

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของหน่วยธุรกิจบริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่างของบริษัท นพดลพานิช จำกัด โดยการวิเคราะห์ผลการศึกษาเป็นการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ขั้นพื้นฐานในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องกับลงทุนเพื่อนำมาใช้ประกอบการจัดทำประมาณการรายได้และค่าใช้จ่ายสำหรับการประเมินการลงทุนซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาในด้านต่างๆดังนี้

1. การศึกษาด้านการตลาด
2. การศึกษาด้านเทคนิค
3. การศึกษาด้านการจัดการ
4. การศึกษาด้านการเงิน

#### ส่วนที่ 1 การศึกษาด้านการตลาด

ในส่วนนี้ ใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (PEST Analysis) SWOT Analysis และ Five Force Model ประกอบกับใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการทำแบบสอบถามกับผู้มาใช้บริการมาวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า เพื่อดูโอกาสของธุรกิจ และการเก็บแบบสอบถาม มากำหนด STP เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และประมาณการรายได้ของโครงการ และค่าใช้จ่ายทางการตลาดตลอดอายุโครงการ

#### ส่วนที่ 2 การศึกษาด้านเทคนิค

ในส่วนนี้จะใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบกับข้อมูลปฐมภูมิมาจากแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง เพื่อกำหนดแผนความสามารถในการให้บริการ และการประมาณการเงินลงทุนในสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน, ต้นทุนบริการ และค่าเสื่อมราคา

### ส่วนที่ 3 การศึกษาด้านการจัดการ

ในส่วนนี้จะใช้ข้อมูลทุติยภูมิประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ธุรกิจให้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง เพื่อกำหนดรูปแบบ และ โครงสร้างองค์กร หน้าที่ งาน และ ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน

### ส่วนที่ 4 การศึกษาด้านการเงิน

ในส่วนนี้จะใช้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการจัดการ มาสรุปประมาณการกระแสเงินสดสุทธิต่ออายุของโครงการ เพื่อใช้เครื่องมือทางการเงินในการประเมินความเป็นไปได้ในการลงทุนว่าควรลงทุนในโครงการนี้หรือไม่

#### 4.1 การศึกษาด้านการตลาด

การศึกษาด้านการตลาด (Market Analysis) ก่อนการตัดสินใจลงทุน เป็นการมองในภาพรวม พิจารณาแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์และอุปทาน อันเนื่องเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องเพื่อประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้วย PEST Analysis Five Force Model และ SWOT Analysis รวมทั้งเป็นการเตรียมการด้านข้อมูลพื้นฐาน ส่งผลถึงการกำหนดนโยบาย ขอบเขต ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาดเมื่อเริ่มดำเนินงานตามโครงการ

##### 4.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ PEST Analysis

PEST เป็นกรอบวิธีการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมในเชิงมหภาคที่ไม่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงต่อธุรกิจ แต่สามารถมีอิทธิพล หรือผลกระทบทางอ้อมได้ ในการศึกษาครั้งนี้จะนำสภาพแวดล้อมของจังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงปี พ.ศ. 2553 ซึ่งเป็นพื้นที่ และเป็นช่วงเวลาวางแผนเปิดให้บริการของหน่วยธุรกิจนี้ มาวิเคราะห์ ได้แก่

##### ปัจจัยด้านการเมือง และกฎหมาย P: Political Factor

จังหวัดเชียงใหม่มีแผนบังคับใช้กฎหมายผังเมืองใหม่ ซึ่งจะมีผลต่อการกำหนดทำเลที่ตั้งร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ มีแนวโน้มที่จะทำได้ยากขึ้นเรื่อยๆ

อำเภอสันกำแพงซึ่งเป็นพื้นที่ทำการของบริษัท นพดลพานิช จำกัด สาขาสันกำแพง เป็นเขตอิทธิพลทางการเมืองท้องถิ่นถึงผูกขาดสูง กระแสการลงทุนในพื้นที่เดิมจะอิงอยู่กับแผนการ

ลงทุนจากภาครัฐที่เป็นโครงการขนาดใหญ่ เช่น สนามบินแห่งใหม่ โรงงานยาสูบ เป็นต้น แต่เนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองที่ผันผวนในปัจจุบันนักลงทุนต่างชะลอการลงทุน จึงทำให้เศรษฐกิจพื้นที่มีแนวโน้มที่จะไม่ขยายตัวแบบก้าวกระโดดดังเช่นอดีตที่ผ่านมา

### **ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ E: Economic Factor**

ในขณะที่จังหวัดเชียงใหม่โดยรวมมีมูลค่าการลงทุนสูงสุดในภาคเหนือ แม้ว่าการท่องเที่ยวจะซบเซาไปในช่วงที่มีปัญหาการเมือง แต่ตัวจังหวัดยังมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจสูง เนื่องจากมีกลุ่มอุตสาหกรรม และธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งด้านเกษตร บริการ ท่องเที่ยว และภาคการผลิตต่างๆ โดยมีได้พึ่งพิงแต่เพียงภาคใดภาคหนึ่งเช่นจังหวัดอื่นๆ แต่ก็มีมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงอย่างต่อเนื่องมาหลายปี แสดงให้เห็นถึงการขยายเมืองที่เริ่มอิ่มตัว

มีการขยายตัวของโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในกลุ่มคอนโดมิเนียมใหม่ๆ เป็นจำนวนมากในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ส่วนแล้วแต่ประสบความสำเร็จด้านยอดขาย ทำให้ยังคงมีกระแสการลงทุนในธุรกิจนี้ต่อไปในปีหน้า พร้อมกับโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่เติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน

ดอกเบี้ยมีแนวโน้มสูงขึ้นตามสภาพเศรษฐกิจของประเทศที่ยังคงแข็งแกร่งขึ้นเรื่อยๆ

อัตรารว่างงานยังคงต่ำ เนื่องจากภาคการก่อสร้างที่มีการขยายตัวสูงในปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดภาวะขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานภาคก่อสร้าง และแรงงานมีฝีมือ

จากปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้แนวโน้มที่จะมีช่างรับเหมาขนาดเล็กเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีแนวโน้มจะเช่าเครื่องมือช่าง มากกว่าซื้อ โดยเฉพาะเครื่องมือช่าง เฉพาะทางที่มีราคาสูง

### **ปัจจัยด้านสังคม และวัฒนธรรม S: Social-Culture Factor**

เนื่องจากบริษัทเป็นบริษัทท้องถิ่นของคนเชียงใหม่มาตั้งแต่ต้น มีพนักงานที่เป็นผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก จึงทำให้สามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในท้องถิ่นได้ง่าย

จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีอัตราคนย้ายเข้าเพิ่มขึ้นต่อเนื่องมาตลอดหลายสิบปี เนื่องจากเป็นศูนย์กลางการศึกษาของภาคเหนือ จึงทำให้ยังคงมีอุปสงค์ด้านที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

### **ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ T: Technological**

เครื่องจักรอุปกรณ์สมัยใหม่ที่น่าเข้าจากต่างประเทศมีความหลากหลายมากขึ้น มีความพร้อมด้านบุคลากรในการทำงานกับเครื่องจักรเนื่องจากเป็นจังหวัดศูนย์รวมการศึกษาด้านอาชีว-อุตสาหกรรมจำนวนมาก

#### **4.1.2 การศึกษาภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมด้วย Five Force Model**

ใช้หลักการของ Five Force Model ของ Michael Porter (Porter, M.E.,1985) เป็นตัววิเคราะห์ ซึ่งมีหลักสำคัญ 5 ประการ

#### **การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)**

จากการสำรวจในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าธุรกิจบริการให้เช่าเครื่องมือมีผู้ประกอบการหลักอยู่ประมาณ 3 ราย ดังนั้นการแข่งขันระหว่างร้านที่ให้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง ถือว่าธุรกิจยังมีการแข่งขันกันน้อย แต่ยังมีคู่แข่งรายย่อย เช่น ประเภทโรงกลึง โรงหล่อ แต่ธุรกิจดังกล่าวไม่ได้มีบริการครบวงจรที่มีทั้งจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง พร้อมบริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องช่าง รวมทั้งบรรยากาศที่น่าเข้าใช้บริการ อาจถือได้การทำธุรกิจด้านนี้สามารถดึงดูดตลาดได้อย่างน่าสนใจสำหรับผู้ที่ต้องการความสะดวกในรูปแบบ One-stop Service

#### **อำนาจการต่อรองของผู้ขาย (Suppliers of Key Inputs)**

ธุรกิจบริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่างที่ครบวงจร มีเพียง 3 ราย ในขณะที่มี Supplier เครื่องมือช่างคุณภาพสูงเป็นจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง บริษัทสามารถอาศัย Supplier ให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร ฝึกอบรม และค่าใช้จ่ายการตกแต่งสถานที่ได้ อีกทั้งยังสามารถร่วมกันจัดกิจกรรมพิเศษในวาระต่างๆ ในพื้นที่ให้บริการ เช่น การบริการซ่อมเครื่องมือช่าง การให้ความรู้แก่ลูกค้า การสาธิตสินค้า ซึ่งถือว่าการดำเนินกิจกรรมได้อย่างครบวงจรยิ่งขึ้น

### การเข้ามาของบริการทดแทน (Substitute Products)

ธุรกิจบริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง มีความเสี่ยงจากการที่จะมีสินค้ารุ่นใหม่ ๆ ที่อาจจะมีคุณภาพต่ำ แต่ราคาถูกจากจีนเข้ามาจำหน่ายมากขึ้น ทำให้ลูกค้าบางกลุ่มอาจตัดสินใจไม่จำเป็นต้องใช้บริการเช่า เพราะค่าเช่าเครื่องมือช่างคุณภาพสูงหลาย ๆ วันก็อาจจะสามารถที่จะซื้อหาเครื่องมือคุณภาพต่ำจากจีนได้ ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายว่าต้องการบริการค่าใช้จ่ายทางการเงินทดแทนการที่จะต้องดูแลรักษาสินทรัพย์เองหรือไม่

### อำนาจต่อรองของลูกค้า (Buyers)

หากกล่าวถึงอำนาจการต่อรองของลูกค้าแล้ว ในขณะนี้ถือว่ายังไม่มีผลกระทบ เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้มีเพียง 3 ราย ในจังหวัดเชียงใหม่ และยังไม่มีความจำเป็นต้องเช่าเครื่องมือช่างที่เกี่ยวข้องกับเครื่องเลื่อยสายพาน และเครื่องเชื่อมท่อ เพราะส่วนใหญ่จะเป็นผู้รับเหมารายใหญ่รับงานเฉพาะทางซื้อไว้ใช้เอง ทำให้อำนาจการต่อรองด้านราคาของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือผู้รับเหมารายย่อย ยังมีน้อย

