาด 1 คัน ยอดขายรถยนต์ในเดือนกันยายนปี 2552 มียอดขายจำนวน 4.86 หมื่นคัน คิดเป็นอัตราการเติบโต 1.6% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน หรือเติบโตครั้งแรกในรอบ 16 เดือน โดยเฉพาะรถยนต์นั่งขายตัว 14.7% สูงสุดในรอบปี ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความต้องการรถยนต์ขนาดกลางและเล็กที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ขณะเดียวกันผู้ประกอบการก็เปิดตัวรถรุ่นใหม่ ๆ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย; 2552)

เมื่อมีรถยนต์ใหม่เพิ่มขึ้นจำนวนมากปัญหาที่ตามมาก็คือการจราจรจกรกรรม จากรายงานของสมาคมประกันวินาศภัย ต่อกรณีรถหาย ที่เกิดขึ้นตั้งแต่เดือนมกราคม.-มิถุนายน.2552 พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 388 คัน ประกอบด้วย TOYOTA (รุ่น Vios , HILUXVICO, HILUX TIGER, COMMUTER, CAMRY FORTUNER) จำนวน 98 คัน ISUZU (รุ่น SPACECAP, SLX, EX, HILANDER) จำนวน 84 คัน HONDA (รุ่น CIVIC, CITY, JAZZ, CRV) จำนวน 47 คัน MISUBISHI (รุ่น TRITON, STRADA , GRANDIS, MEAGCAB, G-WA) 20 คัน MAZDA (รุ่น 3, BT-50) 8 คัน NISSAN (รุ่น TEANA, BIG M, FRONTIER, SUNNY) 5 คัน และอื่นๆ เช่น CHEVROLET, BMW และรถจักรยานยนต์ HONDA YAMAHA และรถบรรทุก HINO (www.thaigia.com/events/thank.html, ค้นวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2553)

ส่วนสถิติรถหายจากข้อมูลของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ระหว่างปี 2551-2552 พบว่า อันดับสูงสุดของรถหายประเภทรถยนต์นั่ง อันดับ 1 ได้แก่ Toyota Vios และสิ่รถหายที่ขอดนิยมนก็คือ สิบรอนซ์เงิน สิบรอนซ์เทา สีดำ อันดับ 2 ได้แก่ Honda Jazz สิ่ขอดนิยมนที่มักจะหาย คือ สีขาว อันดับ 3 ได้แก่ Toyota Yaris สิ่หายที่ขอดนิยมนได้แก่ สีแดง อันดับ 4 ได้แก่ Honda Civic ไม่ว่าจะ เป็น Civic เก่า หรือใหม่ ก็สามารถส่งขายประเทศเพื่อนบ้านได้หมดทั้ง สีขาว สิบรอนซ์เทา ส่วนประเภทรถตู้ที่หายขอดนิยมนก็ได้แก่ Toyota New Hiace Ventury และสิ่ที่หายขอดนิยมน กลับเป็นสีขาว ส่วนรถกระบะบรรทุกขอดนิยมน อันดับ 1 Toyota Vigo ทุกสี อันดับ 2 Isuzu Dmax โดยเฉพาะรุ่น Hi-Lander ยกสูง ซึ่งเป็นที่นิยมนของประเทศเพื่อนบ้าน (<http://www.auto191.com>, 2553, ค้นวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2553)

เมื่อพิจารณาปัญหาเรื่องรถหาย เฉพาะเขตพื้นที่ลาดพร้าว กล่าวได้ว่า ในเขตลาดพร้าวมีสถานที่สำหรับการจอดเก็บรถยนต์ไม่เพียงพอ และตรอกซอกซอยภายในพื้นที่ซอยเสนานิคม 1 แต่ละหมู่บ้านเชื่อมโยงเข้าหากันโดยเข้าออกได้ทุกทาง ระบบรักษาความปลอดภัยไม่ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ มากมายในเรื่องของการโจรกรรม ทำให้เจ้าหน้าที่ต้องทำงานหนัก เพราะต้องคอยตั้งด่านตรวจ หรือออกตระเวนดูตามหมู่บ้านต่างๆ ซึ่งเป็นการสิ้นเปลืองงบประมาณและไม่ได้ผลเท่าที่ควร

ธุรกิจบริการรับฝากจรถยนต์จะให้บริการรับฝากจรถยนต์ ครบวงจร ดูแลความปลอดภัยในการรับฝากจรถยนต์ในยามวิกาล มีการใช้ระบบกล้องวงจรปิดและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง และมีบริการให้ยืมจักรยานใช้เดินทางระหว่างที่พักกับที่จรถยนต์ จึงเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้ใช้รถยนต์ที่ต้องการปลอดภัยในทรัพย์สินและความสะดวก เนื่องจากผู้ศึกษามองเห็นโอกาสว่าเขตพื้นที่ซอยเสนานิคม 1 เป็นพื้นที่ที่มีอัตราการขยายตัวสูง และมีกลุ่มข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทต่างๆ อาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก คือมีบุคคลอยู่ยทำงานที่ต้องการความปลอดภัยตัวสูง รวมทั้งมีอัตรารายได้เฉลี่ยค่อนข้างสูง ทำให้มีกำลังซื้อรถยนต์ไว้เป็นสินค้านำอุปโภคเพื่ออำนวยความสะดวกได้มาก การทำธุรกิจรับฝากจรถยนต์เพื่อรองรับกลุ่มบุคคลที่มีรถยนต์แต่มีที่จรถยนต์ภายในบ้านไม่เพียงพอจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจ นอกจากการทำรายได้ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจกลุ่มนี้แล้ว ยังช่วยให้ภาวะทางสังคมลดลงในเรื่องของอาชญากรรม โจรกรรม ให้ลดลงด้วย การประกอบการธุรกิจดังกล่าวจึงน่าที่จะได้รับการตอบสนองจากลูกค้าเป็นอย่างดี และได้ผลตอบแทนคุ้มค่างกับการลงทุน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาความคุ้มค่างในการลงทุนธุรกิจรับฝากจรถยนต์ในเขตพื้นที่ซอยเสนานิคม 1 เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการลงทุนทำธุรกิจบริการรับฝากจรถยนต์ในเขตพื้นที่ซอยเสนานิคม 1 ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาขนาดตลาดและประมาณการรายได้ของธุรกิจรับฝากจอร์จอนต์ในเขตพื้นที่ซอยเสนานิคม 1

2.2 เพื่อศึกษาและประมาณการรายจ่ายการลงทุนของธุรกิจรับฝากจอร์จอนต์ในเขตพื้นที่ซอยเสนานิคม 1

2.3 เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนโดยพิจารณาจากเครื่องมือที่นำมาวิเคราะห์คือ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB), ค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) และ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR)

3. ขอบเขตการศึกษา

3.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ใช้รถยนต์ในเขตพื้นที่ซอยเสนานิคม 1

3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอร์จอนต์ในเขตพื้นที่ซอยเสนานิคม 1 (เฉพาะประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย)

3.3 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา คือ เดือนกันยายน 2552

จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามขั้นตอนของกระบวนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการในด้านต่างๆ ดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาด โดยทำการศึกษาดังนี้

1. ขนาดของตลาด (Market Size)
2. การเจริญเติบโตของตลาด (Market Growth)
3. ส่วนครองตลาด (Market Share)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการบริหาร โดยทำการศึกษาดังนี้

1. การวางผังองค์กร (Organization Chart)
2. การกำหนดขอบเขตและหน้าที่ของงาน (Job Description)
3. การกำหนดคุณสมบัติของแต่ละตำแหน่งงาน (Job Specification)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทางการเงิน ตามหลักเกณฑ์การวิเคราะห์

การเงิน โดยการประมาณค่าต่าง ๆ ดังนี้

1. ประมาณการเงินลงทุนของโครงการ เพื่อดูว่าโครงการจะต้องลงทุนเท่าใด ซึ่งเงินลงทุนประกอบด้วย

- 1) เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets Investment)
- 2) ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน (Pre-Operating Expense)
- 3) เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ (Net Working Capital)

2. การประมาณการด้านการเงินของโครงการ ประกอบด้วย

- 1) ประมาณการรายรับ
- 2) ประมาณการรายจ่าย
- 3) ประมาณการงบกำไรขาดทุน
- 4) ประมาณการงบดุล
- 5) ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ

3. การประเมินค่าโครงการลงทุน ซึ่งประกอบด้วย การประมาณค่าต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)
- 2) ค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)
- 3) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR)

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 4.1 ทราบขนาดตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 4.2 ทราบถึงขนาดของธุรกิจที่จะลงทุนและวิธีดำเนินงาน
- 4.3 ทราบถึงความคุ้มค่าในการลงทุนในธุรกิจรับฝากจอตรถยนต์ในเขตพื้นที่ชอย

เสนานิคม 1

- 4.4 เป็นแนวทางในการลงทุนและการตัดสินใจสำหรับผู้ที่ต้องการทำธุรกิจประเภท

เดียวกัน

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้ศึกษาได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะ ที่ใช้ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอร์ถยนต์ในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 ดังนี้

5.1 บริการรับฝากจอร์ถยนต์ หมายถึง บริการรับฝากจอร์ถยนต์ สำหรับลูกค้าที่มีปัญหาเรื่องที่จะจอร์ถยนต์ไม่เพียงพอ โดยคิดค่าบริการเป็นรายวันหรือรายเดือนและดูแลความปลอดภัยของรถยนต์ให้ด้วย

5.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยที่ผู้มารับบริการให้ความสำคัญในการตัดสินใจมาใช้บริการรับฝากจอร์ถยนต์ในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

5.3 วิเคราะห์ความคุ้มค่า หมายถึง การวิเคราะห์เกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนธุรกิจรับฝากจอร์ถยนต์ในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 โดยพิจารณาจากเกณฑ์ตัวชี้วัดคือ PB, NPV และ IRR

5.4 ความคุ้มค่าในการลงทุน หมายถึง การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและได้รับผลตอบแทนที่น่าพอใจในระยะยาว ภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้

5.5 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) หมายถึง ระยะเวลาที่สามารถคืนทุนได้คุ้มกับรายจ่ายเงินสดเริ่มแรกที่ลงทุนไปหรือผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการเท่ากับเงินลงทุนในธุรกิจ

5.6 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR) หมายถึง อัตราคิดลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิของโครงการเท่ากับกระแสเงินสดที่จ่ายลงทุนสุทธิหรือหมายถึงอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในโครงการนั่นเอง

5.7 ค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) หมายถึง ผลต่างระหว่างค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ กับกระแสเงินสดจ่ายลงทุนของโครงการ

5.8 การศึกษาด้านการตลาด (Marketing Study) หมายถึง คู่ทางที่เป็นไปได้ด้านการตลาด โดยพิจารณาจากปริมาณความต้องการที่จะจอร์ถในพื้นที่บริเวณชอยเสนานิคม 1 นั้นมีมากน้อยเพียงใด ปัจจัยอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อความต้องการบริโภค และแนวโน้มการขยายความต้องการในอนาคต

5.9 การศึกษาด้านการบริหาร (Management Study) หมายถึง การศึกษาด้านการวางผังองค์การ (Organization Chart) การกำหนดขอบเขตและหน้าที่ของงาน (Job Description) การกำหนดคุณสมบัติของแต่ละตำแหน่งงาน (Job Specification) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สามารถ

กำหนดรูปแบบการบริหาร การดำเนินงานและการจัดโครงสร้างองค์กร ซึ่งจะนำผลที่ได้ไปช่วยในการพิจารณาและประเมินผลการตัดสินใจในการลงทุน

5.10 การศึกษาด้านการเงิน (Financial Study) หมายถึง การศึกษาความคุ้มค่าในการลงทุนธุรกิจรับฝากจอร์แดนในเขตพื้นที่ซอยเสนานิคม 1 ที่เกี่ยวข้องกับการใช้จ่ายในการลงทุนว่า จะต้องใช้จ่ายด้านใดบ้าง เป็นจำนวนเท่าใด จะหาแหล่งเงินทุนได้จากแหล่งใด และโครงการดังกล่าวจะให้ผลตอบแทนจากการลงทุนสูงต่ำอย่างไร

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอร์จนต์ในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางประกอบสำหรับการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้
3. งานวิจัยเกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

1.1 ความหมายของการบริการและธุรกิจบริการ

ความหมายของการบริการ

จากการศึกษาความหมายของการบริการ พบว่ามีผู้ให้ความหมายของการบริการไว้ดังนี้

วีรพงษ์ เถลิงจิระรัตน์ (2542 : 7) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นสิ่งที่จับสัมผัส และต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อม สูญสลายไปได้ง่าย การบริการจะได้รับการกระทำโดยผู้ให้บริการ และส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันที หรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น

สมิต สัจฉกร (2543 : 13) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นการปฏิบัติในทางใดทางหนึ่ง ด้วยความพยายามใดๆ ก็ตาม ด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือจัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น

คอตเลอร์ (Kotler,1997 : 167) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า การบริการ หมายถึงกิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองบริการนั้นได้อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้การบริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้ การบริการจึงเปรียบเสมือนผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นนามธรรม

ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้เหมือนสินค้าทั่วไป ดังนั้นการบริการจะเกี่ยวข้องกับการเสนอขายการปฏิบัติงาน หรือการกระทำใดๆ ให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยที่ผู้บริโภคมิได้ครอบครองการบริการนั้นๆ เหมือนการครอบครองสินค้า

คริสโตเฟอร์ เลิฟล็อกและคนอื่นๆ (Lovelock,et al.2002, อ้างถึงใน เอกลักษณ์ คชคาช. 2548:10) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ 2 ความหมายคือ

1. บริการเป็นปฏิบัติการหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง แม้ว่ากระบวนการอาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้และไม่สามารถครอบครองได้

2. บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2545 : 15) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นกระบวนการในการวางแผน การบริหารแนวความคิด การตั้งราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดสำหรับบริการ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การและตอบสนองความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ใช้

จากความหมายของการบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง สิ่งที่จับสัมผัส และต้องได้ยาก เป็นกิจกรรมหรือคุณประโยชน์ใดๆ ที่ฝ่ายหนึ่งสามารถเสนอให้ฝ่ายหนึ่งเป็นกิจกรรมประโยชน์หรือความพึงพอใจที่จัดทำเพื่อเสนอขายอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้ ดังนั้นการบริการจะเกี่ยวข้องกับการเสนอขายการปฏิบัติงาน หรือการกระทำใดๆ ให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยที่ผู้บริโภคมิได้ครอบครองการบริการนั้นๆ เหมือนการครอบครองสินค้า

ความหมายของธุรกิจบริการ

จากการศึกษาความหมายของธุรกิจบริการ พบว่ามีผู้ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ดังนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ถักนิทานนท์ และศุภร เสรีรัตน์(2534 : 215) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ว่า เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า เช่น โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ฯลฯ

สมคิด บางโม (2538 : 16) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ว่า เป็นการเสนอขายบริการในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ความสะดวกสบาย ความปลอดภัยหรือความสนุกสนานบันเทิงแก่ลูกค้า โดยเรียกค่าบริการเป็นค่าตอบแทน ธุรกิจบริการแบ่งออกเป็นหลายประเภท

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2545 : 10) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ว่า เป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรม ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคและผลประโยชน์ของธุรกิจ

จากความหมายของธุรกิจบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ธุรกิจบริการ หมายถึง กิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า เพื่อให้ความสะดวกสบาย ความปลอดภัยหรือความสนุกสนานบันเทิงแก่ลูกค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค โดยเรียกค่าบริการเป็นค่าตอบแทนเพื่อผลประโยชน์ของธุรกิจ เช่น โรงพยาบาล โรงเรียน โรงแรม ฯลฯ

1.2 ลักษณะของธุรกิจบริการ

จากการศึกษาลักษณะของธุรกิจบริการ พบว่ามีผู้กล่าวถึงลักษณะของบริการไว้ดังนี้

ยุภาวรรณ วรรณวานิช (2541 : 2 - 5) กล่าวว่า ธุรกิจบริการแต่ละประเภทเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะซึ่งแตกต่างกันไปจากธุรกิจที่ผลิตสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของบุคคล โดยเฉพาะความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อันได้แก่ ความสะดวกสบาย อรรถาศัยไมตรี ความสม่ำเสมอของการให้บริการ บรรยากาศภายในธุรกิจ ตลอดจนบุคลากรที่ให้บริการ การขายบริการเป็นเรื่องของการตกลงกันโดยตรงระหว่างบุคคลสองฝ่าย คือ ฝ่ายผู้ขายบริการ (หรือผู้ให้บริการ) กับฝ่ายผู้ซื้อบริการ (หรือผู้รับบริการ) ข้อตกลงดังกล่าวอาจจะครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. ราคาค่าบริการ
2. รูปแบบของการบริการ
3. ระยะเวลาของการบริการ
4. การชำระค่าบริการ