### คู่แข่งหน้าใหม่ (New Entrants)

เนื่องจากการโดยทั่วไปแล้วคู่แข่งในธุรกิจนี้ให้เช่าเป็นกลุ่มเครื่องจักรก่อสร้าง หรือนั่งร้านเป็นหลัก การให้เช่าเครื่องมือช่างเป็นรูปแบบค่อนข้างใหม่ และคู่แข่งในธุรกิจหลักเดิมคือร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ และดั้งเดิมยังไม่มีรายใดมีแผนดำเนินธุรกิจรูปแบบลักษณะนี้ ทั้งนี้ความยากของธุรกิจสำหรับรายใหม่ก็คือ ความเข้าใจในการจัดการระบบเช่า กระบวนการตั้งเงินมัดจำประกัน และรับคืน การบริหารต้นทุนซ่อมบำรุงที่จุกจิก รวมไปถึงระบบการควบคุมภายในที่ต้องรัดกุม ซึ่งสิ่งหนึ่งที่จะสร้างความแตกต่างเพื่อเป็นกำแพงกั้นคู่แข่งเชิงการตลาดก็คือการสร้างแบรนด์ ซึ่งจะต้องทำผ่านกระบวนการให้บริการ และข้อกำหนดด้าน Brand Identity โดยสรุปก็คือคู่แข่งหน้าใหม่เข้าธุรกิจนี้ได้ไม่ถนัดนัก เว้นแต่คู่แข่งในธุรกิจนี้ที่อาจจะขยายไลน์มาเล่นในตลาดสินค้ากลุ่มเดียวกัน

#### 4.1.3 การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของธุรกิจใหม่

### จุดแข็ง (Strength)

1. บริษัท นพดลพานิช จำกัด สาขาสันกำแพง เป็นศูนย์รวมบริการและจำหน่ายสินค้าที่เป็นแหล่งดึงดูดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาใช้บริการเป็นประจำอยู่แล้ว จึงไม่มีความจำเป็นต้องใช้จ่ายงบประมาณเพื่อประชาสัมพันธ์มากเป็นพิเศษ
2. อุปกรณ์และเครื่องมือบางส่วนเป็นการลงทุน โดยใช้สินค้าคงคลังเดิม นำมาโอนเข้าเป็นทรัพย์สินของหน่วยธุรกิจ ในราคาทุน ทำให้ได้เปรียบในด้านต้นทุนอุปกรณ์
3. มีฐานลูกค้ากลุ่มลูกค้าช่างรับเหมารายใหญ่ที่เน้นงานคุณภาพ เป็นกลุ่มลูกค้าหลักของทางร้านอยู่แล้ว
4. บริษัทมีศูนย์ซ่อมเครื่องมือช่างอยู่แล้ว ทำให้มีต้นทุนซ่อมบำรุงที่ต่ำกว่าท้องตลาด เพียงเพิ่มแผนการสต็อกอะไหล่อุปกรณ์ไว้รองรับเครื่องมือที่จะให้บริการตัด และเช่าเพิ่มเติม

### จุดอ่อน (Weakness)

1. เนื่องจากช่วงแรกไม่เน้นลงทุนสูง อุปกรณ์ในช่วงเริ่มต้นยังไม่หลากหลายหากเทียบกับธุรกิจที่ให้เช่าเครื่องมือทั่วไป
2. พนักงานที่ให้บริการยังขาดประสบการณ์ในการให้บริการในลักษณะนี้หรือมีใช้ช่างที่ใช้งานเครื่องมือช่างเป็นประจำจึงขาดความชำนาญในการใช้เครื่องมือช่างในช่วงแรก
3. การให้บริการเช่า จะมีต้นทุนการบำรุงรักษา และซ่อมบำรุงสูง จำเป็นจะต้องเลือกอุปกรณ์ที่บำรุงรักษาง่าย อะไหล่มีราคาถูกมาให้บริการ
4. กระบวนการควบคุมภายในด้านการเบิกจ่ายอะไหล่เครื่องมือเป็นเรื่องใหม่ที่บุคลากรหน่วยงานตรวจสอบยังขาดความชำนาญ รายการอะไหล่มีปริมาณมาก และหลากหลาย หากต้องจัดเก็บสต็อกอะไหล่เองการสูญหายตัดจ่ายอาจจะสูงในช่วงแรกของพัฒนาธุรกิจ

### โอกาส (Opportunity)

1. อุตสาหกรรมการก่อสร้างขยายตัวสูง เกิดช่างรายย่อยหน้าใหม่แต่มีเงินลงทุนน้อย ซึ่งมีความต้องการเช่าเครื่องมือแทนการซื้อเพิ่มขึ้น
2. ตลาดงานตกแต่งบ้านมีความต้องการงานฝีมือช่างที่ประณีตเป็นมืออาชีพมากขึ้น ช่างและเจ้าของบ้านที่ต้องการงานคุณภาพสูงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือช่างเฉพาะทางที่ทันสมัยมาดำเนินการมากขึ้น ซึ่งการใช้เครื่องมือช่างที่มีความแม่นยำสูง อุปกรณ์เฉพาะทาง จะมีราคาอุปกรณ์ที่สูงไปด้วย การที่มีอุปกรณ์ให้เช่าใช้เป็นการลดต้นทุนในการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรของผู้ประกอบการ

3. ช่างที่มีคุณภาพเน้นผลงานสามารถได้ประโยชน์จากผลงานที่คุณภาพสูงขึ้น เรียกราคาได้ คู้มค่ามากกว่าค่าเช่า หรือค่าบริการตัดที่จ่ายไป
4. มีคู่แข่งทางตรงที่ให้บริการเครื่องมือช่างเฉพาะทางในกลุ่มเดียวกันมีน้อย เช่นร้านเพื่อน ช่างที่อยู่ใกล้ที่สุดเน้นให้เช่านั้งร้าน เวที และแบบก่อสร้างเป็นหลัก
5. มีผู้ค้ำนำเข้าอุปกรณ์ทันสมัยเฉพาะทางเข้ามาเสนอจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จึงมีตัวเลือก ด้านเครื่องมือรูปแบบใหม่ๆ เป็นจำนวนมาก และผู้นำเข้าก็พร้อมจะให้การสนับสนุนด้าน เทคนิค

### อุปสรรค (Threat)

1. การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ในอนาคต จากธุรกิจให้เช่าเครื่องมือช่าง และร้านจำหน่าย เครื่องมือก่อสร้างที่เป็นคู่แข่งอยู่เดิม
2. การคิดค่าบริการในอุปกรณ์บางรายการยังไม่มีมาตรฐานที่แน่นอนให้เปรียบเทียบ เนื่องจากเป็นบริการใหม่ หรืออุปกรณ์ใหม่ หรือไม่มีคู่แข่ง ลูกค้าอาจไม่ยอมรับราคาที่ กำหนด
3. ภาวะผันผวนทางการเมืองซึ่งส่งผลถึงการตัดสินใจใช้เงินของผู้บริโภค และการลงทุน ใหม่ๆ การขยายตัวของตลาดอสังหาริมทรัพย์ และการก่อสร้างของจังหวัดเชียงใหม่ที่เริ่ม อิ่มตัว โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ในอัตราที่ต่ำลงเรื่อยๆอย่างต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปี ประกอบกับการที่เป็นเมืองใหญ่มีการแข่งขันเพิ่มขึ้นสูงมาก ไม่สอดคล้องกับการขยายตัว ของตลาดดังกล่าว ส่งผลให้อัตราการเข้ามาใช้บริการที่ร้านของลูกค้าอาจจะไม่เพิ่มขึ้นใน อัตราที่คาดหมายไว้ ส่งผลถึงประมาณการรายได้ที่วางแผนไว้ด้วย
4. การยอมรับ และความเป็นไปได้ในการดึงดูดลูกค้าเช่าเครื่องมือ ที่จะต้องวางเงินค้ำประกัน สินค้า โดยเฉพาะลูกค้ารายย่อยหน้าใหม่ที่มั่วรู้จักกัน ซึ่งไม่มีเงินทุนจะซื้อเครื่องเองอยู่แล้ว จะต้องสำรองเงินส่วนหนึ่งมาเป็นเงินค้ำประกัน

#### 4.1.4 การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของหน่วยธุรกิจบริการตัดวัสดุและเช่าเครื่องมือ ช่าง ผู้ศึกษาได้ ทำการสำรวจและเก็บข้อมูล โดยแบ่งตามกลุ่มของตัวอย่างดังนี้

เจ้าของบ้าน      100 ชุด

ช่าง                      100 ชุด

โดยสำรวจจากกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ บริษัท นพดลพานิช จำกัดทั้งสองสาขาฯ ละ 50 ชุดต่อกลุ่ม

### ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของหน่วยธุรกิจบริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่างของบริษัท นพดลพานิช จำกัดได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถาม ให้แก่ผู้ใช้บริการตัดวัสดุและเช่าเครื่องมือช่าง จำนวน 200 ราย แบ่งเป็นเจ้าของบ้าน 100 ราย และ ช่าง 100 ราย เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลทางการตลาด มีรายละเอียดดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศและกลุ่มลูกค้า

| เพศ  | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|------|-------------|--------|-------|--------|
|      | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ชาย  | 52          | 52     | 86    | 86     |
| หญิง | 48          | 48     | 14    | 14     |
| รวม  | 100         | 100    | 100   | 100    |

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 52 และเพศหญิงร้อยละ 48 สำหรับช่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 86 และเพศหญิง ร้อยละ 14

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ                          | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|--------------------------------|-------------|--------|-------|--------|
|                                | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| พนักงานบริษัท                  | 15          | 15     | 4     | 4      |
| ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 23          | 23     | -     | -      |
| เจ้าของธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย  | 32          | 32     | 7     | 7      |
| รับจ้าง                        | 19          | 19     | 16    | 16     |
| ผู้รับเหมา / ช่าง              | 0           | 0      | 53    | 53     |
| สถาปนิก / วิศวกร / มัณฑนากร    | 11          | 11     | 20    | 20     |
| รวม                            | 100         | 100    | 100   | 100    |

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน 3 อันดับแรก มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มากที่สุด ร้อยละ 32 รองลงมา คือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 23 และ มีอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 19 สำหรับช่าง 3 อันดับแรก มีอาชีพผู้รับเหมา / ช่าง มากที่สุด ร้อยละ 53 รองลงมาคือ อาชีพรับจ้างสถาปนิก/วิศวกร /มัณฑนากร ร้อยละ 20 และ อาชีพรับจ้าง ร้อยละ 16

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| อายุ          | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|---------------|-------------|--------|-------|--------|
|               | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 2           | 2      | -     | -      |
| 20-30 ปี      | 28          | 28     | 17    | 17     |
| 31-40 ปี      | 57          | 57     | 44    | 44     |
| 41-50 ปี      | 10          | 10     | 30    | 30     |
| มากกว่า 50 ปี | 3           | 3      | 9     | 9      |
| รวม           | 100         | 100    | 100   | 100    |

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน 3 อันดับแรก มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 57 รองลงมา คือ อายุ 20-30 ปี ร้อยละ 28 และ อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 10 สำหรับช่าง 3 อันดับแรก มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 44 รองลงมา คือ อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 30 และ อายุ 20-30 ปี ร้อยละ 17

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา            | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|--------------------------|-------------|--------|-------|--------|
|                          | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย | 2           | 2      | 3     | 3      |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. | 3           | 3      | 17    | 17     |
| อนุปริญญา / ปวส.         | 23          | 23     | 54    | 54     |
| ปริญญาตรี                | 59          | 59     | 26    | 26     |
| สูงกว่าปริญญาตรี         | 13          | 13     | -     | -      |
| อื่น ๆ                   | -           | -      | -     | -      |
| รวม                      | 100         | 100    | 100   | 100    |

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน 3 อันดับแรก มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 59 รองลงมา คือ ระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 23 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 13 สำหรับช่าง 3 อันดับแรก มีระดับการศึกษานอนุปริญญา/ปวส.

มากที่สุด ร้อยละ 54 รองลงมา คือ ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 26 และ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ร้อยละ 17

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|----------------------|-------------|--------|-------|--------|
|                      | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 5,000 บาท    | -           | -      | -     | -      |
| 5,000-10,000 บาท     | 2           | 2      | 5     | 5      |
| 10,001-15,000 บาท    | 7           | 7      | 23    | 23     |
| 15,001-20,000 บาท    | 28          | 28     | 31    | 31     |
| 20,001-25,000 บาท    | 42          | 42     | 29    | 29     |
| มากกว่า 25,000 บาท   | 21          | 21     | 12    | 12     |
| รวม                  | 100         | 100    | 100   | 100    |

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน 3 อันดับแรก มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 42 รองลงมา คือ รายได้ 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 28 และ รายได้ มากกว่า 25,000 บาท ร้อยละ 21 สำหรับช่าง 3 อันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 31 รองลงมา คือ รายได้ 20,001-25,000 บาท ร้อยละ 29 และรายได้ 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 23

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่ใช้บริการซื้อสินค้าเป็นประจำ

| ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง<br>ที่ใช้บริการเป็นประจำ | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|---|-------------|--------|-------|--------|
|   | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 1-2 ร้าน  | 23          | 23     | 64    | 64     |
| 3-5 ร้าน  | 77          | 77     | 17    | 17     |
| มากกว่า 5 ร้าน                                    | -           | -      | 19    | 19     |
| รวม   | 100         | 100    | 100   | 100    |

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน มีร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่ใช้บริการเป็นประจำจำนวน 3-5 ร้านมากที่สุด ร้อยละ 77 รองลงมา คือ จำนวน 1-2 ร้าน ร้อยละ 23 สำหรับช่าง มีร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่ใช้บริการเป็นประจำจำนวน 1-2 ร้านมากที่สุด ร้อยละ 64 รองลงมา คือ มากกว่า 5 ร้าน ร้อยละ 19 และ จำนวน 1-2 ร้าน ร้อยละ 17

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่เลือกใช้บริการ

| ลักษณะของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง<br>ที่เลือกใช้บริการ | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|--|-------------|--------|-------|--------|
|  | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ร้านขนาดเล็ก   | 4           | 4      | 11    | 11     |
| ร้านขนาดใหญ่   | 58          | 58     | 30    | 30     |
| ทั้ง 2 ขนาด  | 38          | 38     | 59    | 59     |
| รวม  | 100         | 100    | 100   | 100    |

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน ส่วนใหญ่ใช้บริการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างร้านขนาดใหญ่ มากที่สุด ร้อยละ 58 รองลงมา คือ ร้านขนาดใหญ่และร้านขนาดเล็ก ร้อยละ 38 และร้านขนาดเล็ก ร้อยละ 4 สำหรับช่าง ส่วนใหญ่ใช้บริการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ร้านขนาดใหญ่และร้านขนาดเล็ก มากที่สุด ร้อยละ 59 รองลงมา คือ ร้านขนาดใหญ่ ร้อยละ 30 และ ร้านขนาดเล็ก ร้อยละ 11

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่เลือกซื้อที่ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

| ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ<br>ที่ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|---|-------------|--------|-------|--------|
|   | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| สินค้าสุขภัณฑ์  | 20          | 20     | 13    | 13     |
| สินค้าเซรามิก   | 33          | 33     | 9     | 9      |
| สินค้าฮาร์ดแวร์   | 5           | 5      | 27    | 27     |
| สินค้าเครื่องมือช่าง                                    | 4           | 4      | 38    | 38     |
| สินค้าแสงสว่าง  | 39          | 39     | 3     | 3      |
| สินค้าสีเคมีภัณฑ์                                       | 16          | 16     | 47    | 47     |
| สินค้าตกแต่งบ้าน  | 7           | 7      | 4     | 4      |
| สินค้าประปา   | 10          | 10     | 32    | 32     |
| สินค้าวัสดุก่อสร้าง                                     | 14          | 14     | 63    | 63     |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ค่าร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 รายในแต่ละประเภท

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน 3 อันดับแรก เลือกซื้อที่ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างประเภทสินค้าแสงสว่างมากที่สุด ร้อยละ 39 รองลงมา คือ สินค้าเซรามิก ร้อยละ 33 และ สินค้าสุขภัณฑ์ ร้อยละ 20 สำหรับช่าง 3 อันดับแรก เลือกซื้อที่ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างประเภทสินค้าวัสดุก่อสร้าง ร้อยละ 63 รองลงมา คือ สินค้าสีและเคมีภัณฑ์ ร้อยละ 47 และสินค้าเครื่องมือช่าง ร้อยละ 38

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างต่อสัปดาห์

| ความถี่ในการใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างต่อสัปดาห์ | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|--|-------------|--------|-------|--------|
|  | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| น้อยกว่า 1 สัปดาห์ต่อครั้ง                       | 15          | 15     | -     | -      |
| 1 ครั้ง / สัปดาห์                                | 29          | 29     | 10    | 10     |
| 2 ครั้ง / สัปดาห์                                | 51          | 51     | 24    | 24     |
| 3 ครั้ง / สัปดาห์                                | 5           | 5      | 35    | 35     |
| 4 ครั้ง / สัปดาห์                                | -           | -      | 16    | 16     |
| 5 ครั้ง / สัปดาห์                                | -           | -      | 9     | 9      |
| 6 ครั้ง / สัปดาห์                                | -           | -      | 5     | 5      |
| 7 ครั้ง / สัปดาห์                                | -           | -      | 1     | 1      |
| รวม  | 100         | 100    | 100   | 100    |

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน มีความถี่ในการใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้าง 3 อันดับแรก มากที่สุด 2 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมา คือ 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 29 และความถี่น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 15 สำหรับช่าง 3 อันดับแรก ความถี่ในการใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างความถี่ 3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 35 รองลงมา คือ 2 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 24 และ 3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 16

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงวันที่ใช้บริการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

| ช่วงวันที่ใช้บริการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|---|-------------|--------|-------|--------|
|   | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| วันทำการ (จันทร์-ศุกร์)                     | 7           | 7      | 53    | 53     |
| วันเสาร์-อาทิตย์                            | 64          | 64     | 36    | 36     |
| วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ              | 29          | 29     | 11    | 11     |

|     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| รวม | 100 | 100 | 100 | 100 |
|-----|-----|-----|-----|-----|

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน ใช้บริการร้านจำหน่ายวัสดุ ก่อสร้างช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ มากที่สุด ร้อยละ 64 รองลงมา คือ วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ ร้อยละ 29 และ วันทำการ (จันทร์-ศุกร์) ร้อยละ 7 สำหรับช่าง ใช้บริการร้านจำหน่ายวัสดุ ก่อสร้าง ช่วงวันทำการ (จันทร์-ศุกร์) มากที่สุด ร้อยละ 53 รองลงมา คือ วันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 36 และ วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดพิเศษ ร้อยละ 11

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการร้าน จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

| ช่วงเวลาที่ให้บริการ<br>ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง | เจ้าของบ้าน |        | ผู้รับเหมา/ช่าง |        |
|--|-------------|--------|-----------------|--------|
|  | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน           | ร้อยละ |
| 8.00 - 9.00 น.                                   | 3           | 3      | 49              | 49     |
| 9.01 - 11.00 น.                                  | 17          | 17     | 25              | 25     |
| 11.01 - 13.00 น.                                 | 64          | 64     | 6               | 6      |
| 13.01 - 16.00 น.                                 | 9           | 9      | 8               | 8      |
| 16.01 - 18.00 น.                                 | 7           | 7      | 12              | 12     |
| รวม  | 100         | 100    | 100             | 100    |

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน เวลาที่มาใช้บริการร้าน จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง 3 อันดับแรก คือช่วงเวลา 11.01 - 13.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 64 รองลงมา คือ เวลา 9.01 - 11.00 น. ร้อยละ 17 และ เวลา 13:01 - 16:00 น. ร้อยละ 9 สำหรับช่าง ใช้บริการร้าน จำหน่ายวัสดุก่อสร้างช่วงเวลา 3 อันดับแรก คือเวลา 8:00 - 9:00 น. ร้อยละ 49 รองลงมา เวลา 09:01 - 11:00 น. ร้อยละ 25 และเวลา 16:01 - 18:00 น. ร้อยละ 12