สามารถอธิบายได้ว่าลักษณะธุรกิจบริการควรมีดังนี้

1. ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ใช้บุคลากรเป็นหลักในการประกอบธุรกิจ ธุรกิจบริการส่วนใหญ่ จะใช้พนักงานผู้ให้บริการเป็นหลักในการเสนอขายบริการ (Labour Intensive) อาจจะมีเครื่องมือเป็นสิ่งสนับสนุนเพื่อให้การบริการสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น การให้บริการซ่อมรถ ซึ่งต้องอาศัยช่างซ่อมเป็นผู้ให้บริการ เครื่องมือซ่อมเป็นอุปกรณ์สนับสนุนเท่านั้น

2. ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ต้องการคุณภาพมากกว่าปริมาณ ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่เน้นคุณภาพของการบริการมากกว่าปริมาณ เช่น บริการด้านสุขภาพ แพทย์ผู้ให้บริการ ไม่สามารถรักษาคนไข้ได้ทีละหลายคน เวลาที่ใช้ตรวจคนไข้แต่ละรายต้องเพียงพอกับอาการของโรคเล็กน้อย

เกินไปจะมีผลต่อคุณภาพในการรักษา บริการบางอย่างเน้นเรื่องคุณภาพอาจน้อยลง เช่น บริการขนส่งการสื่อสาร หรือการประกันภัย แต่ทั้งนี้มิได้หมายความว่าไม่สนใจในคุณภาพ สำหรับลูกค้ายังคงสนใจในเรื่องการเกิดอุบัติเหตุสำหรับการโดยสารรถประจำทาง แต่อาจจะละเลยในเรื่องการบริการที่ไม่สุภาพ รถแน่นหรือรอนาน เป็นต้น

3. ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่สนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย กล่าวคือ ธุรกิจบริการมีลักษณะเหมือนธุรกิจที่ต้องทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้าแต่ละรายเหมือนสินค้าสั่งทำหรือสั่งตัด โรงพิมพ์สั่งพิมพ์ โรงพยาบาลรักษาคอนไซ์เฉพาะราย เราไม่สามารถจะใส่สูตรหรือส่วนผสมที่แน่นอนเพื่อให้มีบริการกับลูกค้าเหมือนกับการใส่สูตรส่วนผสมในการผลิตสินค้า เพราะความต้องการของลูกค้าแต่ละคนย่อมแตกต่างกัน เช่น บริการตัดแต่งทรงผม ช่างผมต้องเข้าใจลูกค้าแต่ละรายชอบทรงผมแบบไหน เช่น ผมคัต ผมชอยสั้น ผมยาว และบริการตามที่ลูกค้าต้องการ

4. ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่มีขีดความสามารถจำกัด เนื่องจากต้องให้บริการลูกค้าแบบตัวต่อตัวไม่สามารถจะเพิ่มการบริการตามที่ต้องการได้ คือ ไม่สามารถผลิตบริการแบบการผลิตขนาดใหญ่ เช่น รถโดยสารผู้โดยสารได้เท่าใดก็สามารถจะรับผู้โดยสารได้เท่านั้น อาจขยายการบริการได้บ้าง เช่น การเพิ่มรถโดยสารเสริม เป็นต้น

5. ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ต้องการให้ผู้บริการที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน หมายความว่า ผู้ให้บริการ ผู้บริหาร ผู้บริหารธุรกิจบริการ จะต้องมีความรู้ในตัวบริการนั้นเป็นอย่างดี มิฉะนั้นการดำเนินงานจะประสบผลสำเร็จได้ยาก

จากความหมายของลักษณะธุรกิจบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ลักษณะธุรกิจบริการ คือธุรกิจที่ใช้บุคลากรเป็นหลักในการประกอบธุรกิจที่ต้องการคุณภาพมากกว่าปริมาณ เป็นธุรกิจที่สนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย กล่าวคือ ธุรกิจบริการมีลักษณะเป็นธุรกิจที่ต้องทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้าแต่ละรายเหมือนสินค้าสั่งทำเป็นธุรกิจที่มีขีดความสามารถจำกัด เป็นธุรกิจที่ต้องการให้ผู้บริการและผู้บริหารที่มีความชำนาญเฉพาะด้านของธุรกิจนั้นๆ

1.3 ความสำคัญของการบริการ

จากการศึกษาความสำคัญของการบริการ มีงานวิจัยกล่าวถึง ดังนี้

สมชาติ กิจยรรยง (2547 : 15) กล่าวว่า ความสำคัญของการบริการว่า การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคลซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะและความแนบเนียนต่างๆ ที่จะทำให้นักพอใจลูกค้า ผู้ที่ติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการจึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง การติดต่อโดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้นๆ การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และการสร้าง

ภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการจัดซื้อหรือบริการอื่นๆ ในโอกาสหน้าซึ่งการบริการจะกระทำได้ในรูปแบบต่างๆ คือ

1. การต้อนรับและการเอาใจใส่
2. การให้บริการทางโทรศัพท์
3. การบริการขายหน้าร้าน
4. การให้บริการทางร้านค้าหรือสำนักงาน
5. การบริการภายหลังการขาย
6. การบริการสำหรับพนักงานช่าง
7. ทักษะในการปฏิบัติงานเพื่อบริการในสำนักงาน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2541 : 7) กล่าวว่า ความสำคัญของการบริการว่า การบริการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญต่างๆ คือ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย ความสม่ำเสมอและความพึงพาได้ซึ่งผู้ใช้บริการมีความต้องการต่อบริการ
2. การตอบสนอง (Responsive) ประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะให้บริการความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการอย่างดี
3. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการให้การต้อนรับที่เหมาะสม ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
4. ความซื่อสัตย์ (Credibility) คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
5. การสื่อสาร (Communication) มีการสื่อสารที่ชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ

Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1985:79-81) กล่าวถึงหลักการบริการที่ดี มีดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย
 - 1.1 ความสม่ำเสมอ
 - 1.2 ความพึงพอใจ
2. การตอบสนอง (Responsive) ประกอบด้วย
 - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2.2 ความพร้อมที่ให้บริการและการอุทิศเวลา
 - 2.3 ความต่อเนื่องในการติดต่อ
3. ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย
 - 3.1 ความสามารถในการให้บริการ

- 3.2 ความสามารถในการสื่อสาร
- 3.3 ความสามารถในการรู้วิชาการที่จะให้บริการ
- 4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย
 - 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบ ขั้นตอนไม่ควรซับซ้อนมากมายเกินไป
 - 4.2 ผู้ใช้บริการใช้ระยะเวลาคายน้อย
 - 4.3 เวลาที่ใช้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ
 - 4.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้บริการติดต่อได้สะดวก
- 5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย
 - 5.1 การแสดงออกความสุภาพต่อผู้ให้บริการ
 - 5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
- 6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย
 - 6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ
 - 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
- 7. ความซื่อสัตย์ (Credibility)
- 8. ความมั่นคง (Security) ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ
- 9. ความเข้าใจ (Understanding) ประกอบด้วย
 - 9.1 การเรียนรู้ผู้ให้บริการ
 - 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ให้บริการ
- 10. การสร้างสิ่งจับต้องได้ (Tangibility) ประกอบด้วย
 - 10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ
 - 10.2 การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ
 - 10.3 การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

จากความสำคัญของการบริการที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความสำคัญของการบริการจะมีขึ้นได้นั้นอยู่ที่คุณภาพจากตัวบุคคลซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ และทักษะในการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้โดยจะต้องอาศัยเครื่องมือช่วยให้บริการที่มีคุณภาพมากขึ้น การบริการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องมีคุณสมบัติ คือ มีความเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความสามารถในการให้บริการ การสื่อสาร การเข้าถึงบริการ ความสุภาพอ่อนโยน การสื่อสาร ความซื่อสัตย์ ความมั่นคง ความเข้าใจ การสร้างสิ่งจับต้องได้

1.4 หลักสำคัญในการให้บริการ

สมชาติ กิจขรรยง (2547 : 44 – 57) กล่าวว่า หลักการสำคัญในการให้บริการเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการ

1. การเข้าใจในความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะได้รู้ถึงความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะได้เข้าใจความต้องการของลูกค้าอย่างง่าย ๆ ดังนี้

1.1 สดับ ได้แก่ การรับฟัง จากคำพูด คำบอก คำกล่าว หรือแม้แต่คำบ่น เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการของลูกค้า ซึ่งผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการก็ต้องมีศิลปะในการฟัง คือ ตั้งใจและพร้อมที่จะแก้ปัญหาหรือช่วยเหลือ

1.2 สอบถาม เพื่อให้รู้ถึงความต้องการ

1.3 สังเกต คือ การสังเกตพฤติกรรม ภาษา ท่าทาง และการแสดงออกของลูกค้าในอิริยาบถต่างๆ

1.4 สถิติ คือ การใช้ข้อมูลหรือสถิติ เพื่อจะได้รู้ความต้องการลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น โดยการอาศัยสถิติเป็นข้อมูลในการบริการ

2. การรู้จักวิธีติดต่อสื่อสารที่ดี การติดต่อสื่อสารที่ดีทั้งภาษาคำพูดและที่ไม่ใช่ภาษาคำพูด หรือที่เรียกว่าภาษาท่าทางหรือวัจนภาษา

3. ความมีมารยาท คือ การที่ผู้ให้บริการแสดงออกที่ดีต่อหน้าลูกค้า การแสดงออกที่ดีก็คือ การมีมารยาทที่งดงามนั่นเอง ซึ่งแสดงออกทั้งการพูด การนั่ง การเดิน หรือการแสดงออกทางภาษากาย

4. การมีความรับผิดชอบ ต่อไปนี้เป็นสูตรสำเร็จในการแสดงถึงความรับผิดชอบในการทำงาน และเป็นการเพิ่มผลผลิตในการทำงาน คือ สูตร 5 ส ดังนี้

4.1 สะสาง หมายถึง การแยกแยะและจัดของหรือสิ่งที่ไม่จำเป็นต่างๆ ในการทำงานออกไป

4.2 สะดวก หมายถึง การจัดวางสิ่งของต่างๆ ในการทำงานและที่ให้บริการให้เป็นระเบียบเพื่อความสะดวกและปลอดภัย

4.3 สะอาด หมายถึง การทำความสะอาด บัดกวาดเช็ดถูเครื่องมือเครื่องใช้และสถานที่บริการให้อยู่ในสภาพที่เรียบร้อย สะอาดตา ถูกสุขลักษณะ สะอาดรวมถึงมีแสงสว่างหลอดไฟฟ้าพอเพียง ท่อระบายน้ำ ห้องน้ำสะอาด และอยู่ในสภาพดี

4.4 สุขลักษณะ หมายถึง การรักษามาตรฐานที่ดีของความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ทำงาน ให้อยู่ในสภาพหมดจด สะอาดตา ถูกสุขลักษณะและรักษาให้ดีตลอดไป มีการตกแต่งสถานที่เพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่สดชื่นแก่ผู้ใช้บริการ

4.5 สร้างนิสัย หมายถึง การให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และมีทัศนคติที่ดีในเรื่องความเป็นระเบียบเรียบร้อยในสถานที่ทำงาน หัวหน้างาน หัวหน้าแผนกในหน่วยงานสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีในการทำงาน

5. ความสามารถรอบรู้ ผู้ให้บริการที่ดีต้องมีความสามารถรอบรู้ต่างๆ เพราะความรู้ทำให้เกิดทัศนคติ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการทำงานติดตามมา และจะทำให้เกิดขวัญกำลังใจที่ดีอีกด้วย

6. การมีความน่าเชื่อถือ การที่ผู้ที่มีหน้าที่ในการบริการจะมีความน่าเชื่อถือได้นั้นคุณสมบัติประจำตัวของแต่ละคนเป็นสิ่งสำคัญในการทำหน้าที่บริการ

7. ความน่าไว้วางใจ นอกจากการทำให้คนเชื่อถือหรือเชื่อมั่นแล้ว ผู้ที่ทำหน้าที่บริการควรจะต้องทำให้เป็นคนน่าไว้วางใจ

8. การมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี ผู้ให้บริการจะดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงสมบูรณ์อยู่เสมอ เมื่อมีสุขภาพที่ดีแล้ว สุขภาพจิตย่อมดีตามด้วย

จากหลักสำคัญในการให้บริการที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า หลักการในการให้บริการจะต้องเข้าใจในความต้องการของลูกค้า มีการติดต่อสื่อสารที่ดีมีมารยาท ความรับผิดชอบ ความรอบรู้ในการทำงาน และสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจให้เกิดขึ้นกับผู้เข้ามาใช้บริการ

2. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้

ได้มีผู้ให้ความหมายของ “การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ” ไว้หลายประการ ดังพอสรุปได้ดังนี้

Wash (1971) สรุปไว้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ หมายถึง การศึกษาหรือการจัดทำเอกสาร (Document) ที่ประกอบด้วยข้อมูลสำคัญซึ่งพรรณนาอย่างชัดเจนและเป็นระบบ ซึ่งระบุถึง ผลการวิเคราะห์ในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการ เหตุผลสนับสนุน (Justification) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Soundness) ของโครงการ อันจะช่วยให้การกำหนดโครงการของผู้ลงทุนได้รับผลประโยชน์ตอบแทนสูงสุดจากการลงทุน ทำให้ทราบถึงโอกาสที่จะประสบความสำเร็จของโครงการ และเมื่อมีการดำเนินงานตามโครงการแล้ว จะทำให้โครงการนั้นๆได้รับผลประโยชน์ตอบแทนสูงสุด

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จึงมีความหมายเช่นเดียวกับการวิเคราะห์โครงการ (Project Analysis) ซึ่งประกอบด้วย การประเมินข้อดี (Advantage) และข้อเสีย

(Disadvantage) หรือผลตอบแทน (Benefit) และต้นทุน (Cost) ของโครงการ การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จึงมุ่งเน้น การประเมินความคุ้มค่าของโครงการ (The Evaluation of Project Worth) โดยโครงการนั้นๆ จะถูกประเมินว่าคุ้มค่าก็ต่อเมื่อ ผลตอบแทนที่จะได้รับมีค่าสูงกว่าต้นทุน

อัญชลี ค้อคงคา (2518 :1-5) อธิบายความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ว่า มีผู้กำหนดความหมายไว้หลายท่าน ซึ่งสรุปได้ดังนี้ คือ

1) การศึกษาที่จะเกิดจากการดำเนินงานตามโครงการนั้น ๆ ว่าจะให้ผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างมากที่สุดได้เพียงใด

2) การศึกษาว่าในการดำเนินการตามโครงการนั้น ๆ จะทำอะไรจึงจะเกิดประหยัดในการผลิตสินค้าชนิดนั้น ๆ ให้มากที่สุด

3) การเสนอเอกสารเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อโครงการซึ่งจัดไว้อย่างมีระบบ และแสดงลำดับความสำคัญ เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงานตามโครงการ

สุรศักดิ์ นานานุกูล (2522 : 8) อธิบายว่าการศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง ผลที่ได้จากการเตรียมการและการศึกษาความเป็นไปได้นี้ จะทำให้โครงการมีการออกแบบในขั้นต้น มีการกำหนดลักษณะในทางวิศวกรรมขั้นต้น ตลอดจนสามารถที่จะประเมินผลตอบแทนในด้านเศรษฐกิจในขั้นต้นด้วย นอกจากนี้ทางด้านการเงินจะมีการศึกษาคาดคะเนผลตอบแทนในวันข้างหน้า เพื่อที่จะพิจารณาว่า โครงการมีผลประกอบการที่คุ้มในด้านการเงิน แต่ถ้าเป็นโครงการที่ได้ตั้งมาก่อนอยู่แล้ว หรือมีประสบการณ์ในอดีตอยู่แล้ว จะมีการวิเคราะห์และประเมินความสามารถในอดีต ตลอดจนการชี้จุดปัญหาขององค์การ และการบริหารที่ต้องทำการปรับปรุงในอนาคต

ชัยยศ สันติวงศ์ (2536 : 37) อธิบายการศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาภาพรวมในโครงการทั้งหมด ทั้งในขอบเขตกว้างที่เรียกว่า Macro และในขอบเขตที่มีขนาดเล็กลงไปซึ่งเรียกว่า Micro โดยมีกิจกรรมหรือหน้าที่หลัก 3 กิจกรรม คือ กิจกรรมด้านตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน