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

| ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|--|-------------|--------|-------|--------|
|  | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 500 บาท  | 2           | 2      | 4     | 4      |
| 501 - 1,000 บาท  | 7           | 7      | 9     | 9      |
| 1,001 – 5,000 บาท  | 15          | 15     | 38    | 38     |
| 5,001 - 10,000 บาท   | 29          | 29     | 26    | 26     |
| 10,001 – 50,000 บาท  | 34          | 34     | 12    | 12     |
| 50,001 - 100,000 บาท   | 8           | 8      | 11    | 11     |
| 100,001- 500,000 บาท   | 3           | 3      | -     | -      |
| มากกว่า 500,001บาท   | 2           | 2      | -     | -      |
| รวม  | 100         | 100    | 100   | 100    |

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน มีค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง 3 อันดับแรก เฉลี่ยต่อครั้งที่ 10,001-50,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 34 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่าย 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 29 และ ค่าใช้จ่าย 1,001-5,000 บาท ร้อยละ 15 สำหรับช่าง มีค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง 3 อันดับแรก เฉลี่ยต่อครั้งที่ 1,001– 5,000 บาท ร้อยละ 38 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่าย 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 26 และ ค่าใช้จ่าย 10,001-50,000 บาท ร้อยละ 12



ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่เลือกใช้บริการ

| ประเภทของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง<br>ที่เลือกใช้บริการ | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|--|-------------|--------|-------|--------|
|  | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย                               | 71          | 71     | 82    | 82     |
| สินค้ามีคุณภาพมาตรฐาน                                  | 84          | 84     | 57    | 57     |
| มีสื่อโฆษณาที่ดี                                       | 35          | 35     | 24    | 24     |
| มีการบริการดีและรวดเร็ว                                | 63          | 63     | 73    | 73     |
| ราคาไม่แพง   | 68          | 68     | 87    | 87     |
| มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ                                  | 56          | 56     | 68    | 68     |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ค่าร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มลูกค้ากลุ่มละ 100 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน เลือกใช้บริการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง 3 อันดับแรก ที่สินค้ามีคุณภาพมาตรฐานมากที่สุด ร้อยละ 84 รองลงมา คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 71 และ ราคาไม่แพง ร้อยละ 68 สำหรับช่าง เลือกใช้บริการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง 3 อันดับแรก ที่สินค้าน่าสนใจ มากที่สุด ร้อยละ 87 รองลงมา คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 82 และ มีการบริการดีและรวดเร็ว ร้อยละ 73

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งการรับรู้ข่าวสาร โพรโมชันสินค้า/กิจกรรม ของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

| แหล่งการรับรู้ข่าวสารโพรโมชันสินค้า/<br>กิจกรรม ของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|---|-------------|--------|-------|--------|
|   | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| โปรচার์/ใบปลิว  | 47          | 47     | 29    | 29     |
| สื่อวิทยุ   | 26          | 26     | 39    | 39     |
| พนักงานโทรแจ้ง  | 33          | 33     | 41    | 41     |
| บัตรเชิญ  | 8           | 8      | 10    | 10     |
| หนังสือพิมพ์  | 5           | 5      | 2     | 2      |
| รถแห่   | 13          | 13     | 6     | 6      |
| เว็บไซต์  | 12          | 12     | -     | -      |

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ค่าร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มลูกค้า กลุ่มละ 100 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน รับรู้ข่าวสารโพรโมชันสินค้า/กิจกรรม ของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง 3 อันดับแรก จากโปรচার์/ใบปลิว มากที่สุด ร้อยละ 47 รองลงมา คือ พนักงานโทรแจ้ง ร้อยละ 33 สื่อวิทยุ ร้อยละ 26 สำหรับช่าง รับรู้ข่าวสารโพรโมชันสินค้า/กิจกรรม ของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง 3 อันดับแรก จาก พนักงานโทรแจ้ง มากที่สุด ร้อยละ 41 รองลงมา คือ สื่อวิทยุ ร้อยละ 39 และ โปรচার์/ใบปลิว ร้อยละ 29

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกที่ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างที่ทันสมัยควรมี

| สิ่งอำนวยความสะดวก<br>ที่ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง<br>ที่ทันสมัยควรมี | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|--|-------------|--------|-------|--------|
|  | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| อินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง  | 9           | 9      | 6     | 6      |
| โต๊ะและเก้าอี้ที่ออกแบบสวยงาม นั่งสบาย                                 | 37          | 37     | 26    | 26     |
| เครื่องเสียงดีเปิดเพลงเพราะ  | 8           | 8      | 17    | 17     |
| การประชาสัมพันธ์โปรโมชันผ่านเครื่อง<br>เสียง เหมือนห้างสรรพสินค้า      | 22          | 22     | 31    | 31     |
| ป้ายโฆษณาที่มีความชัดเจนและสวยงาม                                      | 56          | 56     | 64    | 64     |
| สามารถดูข้อมูลของสินค้าทางเว็บไซต์ได้<br>เหมือนมาเดินดูที่ร้าน         | 28          | 28     | 3     | 3      |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ค่าร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มลูกค้า กลุ่มละ 100 ราย

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม **เจ้าของบ้าน** คิดว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างที่ทันสมัยควรมี 3 อันดับแรก คือ ป้ายโฆษณาที่มีความชัดเจนและสวยงามมากที่สุด ร้อยละ 56 รองลงมา คือ โต๊ะและเก้าอี้ที่ออกแบบสวยงาม นั่งสบาย ร้อยละ 37 และ สามารถดูข้อมูลของสินค้าทางเว็บไซต์ได้เหมือนมาเดินดูที่ร้าน ร้อยละ 28 สำหรับ **ช่าง** คิดว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างที่ทันสมัยควรมี 3 อันดับแรก คือ ป้ายโฆษณาที่มีความชัดเจนและสวยงามมากที่สุด ร้อยละ 64 รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์โปรโมชันผ่านเครื่องเสียงเหมือนห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 31 และ โต๊ะและเก้าอี้ที่ออกแบบสวยงาม นั่งสบาย ร้อยละ 26

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม และความต้องการในการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง ของ บริษัท นพดลพานิช จำกัด

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่เคยและไม่เคยใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง

| ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการตัดวัสดุ<br>และให้เช่าเครื่องมือช่าง | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|--|-------------|--------|-------|--------|
|  | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| เคย  | 34          | 34     | 83    | 83     |
| ไม่เคย   | 66          | 66     | 17    | 17     |
| รวม  | 100         | 100    | 100   | 100    |

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน ไม่เคยใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง ร้อยละ 66 และเคยใช้ ร้อยละ 34 สำหรับช่าง เคยใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง ร้อยละ 83 และไม่เคยใช้ ร้อยละ 17

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง

| ชื่อร้าน                   | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|----------------------------|-------------|--------|-------|--------|
|                            | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| หสม.ฟ้าใสคอนสตรัคชั่นทูลส์ | 14          | 41.18  | 47    | 56.63  |
| บจก.เฮฟวี 1991             | 8           | 23.53  | 32    | 38.55  |
| หจก.เพื่อนช่าง             | 17          | 50.00  | 63    | 75.90  |
| อื่น ๆ                     | 3           | 8.82   | 6     | 7.23   |

หมายเหตุ :

1. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ค่าร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าของบ้านจำนวน 34 คน และช่างจำนวน 83 คน
2. อื่นๆ ได้แก่ หจก.เชียงใหม่สินเสรี เป็นเจ้าของบ้าน 1 ราย ช่าง 1 ราย บจก.วีระพันธ์ เป็นเจ้าของบ้าน 2 ราย เป็นช่าง 3 ราย ร้านจ้งหย่งเฮงเส็ง เป็นเจ้าของบ้าน 0 ราย เป็นช่าง 2 ราย

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน ใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่างจาก หจก.เพื่อนช่าง มากที่สุด ร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ หสม.ฟ้าใสคอนสตรัคชั่น ทูลส์ ร้อยละ 41.18 และ บจก.เฮฟวี 1991 ร้อยละ 23.53 สำหรับช่าง ใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่างจาก หจก.เพื่อนช่าง มากที่สุด ร้อยละ 75.90 รองลงมา คือ หสม.ฟ้าใสคอนสตรัคชั่น ทูลส์ ร้อยละ 56.63 และ บจก.เฮฟวี 1991 ร้อยละ 38.55

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง

| เหตุผลที่ใช้บริการตัดวัสดุ<br>และให้เช่าเครื่องมือช่าง | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|--|-------------|--------|-------|--------|
|  | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| เป็นเครื่องมือที่มีราคาแพง                             | 16          | 47.06  | 41    | 49.40  |
| ใช้งานระยะสั้น ไม่จำเป็นต้องลงทุนซื้อ                  | 19          | 55.88  | 25    | 30.12  |
| ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา                    | 8           | 23.53  | 24    | 28.92  |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ค่าร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้าน 34 คน และ ช่าง 83 คน

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน มีเหตุผลที่ใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง คือ ใช้งานระยะสั้น ไม่จำเป็นต้องลงทุนซื้อมากที่สุด ร้อยละ 55.88 รองลงมา คือ เป็นเครื่องมือที่มีราคาแพง ร้อยละ 47.06 และ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา ร้อยละ 23.53 สำหรับช่าง มีเหตุผลที่ใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง คือ เป็นเครื่องมือที่มีราคาแพง ร้อยละ 49.40 รองลงมา คือ ใช้งานระยะสั้น ไม่จำเป็นต้องลงทุนซื้อ ร้อยละ 30.12 และ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา ร้อยละ 28.92

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสนใจที่จะใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง

| ความสนใจที่จะใช้บริการตัดวัสดุ<br>และให้เช่าเครื่องมือช่าง | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|--|-------------|--------|-------|--------|
|  | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ใช้บริการตัดวัสดุ  | 15          | 15     | 39    | 39     |
| ใช้บริการเช่าเครื่องมือช่าง                                | 2           | 2      | 9     | 9      |
| ใช้บริการตัดวัสดุและเช่าเครื่องมือช่าง                     | 8           | 8      | 18    | 18     |
| ไม่ใช้บริการ เพราะมาซื้อสินค้า                             | 75          | 75     | 34    | 34     |
| รวม  | 100         | 100    | 100   | 100    |

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน ส่วนใหญ่ไม่ใช้บริการตัดวัสดุ เพราะมาซื้อสินค้า ร้อยละ 75 รองลงมา คือ สนใจใช้บริการตัดวัสดุ ร้อยละ 15 ใช้บริการตัดวัสดุและเช่าเครื่องมือช่าง ร้อยละ 8 และใช้บริการเช่าเครื่องมือช่าง ร้อยละ 2 สำหรับช่าง มีการใช้บริการตัดวัสดุ ร้อยละ 39 รองลงมา คือ ไม่ใช้บริการ เพราะมาซื้อสินค้า ร้อยละ 34 ใช้บริการตัดวัสดุและเช่าเครื่องมือช่าง ร้อยละ 18 ใช้บริการเช่าเครื่องมือช่าง ร้อยละ 9

ตารางที่ 20 สรุปจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจใช้บริการแต่ละประเภท (หน่วย:คน)

| สรุปจำนวนผู้สนใจบริการแต่ละประเภท | เจ้าของบ้าน | ช่าง | รวม |
|-----------------------------------|-------------|------|-----|
| จำนวนผู้ที่สนใจใช้บริการตัด       | 23          | 57   | 80  |
| จำนวนผู้ที่สนใจใช้บริการเช่า      | 10          | 27   | 37  |

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการตัดวัสดุที่ต้องการ ให้บริษัทมีไว้บริการลูกค้า

| บริการตัดวัสดุที่ต้องการให้บริษัทมีไว้<br>บริการลูกค้า | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|--|-------------|--------|-------|--------|
|  | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| บริการตัดกระเบื้องเซรามิคเข้ามูม                       | 12          | 12     | 36    | 36     |
| บริการตัดกระเบื้องขนาดใหญ่                             | 14          | 14     | 33    | 33     |
| บริการตัดปาดเกลียว                                     | 17          | 17     | 23    | 23     |
| บริการเชื่อมต่อ  | 22          | 22     | 30    | 30     |
| บริการตัดท่อพีวีซีและเหล็กรูปพรรณ                      | 19          | 19     | 56    | 56     |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ค่าร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้าน 100 คน และกลุ่มลูกค้าช่าง 100 คน

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน ต้องการให้บริษัทมีบริการตัดวัสดุ คือ บริการเชื่อมต่อ ร้อยละ 22 รองลงมาคือ บริการตัดท่อพีวีซีและเหล็กรูปพรรณ ร้อยละ 19 และบริการตัดปาดเกลียว ร้อยละ 17 สำหรับช่าง ต้องการให้บริษัทมีบริการตัดวัสดุ คือ บริการตัดท่อและเหล็กรูปพรรณ ร้อยละ 56 รองลงมา คือ บริการตัดกระเบื้องเซรามิคเข้ามูม ร้อยละ 36 และบริการตัดกระเบื้องขนาดใหญ่ ร้อยละ 33

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการให้เช่าเครื่องมือช่างที่ต้องการให้บริษัทมีไว้บริการลูกค้า

| บริการให้เช่าเครื่องมือช่างที่ต้องการให้<br>บริษัทมีไว้บริการลูกค้า | เจ้าของบ้าน |        | ช่าง  |        |
|---|-------------|--------|-------|--------|
|   | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| เครื่องตัดปเกลิยว   | 9           | 90.00  | 23    | 85.19  |
| เครื่องเลื่อยสายพาน   | 7           | 70.00  | 19    | 70.37  |
| เครื่องเจาะรูไฮโครลิก   | 3           | 30.00  | 6     | 22.22  |
| เครื่องเจาะรูคอนกรีต  | 3           | 30.00  | 2     | 7.41   |
| เครื่องมือลม  | 1           | 10.00  | 3     | 11.11  |
| แท่นอัดไฮโครลิก   | 2           | 20.00  | 4     | 14.81  |
| เครื่องเชื่อมท่อ  | 5           | 50.00  | 17    | 62.96  |
| เครื่องทะลวงท่อ (งูเหล็ก)   | 4           | 40.00  | 8     | 29.63  |
| เครื่องมือวัด   | 4           | 40.00  | 2     | 7.41   |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ค่าร้อยละคำนวณจากผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้าน 10 คน และกลุ่มลูกค้าช่าง 27 คน

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับเจ้าของบ้าน ต้องการให้บริษัทมีบริการเช่าเครื่องมือช่าง คือ เครื่องตัดปเกลิยว ร้อยละ 90 รองลงมา คือเครื่องเลื่อยสายพาน ร้อยละ 70 และเครื่องเชื่อมท่อ ร้อยละ 50 สำหรับช่าง 3 อันดับแรก ต้องการให้บริษัทมีบริการเช่าเครื่องมือช่าง คือ เครื่องตัดปเกลิยว มากที่สุด ร้อยละ 85.19 รองลงมา คือ เครื่องเลื่อยสายพาน ร้อยละ 70.37 และเครื่องเชื่อมท่อ ร้อยละ 62.96

จากผลสำรวจพบว่ามีความต้องการใช้บริการเครื่องตัดปเกลิยว เครื่องเลื่อยสายพาน และเครื่องเชื่อมท่อ สูงที่สุด ดังนั้นหน่วยธุรกิจจึงพิจารณาลงทุนเครื่องมือช่างที่ให้เช่า 3 ชนิดแรกก่อน



ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง (สำหรับผู้ที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่างเท่านั้น)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับเจ้าของบ้าน

| ด้านผลิตภัณฑ์(บริการ)                         | ระดับความสำคัญ สำหรับเจ้าของบ้าน |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปดผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|---|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|--------------|
|   | มากที่สุด                        | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                      |              |
|   | จำนวน<br>(ร้อยละ)                | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                      |              |
| 1) คุณภาพของการให้บริการของพนักงาน            | 0<br>(0)                         | 5<br>(20)         | 18<br>(72)        | 2<br>(8)          | 0<br>(0)          | 3.12<br>(ปานกลาง)    | 5            |
| 2) ความหลากหลายของเครื่องมือช่างที่บริการ     | 1<br>(4)                         | 3<br>(12)         | 16<br>(64)        | 5<br>(20)         | 0<br>(0)          | 3.00<br>(ปานกลาง)    | 6            |
| 3) คุณภาพของเครื่องมือช่างที่ให้บริการ        | 0<br>(0)                         | 11<br>(44)        | 8<br>(32)         | 6<br>(24)         | 0<br>(0)          | 3.20<br>(มาก)        | 4            |
| 4) ความทันสมัยของเครื่องมือช่างที่ให้บริการ   | 2<br>(8)                         | 9<br>(36)         | 7<br>(28)         | 7<br>(28)         | 0<br>(0)          | 3.24<br>(มาก)        | 3            |
| 5) จำนวนของเครื่องมือช่างที่ให้บริการเพียงพอ  | 0<br>(0)                         | 19<br>(76)        | 4<br>(16)         | 2<br>(8)          | 0<br>(0)          | 3.68<br>(มาก)        | 1            |
| 6) ความน่าเชื่อถือของตรา ยี่ห้อเครื่องมือช่าง | 0<br>(0)                         | 14<br>(56)        | 9<br>(36)         | 2<br>(8)          | 0<br>(0)          | 3.48<br>(มาก)        | 2            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                           |                                  |                   |                   |                   |                   | <b>3.29</b><br>(มาก) |              |

หมายเหตุ : จากกลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้านเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่าง จำนวน 25 คน

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับเจ้าของบ้าน ที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยมีปัจจัยย่อยที่มี

ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สูงสุด 3 อันดับ คือ จำนวนของเครื่องมือช่างที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ความน่าเชื่อถือของตราที่ยี่ห้อเครื่องมือช่าง (ค่าเฉลี่ย 3.48) และความทันสมัยของเครื่องมือช่างที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.24) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (บริการ) สำหรับช่าง

| ด้านผลิตภัณฑ์(บริการ)                         | ระดับความสำคัญ สำหรับช่าง |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)  | ลำดับ<br>ที่ |
|---|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|--------------|
|   | มากที่สุด                 | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                       |              |
|   | จำนวน<br>(ร้อยละ)         | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                       |              |
| 1) คุณภาพของการให้บริการของพนักงาน            | 0<br>(0.00)               | 32<br>(48.48)     | 21<br>(31.82)     | 13<br>(19.70)     | 0<br>(0.00)       | 3.29<br>(ปานกลาง)     | 3            |
| 2) ความหลากหลายของเครื่องมือช่างที่บริการ     | 0<br>(0.00)               | 43<br>(65.15)     | 16<br>(24.24)     | 7<br>(10.61)      | 0<br>(0.00)       | 3.55<br>(ปานกลาง)     | 2            |
| 3) คุณภาพของเครื่องมือช่างที่ให้บริการ        | 2<br>(3.03)               | 21<br>(31.82)     | 32<br>(48.48)     | 11<br>(16.67)     | 0<br>(0.00)       | 3.21<br>(มาก)         | 4            |
| 4) ความทันสมัยของเครื่องมือช่างที่ให้บริการ   | 4<br>(6.06)               | 19<br>(28.79)     | 29<br>(43.94)     | 14<br>(21.21)     | 0<br>(0.00)       | 3.20<br>(มาก)         | 5            |
| 5) จำนวนของเครื่องมือช่างที่ให้บริการเพียงพอ  | 1<br>(1.52)               | 47<br>(71.21)     | 12<br>(18.18)     | 6<br>(9.09)       | 0<br>(0.00)       | 3.65<br>(มาก)         | 1            |
| 6) ความน่าเชื่อถือของตรา ยี่ห้อเครื่องมือช่าง | 0<br>(0.00)               | 17<br>(25.76)     | 28<br>(42.42)     | 21<br>(31.82)     | 0<br>(0.00)       | 2.94<br>(มาก)         | 6            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                           |                           |                   |                   |                   |                   | <b>3.31<br/>(มาก)</b> |              |

หมายเหตุ : จากกลุ่มช่างเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่างจำนวน 66 คน

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(บริการ) สำหรับช่าง ที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยมีปัจจัยย่อยที่มี

ค่าเฉลี่ยอยู่สูงที่สุด 3 อันดับ คือ จำนวนของเครื่องมือช่างที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ความหลากหลายของเครื่องมือช่างที่บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และคุณภาพของการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.29) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง จำแนกตามปัจจัยด้านราคา สำหรับเจ้าของบ้าน

| ด้านราคา   | ระดับความสำคัญ สำหรับเจ้าของบ้าน |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปดผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|--|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|--------------|
|  | มากที่สุด                        | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                      |              |
|  | จำนวน<br>(ร้อยละ)                | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                      |              |
| 1) ราคาค่าบริการไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น        | 2<br>(8)                         | 13<br>(52)        | 8<br>(32)         | 2<br>(8)          | 0<br>(0)          | 3.60<br>(มาก)        | 1            |
| 2) มีป้ายราคากำหนดชัดเจนและแจกแจงรายละเอียดเหมาะสม       | 1<br>(4)                         | 15<br>(60)        | 7<br>(28)         | 2<br>(8)          | 0<br>(0)          | 3.60<br>(มาก)        | 1            |
| 3) มีใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าบริการชัดเจน                | 0<br>(0)                         | 8<br>(32)         | 17<br>(68)        | 0<br>(0)          | 0<br>(0)          | 3.32<br>(ปานกลาง)    | 3            |
| 4) ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต | 0<br>(0)                         | 11<br>(44)        | 13<br>(52)        | 1<br>(4)          | 0<br>(0)          | 3.40<br>(ปานกลาง)    | 2            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                                      |                                  |                   |                   |                   |                   | <b>3.48</b><br>(มาก) |              |