2.1 การวิเคราะห์ทางการตลาด

อังฉรา ชีวะตระกูลกิจ (2547 : 3-2) อธิบายว่า เป็นแนวทางหนึ่งซึ่งช่วยถ่วงกรองความคิดริเริ่ม และประเมินความเป็นไปได้ของโครงการในแง่ตลาด ขั้นตอนนี้เป็นการศึกษารายละเอียดของข้อมูล เพื่อตอบคำถามสำคัญ 3 ประการคือ

2.1.1 ขนาดของตลาด (Market Size) คือ ประชากรที่มีอยู่ในตลาดหนึ่ง ๆ ใหญ่หรือเล็กเพียงใด

2.1.2 การเจริญเติบโตของตลาด (Market Growth) คือ ทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ ว่ามีมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป

2.1.3 ส่วนครองตลาด (Market Share) คือ ความสามารถของโครงการในอันที่จะได้ส่วนแบ่งจากตลาดมากน้อยเพียงใด

2.1 การวิเคราะห์ทางด้านผลิต

การวิเคราะห์ด้านผลิตจะบอกถึงความเป็นไปได้ทางกระบวนการผลิต มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร และมีหนทางที่จะแก้ปัญหาได้อย่างไร และเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการด้วย

2.2 การวิเคราะห์ทางด้านการบริหาร

เป็นการวิเคราะห์ในเรื่องของรูปแบบในการดำเนินงาน การจัดโครงสร้างวางผังองค์กร การกำหนดขอบเขตและหน้าที่ของงาน ตลอดจนการกำหนดคุณสมบัติของแต่ละตำแหน่ง โดยนำผลที่ได้ไปช่วยในการพิจารณาและประเมินผลการตัดสินใจในการลงทุน

2.3 การวิเคราะห์ทางด้านการเงิน

ฐาปนา ฉิ้นไพศาล และอังฉรา ชีวะตระกูลกิจ (2547) อธิบายว่า

2.4.1 ประเมินการด้านการเงินของโครงการ คือ การประมาณค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนที่จะได้รับจากการทำโครงการนั้น ๆ ว่าจะเป็นจำนวนเงินเท่าใดและเป็นระยะเวลาที่ปี การประมาณการค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนของโครงการนี้จะป็นข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการต่อไป

1) **เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร** หมายถึง เงินลงทุนในสินทรัพย์ที่มีลักษณะคงทนถาวร มีอายุการใช้งานมากกว่า 1 ปี และโครงการจำเป็นต้องใช้ในการดำเนินงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการทำรายได้หลักให้แก่โครงการ

2) **ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน** หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นนับตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงวันที่เริ่มดำเนินการผลิตหรือให้บริการ แต่ถ้าเป็นกรณีโครงการขยายกิจการ จะหมายถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงวันที่มีรายได้ส่วนเพิ่มจากการขยายกิจการ ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานโดยทั่วไป ได้แก่ เงินเดือนผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของโครงการ ค่าเดินทาง ค่าเช่าสำนักงาน ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาตตั้งกิจการ ค่าใช้จ่ายในการติดต่อขอู้เงิน ค่าฝึกอบรมพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการทดลองเครื่อง ค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระหว่างก่อสร้าง ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์ก่อนเริ่มโครงการเป็นต้น

3) **เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ** หมายถึง เงินทุนเวียนสุทธิที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินงานโครงการ เป็นผลต่างระหว่างสินทรัพย์หมุนเวียนและหนี้สินหมุนเวียน ซึ่งโดยปกติ

โครงการจะต้องเตรียมเงินทุนหมุนเวียนนี้ไว้ นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายในการลงทุนประเภทอื่น เมื่อโครงการสิ้นสุดลง เงินทุนหมุนเวียนนี้จะกลับคืนมาเป็นผลตอบแทนในปีสุดท้ายของโครงการ ทั้งนี้การจัดหาเงินทุนมาใช้ในโครงการจะมาจากแหล่งเงินทุนซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- ก) แหล่งเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น จัดเป็นแหล่งเงินทุนระยะยาว
- ข) แหล่งเงินทุนจากหนี้สินระยะยาว โดยการกู้ยืมเงินจากธนาคารหรือสถาบันการเงิน

2.4.2 การประมาณการด้านการเงินของโครงการ

1) ประมาณการรายรับ ประกอบด้วยขั้นตอน 3 ขั้นตอนดังนี้

(1) ระบุรายการและปริมาณผลตอบแทน การประมาณการผลตอบแทนของโครงการ จะเริ่มต้นด้วยการระบุตัวผลตอบแทนทุกรายการที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากโครงการ ได้แก่ รายได้จากการขายสินค้า ซึ่งเป็นผลได้โดยตรงของโครงการ

(2) ติราคาผลตอบแทน โดยที่ผลตอบแทนของโครงการ คือ รายได้หรือยอดขายที่ได้จากการขายสินค้าที่ได้จากโครงการ ซึ่งผลตอบแทนของโครงการสามารถหาได้จากปริมาณขายคูณด้วยราคาขายต่อหน่วย ซึ่งราคาขายนี้จะหมายถึงราคาที่ได้รับจริงจากการขายสินค้าหรือบริการจากโครงการ ส่วนปริมาณขายสามารถหาได้จากการพยากรณ์ปริมาณขายในแต่ละปี

(3) รวมผลตอบแทนเป็นรายปี เป็นขั้นตอนสุดท้ายของประมาณการผลตอบแทนของโครงการ โดยจะรวมผลตอบแทนทุกประเภทเข้าด้วยกันเป็นรายปี เพื่อแสดงให้เห็นถึงยอดรวมของผลตอบแทนที่โครงการจะได้รับในแต่ละปี ตลอดอายุของโครงการ

2) ประมาณการรายจ่าย ประกอบด้วยขั้นตอน 3 ขั้นตอนดังนี้

(1) ระบุรายการและปริมาณค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายโครงการคือมูลค่าของทรัพยากรที่โครงการใช้ไป ดังนั้นการประมาณการค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของโครงการ ควรเริ่มต้นจากการระบุว่าถ้ามีการลงทุนก่อสร้างตามแผนงานโครงการแล้ว จะต้องมีการใช้ทรัพยากรอะไรบ้าง และในปริมาณมากน้อยเพียงใด และหลังจากระบุค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในทุกประเภทออกมาได้แล้ว จากนั้นให้ทำการจัดประเภทค่าใช้จ่ายออกเป็นหมวดหมู่ต่าง ๆ เช่น ค่าที่ดิน ค่าอาคารและสิ่งก่อสร้าง ค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์ เป็นต้น

(2) ติราคาค่าใช้จ่าย คือการนำราคาที่เหมาะสมมาตีค่ารายการรายจ่ายที่ระบุไว้แล้วในขั้นตอนที่ 1 ทั้งนี้เพื่อจะได้ประมาณการรายการค่าใช้จ่ายที่ระบุไว้ให้เป็นตัวเงิน

(3) รวมค่าใช้จ่ายเป็นรายปี เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการประมาณการค่าใช้จ่ายของโครงการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริหารโครงการได้มองเห็นภาพรวมของค่าใช้จ่ายทั้งหมดของโครงการตลอดอายุของโครงการ

3) ประมาณการงบกำไรขาดทุน การประมาณการงบกำไรขาดทุน หรือการจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า เพื่อศึกษาถึงผลการดำเนินงานของโครงการล่วงหน้าตลอดอายุของโครงการ ว่าในแต่ละปีโครงการที่ทำคาดว่าจะได้กำไรหรือขาดทุนเท่าใด

ซึ่งการประมาณการงบกำไรขาดทุน ดังกล่าวจะมีการประมาณการขายได้จากการบริการ ค่าใช้จ่ายในการบริการ และค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะเป็นส่วนหนึ่งที่น่ามาเป็นข้อมูล เพื่อใช้ประเมินผลการตัดสินใจลงทุน

4) ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ อุทัยวรรณ จรุงวิภู (2548 : 231-234) อธิบายว่าในการวิเคราะห์โครงการเพื่อตัดสินใจว่าควรลงทุนในโครงการใดหรือไม่นั้น จะพิจารณาจากผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการในแง่ของกระแสเงินสด (Cash Flow) โดยจะไม่ใช้ผลตอบแทนในแง่ของกำไรตามบัญชี ทั้งนี้เนื่องจากการพิจารณาในแง่ของกระแสเงินสดจะทำให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างถูกต้องมากกว่า เพราะในแง่ของกำไรตามบัญชีอาจจะมีบางรายการที่โครงการบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายโดยที่ไม่ได้จ่ายเงินสดออกไป เช่น ค่าเสื่อมราคา เป็นต้น โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{กระแสเงินสดสุทธิ} = \text{กำไรสุทธิตามบัญชี} + \text{ค่าเสื่อมราคา}$$

2.4.3 การประเมินค่าโครงการลงทุน

การประเมินค่าโครงการลงทุนมีด้วยกันหลายวิธี ทั้งวิธีที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินและคำนึงถึงค่าของเงินดังนี้

1) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) คือ วิธีที่จะบอกให้ทราบถึงจำนวนปีที่ผู้ลงทุนจะได้รับเงินลงทุนกลับคืนมา กล่าวคือจะเป็นการคำนวณหาระยะเวลาที่ผลรวมของกระแสเงินสดสุทธิที่ได้รับในแต่ละปี จะมีค่าเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายลงทุนในครั้งแรก

การคำนวณหาระยะเวลาคืนทุน สามารถแยกเป็น 2 กรณีดังนี้

(1) กรณีกระแสเงินสดสุทธิเท่ากันทุกปี สามารถคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนของโครงการได้โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน (PB)} = \frac{\text{กระแสเงินสดจ่ายลงทุน}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิรายปี}}$$

(2) กรณีกระแสเงินสดสุทธิในแต่ละปีไม่เท่ากัน สามารถคำนวณหา-

ระยะเวลาคืนทุนโดยการบวกสะสมกระแสเงินสดสุทธิในแต่ละปี จนกระทั่งได้ยอดกระแสเงินสดสุทธิรวมเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายลงทุนพอดี หรือคำนวณโดยใช้สูตร ดังนี้ ระยะเวลาคืนทุน = จำนวนปีก่อนคืนทุน + (จำนวนเงินส่วนที่ยังไม่ครบทุน/กระแสเงินสดของปีที่ได้รับทุนคืน)

ข้อดีของวิธีระยะเวลาคืนทุน

- (1) สามารถคำนวณได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อนเหมือนวิธีอื่น
- (2) ทำให้ทราบถึงสภาพคล่องของโครงการลงทุนได้
- (3) ใช้เป็นตัววัดค่าความเสี่ยงของโครงการลงทุนได้

ข้อเสียของวิธีระยะเวลาคืนทุน

(1) ไม่ได้คำนึงถึงกระแสเงินสดที่จะได้รับจากโครงการ หลังจากระยะเวลาคืนทุนแล้ว

(2) ไม่ได้คำนึงถึงค่าของเงินในระยะเวลาที่ต่างกันว่ามีค่าไม่เท่ากัน

2) ค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) จะคำนึงถึงความแตกต่างของค่าของเงินในระยะเวลาต่าง ๆ กัน โดยจะมีการคิดลดกระแสเงินสดสุทธิที่ได้จากการดำเนินงานตามโครงการในแต่ละปีตลอดอายุโครงการให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน แล้วจึงนำมาเปรียบเทียบกับกระแสเงินสดจ่ายลงทุนซึ่งมีค่าเป็นปัจจุบันอยู่แล้ว

ค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการจะมีค่าเท่ากับผลต่างระหว่างผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานตลอดอายุโครงการ กับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายลงทุน แสดงเป็นสมการได้ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+k)^t} - I_0$$

- CF_t = กระแสเงินสดสุทธิตามปีที่ได้รับจากโครงการตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึง n
- k = อัตราผลตอบแทนที่กิจการต้องการหรือต้นทุนของเงินทุน (Cost of Capital) ซึ่งจะใช้เป็นอัตราคิดลด (Discount Rate)
- n = อายุโครงการ
- t = ระยะเวลาปีที่ 1 ถึง n
- I_0 = กระแสเงินสดจ่ายลงทุนเริ่มแรกของโครงการ (กรณีการจ่ายลงทุนเพียงครั้งเดียว) หรือมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายลงทุน (กรณีการจ่ายเงินลงทุนหลายครั้ง)

ผลจากการคำนวณค่าปัจจุบันสุทธิมี 3 กรณีดังต่อไปนี้

(1) ค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวก หมายความว่า ค่าปัจจุบันของเงินศรัับมากกว่าค่าปัจจุบันของเงินสดจ่าย แสดงว่าการลงทุนในโครงการ กิจการจะได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าอัตราที่กำหนดไว้และเป็นโครงการที่น่าลงทุน เพราะเท่ากับมีผลกำไรจากการลงทุนในโครงการ

(2) ค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นศูนย์ หมายความว่า ค่าปัจจุบันของเงินศรัับเท่ากับค่าปัจจุบันของเงินสดจ่าย แสดงว่าการลงทุนในโครงการ กิจการจะได้รับผลตอบแทนที่เท่ากับอัตราที่กำหนดไว้ และเป็นโครงการที่ไม่น่าลงทุนเท่าไรนัก แต่ก็ไม่เสียหายในการลงทุนเพราะเท่ากับไม่มีผลกำไรหรือผลขาดทุนจากการลงทุนในโครงการ

(3) ค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นลบ หมายความว่า ค่าปัจจุบันของเงินศรัับน้อยกว่าค่าปัจจุบันของเงินสดจ่าย แสดงว่าการลงทุนในโครงการ กิจการจะได้รับผลตอบแทนที่ต่ำกว่าอัตราที่กำหนดไว้ และเป็นโครงการที่ไม่น่าลงทุน เพราะเท่ากับมีผลขาดทุนจากการลงทุนในโครงการ

ข้อดีของวิธีค่าปัจจุบันสุทธิ

(1) วิธีนี้จะมีข้อดีกว่าวิธีระยะเวลาคืนทุนตรงที่วิธีนี้จะคำนึงถึงค่าของเงินในระยะเวลาต่าง ๆ กัน คือมีการทอนหรือคิดลดค่ากระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตให้เป็นมูลค่าปัจจุบันด้วยอัตราคิดลด (k)

(2) คำตอบที่คำนวณได้จากวิธีค่าปัจจุบันสุทธิ จะมีหน่วยเป็นจำนวนเงิน ซึ่งแสดงถึงมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิที่ได้รับจากโครงการว่ามีจำนวนมากกว่าหรือน้อยกว่ากระแสเงินสดจ่ายลงทุนในขณะนั้น

ข้อเสียของวิธีค่าปัจจุบันสุทธิ

(1) วิธีนี้จะสมมติให้อัตราผลตอบแทนที่ต้องการหรือต้นทุนเงินทุน (k) ซึ่งใช้ในการคิดลดค่ากระแสเงินสด ให้เป็นมูลค่าปัจจุบันมีค่าคงที่ตลอดอายุของโครงการลงทุนนั้น ๆ ซึ่งในความเป็นจริงค่าของ k อาจจะมีการขึ้นหรือลงได้ในแต่ละช่วงของเวลา

(2) วิธีนี้สมมติว่ากระแสเงินสดสุทธิที่ได้รับมาในแต่ละปีจะนำไปลงทุนต่อ โดยได้รับอัตราผลตอบแทนเท่ากับต้นทุน หรืออัตราผลตอบแทนที่ต้องการในอัตราที่เท่าเดิมตลอดอายุโครงการ ซึ่งในความเป็นจริงอาจไม่เป็นเช่นนั้น

3) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน หรืออัตราผลตอบแทนของโครงการ (The Internal Rate of Return : IRR) คืออัตราคิดลด (Discount Rate) ซึ่งทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับตลอดอายุโครงการมีค่าเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายลงทุนครั้งแรก (กรณีมีการจ่ายลงทุนเพียงครั้งเดียว) หรือเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุน (กรณีมีการจ่ายลงทุนหลาย

ครั้งในระยะเวลาที่ต่างกัน) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือการหาค่าอัตราคิดลดที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับ ศูนย์

อัตราคิดลดที่คำนวณได้นี้จะเรียกว่าค่า IRR หรืออัตราผลตอบแทนจากโครงการ ซึ่งสามารถแสดงเป็นสมการ ได้ดังนี้

$$\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} = I_0$$

CF_t	=	กระแสเงินสดสุทธิรายปีที่ได้จากโครงการตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึง n
N	=	อายุโครงการ
t	=	ระยะเวลาปีที่ 1 ถึง n
I_0	=	กระแสเงินสดจ่ายลงทุนเริ่มแรกของโครงการ (กรณีการจ่ายลงทุนเพียงครั้งเดียว) หรือมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายลงทุน (กรณีการจ่ายเงินลงทุนหลายครั้ง)
r	=	อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