หมายเหตุ : จากกลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้านเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่าง จำนวน 25 คน

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านราคา สำหรับเจ้าของบ้าน ที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่สูงที่สุด 3 อันดับ คือ ราคาค่าบริการไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีป้ายราคากำหนดชัดเจน และแจกแจงรายละเอียดเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.60) ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น

เงินสด บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.40) และ มีใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าบริการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง จำแนกตามปัจจัยด้านราคาสำหรับช่าง

| ด้านราคา   | ระดับความสำคัญ สำหรับช่าง |                |                |                |                | ค่าเฉลี่ย (แปดผล)           | ลำดับ ที่ |
|--|---------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------------------|-----------|
|  | มากที่สุด                 | มาก            | ปานกลาง        | น้อย           | น้อยที่สุด     |                             |           |
|  | จำนวน (ร้อยละ)            | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |                             |           |
| 1) ราคาค่าบริการไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น        | 6<br>(9.09)               | 21<br>(31.82)  | 26<br>(39.39)  | 13<br>(19.70)  | 0<br>(0.00)    | 3.30<br>(ปานกลาง)           | 4         |
| 2) มีป้ายราคากำหนดชัดเจน และแจกแจงรายละเอียดเหมาะสม      | 3<br>(4.55)               | 32<br>(48.48)  | 24<br>(36.36)  | 7<br>(10.61)   | 0<br>(0.00)    | 3.47<br>(มาก)               | 1         |
| 3) มีใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าบริการชัดเจน                | 0<br>(0.00)               | 36<br>(54.55)  | 19<br>(28.79)  | 11<br>(16.67)  | 0<br>(0.00)    | 3.38<br>(มาก)               | 2         |
| 4) ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต | 1<br>(1.52)               | 24<br>(36.36)  | 36<br>(54.55)  | 5<br>(7.58)    | 0<br>(0.00)    | 3.32<br>(ปานกลาง)           | 3         |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                                      |                           |                |                |                |                | <b>3.37</b><br><b>(มาก)</b> |           |

หมายเหตุ : จากกลุ่มช่างเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่างจำนวน 66 คน

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านราคา สำหรับช่าง ที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่สูงที่สุด

3 อันดับ คือ มีป้ายราคากำหนดชัดเจน และแจกแจงรายละเอียดเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีใบเสร็จแสดงรายละเอียดค่าบริการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.38) และความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย สำหรับเจ้าของบ้าน

| ด้านช่องทางจัดจำหน่าย   | ระดับความสำคัญ สำหรับเจ้าของบ้าน |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|---|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|--------------|
|   | มากที่สุด                        | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                      |              |
|   | จำนวน<br>(ร้อยละ)                | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                      |              |
| 1) สามารถติดต่อได้ทางโทรศัพท์                                 | 1<br>(4)                         | 11<br>(44)        | 13<br>(52)        | 0<br>(0)          | 0<br>(0)          | 3.52<br>(ปานกลาง)    | 2            |
| 2) มีช่องทางติดต่อผ่านทางเว็บไซต์                             | 0<br>(0)                         | 8<br>(32)         | 12<br>(48)        | 5<br>(20)         | 0<br>(0)          | 3.12<br>(ปานกลาง)    | 3            |
| 3) มีพนักงานขายนำเสนอสินค้าและข้อมูลใหม่ๆให้<br>อย่างสม่ำเสมอ | 5<br>(20)                        | 13<br>(52)        | 6<br>(24)         | 1<br>(4)          | 0<br>(0)          | 3.88<br>(มาก)        | 1            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   |                                  |                   |                   |                   |                   | <b>3.51</b><br>(มาก) |              |

หมายเหตุ : จากกลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้านเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่าง จำนวน 25 คน

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย สำหรับเจ้าของบ้าน ที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่สูงที่สุด 3 อันดับ คือ มีพนักงานขายนำเสนอสินค้าและข้อมูลใหม่ๆให้  
อย่างสม่ำเสมอ(ค่าเฉลี่ย 3.88) สามารถติดต่อได้ทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.52) และมีช่องทางติดต่อผ่านทางเว็บไซต์(ค่าเฉลี่ย 3.12) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย สำหรับช่าง

| ด้านช่องทางจัดจำหน่าย   | ระดับความสำคัญ สำหรับช่าง |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|---|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|--------------|
|   | มากที่สุด                 | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                      |              |
|   | จำนวน<br>(ร้อยละ)         | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                      |              |
| 1) สามารถติดต่อได้ทางโทรศัพท์                                 | 2<br>(3.03)               | 29<br>(43.94)     | 24<br>(36.36)     | 11<br>(16.67)     | 0<br>(0.00)       | 3.33<br>(มาก)        | 2            |
| 2) มีช่องทางติดต่อผ่านทางเว็บไซต์                             | 1<br>(1.52)               | 16<br>(24.24)     | 26<br>(39.39)     | 23<br>(34.85)     | 0<br>(0.00)       | 2.92<br>(ปานกลาง)    | 3            |
| 3) มีพนักงานขายนำเสนอสินค้าและข้อมูลใหม่ๆให้<br>อย่างสม่ำเสมอ | 7<br>(10.61)              | 34<br>(51.52)     | 19<br>(28.79)     | 6<br>(9.09)       | 0<br>(0.00)       | 3.64<br>(มาก)        | 1            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   |                           |                   |                   |                   |                   | <b>3.30</b><br>(มาก) |              |

หมายเหตุ : จากกลุ่มช่างเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่างจำนวน 66 คน

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย สำหรับช่าง ที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่สูงที่สุด 3 อันดับ คือ มีพนักงานขายนำเสนอสินค้าและข้อมูลใหม่ๆให้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.64) สามารถติดต่อได้ทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.33) และมีช่องทางติดต่อผ่านทางเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 2.92)ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับเจ้าของบ้าน

| ด้านการส่งเสริมการตลาด  | ระดับความสำคัญสำหรับเจ้าของบ้าน |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)  | ลำดับ<br>ที่ |
|---|---------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|--------------|
|   | มากที่สุด                       | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                       |              |
|   | จำนวน<br>(ร้อยละ)               | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                       |              |
| 1) มีจดหมายแจ้ง<br>ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์/<br>บริการใหม่และโปรโมชั่น ให้<br>ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ      | 1<br>(4)                        | 13<br>(52)        | 6<br>(24)         | 5<br>(20)         | 0<br>(0)          | 3.40<br>(มาก)         | 2            |
| 2) การสมัครสมาชิกได้รับ<br>ส่วนลดพิเศษ  | 2<br>(8)                        | 11<br>(44)        | 8<br>(32)         | 4<br>(16)         | 0<br>(0)          | 3.44<br>(มาก)         | 1            |
| 3) การสะสมคะแนนและ<br>ได้รับของสมนาคุณที่คุ้มค่า  | 0<br>(0)                        | 9<br>(36)         | 12<br>(48)        | 4<br>(16)         | 0<br>(0)          | 3.20<br>(ปานกลาง)     | 3            |
| 4) จัดทำป้ายโฆษณา แผ่นพับ<br>เว็บไซต์แนะนำบริการ และมี<br>การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์<br>ท้องถิ่นต่าง ๆ | 0<br>(0)                        | 8<br>(32)         | 9<br>(36)         | 8<br>(32)         | 0<br>(0)          | 3.00<br>(ปานกลาง)     | 4            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   |                                 |                   |                   |                   |                   | <b>3.26<br/>(มาก)</b> |              |

หมายเหตุ : จากกลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้านเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่าง จำนวน 25 คน

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย สำหรับเจ้าของบ้าน ที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยมี



ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่สูงที่สุด 3 อันดับ คือ การสมัครสมาชิกได้รับส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีจดหมายแจ้งการสะสมคะแนนและได้รับของสมนาคุณที่คุ้มค่า (ค่าเฉลี่ย 3.20) ตามลำดับ

**ตารางที่ 30** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับช่าง

| ด้านการส่งเสริมการตลาด  | ระดับความสำคัญสำหรับช่าง |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปดผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|---|--------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|--------------|
|   | มากที่สุด                | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                      |              |
|   | จำนวน<br>(ร้อยละ)        | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                      |              |
| 1) มีจดหมายแจ้ง<br>ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์/<br>บริการใหม่และโปรโมชั่น ให้<br>ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ      | 4<br>(6.06)              | 21<br>(31.82)     | 22<br>(33.33)     | 19<br>(28.79)     | 0<br>(0.00)       | 3.15<br>(ปานกลาง)    | 4            |
| 2) การสมัครสมาชิกได้รับ<br>ส่วนลดพิเศษ  | 2<br>(3.03)              | 32<br>(48.48)     | 24<br>(36.36)     | 8<br>(12.12)      | 0<br>(0.00)       | 3.42<br>(มาก)        | 1            |
| 3) การสะสมคะแนนและ<br>ได้รับของสมนาคุณที่คุ้มค่า  | 0<br>(0.00)              | 34<br>(51.52)     | 18<br>(27.27)     | 14<br>(21.21)     | 0<br>(0.00)       | 3.30<br>(มาก)        | 2            |
| 4) จัดทำป้ายโฆษณา แผ่นพับ<br>เว็บไซต์แนะนำบริการ และมี<br>การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์<br>ท้องถิ่นต่าง ๆ | 1<br>(1.52)              | 27<br>(40.91)     | 25<br>(37.88)     | 13<br>(19.70)     | 0<br>(0.00)       | 3.24<br>(มาก)        | 3            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>   |                          |                   |                   |                   |                   | <b>3.28</b><br>(มาก) |              |

หมายเหตุ : จากกลุ่มช่างเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่างจำนวน 66 คน

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับช่าง ที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่สูงที่สุด 3 อันดับ คือ การสมัครสมาชิกได้รับส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.42) การสะสม

คะแนนและได้รับของสมนาคุณที่คุ้มค่า (ค่าเฉลี่ย 3.30) จัดทำป้ายโฆษณา แผ่นพับ เว็บไซต์แนะนำบริการ และมีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.24) ตามลำดับ

**ตารางที่ 31** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากรสำหรับเจ้าของบ้าน

| ด้านบุคลากร  | ระดับความสำคัญ สำหรับเจ้าของบ้าน |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปดผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|--|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|--------------|
|  | มากที่สุด                        | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                      |              |
|  | จำนวน<br>(ร้อยละ)                | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                      |              |
| 1) พนักงานเป็นกันเอง แต่งกายเรียบร้อย พุดจาสุภาพ เอาใจใส่ลูกค้า  | 0<br>(0)                         | 18<br>(72)        | 5<br>(20)         | 2<br>(8)          | 0<br>(0)          | 3.64<br>(มาก)        | 2            |
| 2) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า                 | 2<br>(8)                         | 14<br>(56)        | 9<br>(36)         | 0<br>(0)          | 0<br>(0)          | 3.72<br>(มาก)        | 1            |
| 3) พนักงานมีความรู้ในผลิตภัณฑ์และการให้บริการตัดวัสดุเป็นอย่างดี | 1<br>(4)                         | 8<br>(32)         | 13<br>(52)        | 3<br>(12)         | 0<br>(0)          | 3.28<br>(ปานกลาง)    | 3            |
| 4) พนักงานมีการติดตามสอบถามความพึงพอใจหลังการบริการ              | 0<br>(0)                         | 7<br>(28)         | 16<br>(64)        | 2<br>(8)          | 0<br>(0)          | 3.20<br>(ปานกลาง)    | 4            |
| 5) พนักงานมีทักษะชำนาญในการใช้เครื่องมือช่าง                     | 0<br>(0)                         | 5<br>(20)         | 19<br>(76)        | 1<br>(4)          | 0<br>(0)          | 3.16<br>(ปานกลาง)    | 5            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  |                                  |                   |                   |                   |                   | <b>3.40 (มาก)</b>    |              |

หมายเหตุ : จากกลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้านเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่าง จำนวน 25 คน

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับช่าง ที่มีผลต่อการใช้บริการ ตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยมีปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่สูงที่สุด 3 อันดับ คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) พนักงานเป็นกันเอง แต่งกายเรียบร้อย พุดจาสุภาพ เอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ พนักงานมีการติดตามสอบถามความพึงพอใจหลังการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.28) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร สำหรับช่าง

| ด้านบุคลากร  | ระดับความสำคัญ สำหรับช่าง |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|--|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|--------------|
|  | มากที่สุด                 | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                      |              |
|  | จำนวน<br>(ร้อยละ)         | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                      |              |
| 1) พนักงานเป็นกันเอง แต่งกายเรียบร้อย พุดจาสุภาพ เอาใจใส่ลูกค้า  | 2<br>(3.03)               | 26<br>(39.39)     | 31<br>(46.97)     | 7<br>(10.61)      | 0<br>(0.00)       | 3.35<br>(มาก)        | 2            |
| 2) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า                 | 0<br>(0.00)               | 19<br>(28.79)     | 36<br>(54.55)     | 11<br>(16.67)     | 0<br>(0.00)       | 3.12<br>(มาก)        | 4            |
| 3) พนักงานมีความรู้ในผลิตภัณฑ์และการให้บริการตัดวัสดุเป็นอย่างดี | 0<br>(0.00)               | 28<br>(42.42)     | 21<br>(31.82)     | 17<br>(25.76)     | 0<br>(0.00)       | 3.17<br>(ปานกลาง)    | 3            |
| 4) พนักงานติดตามสอบถามความพึงพอใจหลังการบริการ                   | 1<br>(1.52)               | 37<br>(56.06)     | 18<br>(27.27)     | 10<br>(15.15)     | 0<br>(0.00)       | 3.44<br>(ปานกลาง)    | 1            |
| 5) พนักงานมีทักษะชำนาญในการใช้เครื่องมือช่าง                     | 0<br>(0.00)               | 24<br>(36.36)     | 19<br>(28.79)     | 23<br>(34.85)     | 0<br>(0.00)       | 3.02<br>(ปานกลาง)    | 5            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>  |                           |                   |                   |                   |                   | <b>3.22</b><br>(มาก) |              |

หมายเหตุ : จากกลุ่มช่างเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่างจำนวน 66 คน

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร สำหรับช่าง ที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่สูงที่สุด 3 อันดับ คือ พนักงานติดตามสอบถามความพึงพอใจหลังการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.44) พนักงานเป็นกันเอง แต่งกายเรียบร้อย พุดจาสุภาพ เอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.35) และพนักงานมีความรู้ในผลิตภัณฑ์และการให้บริการตัดวัสดุเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.17) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ สำหรับเจ้าของบ้าน

| ด้านลักษณะทางกายภาพ                              | ระดับความสำคัญ สำหรับเจ้าของบ้าน |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)  | ลำดับ<br>ที่ |
|--|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|--------------|
|  | มากที่สุด                        | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                       |              |
|  | จำนวน<br>(ร้อยละ)                | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                       |              |
| 1) ป้ายชื่อร้านมองเห็นได้ชัดเจน                  | 0<br>(0)                         | 12<br>(48)        | 8<br>(32)         | 5<br>(20)         | 0<br>(0)          | 3.28<br>(มาก)         | 4            |
| 2) มีการจัดตำแหน่งของโต๊ะ เคาน์เตอร์ เหมาะสม     | 0<br>(0)                         | 13<br>(52)        | 9<br>(36)         | 3<br>(12)         | 0<br>(0)          | 3.40<br>(มาก)         | 2            |
| 3) ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้           | 0<br>(0)                         | 17<br>(68)        | 7<br>(28)         | 1<br>(4)          | 0<br>(0)          | 3.64<br>(มาก)         | 1            |
| 4) สถานที่ตกแต่งสวยงามและแบ่งอุปกรณ์เป็นหมวดหมู่ | 0<br>(0)                         | 6<br>(24)         | 18<br>(72)        | 1<br>(4)          | 0<br>(0)          | 3.20<br>(ปานกลาง)     | 5            |
| 5) รูปแบบการจัดสรรพื้นที่ในห้องปฏิบัติการ        | 0<br>(0)                         | 12<br>(48)        | 9<br>(36)         | 4<br>(16)         | 0<br>(0)          | 3.32<br>(มาก)         | 3            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                              |                                  |                   |                   |                   |                   | <b>3.37<br/>(มาก)</b> |              |

หมายเหตุ : จากกลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้านเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่าง จำนวน 25 คน

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ สำหรับเจ้าของบ้าน ที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่สูงที่สุด 3 อันดับ คือ ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีการจัดตำแหน่งของโต๊ะ เคา์เตอร์ เหมาะสม(ค่าเฉลี่ย 3.40) และรูปแบบการจัดสรรพื้นที่ในห้องปฏิบัติการ (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ สำหรับช่าง

| ด้านลักษณะทางกายภาพ                              | ระดับความสำคัญ สำหรับเจ้าของบ้าน |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|--|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|--------------|
|  | มากที่สุด                        | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                      |              |
|  | จำนวน<br>(ร้อยละ)                | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                      |              |
| 1) ป้ายชื่อร้านมองเห็นได้ชัดเจน                  | 4<br>(6.06)                      | 23<br>(34.85)     | 34<br>(51.52)     | 5<br>(7.58)       | 0<br>(0.00)       | 3.39<br>(ปานกลาง)    | 1            |
| 2) มีการจัดตำแหน่งของโต๊ะ เคา์เตอร์ เหมาะสม      | 0<br>(0.00)                      | 12<br>(18.18)     | 38<br>(57.58)     | 16<br>(24.24)     | 0<br>(0.00)       | 2.94<br>(ปานกลาง)    | 5            |
| 3) ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้           | 0<br>(0.00)                      | 19<br>(28.79)     | 32<br>(48.48)     | 15<br>(22.73)     | 0<br>(0.00)       | 3.06<br>(ปานกลาง)    | 4            |
| 4) สถานที่ตกแต่งสวยงามและแบ่งอุปกรณ์เป็นหมวดหมู่ | 2<br>(3.03)                      | 21<br>(31.82)     | 29<br>(43.94)     | 14<br>(21.21)     | 0<br>(0.00)       | 3.17<br>(ปานกลาง)    | 3            |
| 5) รูปแบบการจัดสรรพื้นที่ในห้องปฏิบัติการ        | 4<br>(6.06)                      | 26<br>(39.39)     | 27<br>(40.91)     | 9<br>(13.64)      | 0<br>(0.00)       | 3.38<br>(ปานกลาง)    | 2            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                              |                                  |                   |                   |                   |                   | <b>3.19</b>          |              |

|  |       |
|--|-------|
|  | (มาก) |
|--|-------|

หมายเหตุ : จากกลุ่มช่างเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่างจำนวน 66 คน

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่สูงที่สุด 3 อันดับ คือ ป้ายชื่อร้านมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.39) รูปแบบการจัดสรรพื้นที่ในห้องปฏิบัติการ (ค่าเฉลี่ย 3.38) และสถานที่ตกแต่งสวยงามและแบ่งอุปกรณ์เป็นหมวดหมู่ (ค่าเฉลี่ย 3.17) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ สำหรับเจ้าของบ้าน

| ด้านกระบวนการให้บริการ                               | ระดับความสำคัญ สำหรับเจ้าของบ้าน |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปดผล)  | ลำดับ<br>ที่ |
|--|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|--------------|
|  | มากที่สุด                        | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                       |              |
|  | จำนวน<br>(ร้อยละ)                | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                       |              |
| 1) มีการกล่าวทักทายต้อนรับและยกมือไหว้ลูกค้าทุกครั้ง | 0<br>(0)                         | 8<br>(32)         | 13<br>(52)        | 4<br>(16)         | 0<br>(0)          | 3.16<br>(ปานกลาง)     | 3            |
| 2) มีบริการที่รวดเร็ว                                | 0<br>(0)                         | 14<br>(56)        | 11<br>(44)        | 0<br>(0)          | 0<br>(0)          | 3.56<br>(มาก)         | 1            |
| 3) การส่งมอบงานและบริการถูกต้องครบถ้วน               | 0<br>(0)                         | 9<br>(36)         | 10<br>(40)        | 6<br>(24)         | 0<br>(0)          | 3.12<br>(ปานกลาง)     | 4            |
| 4) มีมาตรฐานในการให้บริการที่ดีเหมือนกันทุกครั้ง     | 0<br>(0)                         | 12<br>(48)        | 11<br>(44)        | 2<br>(8)          | 0<br>(0)          | 3.40<br>(มาก)         | 2            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                                  |                                  |                   |                   |                   |                   | <b>3.31<br/>(มาก)</b> |              |