การคำนวณหาค่า IRR โดยทั่วไปจะใช้วิธีลองผิดลองถูก (Trial and Error) กล่าวคือ จะมีการทดลองที่อัตราคิดลด ณ อัตราใดอัตราหนึ่ง แล้วลองคำนวณดูว่ามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิที่จะได้รับตลอดอายุโครงการมีค่าเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายลงทุนหรือยัง ถ้ายังไม่เท่าก็ทดลองที่อัตราคิดลด ณ อัตราอื่นและทดลองไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะได้ค่า IRR ที่ต้องการ คือ ค่าที่ทำให้กระแสเงินสดสุทธิรวมตลอดโครงการเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายลงทุน

ข้อดีของวิธีอัตราผลตอบแทนจากโครงการ

- 1) คำนึงถึงค่าของเงินในระยะเวลาต่าง ๆ
- 2) วิธีนี้จะไม่ใช่อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ หรือต้นทุนเงินทุนเป็นอัตราคิดลดที่คงที่ตลอดอายุโครงการ แต่จะหาอัตราผลตอบแทนที่ได้จากโครงการนั้น ๆ เพื่อตัดสินใจว่าควรลงทุนในโครงการหรือไม่

ข้อเสียของวิธีอัตราผลตอบแทนจากโครงการ

- 1) วิธีการนี้ต้องใช้การคำนวณที่ยุ่งยากกว่าวิธีอื่น ๆ
- 2) วิธีนี้จะสมมติให้กระแสเงินสดสุทธิที่รับมาในแต่ละปีสามารถนำไปลงทุนต่อ โดยได้รับผลตอบแทนในอัตราเท่ากับค่า IRR ตลอดอายุโครงการ ซึ่งในความเป็นจริงอาจจะไม่เป็นเช่นนั้น

3. งานวิจัยเกี่ยวข้อง

กิตตินันท์ คนขยัน (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาความสัมพันธ์และพฤติกรรมการใช้ที่จอดรถของผู้อาศัยรายได้น้อยถึงปานกลางในอาคารอยู่อาศัยรวมที่เป็นอาคารขนาดใหญ่ : กรณีศึกษาอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานครชั้นใน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการที่จอดรถของอาคารชุดของผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง ประกอบไปด้วย ลักษณะของอาคารชุด ได้แก่ ความหนาแน่นของจำนวนหน่วยพักอาศัยในโครงการ ขนาดห้องชุด ระดับราคาของอาคารชุด ค่าเช่าที่จอดรถ และระยะระหว่างอาคารชุดรับส่งของระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ โดยอาคารชุดที่มีที่จอดรถพอ จะมีจำนวนหน่วยพักอาศัยต่อขนาดพื้นที่โครงการน้อยกว่า 160 หน่วยต่อไร่ หากมากกว่านั้นที่จอดรถจะไม่พอ และระยะทางเฉลี่ยระหว่างที่ตั้งอาคารที่มีที่จอดรถพอกับจุดรับส่งของระบบขนส่งมวลชนสาธารณะไม่เกิน 600 เมตร ส่วนอาคารที่มีที่จอดรถไม่พอจะไกลกว่านั้น ปัจจัยเรื่องลักษณะของผู้อยู่อาศัยได้แก่ รายได้ของครัวเรือน อายุ ระยะเวลาการอยู่อาศัย และระยะทางระหว่างที่พักกับที่ทำงาน โดยผู้อยู่อาศัยในอาคารที่มีที่จอดรถพอ ส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้สูง อายุ 21-30 ปี อาศัยอยู่ในห้องพักขนาดประมาณ 36-48 ตารางเมตร อยู่มานานประมาณ 1-3 ปี อยู่ใกล้ที่ทำงาน ส่วนผู้อยู่อาศัยในอาคารที่มีที่จอดรถไม่พอ ส่วนใหญ่มีรายได้ปานกลาง อายุ 31-40 ปี อาศัยอยู่ในห้องพักขนาดประมาณ 22-28 ตารางเมตร อยู่มานาน 3-5 ปี และอยู่ไกลจากที่ทำงาน นอกจากนี้ ปัจจัยที่ส่งเสริมให้คนมีรถ ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ของครัวเรือน กรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย การมีที่อยู่อาศัยอื่น และระยะทางระหว่างที่พักกับที่ทำงาน โดยผู้ที่มีรถส่วนใหญ่ จะมีอายุ 30 ปีขึ้นไป มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทต่อเดือน อยู่อาศัยมานานกว่า 3 ปี มีสมาชิกในห้องพักตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เป็นเจ้าของห้องเอง มีที่อยู่อาศัยมากกว่า 1 แห่ง มีที่ทำงานห่างจากที่พักตั้งแต่ 2 กิโลเมตรขึ้นไป และใช้เวลาเดินทางมากกว่า 30 นาที ส่วนผู้ที่ไม่มีรถ ส่วนใหญ่จะมีอายุน้อยกว่า 20 ปี เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และรับจ้างทั่วไป รายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน อยู่อาศัยมานานกว่า 1 ปี อยู่คนเดียวและเช่าห้องอยู่ มีที่ทำงานอยู่ภายในรัศมี 1 กิโลเมตรจากที่พัก ข้อเสนอแนะในงานวิจัยนี้ ยังพบว่าการใช้งานจริงของที่จอดรถในอาคารชุด มีการจัดระบบการจอดรถให้สามารถใช้งานได้มากกว่าสัดส่วนตามที่กฎหมายได้กำหนดไว้ ทำให้ระบบการใช้พื้นที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยใช้พื้นที่จอดรถ(รวมทางวิ่ง) ประมาณ 18-24 ตารางเมตรต่อคัน ซึ่งเป็นข้อสังเกตที่ควรนำไปพิจารณาเนื่องจากกลุ่มผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ใช้ประจำ ซึ่งไม่ต้องการความสะดวกสบายแต่ต้องการความปลอดภัยและประหยัด เพราะการเพิ่มพื้นที่ที่จอดรถเป็นการเพิ่มต้นทุนโครงการ ซึ่งทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นในการซื้อที่อยู่อาศัย และยังพบว่า การเก็บค่าเช่าที่จอดรถมีส่วนช่วยในการจำกัดจำนวนรถอีกทางหนึ่ง ทั้งยังเป็นธรรมกับผู้ที่ไม่มีรถด้วยเช่นกัน

กนกวรรณ เหล่าแพทยกิจ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนระหว่างโครงการอพาร์ทเมนท์ให้เช่าและโครงการโรงจอดรถ มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนระหว่างโครงการอพาร์ทเมนท์ให้เช่าและโครงการโรงจอดรถประกอบการตัดสินใจเลือกลงทุนในการทำธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน โดยกำหนดอายุโครงการทั้งสองเท่ากับ 20 ปี ใช้อัตราคิดลดเท่ากับร้อยละ 8 พบว่าโครงการโรงจอดรถมีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) 1,520,713.23 บาท อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) เท่ากับร้อยละ 65 ต่อปี และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) เท่ากับ 1.64 : 1 ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงว่าโครงการโรงจอดรถให้ผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน โครงการอพาร์ทเมนท์ให้เช่ามีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) -4,210,068.47 บาท อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) เท่ากับร้อยละ 6 ต่อปี และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) เท่ากับ 1.32 : 1 ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงว่าโครงการอพาร์ทเมนท์ให้เช่าไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน

ณัฐพนิตา อินทรเทวี (2538) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการห้างสรรพสินค้าที่อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเศรษฐกิจที่เจริญเติบโตในอัตราสูง ชุมชนเมืองมีการขยายตัวสูง กำลังซื้อของผู้บริโภคมีมากขึ้น แต่ในปัจจุบันจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีห้างสรรพสินค้าอยู่เพียงแห่งเดียวยังไม่เพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการ การที่กำลังขยายตัว จึงมีการวิเคราะห์ทางด้านการตลาด และผลตอบแทนจากการลงทุนในโครงการ ซึ่งใช้วิธีออกแบบสอบถามสำรวจสภาพตลาดของธุรกิจค้าปลีกในอำเภอพระนครศรีอยุธยา และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจห้างสรรพสินค้าในด้านการดำเนินงาน

ผลจากการสำรวจสภาพตลาดค้าปลีกในอำเภอพระนครศรีอยุธยา พบว่าโอกาสทางการตลาดของห้างสรรพสินค้าใหม่จะมาจากกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าประจำของห้างสรรพสินค้าในอำเภอพระ-นครศรีอยุธยาเดิม ซึ่งมีรายได้ระดับค่อนข้างต่ำถึงระดับปานกลาง กลุ่มผู้บริโภคที่แต่เดิมเคยนิยมไปซื้อสินค้าที่กรุงเทพฯ ซึ่งมีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับสูง และกลุ่มผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตจากแบบเก่าให้มีความทันสมัยมากขึ้น ซึ่งจะเป็นกลุ่มที่มีรายได้ระดับค่อนข้างต่ำ ดังนั้นการวางกลยุทธ์ทางการตลาดต้องแตกต่างกันสำหรับผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม สำหรับกลุ่มแรกจะเน้นทางการเพิ่มกำลังซื้อและขยายฐานลูกค้า และสำหรับกลุ่มที่สองจะเน้นทางด้านความหลากหลายและคุณภาพของสินค้าและบริการให้ทัดเทียมห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ ส่วนกลุ่มที่สามจะเน้นสินค้าซูเปอร์มาร์เก็ต และพยายามจูงใจลูกค้าโดยทำการส่งเสริมการขายในสินค้านระดับล่าง สำหรับผลตอบแทนจากการลงทุนภายในช่วงอายุโครงการ 10 ปี พบว่าในกรณีวิเคราะห์ก่อน

การกู้เงินมาลงทุน มีอัตราผลตอบแทนโครงการเท่ากับ 25.16 % และมีระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 4 เดือน ส่วนกรณีวิเคราะห์หลังการกู้เงินมาลงทุนพบว่า มีอัตราผลตอบแทนโครงการเท่ากับ 42.10 % และมีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 5 เดือน ซึ่งจะพบว่าในกรณีที่ผู้ลงทุนกู้เงินมาลงทุนในโครงการนี้ อัตราผลตอบแทนของโครงการจะมากกว่าและมีระยะเวลาคืนทุนเร็วกว่าในกรณีที่ลงทุนด้วยเงินทุนของผู้ลงทุนเองทั้งหมด

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องความคุ้มค่าในการลงทุนธุรกิจรับฝากจอร์จอนต์ในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 มีสาระสำคัญถึงวิธีการดำเนินการ วิธีศึกษาอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและนำไปวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติต่อไปในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังนี้คือ

1. ขนาดและความต้องการใช้บริการ
2. ประมาณการค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง
3. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

1. ขนาดและความต้องการใช้บริการ

1.1 การสำรวจตลาดโดยการสอบถามความสนใจใช้บริการ

1.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 ผู้ศึกษาได้กำหนดของกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 ซึ่งมีจำนวน 400 คน ดังกล่าวผู้ศึกษาสุ่มตัวอย่างโดยวิธีบังเอิญ (Accidental Sampling) ใช้สถานที่ในการสุ่มตัวอย่างคือ ศูนย์การค้าในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 เช่น ตลาดสด ร้านสะดวกซื้อ ฯลฯ เนื่องจากเป็นสถานที่ที่ผู้พักอาศัยในเขตลาดพร้าวนิยมขับรถยนต์เดินทางมาใช้บริการ โดยก่อนแจกแบบสอบถามจะสอบถามพื้นที่ที่พักอาศัยก่อน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตรงตามเป้าหมาย

1.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามชนิดที่มีโครงสร้าง (Structured questionnaires) ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Closed-ended question) และคำถามปลายเปิด (Open-ended question) แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 6 ข้อ เป็นคำถามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามลักษณะปลายปิด (Close-ended question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอครยยนต์ในเขตเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 เป็นคำถามลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลอัตราภาค (Interval Scale) มี 5 ระดับ สามารถกำหนดน้ำหนักความสำคัญของแต่ละลำดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับน้ำหนัก
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (Class interval) ดังนี้ (มัลลิกา บุญนาค 2537:29)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาค} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

ระดับความคิดเห็น	ระดับน้ำหนัก
มากที่สุด	4.21-5.00
มาก	3.41-4.20
ปานกลาง	2.61-3.40
น้อย	1.81-2.60
น้อยที่สุด	1.00-1.80

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอครยยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 1 ข้อ เป็นคำถามลักษณะปลายปิด (Close-ended question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

1.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับต่อไปนี้

1) ศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการให้บริการปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้บริโภคและพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการ

2) สร้างแบบสอบถาม โดยอาศัยกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการให้บริการ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้บริโภคและพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการ

3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ เพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเกี่ยวกับสำนวนภาษาให้เข้าใจง่าย เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

4) นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

5) นำแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาแก้ไข ตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) อีกครั้งก่อนนำไปใช้จริง

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น ได้นำกรอบแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวม และสร้างแบบสอบถามขึ้น เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งก่อนนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบเครื่องมือวัด ดังนี้

ความเที่ยงตรง (Validity)

นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) และภาษา ความถูกต้องของแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้งหนึ่งก่อนนำไปทดลองใช้

1.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1) การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2) การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

3) การประมวลผลข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว ได้นำมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อการประมวลผลข้อมูลซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. หาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ในด้านปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวและจำนวนรถยนต์ที่ใช้ในครอบครัว และส่วนที่ 3 ในด้านการตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอรถยนต์

2. หาค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอรถยนต์ในเขตพื้นที่ซอยเสนานิคม 1

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอรถยนต์ในเขตพื้นที่ซอยเสนานิคม 1

1.1.5 ผลจากการศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอรถยนต์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ต้องการใช้บริการทันที จำนวน 295 ราย (ร้อยละ 73.75) รองลงมาไม่แน่ใจ ต้องตัดสินใจก่อน จำนวน 84 ราย (ร้อยละ 21.00) และน้อยที่สุดไม่มีความต้องการใช้บริการ จำนวน 21 ราย (ร้อยละ 5.25)

1.2 การสำรวจตลาดโดยวิธีการสังเกต

เพื่อต้องการทราบข้อมูลและประมาณการจำนวนรถยนต์ที่จอดหน้าบ้านในยามวิกาลในเขตพื้นที่ซอยเสนานิคม 1 ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสำรวจเก็บสถิติรถยนต์ที่จอดหน้าบ้าน 5 วัน ติดต่อกัน ในช่วงเวลา 04.00 น-05.00 น. ได้ผลดังนี้

สำรวจครั้งที่ 1	จำนวนรถยนต์ที่จอดหน้าบ้าน	211 คัน
สำรวจครั้งที่ 2	จำนวนรถยนต์ที่จอดหน้าบ้าน	216 คัน
สำรวจครั้งที่ 3	จำนวนรถยนต์ที่จอดหน้าบ้าน	203 คัน
สำรวจครั้งที่ 4	จำนวนรถยนต์ที่จอดหน้าบ้าน	224 คัน
สำรวจครั้งที่ 5	จำนวนรถยนต์ที่จอดหน้าบ้าน	255 คัน

จากการสำรวจพบว่าจะมีรถยนต์ที่จอดนอกบ้าน โดยเฉลี่ย จำนวน 222 คัน

2. ประมาณการค่าใช้จ่ายด้านการก่อสร้าง

ผู้ศึกษาได้ทำการประมาณการค่าใช้จ่ายด้านการก่อสร้าง ดังนี้

2.1 ค่าที่ดิน ได้ทำการเช่าที่ดิน ทำสัญญาเช่าระยะเวลา 10 ปี ค่าเช่าคงที่ เป็นจำนวนเงิน 15,000 บาทต่อเดือน และค่ามัดจำล่วงหน้า 3 เดือน เป็นจำนวนเงิน 45,000 บาท

2.2 ค่าก่อสร้างอาคารที่จอดรถยนต์ ขนาดสำหรับจอดรถยนต์ 100 คัน เป็นจำนวนเงิน 1,000,000 บาท เฉพาะตัวอาคาร โดยว่าจ้างบริษัทรับเหมาก่อสร้าง

2.3 ค่าระบบกล้องวงจรปิด เป็นจำนวนเงิน 80,000 บาท โดยว่าจ้างบริษัทรับเหมาก่อสร้าง

2.4 ค่าระบบไฟฟ้า เป็นจำนวนเงิน 25,000 บาท โดยว่าจ้างบริษัทรับเหมาก่อสร้าง

2.5 ค่าระบบประปา เป็นจำนวนเงิน 20,000 บาท โดยว่าจ้างบริษัทรับเหมาก่อสร้าง

3. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

วิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินโดยพิจารณาจากเกณฑ์ชี้วัด 3 ประการ คือ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB), ค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value : NPV) และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) ดังนี้

3.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method)

ระยะเวลาคืนทุน หมายถึง ระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากการลงทุนมีจำนวนเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มธุรกิจ

การคำนวณระยะเวลาคืนทุน จำแนกเป็น 2 กรณีคือ

กรณีที่ 1 กระแสเงินสดรับสุทธิมีจำนวนเท่ากันทุกปี ใช้สูตร

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินสดจ่ายสุทธิเมื่อเริ่มธุรกิจ}}{\text{เงินสดรับสุทธิต่อปี}}$$

กรณีที่ 2 กระแสเงินสดรับสุทธิมีจำนวนแตกต่างกันการคำนวณระยะเวลาคืนทุนคำนวณได้โดยรวมจำนวนเงินสดสุทธิในแต่ละปีสะสมไปจนกระทั่งมีจำนวนเท่ากับเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิเมื่อเริ่มธุรกิจ คำนวณได้จากสูตร

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + \frac{\text{จำนวนเงินส่วนที่ยังไม่ครบทุน}}{\text{กระแสเงินสดของปีที่ได้รับทุนคืน}}$$

3.2 ค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value :NPV)

NPV = กระแสเงินสดรับรายปี – กระแสเงินสดจ่ายในการลงทุน

เกณฑ์การตัดสินใจ ขอมรับการลงทุนในธุรกิจ คือ NPV มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0

3.3 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR)

IRR คือ อัตราคิดลดที่ทำให้ค่าปัจจุบันของผลตอบแทนรวมเท่ากับค่าปัจจุบันของเงินลงทุน นั่นคือ อัตราคิดลดที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ หรือกล่าวอีกในหนึ่งว่า อัตราคิดลดซึ่งทำให้ผลตอบแทนเท่ากับเงินลงทุนพอดี

เกณฑ์การตัดสินใจ คือ ถ้าค่า IRR ที่คำนวณได้สูงกว่าต้นทุนเงินทุน ก็จะขอมรับการลงทุนในธุรกิจนั้นได้ แต่ถ้า IRR ที่คำนวณได้ต่ำกว่าต้นทุนเงินทุน ก็จะปฏิเสธการลงทุนในโครงการ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการสำรวจข้อมูลจากการทำวิจัยตลาดโดยแบบสอบถามและการสังเกต ทำให้ผู้ศึกษาได้ทราบถึงข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการจัดทำแผนธุรกิจ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจจึงต้องมีการวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างรอบคอบ ชัดเจน และมีประสิทธิภาพ เพื่อไม่ให้เสียเวลา และเสียโอกาสในการทำการตลาดภายใต้เงินลงทุนที่จำกัด

1. วัตถุประสงค์ทางการตลาด

1. ทำให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ทั้งในเรื่องของทำเลที่ตั้งและบริการที่น่าเสนอ
2. ลูกค้ามีความพึงพอใจในบริการในระดับที่วัดผลได้
3. มีรายได้จากการดำเนินงาน และสร้างกำไรหลังจากคืนทุนแล้วเฉลี่ยปีละ 10%
4. มียอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประมาณร้อยละ 10%

2. กลยุทธ์การตลาดโดยรวม

กลยุทธ์หลักของผู้ศึกษา คือการเน้นความแตกต่างของการให้บริการ จากที่ได้วิเคราะห์ไปข้างต้นแล้วว่า คู่แข่งทางธุรกิจบริการรับฝากจอยครอยนต์แต่ละสถานที่ในบริเวณรอบๆ ของทำเลที่ตั้งของธุรกิจจะเน้นความสะดวกเป็นหลัก เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้วพบว่ามีลักษณะการให้บริการที่แตกต่าง ซึ่งในแต่ละแห่งส่วนมากจะเน้นการให้บริการแค่รับฝากจอยครอยนต์เท่านั้น แต่ไม่มีบริการเช็คฝุ่นให้กับรอยนต์ของลูกค้าด้วย ซึ่งตรงจุดนี้ทำให้เป็นจุดได้เปรียบเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

กลุ่มลูกค้า

เนื่องจากผู้บริโภค มีความต้องการในการใช้บริการที่คล้ายกัน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงทำการตลาดแบบการตลาดเป้าหมาย (Target Marketing) โดยจะทำการแบ่งตลาดออกเป็นส่วนหลักๆ

เพื่อจะนำมาทำการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายจะถูกกำหนดเพียงกลุ่มเดียวหรือมากกว่า แล้วทำการพัฒนาบริการ เพื่อมุ่งเน้นให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

การแบ่งส่วนทางการตลาด (Market Segmentation)

เพื่อเป็นการแบ่งลักษณะผู้บริโภคให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาเลือกทำการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค โดยใช้เกณฑ์ประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) และเกณฑ์พฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Segmentation)

- เกณฑ์ประชากรศาสตร์ เช่น สถานภาพ รายได้ต่อเดือน อาชีพ
- เกณฑ์พฤติกรรม เช่น พฤติกรรมการใช้บริการพื้นที่เช่าจอร์แดน

การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)

เมื่อผู้ศึกษาได้กำหนดโอกาสต่างๆ ในการแบ่งส่วนตลาดแล้ว ผู้ศึกษาต้องตัดสินใจว่าจะเลือกตลาดเป้าหมายใด และมีจำนวนเท่าไร ซึ่งจะต้องหาเครื่องมือในการประเมินผลและเลือกส่วนตลาด ในการประเมินส่วนตลาดที่แตกต่างกัน ทางผู้ศึกษาได้มองปัจจัย 3 ประการ ได้แก่

- ขนาดและความเติบโตของส่วนตลาด
- ความน่าสนใจโดยรวมของส่วนตลาด
- วัตถุประสงค์และทรัพยากรของผู้ประกอบการ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ได้แก่

- กลุ่มคนทำงานอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป
- มีเงินเหลือหลังหักค่าใช้จ่ายเพียงพอที่จะจ่ายค่าเช่าที่จอร์แดน
- รูปแบบการดำเนินชีวิตชอบความสะดวก
- เป็นผู้อาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรรที่มีพื้นที่จอร์แดนอย่างจำกัด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง ได้แก่

- ผู้ที่ได้รับการบอกต่อจากลูกค้าเดิมที่เป็นสมาชิกเก่า

การวิเคราะห์ความแตกต่างกับคู่แข่ง

- ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ เป็นที่จอดรถยนต์ในร่ม และมีฝ้าคลุมรถบริการ ที่จอดรถยนต์ทั่วไปจะจอดพื้นที่เปิดโล่งหรือตาข่ายพรางแสง
- ความแตกต่างด้านบุคลากร มีพนักงานรักษาความปลอดภัยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง ที่จอดรถยนต์ทั่วไป มีเพียงพนักงานจัดระเบียบตอนจอดรถเท่านั้น
- ความแตกต่างด้านการบริการ มีน้ำดื่มและห้องน้ำ รวมถึงรถรับส่งบริเวณใกล้เคียงบริการ

3. กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

3.1 กลยุทธ์ด้านบริการ (Service Strategy)

รูปแบบการบริการจะเน้นการบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ วางใจ ปลอดภัย และสะดวกสบาย แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ และมาตรฐานในการให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะพนักงานจะต้องได้รับการฝึกฝนอย่างดี ให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ และปลูกจิตสำนึกให้กับพนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการอยู่เสมอ โดยจะยึดหลักการที่ต้องคำนึงถึง ดังนี้

สะดวก หมายความว่า ให้ลูกค้ามีความสะดวกในการใช้พื้นที่จอดรถ เมื่อลูกค้าจอดรถแล้ว ลูกค้าต้องสะดวกในการเข้าออกอาคารจอดรถ

สะอาด หมายถึง รถยนต์ของลูกค้าที่จะมาใช้บริการ ต้องสะอาดเอี่ยมเสมอ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจเวลาขับออกไปข้างนอก

ปลอดภัย หมายถึง รถยนต์ของลูกค้าทุกรายจะได้รับความปลอดภัย ไม่เกิดอันตรายใดๆ แม้แต่รอยขีดขูด ให้ลูกค้ามั่นใจว่าอาคารจอดรถยนต์จะไม่เกิดอันตรายแน่นอน

3.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

การตั้งราคาให้บริการของพื้นที่เช่าจอยครอยนต์ จะเป็นกลยุทธ์การตั้งราคาแบบสร้างภาพลักษณ์ (Price Image) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของบริษัท ที่มุ่งเน้นเรื่องคุณภาพบริการ รวมถึงสถานที่ที่ให้บริการอีกด้วย

ราคาบริการ จะตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งรายอื่น ที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน ถึงแม้ว่าจะให้บริการใกล้เคียงกันก็ตาม แต่เนื่องจากเหตุผล ดังต่อไปนี้

1. ต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ
2. ต้องการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ที่มาใช้บริการ
3. การให้บริการต่างๆ ที่มีความหลากหลาย
4. ต้องการลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน โดยเน้นการให้บริการในเชิงคุณภาพ ถึงแม้ว่าราคาจะสูงกว่าคู่แข่ง ก็จะไม่เป็นปัญหาในการตัดสินใจจะเลือกใช้บริการ

3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการให้บริการ (Distribution Strategy)

ทำเลที่ตั้งและสถานที่

ที่ตั้งอยู่ในเขตเสนานิคม กรุงเทพมหานคร ถือได้ว่าเป็นสถานที่ ที่มีการจราจรค่อนข้างหนาแน่น และมีหมู่บ้านจัดสรรเป็นจำนวนมาก

หลักการคัดเลือกสถานที่ตั้งของธุรกิจ ได้ใช้ปัจจัยต่างๆ มาประกอบการตัดสินใจ ดังต่อไปนี้

อาคารที่ตั้ง

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่ต้องการใช้บริการเป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรรระดับบน ดังนั้นการเลือกอาคารที่ตั้งจะต้องอยู่ในสภาพที่ดี มั่นคง ปลอดภัย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ ในการให้บริการ

ราคาค่าเช่า

ค่าเช่าพื้นที่ ซึ่งเป็นต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณากล่าวคือ ต้องมีความเหมาะสมด้านราคา หรือราคาไม่สูงจนเกินไป

สาธารณูปโภค

สถานที่ต้องสามารถให้บริการน้ำประปา ไฟฟ้า และโทรศัพท์ ได้อย่างไม่มีปัญหา และทางผู้ประกอบการได้จัดเตรียมพื้นที่บางส่วนสำหรับสำรองน้ำไว้ใช้เมื่อฉุกเฉิน พร้อมทั้งติดตั้งเครื่องปั่นสำรองไฟฟ้า ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน เนื่องจากธุรกิจบริการพื้นที่เช่าจอยครอยนต์มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ไฟฟ้าเป็นหลัก หากประสบปัญหาบ่อยๆ อาจส่งผลกระทบต่อ

ให้บริการ รวมทั้งการรักษาความปลอดภัยของสถานที่ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ทางผู้ศึกษาเห็นควรสร้างเป็นอาคารสองชั้น ที่มีอาณาบริเวณเป็นพื้นที่กว้างขวาง ตั้งอยู่ในซอยเสนานิคม กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นทำเลที่อยู่ในโซนหมู่บ้านจัดสรรระดับกลางขึ้นไป และยังมีความสะดวกสบายในเรื่องการเดินทางเข้าออกระหว่างอาคารจอดรถยนต์ และหมู่บ้านจัดสรรต่างๆ

3.4 กลยุทธ์การโฆษณาและส่งเสริมการขาย (Promotion Strategy)

วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย เพื่อต้องการสร้างความรู้จักให้กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้รับความรู้

แผ่นพับ (Folier)

การจัดทำแผ่นพับ เพื่อบอกข่าวสารถึงการเปิดให้บริการต่างๆ ให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามหมู่บ้านจัดสรร อาคารสำนักงาน และศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการติดตามของกลุ่มเป้าหมาย เหตุผลที่เลือกใช้สิ่งพิมพ์แผ่นพับ เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถส่งตรงถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด มีรายละเอียดการให้บริการ ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับและราคาในการใช้บริการ โดยจะแจกตามบริเวณสำคัญๆ เช่น ทางเข้า-ออกหมู่บ้านจัดสรร ทางเข้า-ออกอาคารสำนักงานในพื้นที่บริเวณใกล้เคียง

4. แผนการบริการ

บริการพื้นที่บนอาคารสำหรับจอดรถ 2 ชั้น ให้บริการทั้งรายเดือน ราย 6 เดือน และรายปี โดยสมาชิกที่ใช้บริการจะได้รับการให้บริการ ดังนี้

1. บริการรถรับ-ส่งภายในพื้นที่บริเวณไม่เกินกว่า 1 กิโลเมตร
2. บริการฝักตุ่มรด
3. บริการเช็ดฝุ่น

5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สถานะอุตสาหกรรม และสถานะตลาด

ในปัจจุบันประชาชนส่วนมากอาศัยรถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางและโดยส่วนใหญ่ในหนึ่งครัวเรือนมักมีรถยนต์มากกว่า 1 คัน แต่พื้นที่ในการจอดรถในบ้านไม่เพียงพอและปัจจุบันสถานะการแข่งขันของตลาดธุรกิจบริการรับฝากรถยนต์ยังมีไม่สูงนัก โดยเฉพาะเขตพื้นที่บนถนนเสนา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นหมู่บ้านจัดสรรที่มีพื้นที่ในการจอดรถอย่างจำกัด และยังมีผู้ประกอบการ ไม่มากนักที่ประกอบธุรกิจดังกล่าว เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่มีอยู่ จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจที่จะเข้ามาดำเนินการธุรกิจประเภทนี้ได้

5.2 การแบ่งส่วนการตลาด

เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจพื้นที่เช่าจอดรถยังไม่มากนักโดยส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่เช่าจอดรถลานโล่ง ในขณะที่ธุรกิจตามที่ศึกษานี้จะเป็นอาคารจอดรถที่มีหลังคาปิด จะทำให้สามารถดึงดูดลูกค้าได้เพิ่มขึ้น ดังนั้นส่วนแบ่งการตลาดของเราคาดว่าจะสามารถมีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณ 60% ของลูกค้าทั้งหมด

5.3 ขนาดของตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

5.3.1 ขนาดตลาด

ข้อมูลจากการศึกษาโดยแบบสอบถามพบว่ากลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการมีจำนวนเพียงพอและความต้องการที่จะฝากจอดรถยนต์นั้นอยู่ในระดับมีความต้องการฝากจอดรถยนต์ทันทีซึ่งถ้าเรานำความต้องการของกลุ่มเป้าหมายไปวางแผนและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดคาดว่าจะทำให้มีลูกค้าตัดสินใจที่จะมาใช้บริการเป็นจำนวนมากดังนั้นการดำเนินการลงทุนประกอบธุรกิจรับฝากจอดรถยนต์จึงมีความน่าสนใจที่จะลงทุนต่อไป

ทำการประมาณการกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 295 ชุดจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 73.75 ตอบว่ามีความสนใจและสามารถใช้บริการได้ทันที โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีรายได้ 25,000-50,000บาทต่อเดือนมีมากกว่า78.50%
 - กลุ่มลูกค้าที่มีรถยนต์ส่วนตัวมากกว่า 1 คันต่อครัวเรือน มี 90.25 %
 - รถยนต์ที่จอดหน้าบ้านมีจำนวนเฉลี่ย 221.80 คันต่อวัน
- จึงสรุปได้ว่าขนาดของตลาดมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

5.3.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีรายได้ 25,000 – 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีที่อาศัยอยู่ในบริเวณชอยเสนานิคม 1 และมีรถยนต์ส่วนตัวมากกว่า 1 คันต่อครัวเรือน

5.4 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

- ลักษณะของกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสนใจกับความปลอดภัยของรถยนต์ส่วนตัว
- ลักษณะของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบายในการเก็บรักษารถยนต์

5.5 สภาพการแข่งขัน

คู่แข่งได้แก่

ธุรกิจการให้บริการพื้นที่รับฝากรถแบบเปิดโล่ง สามารถให้บริการได้ 50 คัน อัตราค่าบริการ 2,000 บาท/เดือน หรือ ธุรกิจการให้บริการเช่าพื้นที่บริการรับฝากรถแบบมีหลังคา สามารถให้บริการได้ 50 คัน อัตราค่าบริการ 3,000 บาท/เดือน

5.6 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

เมื่อทำการเปรียบเทียบข้อได้เปรียบกับคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจในประเทศเดียวกันแล้วสามารถเปรียบเทียบเป็นตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.1 เปรียบเทียบข้อได้เปรียบกับคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจในประเทศเดียวกัน

สถานประกอบการ	ประเภท	จำนวน/คัน	ราคา	บริการ			
				กล้องวงจรปิด	รถรับส่ง	ประกันภัย	ทำความสะอาด
A	เปิดโล่ง	50	/	/	/	/	
B	มีหลังคา	50	/	/	/	/	
อาคารจอดรถ	อาคาร 2 ชั้น	100	/	/	/	/	

6. ข้อมูลธุรกิจ

ธุรกิจบริการพื้นที่เช่าจอร์แดนยนต์ จะมีลักษณะให้บริการแก่ลูกค้า โดยเป็นอาคารจอดรถ 2 ชั้น สามารถจอดรถได้ 100 คัน ภายในตัวอาคารมีความปลอดภัยสูง ด้วยระบบกล้อง ในวงจรปิดชั้นละ 4 ตัว ซึ่งทำให้ลูกค้ามีความไว้วางใจ และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลและทำความสะอาดให้กับรถยนต์ของลูกค้า และมีบริการรถรับ-ส่ง ไว้คอยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในระยะทาง 1 กิโลเมตร ในด้านความปลอดภัยสำหรับรถยนต์ ธุรกิจบริการพื้นที่เช่าจอร์แดนยนต์จะมีประกันอุบัติเหตุ ที่เกิดจากการให้บริการรับฝากรถยนต์ บริษัทยินดีที่จะจ่ายค่าชดเชยความเสียหายไม่เกิน 10,000 ต่อครั้ง หากเกิดการโจรกรรมหรือรถยนต์สูญหายจากการรับฝาก บริษัทยินดีชดเชยค่าเสียหายเท่ากับมูลค่ารถยนต์ ในการรับฝากรถยนต์ จะมีผ้าคลุมรถยนต์เพื่อป้องกันฝุ่นให้กลับลูกค้า และบริการเช็ด-ปิดฝุ่นให้กับลูกค้าทุกวัน ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

การให้บริการธุรกิจบริการพื้นที่เช่าที่จอร์แดนยนต์ สามารถแบ่งการให้บริการ ดังนี้

- แบบเปิดโล่งชั้นบน มีหลังคาตาข่ายพรางแสง สามารถให้บริการได้ 50 คัน อัตราค่าบริการ 3,000 บาท/เดือน
- แบบมีหลังคา ชั้น 1 สามารถให้บริการได้ 50 คัน อัตราค่าบริการ 3,000 บาท/เดือน

7. เป้าหมายของธุรกิจ

7.1 แผนระยะสั้น (1 ปี)

7.1.1 ทำการสื่อสารทางการตลาดให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด โดยมีลูกค้าในช่วงแรก 15% ของจำนวนลูกค้าทั้งหมดในบริเวณพื้นที่ชอยเสนานิคม 1

7.1.2 ลูกค้ามีความพึงพอใจ ไว้วางใจในบริการ ระดับการวัดผลที่ 85% ของจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ

7.1.3 มีรายได้สุทธิจากการดำเนินงานในปีแรกอย่างน้อย 300,000 บาทต่อเดือน หรือ 3,600,000 ต่อปี

7.2 แผนระยะกลาง (2-5 ปี)

7.2.1 ทำการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้าโดยตั้งเป้า ส่วนแบ่งการตลาดที่ 30 % ของธุรกิจบริการเช่าพื้นที่จอร์แดนยนต์ในเขตเสนานิคม

7.2.2 สามารถรักษากลุ่มลูกค้าเดิมได้อย่างน้อย 80 % และสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ 20 % จากกลุ่มลูกค้าเดิม

7.2.3 มีผลกำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นประมาณ 20% ในปีที่ 2

7.2.4 มียอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องประมาณ 10% ต่อปี

8. ขั้นตอนในการเลือกทำเล

8.1 เสาะหาพื้นที่ที่อยู่ในแหล่งชุมชนบ้านจัดสรร ที่เป็นที่อยู่อาศัยหมู่บ้านจัดสรรระดับบน ซึ่งเป็นการสะท้อนถึงคุณลักษณะทางประชากรว่าประชากรที่อยู่อาศัยในพื้นที่ดังกล่าวเป็นประชากรที่มีรายได้เหลือเก็บอยู่ในระดับบน

8.2 พิจารณาถึงความสะดวกในการเดินทาง เป็นบริเวณที่สามารถเข้าออกสะดวก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอีกทาง

8.3 คุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ ว่าอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี ปัญหาด้านความปลอดภัย ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการ

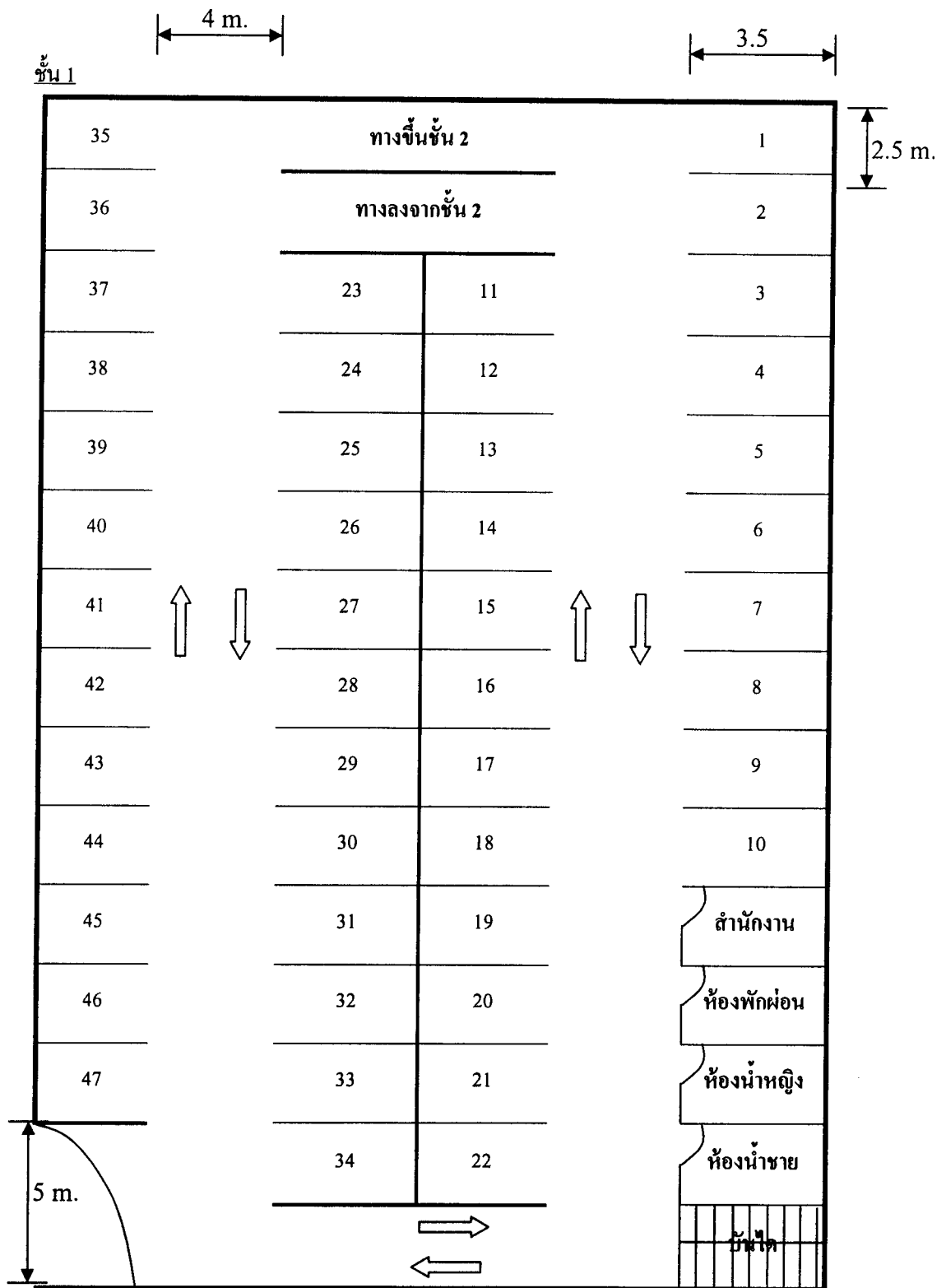
8.4 สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และโอกาสในการขยายตัว ถ้าบริเวณดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่างๆ เช่น ประปา ไฟฟ้า ทำเลนั้นก็อาจมีโอกาสนในการขยายตัว

8.5 สภาพการแข่งขันของธุรกิจเดียวกันในพื้นที่ ทำเลที่ดีต้องคำนึงถึงสภาพการแข่งขัน และจำนวนประชากร หรือกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เปรียบเทียบกับสัดส่วน เพื่อดูความเป็นไปได้ในการลงทุน ซึ่งสภาพการแข่งขันยังมีผลต่อรัศมีทางการค้าอีกด้วย การแข่งขันน้อยย่อมส่งผลต่อรัศมีทางการค้าที่กว้างขึ้น

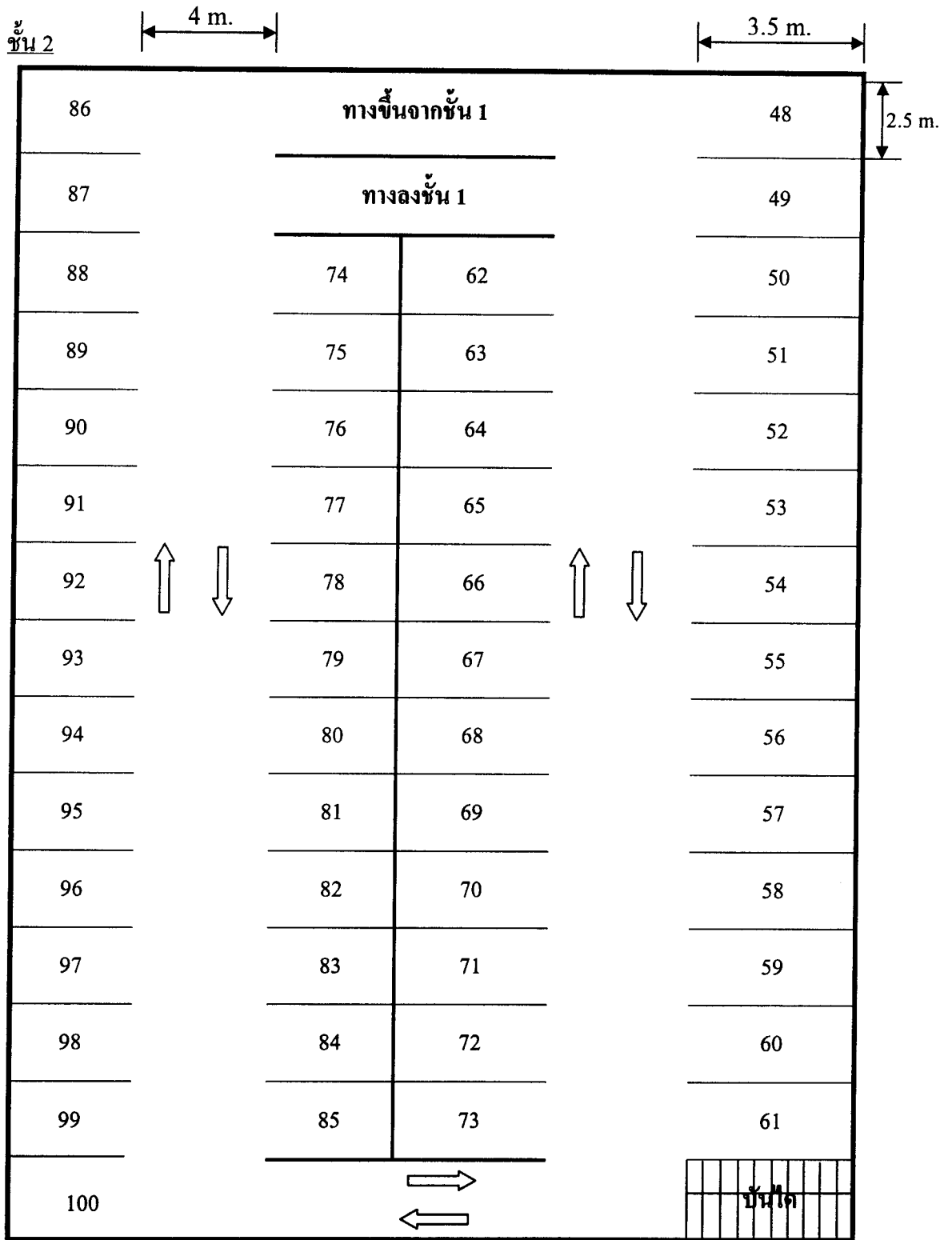
8.6 ต้นทุนและงบประมาณ เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ เพราะถ้าสถานที่ดีแค่ไหน แต่ถ้ามีงบประมาณไม่เพียงพอต่อการลงทุน ก็ไม่สามารถครอบครองพื้นที่ดังกล่าวได้

อาคารเช่าพื้นที่จอร์จในเขตเสนานิคม1 ตั้งอยู่บริเวณซอยเสนานิคม ถือได้ว่าเป็นสถานที่ที่สามารถเดินทางไปมาได้สะดวก และแวดล้อมไปด้วยหมู่บ้านจัดสรรระดับบนเป็นจำนวนมาก ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย ซึ่งรายละเอียดในการวางระบบการจอร์จ ได้แสดงออกมาเป็นผังอาคารจอร์จ เพื่อให้รู้ถึงความสามารถในการรองรับปริมาณรถจากผู้ใช้บริการ รวมไปถึงรู้ถึงกำลังการผลิต โดยรายละเอียดของผังอาคารจอร์จ แสดงในภาพที่ 2 และภาพที่ 3

แผนผังที่จอดรถ



ภาพที่ 4.1 แผนผังอาคารที่จอดรถชั้น 1



ภาพที่ 4.2 แผนผังอาคารที่จอดรถชั้น 2

ขั้นตอนการดำเนินการให้บริการ

1. ทำสัญญา

- ลูกค้ำที่มีความต้องการเช่าพื้นที่อาคารจอดรถ ต้องทำสัญญากับทางบริษัท เช่น สัญญารายเดือน ราย 6 เดือน หรือรายปี
- พนักงานธุรการจัดทำสัญญาให้กับทั้งฝ่ายลูกค้ำและฝ่ายบริษัท และรับเงินมัดจำล่วงหน้า 1 เดือน
- พนักงานชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับบริการให้กับลูกค้ำทราบและชี้แจงเกี่ยวกับข้อสัญญา

2. การต้อนรับลูกค้ำ

- พนักงานต้อนรับจะต้อนรับลูกค้ำโดยรับรถยนต์จากลูกค้ำและนำไปจอดในจุดจอดรถยนต์ของลูกค้ำ และนำกุญแจมาส่งให้กับลูกค้ำเจ้าของรถยนต์

3. การให้บริการลูกค้ำ

- พนักงานจะต้องตรวจสอบสภาพภายนอกของรถของลูกค้ำ หากมีร่องรอยขีดข่วน ควรแจ้งลูกค้ำก่อนรับรถยนต์

4. การรับชำระค่าบริการ

- พนักงานธุรการจะแจ้งยอดชำระค่าบริการทุกๆ วันที่ 27 ของทุกเดือน เพื่อให้ลูกค้ำทราบยอดที่ต้องชำระ และพนักงานธุรการจะจัดเก็บค่าบริการในวันที่ 1 ของเดือนถัดไป

9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

สรุปเงินลงทุนในโครงการ

ตารางที่ 4.2 สรุปเงินลงทุนในโครงการ

(หน่วย : บาท)

รายการ	เงินส่วนของเจ้าของ
ก่อสร้างอาคาร 2 ชั้น	1,000,000.00
ค่ามัดจำที่ดิน (ล่วงหน้า 3 เดือน)	45,000.00
ยานพาหนะ	200,000.00
กล้องวงจรปิด	80,000.00
ระบบไฟฟ้า	25,000.00
ระบบประปา	20,000.00
โทรทัศน์ 2 เครื่อง	10,600.00
อุปกรณ์สำนักงาน	60,000.00
ค่าใช้จ่ายในการรับสมัครพนักงาน	10,000.00
ค่าเครื่องแบบพนักงานรักษาความปลอดภัย	8,000.00
ปลอดภัย	
รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	1,458,600.00

9.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

เงินลงทุนสัดส่วนของเจ้าของ :

กิจการใช้เงินทุนจากส่วนของเจ้าของ ทั้ง 100% คิดเป็นจำนวนเงิน 1,458,600 บาท โดยที่ในปีแรกลงทุนไป 1,358,600 บาท และเพิ่มทุนอีก 100,000 บาท เป็นค่ายานพาหนะคันที่ 2 ในปีที่ 6

9.3 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ตารางที่ 4.3 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

(หน่วย : บาท)

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1	อาคาร	ก่อสร้างอาคาร 2 ชั้น สามารถจอดรถได้ 100 คัน	1,000,000.00
2	ยานพาหนะ	รถซูบารุสำหรับรับส่งลูกค้า 2 คัน (ซื้อคันแรกในปีที่ 1 และอีก 1 คันในปีที่ 5)	200,000.00
3	กล้องวงจรปิด	ชั้นละ 4 ตัว	80,000.00
4	โทรทัศน์สี 21 นิ้ว	โทรทัศน์สี ขนาด 21 นิ้ว จำนวน 2 เครื่อง	10,600.00
5	อุปกรณ์สำนักงาน	โต๊ะ เก้าอี้ โทรศัพท์ ตู้เก็บเอกสาร เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องปริ้นเตอร์ เครื่องปรับอากาศ	60,000.00
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน			1,350,600.00

9.4 ต้นทุนค่าเสียโอกาส

ต้นทุนค่าเสียโอกาสคิดคำนวณจาก อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 1.8% ต่อปี (อ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำบุคคลธรรมดา กับธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อย ประจำวันที่ 8 มิถุนายน 2553) และบวกค่าชดเชยความเสี่ยงธุรกิจอีก 2.7% (ประมาณการจากความเสี่ยงที่ยอมรับได้) จะได้ต้นทุนของเงินทุนถัวเฉลี่ยอยู่ที่ 4.5% ทำให้กำหนดได้ว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการเป็น 4.5% โดยจะนำไปเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจว่าควรลงทุนในโครงการนี้หรือไม่ต่อไป

9.5 สมมติฐานทางการเงิน

- 9.5.1 การรับชำระค่าเช่าเป็นเงินสดทั้งหมด ราคาเช่าต่อเดือนๆ ละ 3,000 บาท คงที่ใน 10 ปี แรก
- 9.5.2 ต้นทุนบริการ หมายถึง ต้นทุนที่ก่อให้เกิดรายได้จากการให้บริการ ได้แก่ ค่าวัสดุสำนักงาน ค่าน้ำมัน คิดเป็น 20% ของรายได้
- 9.5.3 เงินเดือนพนักงานธุรการ เดือนละ 6,500 บาท
- 9.5.4 จ้างพนักงานรักษาความปลอดภัย กะเช้า จำนวน 2 คน อัตราเดือนละ 8,500 บาท กะกลางคืน จำนวน 2 คน อัตราเดือนละ 9,500 บาท ทั้งนี้ในปี

ที่ 6 ข้างพนักงานรักษาความปลอดภัย กะเช้า เพิ่มขึ้นเป็น 3 คน อัตราเดือนละ 8,700 บาท กะกลางคืนเพิ่มขึ้นเป็น 3 คน อัตราเดือนละ 9,700 บาท

- 9.5.5 เงินเดือนพนักงานขับรถ เดือนละ 6,500 บาท
- 9.5.6 เงินเดือนพนักงานงานธุรการ และพนักงานขับรถ ในปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 เพิ่มขึ้นปีละ 500 บาท/คน ในปีที่ 6 ถึงปีที่ 10 เพิ่มขึ้นปีละ 600 บาท/คน พนักงานรักษาความปลอดภัยในปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 เพิ่มขึ้นปีละ 500 บาท ในปีที่ 6 ถึงปีที่ 10 เพิ่มขึ้นปีละ 600 บาท/คน
- 9.5.7 ค่าทำบัญชีเดือนละ 3,000 บาทต่อเดือน คงที่ใน 10 ปีแรก
- 9.5.8 ค่าเช่าที่ดิน เดือนละ 15,000 บาท สัญญาเช่า 10 ปี ค่าเช่าคงที่
- 9.5.9 ค่ามัดจำที่ดิน ล่วงหน้า 3 เดือน
- 9.5.10 ค่าประกันอุบัติเหตุและประกันอัคคีภัย คงที่ในระยะเวลา 10 ปีแรก
- 9.5.11 ค่าไฟฟ้า ค่าประปา เพิ่มขึ้นปีละ 2%
- 9.5.12 ค่า k = อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ณ ปัจจุบัน
- 9.5.13 นี้สินหมุนเวียนอื่นๆ คิดเป็น 2% ของยอดขายได้
- 9.5.14 ในปีที่ 10 นายซากอาคารให้เจ้าของที่ดินในราคา 700,000 บาท จำนวนจากมูลค่าอาคารเมื่อครบ 10 ปี หลังหักค่าเสื่อมราคา อยู่ที่ 500,000 บาท และมูลค่าซากของอาคารที่ได้ตกลงกันไว้ที่ 200,000 บาท รวมเป็นเงิน 700,000 บาท ซึ่งได้ทำการตกลงทำสัญญาไว้กับเจ้าของที่ดินเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

9.6 นโยบายทางการเงิน

- 9.6.1 ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ใช้วิธีการคำนวณแบบเส้นตรง คือ
- 1) อาคาร คิดค่าเสื่อมราคา 20 ปี อัตราร้อยละ 5
 - 2) ยานพาหนะ คิดค่าเสื่อมราคา 5 ปี อัตราร้อยละ 20
 - 3) อุปกรณ์ กล้องวงจรปิด และ โทรศัพท์ คิดค่าเสื่อมราคา 5 ปี อัตราร้อยละ 20

9.7 ประมาณการรายได้ค่าเช่ารายเดือน

ตารางที่ 4.4 ประมาณการรายได้ค่าเช่ารายเดือน

เดือนที่	จำนวนหน่วยพื้นที่ (ห้อง)	อัตราค่าเช่า (บาท/เดือน)	รายได้จากการให้เช่า (บาท)	รวมรายได้สะสม (บาท)
1	30	3,000	90,000.00	90,000.00
2	30	3,000	90,000.00	180,000.00
3	34	3,000	102,000.00	282,000.00
4	35	3,000	105,000.00	387,000.00
5	35	3,000	105,000.00	492,000.00
6	35	3,000	105,000.00	597,000.00
7	43	3,000	129,000.00	726,000.00
8	43	3,000	129,000.00	855,000.00
9	45	3,000	135,000.00	990,000.00
10	50	3,000	150,000.00	1,140,000.00
11	50	3,000	150,000.00	1,290,000.00
12	60	3,000	180,000.00	1,470,000.00

9.8 ประมาณการรายได้

ตารางที่ 4.5 ประมาณการรายได้

ปี พ.ศ.	พื้นที่เช่า (ช่อง)	อัตราค่าเช่า (บาท/หน่วย)	รายได้จากการให้เช่าที่จอตรด
2553	490	3,000	1,470,000.00
2554	539	3,000	1,617,000.00
2555	593	3,000	1,778,700.00
2556	652	3,000	1,956,570.00
2557	717	3,000	2,152,227.00
2558	789	3,000	2,367,449.70
2559	868	3,000	2,604,194.67
2560	955	3,000	2,864,614.14
2561	1,050	3,000	3,151,075.55
2562	1,155	3,000	3,466,183.11

หมายเหตุ : ยอดขายเติบโตปีละ 10%

9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
รายได้จากการให้บริการ	1,470,000.00	1,617,000.00	1,778,700.00	1,956,570.00	2,152,227.00	2,367,449.70	2,604,194.67	2,864,614.14	3,151,075.55	3,466,183.11
เร่าที่จอดรถ										
รายได้จากการขายซาก										
อาคารและค่าเสื่อม	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	700,000.00
ราคา										
เงินต้นกัมจัดจำที่คืน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	45,000.00
รวมรายได้สุทธิ	1,470,000.00	1,617,000.00	1,778,700.00	1,956,570.00	2,152,227.00	2,367,449.70	2,604,194.67	2,864,614.14	3,151,075.55	4,211,183.11
หัก ต้นทุนการให้บริการ	294,000.00	323,400.00	355,740.00	391,314.00	430,445.40	473,489.94	520,838.93	572,922.83	630,215.11	693,236.62
กำไรขั้นต้น	1,176,000.00	1,293,600.00	1,422,960.00	1,565,256.00	1,721,781.60	1,893,959.76	2,083,355.74	2,291,691.31	2,520,860.44	3,517,946.48
หัก ค่าใช้จ่ายในการ										
บริหาร	940,120.00	943,840.00	947,574.40	951,323.49	955,087.56	1,150,546.91	1,156,141.85	1,161,752.68	1,167,379.74	1,173,023.33
กำไรสุทธิ										
กำไรขาดทุน (สะสม)	235,880.00	585,640.00	1,061,025.60	1,674,958.11	2,441,652.15	3,185,065.01	4,112,278.89	5,242,217.52	6,595,698.22	8,940,621.37

หมายเหตุ กำไรสุทธิ หมายถึง กำไรสุทธิก่อนนำไปหักค่าลดหย่อนในการคำนวณภาษี

9.11 ประมาณการกระแสเงินสด

รายการ	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
เงินรับสุทธิ (จ่ายสุทธิ) จากการ										
ดำเนินงาน										
เงินรับขายทรัพย์สิน										
ขายได้สุทธิ	1,470,000.00	1,617,000.00	1,778,700.00	1,956,570.00	2,152,227.00	2,367,449.70	2,604,194.67	2,864,614.14	3,151,075.55	4,211,183.11
ค่าใช้จ่ายอื่นต้นทุนค่าก่อสร้าง	135,860.00	135,860.00	135,860.00	135,860.00	135,860.00	135,860.00	135,860.00	135,860.00	135,860.00	135,860.00
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
ค่าเสื่อมราคาเครื่องTVอุปโภค										
ตม.ง.	30,120.00	30,120.00	30,120.00	30,120.00	30,120.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมเงินรับสุทธิจากดำเนินงาน	1,705,980.00	1,852,980.00	2,014,680.00	2,192,550.00	2,388,207.00	2,573,309.70	2,810,054.67	3,070,474.14	3,356,935.55	4,417,043.11
เงินจ่ายสุทธิจากดำเนินงาน										
ต้นทุนบริการ	294,000.00	323,400.00	355,740.00	391,314.00	430,445.40	473,489.94	520,838.93	572,922.83	630,215.11	693,236.62
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	940,120.00	943,840.00	947,574.40	951,323.49	955,087.56	1,150,546.91	1,156,141.85	1,161,752.68	1,167,379.74	1,173,023.33
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	1,358,600.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมเงินจ่ายสุทธิจากดำเนินงาน	2,592,720.00	1,267,240.00	1,303,314.40	1,342,637.49	1,385,532.96	1,724,036.85	1,676,980.78	1,734,675.51	1,797,594.85	1,866,259.95
เงินสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน										
ทุนชำระแล้ว	1,358,600.00					100,000.00				
กระแสเงินสดเงินรับสุทธิ (จ่าย										
สุทธิ)	471,860.00	585,740.00	711,365.60	849,912.51	1,002,674.04	949,272.85	1,133,073.89	1,335,798.63	1,559,340.70	2,550,783.15
กระแสเงินสดรับสุทธิ (จ่ายสุทธิ)										
กระทบ	471,860.00	1,057,600.00	1,768,965.60	2,618,878.11	3,621,552.15	4,570,825.01	5,703,898.89	7,039,697.52	8,599,038.22	11,149,821.37

9.12 ประมาณการงบดุล (ต่อ)

รายการ	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
ที่ดินและส่วนของผู้ถือหุ้น										
ที่ดินทุน										
ที่ดินทุนเดิม	27,860.00	163,720.00	299,580.00	435,440.00	571,300.00	707,160.00	843,020.00	978,880.00	1,114,740.00	1,250,600.00
อื่นๆ										
รวมที่ดินทุน	27,860.00	163,720.00	299,580.00	435,440.00	571,300.00	707,160.00	843,020.00	978,880.00	1,114,740.00	1,250,600.00
ส่วนของผู้ถือหุ้น										
เงินลงทุน	1,358,600.00	1,358,600.00	1,358,600.00	1,358,600.00	1,358,600.00	1,458,600.00	1,458,600.00	1,458,600.00	1,458,600.00	1,458,600.00
กำไร (ขาดทุน)										
ระยะแรก	235,880.00	585,640.00	1,061,025.60	1,674,958.11	2,441,652.15	3,185,065.01	4,112,278.89	5,242,217.52	6,595,698.22	8,940,621.37
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,594,480.00	1,944,240.00	2,419,625.60	3,033,558.11	3,800,252.15	4,643,665.01	5,570,878.89	6,700,817.52	8,054,298.22	10,399,221.37
รวมที่ดินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,622,340.00	2,107,960.00	2,719,205.60	3,468,998.11	4,371,552.15	5,350,825.01	6,413,898.89	7,679,697.52	9,169,038.22	11,649,821.37

9.13 วิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB)

ระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากการลงทุนมีจำนวนเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิ ในระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่ปี 2553 ถึงปี 2562 โครงการพบว่ามีระยะเวลาคืนทุนที่ 2 ปี 6 เดือนกับอีก 26 วัน รายละเอียดแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 4.6 ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

ปี	กระแสเงินสดสุทธิ	เงินสะสม	หมายเหตุ
เงินลงทุน	-1,458,600.00	-1,458,600.00	
2553	471,860.00	-986,740.00	
2554	585,740.00	-401,000.00	ยังขาดอยู่อีก 401,000 บาท
2555	711,365.60	310,365.60	
2556	849,912.51	1,160,278.11	
2557	1,002,674.04	2,162,952.15	
2558	949,272.85	3,112,225.01	
2559	1,133,073.89	4,245,298.89	
2560	1,335,798.63	5,581,097.52	
2561	1,559,340.70	7,140,438.22	
2562	2,550,783.15	9,691,221.37	

จำนวนลงทุนของโครงการ 1,458,600.00 บาท ในปีที่ 2 ขาดอยู่ 401,000.00 บาท จึงจะเท่ากับเงินลงทุน โดยจำนวนเงินที่จะได้รับอีกในปีที่ 3 จำนวนได้จากสูตร

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + \frac{\text{จำนวนเงินส่วนที่ยังไม่ครบทุน}}{\text{กระแสเงินสดของปีที่ได้รับทุนคืน}}$$

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = 2 + \frac{401,000.00}{711,365.60}$$

$$= 2 \text{ ปี} + (0.564 \times 365) \text{ วัน}$$

$$= 2 \text{ ปี} 206 \text{ วัน}$$

$$= 2 \text{ ปี} 6 \text{ เดือน} 26 \text{ วัน}$$

ดังนั้นระยะเวลาคืนทุนของโครงการ จะอยู่ที่ 2 ปี 6 เดือน กับอีก 26 วัน

ค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

ผลต่างของกระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละปีตลอดอายุของโครงการจะถูกปรับด้วยตัวคูณส่วนลด (Discount Factor) เพื่อให้ได้เป็นมูลค่าปัจจุบัน เปรียบเทียบกับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่ายลงทุนในอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ ณ อัตรา 4.5% (อัตราต้นทุนเงินทุนถัวเฉลี่ย) พบว่ามูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่ายลงทุน เท่ากับ 6,868,004.22 บาท ดังนี้

ค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

ตารางที่ 4.7 ค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับ

ปี	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลด		ค่าปัจจุบัน	
		4%	5%	4%	5%
2553	471,860.00	.9615	.9524	453,693.39	449,399.46
2554	585,740.00	.9246	.9070	541,575.20	531,266.18
2555	711,365.60	.8890	.8638	632,404.02	614,477.61
2556	849,912.51	.8548	.8227	726,505.22	699,223.02
2557	1,002,674.04	.8219	.7835	824,097.80	785,595.11
2558	949,272.85	.7903	.7462	750,210.33	708,347.40
2559	1,133,073.89	.7599	.7107	861,022.85	805,275.61
2560	1,335,798.63	.7307	.6768	976,068.06	904,068.51
2561	1,559,340.70	.7026	.6446	1,095,592.78	1,005,151.02
2562	2,550,783.15	.6756	.6139	1,723,309.10	1,565,925.78
รวมค่าปัจจุบัน				8,584,478.74	8,068,729.70

อัตราส่วนต่างกัน

$$4\% - 5\% = 1\%$$

$$(4.50\% - 4\%) = 0.50\%$$

ค่าปัจจุบันต่างกัน

$$8,584,478.74 - 8,068,729.70 = 515,749.03$$

$$= (515,749.03 \times 0.50\%) / (1\%)$$

$$= 257,847.52$$

$$\text{ดังนั้น ค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับเท่ากับ } 584,478.74 - 257,847.52 = 8,326,604.22$$

$$\text{หัก ค่าปัจจุบันของเงินลงทุน} = -1,458,600.00$$

$$\text{ค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)} = 6,868,004.22$$

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR)

การคำนวณหาอัตราคิดลด หรืออัตราดอกเบี้ยที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุของโครงการ เท่ากับกระแสเงินสดจ่ายลงทุน อัตราส่วนที่คำนวณได้เท่ากับ 47.54% แสดงให้เห็นว่าอัตราผลตอบแทนของโครงการมากกว่าต้นทุนเงินทุนที่ 4.5%

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

ตารางที่ 4.8 ทดลองค่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

ปี	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราคิดลด		ค่าปัจจุบัน	
		47%	48%	47%	48%
2553	471,860.00	0.6803	0.6757	321,006.36	318,835.80
2554	585,740.00	0.4628	0.4565	271,080.47	267,390.31
2555	711,365.60	0.3148	0.3085	223,937.89	219,456.29
2556	849,912.51	0.2142	0.2084	182,051.26	177,121.77
2557	1,002,674.04	0.1457	0.1408	146,089.61	141,176.51
2558	949,272.85	0.0991	0.0952	94,072.94	90,370.78
2559	1,133,073.89	0.0674	0.0643	76,369.18	72,856.65
2560	1,335,798.63	0.0459	0.0434	61,313.16	57,973.66
2561	1,559,340.70	0.0312	0.0294	48,651.43	45,844.62
2562	2,550,783.15	0.0212	0.0198	54,076.60	50,505.51
รวมค่าปัจจุบัน				1,478,648.90	1,441,531.88
หักเงินลงทุนตั้งต้น				-1,458,600.00	-1,458,600.00
คงเหลือ				20,048.90	-52,577.02
ค่าปัจจุบันต่างกัน		อัตราส่วนต่างกัน			
1,478,648.90 - 1,441,531.88 = 37,117.02		51% - 50% = 1%			
1,478,648.90 - 1,458,600.00 = 20,048.90		= (1% x 20,048.90) / 37,117.02			
		= 0.54%			

ดังนั้น อัตราส่วนลดหรืออัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับ 47% + 0.54% = 47.54%

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความคุ้มค่าในการลงทุนธุรกิจรับฝากจอยครอยนต์ในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 โดยจัดทำประมาณการกระแสเงินสด (Cash flow Projection) เพื่อพิจารณาถึงต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ โดยใช้เกณฑ์การตัดสินใจคือ PB, NPV และ IRR มีวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาขนาดตลาดและประมาณการรายได้ของธุรกิจรับฝากจอยครอยนต์ในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1
- 2) เพื่อศึกษาและประมาณการรายจ่ายการลงทุนของธุรกิจรับฝากจอยครอยนต์ในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1
- 3) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนโดยพิจารณาจากเครื่องมือที่นำมาวิเคราะห์คือ PB, NPV, IRR

สำหรับการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

1. ขนาดและความต้องการใช้บริการ
2. ประมาณการค่าใช้จ่ายด้านการก่อสร้าง
3. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

ผลการศึกษา ขนาดและความต้องการใช้บริการพบว่า ลูกค้านี้มีความต้องการใช้บริการรับฝากจอยครอยนต์ ร้อยละ 73.75 เมื่อพิจารณาการลงทุน ประมาณการค่าใช้จ่ายด้านการก่อสร้างพบว่า ธุรกิจรับฝากจอยครอยนต์ ต้องใช้แหล่งเงินทุนทั้งสิ้น จำนวน 1,458,600 บาท ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนมาจากทุนของเจ้าของเองการวิเคราะห์ด้านการเงินพบว่าระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period : PB) พบว่ามีระยะเวลาอยู่ที่ 2 ปี 6 เดือน 26 วัน ค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) เท่ากับ 6,868,004.22 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก จึงมีความคุ้มค่าในการลงทุนธุรกิจดังกล่าว และเมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR) เมื่อกำหนดอัตราผลตอบแทนที่ทำให้ $NPV = 0$ จะได้ $IRR = 47.54\%$ ซึ่ง IRR ที่คำนวณได้สูงกว่าอัตราต้นทุน

เงินทุนที่คำนวณไว้ที่ 4.5% จึงยอมรับการลงทุนในธุรกิจนั้นได้ โดยสรุปแล้วแสดงว่าโครงการธุรกิจรับฝากจอร์แดนในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 ให้ผลตอบแทนมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

2. อภิปรายผล

ความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษาความคุ้มค่าในการลงทุนธุรกิจรับฝากจอร์แดนในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 1,358,600 บาท ซึ่งเป็นส่วนของเจ้าของทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 โดยสามารถให้บริการรับฝากจอร์แดนได้ในปี 2553 ได้จำนวน 504 ช่อง และ 1,188 ช่องภายในปี 2562 ซึ่งหมายความว่าโครงการนี้สามารถรองรับปริมาณความต้องการใช้พื้นที่จอร์แดนที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปีของประชาชนในพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 ได้ (จากแบบสอบถามสำรวจความต้องการที่ประชาชนต้องการพื้นที่ในการจอร์แดนในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1)

การลงทุนในโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period : PB) เท่ากับ 2 ปี 6 เดือน กับ 26 วัน ค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) เป็นบวกเท่ากับ 6,868,004.22 บาท และโครงการนี้ให้ผลตอบแทนการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR) เท่ากับ 47.54% ซึ่งให้ผลตอบแทนในอัตราที่สูงมาก อีกทั้งยังไม่มีการกู้ยืมเงินจากธนาคาร ทำให้ไม่มีภาระผูกพันในการชำระคืนเงินกู้

ผลการการศึกษาความคุ้มค่าในการลงทุนธุรกิจรับฝากจอร์แดนในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่ามีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการศึกษา กล่าวคือ โครงการนี้มีความเป็นไปได้ทั้งทางด้านการตลาด ทางด้านการดำเนินงาน และด้านการเงิน

ข้อจำกัดในการศึกษา

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการทั่วไปนั้น ผลการศึกษาจะถูกต้องและมีความแม่นยำมากน้อยหรือไม่เพียงใด ขึ้นอยู่กับความถูกต้องของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งการศึกษาความคุ้มค่าในการลงทุนธุรกิจรับฝากจอร์แดนในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 ในครั้งนี้ได้ข้อมูลมาจากการทำแบบสอบถามจากประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณดังกล่าว แล้วนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ในเชิงสถิติ แต่ด้วยข้อจำกัดของการสุ่มตัวอย่างเพื่อมาวิเคราะห์ จากประเด็นดังกล่าว ทำให้อาจเกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลทางด้านปริมาณความต้องการได้

3. ข้อเสนอแนะ

การศึกษาความคุ้มค่าในการลงทุนธุรกิจรับฝากจอครถยนต์ในเขตพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการเก็บเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ชอยเสนานิคม 1 เท่านั้น ไม่ถือว่าเป็นความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอครถยนต์ทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร ความคิดเห็นจะมีผลในช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษาเท่านั้น ในอนาคตอาจมีการเปลี่ยนแปลงปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว จึงต้องควรมีการทำการศึกษาใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความถูกต้องและเหมาะสมตามกาลเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- ฉัตยาพร เสมอใจ (2545) การตลาดธุรกิจบริการ กรุงเทพมหานคร : เอ็กเปอร์เน็ท
- ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2545) พฤติกรรมของผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร : เอ็กเปอร์เน็ท
- บุญชม ศรีสะอาด การวิจัยเบื้องต้น พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาสน, 2535
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2541) การตลาดบริการ กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักขิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์ (2534) การบริหารการตลาดยุคใหม่ กรุงเทพมหานคร : พัฒนาศึกษา
- _____ (2546) การบริหารตลาดยุคใหม่ กรุงเทพมหานคร เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร พัฒนาศึกษา
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักขิตานนท์ ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช (2541) กลยุทธ์การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร : ซีระฟิล์มและไซ-แท็กซ์

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอครยนต์ในพื้นที่ซอยเสนานิคม 1

แบบสอบถาม ชุดนี้มี 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอครยนต์

ตอนที่ 3 การตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอครยนต์

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและแนวทางปรับปรุงบริการรับฝากจอครยนต์

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในวงเล็บหน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ถ้าไม่มีข้อความที่ท่านต้องการเลือก โปรดเขียนข้อความลงในช่องอื่น ๆ

1) เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2) อายุ

1) ต่ำกว่า 30 ปี

2) 31 – 40 ปี

3) 41 – 50 ปี

4) 51 ปีขึ้นไป

3) สถานภาพการสมรส

1) โสด

2) สมรส

3) หม้าย-หย่าร้าง

4) อาชีพ

1) รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ

2) เกษตรกร

3) พนักงาน / ลูกจ้าง

4) นักศึกษา

5) ประกอบธุรกิจส่วนตัว

6) อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5) รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

1) ต่ำกว่า 10,000 บาท

2) 10,001 – 20,000 บาท

3) 20,001 – 30,000 บาท

3) 30,000 บาทขึ้นไป

6) จำนวนรถยนต์ที่ใช้ในครอบครัว

1) 1 คัน

2) 2 คัน

3) ตั้งแต่ 3 คันขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลกระทบต่อทัศนใจใช้บริการรับฝาก
จอครยนต์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ					
1.1 สถานที่จอดรถกว้างขวาง					
1.2 มีหลังคาบังแดด บังฝนที่คงทนถาวร					
1.3 มีรั้วรอบขอบชิด					
2. ด้านราคา					
2.1 ราคาเช่าจอครรถเหมาะสม					
2.2 มีระดับราคาสำหรับรถยนต์แต่ละขนาดชัดเจน					
2.3 มีราคาสำหรับรถยนต์จอดเป็นรายวัน					
3. ด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.1 ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการฝากจอด					
3.2 อยู่ใกล้แหล่งชุมชน/สถานที่ราชการ					
3.2 ความสะดวกในการติดต่อสอบถามข้อมูล					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ					
4.2 มีการประชาสัมพันธ์					
4.3 มีส่วนลดจากการสมัครเป็นสมาชิก					
5. ด้านบุคลากร					
5.1 พนักงานมีมารยาทดี ยิ้มแย้มแจ่มใส					
5.2 พนักงานมีบุคลิกดี					
5.3 พนักงานมีความรู้และให้คำแนะนำเกี่ยวกับบริการได้					
6. ด้านกระบวนการให้บริการ					
6.1 มีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าเป็นอย่างดี					
6.2 จำนวนพนักงานเพียงพอ					
6.3 ระบบจัดการจองรถและจดจำลูกค้า					
7. ด้านการให้บริการลูกค้า					
7.1 ระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง					
7.2 มีที่นั่งพักและมีห้องน้ำบริการ					
7.2 มีจักรยานหรือรถรับส่งบริการ					

ภาคผนวก ข
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

Reliability**Warnings**

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	21	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	21	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	30

ภาคผนวก ค
ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน และจำนวนรถยนต์ที่ใช้ในครอบครัว

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	270	67.50
ชาย	130	32.50
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	81	20.25
31 - 40 ปี	280	70.00
41 - 50 ปี	39	9.75
รวม	400	100.00
สถานภาพการสมรส		
โสด	98	24.50
สมรส	298	74.50
หม้าย-หย่าร้าง	4	1.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	136	34.00
เกษตรกร	35	8.75
พนักงาน / ลูกจ้าง	88	22.00
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	124	31.00
อื่น ๆ	17	4.25
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	86	21.50
10,001 - 20,000 บาท	217	54.25
20,001 - 30,000 บาท	94	23.50
30,000 บาทขึ้นไป	3	0.75
รวม	400	100.00
จำนวนรถยนต์ที่ใช้ในครอบครัว		
1 คัน	39	9.75
2 คัน	280	70.00
ตั้งแต่ 3 คันขึ้นไป	81	20.25
รวม	400	100.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดด้าน
ผลิตภัณฑ์และการบริการ

ปัจจัยทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ และการบริการ	ความสำคัญ (%)					ค่าเฉลี่ย	SD.	ระดับ ความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
สถานที่จอดรับกว้างขวาง	28.50	36.50	31.00	4.00	0.00	4.42	0.864	มากที่สุด
มีหลังคาบังแดด บังฝนที่ คงทนถาวร	19.00	52.25	23.75	5.00	0.00	4.09	0.779	มาก
มีรั้วรอบขอบชิด	27.25	38.25	30.00	4.25	0.25	3.99	0.867	มาก
รวม						4.22	0.836	มากที่สุด

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดด้านราคา

ปัจจัยทางการตลาดด้าน ราคา	ความสำคัญ (%)					ค่าเฉลี่ย	SD.	ระดับ ความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ราคาค่าจอดรถเหมาะสม	15.25	37.25	16.25	25.50	5.75	4.01	1.173	มาก
มีระดับราคาสำหรับ รถยนต์แต่ละขนาดชัดเจน	38.25	44.00	15.75	1.75	0.25	4.30	0.775	มากที่สุด
มีราคาสำหรับรถยนต์ จอดเป็นรายวัน	24.50	36.25	28.75	10.00	0.50	3.74	0.956	มาก
รวม						4.17	0.968	มาก

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยทางการตลาดด้าน สถานที่ให้บริการและ ช่องทางการจัดจำหน่าย	ความสำคัญ (%)					ค่าเฉลี่ย	SD.	ระดับ ความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ความสะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการฝากจอด	18.00	41.25	37.25	2.25	1.25	3.73	0.825	มาก
อยู่ใกล้แหล่งชุมชน/ สถานที่ราชการ	24.00	24.00	37.75	12.75	1.50	4.16	1.036	มาก
ความสะดวกในการ ติดต่อสอบถามข้อมูล	28.50	36.50	31.00	4.00	0.00	4.35	0.864	มากที่สุด
รวม						4.27	0.908	มากที่สุด

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยทางการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาด	ความสำคัญ (%)					ค่าเฉลี่ย	SD.	ระดับ ความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
มีการโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ	16.75	41.50	33.00	7.75	1.00	3.65	0.882	มาก
มีการประชาสัมพันธ์	16.25	36.50	40.75	5.75	0.75	3.62	0.850	มาก
มีส่วนลดจากการสมัคร เป็นสมาชิก	15.00	27.75	46.25	10.75	0.25	3.47	0.884	มาก
รวม						3.58	0.872	มาก

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดด้านบุคลากร

ปัจจัยทางการตลาดด้าน บุคลากร	ความสำคัญ (%)					ค่าเฉลี่ย	SD.	ระดับ ความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
พนักงานมีมารยาทดี ยิ้ม แย้มแจ่มใส	15.00	27.75	46.25	10.75	0.25	3.47	0.884	ปานกลาง
พนักงานมีบุคลิกดี	14.50	33.50	41.75	8.75	1.50	3.51	0.898	มาก
พนักงานมีความรู้และให้ คำแนะนำเกี่ยวกับบริการ ได้	32.00	47.25	16.00	4.25	0.50	4.06	0.833	มาก
รวม						3.68	0.871	มาก

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดด้าน
กระบวนการให้บริการ

ปัจจัยทางการตลาดด้าน กระบวนการให้บริการ	ความสำคัญ (%)					ค่าเฉลี่ย	SD.	ระดับ ความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
มีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าเป็นอย่างดี	32.00	47.25	16.00	4.25	0.50	4.06	0.833	มาก
จำนวนพนักงานเพียงพอ	15.25	37.25	16.25	25.50	5.75	3.97	1.173	มาก
ระบบจัดการจอร์ดและจดจำ ลูกค้า	38.25	44.00	15.75	1.75	0.25	4.33	0.775	มากที่สุด
รวม						4.15	0.927	มาก

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดด้านการให้บริการลูกค้า

ปัจจัยทางการตลาดด้านการให้บริการลูกค้า	ความสำคัญ (%)					ค่าเฉลี่ย	SD.	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	19.00	52.25	23.75	5.00	0.00	3.85	0.779	มาก
มีที่นั่งพักและมีห้องน้ำบริการ	27.25	38.25	30.00	4.25	0.25	4.35	0.867	มาก
มีจักรยานหรือรถรับส่งบริการ	18.00	36.75	37.75	7.25	0.25	3.97	0.866	มาก
รวม						4.17	0.837	มาก

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอครยนต์

การตัดสินใจใช้บริการรับฝากจอครยนต์	จำนวน	ร้อยละ
มีความต้องการใช้ทันที	295	73.75
ไม่แน่ใจต้องตัดสินใจก่อน	84	21.00
ไม่มีความต้องการใช้บริการ	21	5.25
รวม	400	100.00

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวกรรณิกา จิตติเจริญจันทร์
วัน เดือน ปีเกิด	13 พฤษภาคม 2510
สถานที่เกิด	ลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
สถานที่ทำงาน	ธุรกิจส่วนตัว ร้านอาหาร ขนส่งเอกมัย
ตำแหน่ง	เจ้าของร้าน