หมายเหตุ : จากกลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้านเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่างจำนวน 25 คน

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ สำหรับเจ้าของบ้าน ที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่สูงที่สุด 3 อันดับ คือ มีบริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีมาตรฐานในการให้บริการที่ดีเหมือนกันทุกครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.40) และมีการกล่าวทักทายต้อนรับและยกมือไหว้ลูกค้าทุกครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.16) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ สำหรับช่าง

| ด้านกระบวนการให้บริการ                               | ระดับความสำคัญ สำหรับช่าง |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปดผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|--|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|--------------|
|  | มากที่สุด                 | มาก               | ปานกลาง           | น้อย              | น้อยที่สุด        |                      |              |
|  | จำนวน<br>(ร้อยละ)         | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                      |              |
| 1) มีการกล่าวทักทายต้อนรับและยกมือไหว้ลูกค้าทุกครั้ง | 0<br>(0.00)               | 21<br>(31.82)     | 34<br>(51.52)     | 11<br>(16.67)     | 0<br>(0.00)       | 3.15<br>(ปานกลาง)    | 4            |
| 2) มีบริการที่รวดเร็ว                                | 1<br>(1.52)               | 19<br>(28.79)     | 37<br>(56.06)     | 9<br>(13.64)      | 0<br>(0.00)       | 3.18<br>(ปานกลาง)    | 3            |
| 3) การส่งมอบงานและบริการถูกต้องครบถ้วน               | 0<br>(0.00)               | 27<br>(40.91)     | 26<br>(39.39)     | 13<br>(19.70)     | 0<br>(0.00)       | 3.21<br>(มาก)        | 2            |
| 4) มีมาตรฐานในการให้บริการที่ดีเหมือนกันทุกครั้ง     | 4<br>(6.06)               | 32<br>(48.48)     | 21<br>(31.82)     | 9<br>(13.64)      | 0<br>(0.00)       | 3.47<br>(มาก)        | 1            |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                                  |                           |                   |                   |                   |                   | <b>3.25</b><br>(มาก) |              |

หมายเหตุ : จากกลุ่มช่างเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่างจำนวน 66 คน

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการใช้บริการ สำหรับช่าง ที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่สูงที่สุด 3 อันดับ คือ มีมาตรฐานในการให้บริการที่ดีเหมือนกันทุกครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.47) การส่งมอบงานและบริการถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.21) และมีบริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.18)ตามลำดับ



ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ สำหรับเจ้าของบ้าน

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ | ค่าเฉลี่ยรวม | ลำดับ |
|---------------------------------|--------------|-------|
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย        | 3.51         | 1     |
| ด้านราคา                        | 3.48         | 2     |
| ด้านบุคลากร                     | 3.40         | 3     |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ             | 3.37         | 4     |
| ด้านกระบวนการให้บริการ          | 3.31         | 5     |
| ด้านผลิตภัณฑ์                   | 3.29         | 6     |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด          | 3.26         | 7     |

หมายเหตุ : จากกลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้านเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่าง จำนวน 25 คน

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง สำหรับเจ้าของบ้าน ส่วนใหญ่ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.51) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.48) ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ สำหรับช่าง

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ | ค่าเฉลี่ยรวม | ลำดับ |
|---------------------------------|--------------|-------|
| ด้านราคา                        | 3.37         | 1     |
| ด้านผลิตภัณฑ์                   | 3.31         | 2     |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย        | 3.30         | 3     |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด          | 3.28         | 4     |
| ด้านกระบวนการให้บริการ          | 3.25         | 5     |
| ด้านบุคลากร                     | 3.22         | 6     |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ             | 3.19         | 7     |

หมายเหตุ : จากกลุ่มช่างเฉพาะที่สนใจจะใช้บริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่างจำนวน 66 คน

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง สำหรับช่าง ส่วนใหญ่ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.37) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.31) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.30)

#### 4.1.5 ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps Marketing Mix)

จากข้อมูลแบบสอบถามทางการตลาดที่ได้ทำการเก็บรวบรวมมาเบื้องต้นสามารถกำหนดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ของธุรกิจใหม่ได้ดังต่อไปนี้

##### Products ด้านผลิตภัณฑ์

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้าน และกลุ่มช่าง ชนิดของเครื่องมือช่างที่มีการจำหน่ายและให้เช่า ได้แก่ เครื่องตัด เครื่องเชื่อม เครื่องวัดความดัน รถบรรทุก นั่งร้าน แบบเหล็ก เนื่องจากเครื่องมือช่างส่วนใหญ่จะมีราคาค่อนข้างสูง จึงทำให้ต้องมีบริการด้านตัด และ เช่าเครื่องมือช่าง เพื่อลดต้นทุนและความสะดวกสำหรับเจ้าของบ้านและช่าง

จากการศึกษาทำให้ทราบว่าบริการด้านการตัดวัสดุ ถูกค่ามีความสนใจการบริการตัดกระเบื้องเซรามิกเข้ามม การบริการตัดกระเบื้องขนาดใหญ่ การบริการตัดแปะเกลียว การบริการเชื่อมต่อ การบริการตัดท่อพีวีซี และรูปพรรณเหล็ก ดังนั้นในการลงทุนช่วงแรกผู้ศึกษาจะลงทุนเครื่องมือช่างดังกล่าวก่อน

ส่วนการเช่าเครื่องมือช่าง เนื่องจากเครื่องมือช่างมีราคาสูง และจากข้อมูลแบบสอบถามทำให้ผู้ศึกษาจะลงทุนในส่วนของเครื่องมือช่างที่มีความต้องการเช่าสูงก่อนในเบื้องต้น คือ เครื่องตัดแปะ เกลียว เครื่องเลื่อยสายพาน และเครื่องเชื่อมต่อ

เอกลักษณ์ที่ทำให้ลูกค้าประทับใจ ได้แก่ ความจริงใจ ถูก เร็ว ดี หลากหลาย

#### Price ด้านราคา

กำหนดราคาค่าบริการตัดวัสดุ และเช่าเครื่องมือช่าง โดยมีพื้นฐานจากการวิเคราะห์ต้นทุนบริการ ทั้งนี้บริการตัดวัสดุมีจุดมุ่งหมายเป็นบริการเสริม จะคิดค่าบริการกับผู้ที่น่าวัสดุจากร้านอื่นมาใช้บริการตัดเท่านั้น และจะคิดค่าบริการเป็นครั้ง แต่จะครั้งจำกัดจุดให้บริการตัดไม่เกิน 5 จุด หากเกินก็จะคิดค่าบริการเพิ่มตามจริง

ส่วนการเช่าเครื่องมือช่างจะคิดค่าบริการเป็นรายวัน จากการสอบถามผู้ประกอบการพบว่าในแต่ละครั้งจะต้องมีการมัดจำการเช่าเครื่องมือช่างเป็นเงินสด โดยคิดในอัตราไม่เกิน 20% ของราคาทุนเครื่องมือ โดยสามารถหักเก็บเป็นรายได้ค่าซ่อมแซมหากเกิดความเสียหายได้ หรือจะคืนเงินค้ำประกันให้ก็ต่อเมื่อเครื่องมือช่างอยู่ในสภาพสมบูรณ์

#### ตารางที่ 39 ราคาค่าบริการตัดวัสดุ

| รายการค่าบริการ                    | ราคา (บาท) |
|------------------------------------|------------|
| บริการตัดกระเบื้องเซรามิกเข้ามม    | 100        |
| บริการตัดกระเบื้องขนาดใหญ่         | 100        |
| บริการตัดแปะเกลียว                 | 50         |
| บริการเชื่อมต่อ                    | 50         |
| บริการตัดท่อพีวีซี และเหล็กรูปพรรณ | 50         |

ตารางที่ 40 ราคาเช่าและเงินค้ำประกันของเครื่องมือช่าง

| รายการเช่าสินค้า    | ราคา (บาท) |           |
|---------------------|------------|-----------|
|                     | เช่า/วัน   | ค้ำประกัน |
| เครื่องตัดปเกเลียว  | 800        | 14,000    |
| เครื่องเลื่อยสายพาน | 500        | 7,000     |
| เครื่องเชื่อมท่อ    | 700        | 12,000    |

**Place** ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ได้ทำการเช่าพื้นที่ใน อาคารของบริษัท นพดลพานิช จำกัด สาขาสันกำแพง บริเวณอาคาร DRIVE THRU เลขที่ 183 ม.2 ต.ต้นเปา อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ รวมไปถึงใช้ช่องทางขายทาง โทรศัพท์ และเว็บไซต์ของบริษัทอีกด้วย

**Promotion** ด้านการส่งเสริมการตลาด

รูปแบบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ได้แก่ การสมัครสมาชิกได้รับส่วนลดพิเศษ มีจดหมายและการประชาสัมพันธ์ มีการสะสมคะแนนและได้รับของสมนาคุณค้ำค่า

จากการศึกษาด้านการตลาด ในช่วงแรกของโครงการจะต้องเน้นการส่งเสริมการตลาดเพื่อแนะนำธุรกิจให้กลุ่มลูกค้ารู้จัก

ตารางที่ 41 ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดในปีแรก

| รายการ                               | ราคา(ต่อปี) |
|--------------------------------------|-------------|
| วิทยุ                                | 12,000      |
| หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และวารสารแจกฟรี | 6,000       |
| ใบปลิว 2,000 ใบ                      | 3,000       |
| รวม                                  | 21,000      |



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 42 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดตลอดอายุโครงการ (หน่วย:บาท)

| รายการ                      | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| วิทยุ                       | 12,000  | 13,200  | 14,520  | 15,972  | 17,569  |
| หนังสือพิมพ์และวารสารแจกฟรี | 6,000   | 6,600   | 7,260   | 7,986   | 8,785   |
| แผ่นพับ ใบปลิว              | 3,000   | 3,300   | 3,630   | 3,993   | 4,392   |
| รวม                         | 21,000  | 23,100  | 25,410  | 27,951  | 30,746  |

ที่มา: จากการประมาณการ และคำนวณตามสมมติฐานการวิเคราะห์ โดยกำหนดให้ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดจะเพิ่มขึ้นปีละ 10%

#### People ด้านบุคลากร

การคัดเลือกพนักงาน ได้แก่ พนักงานต้องมีความตั้งใจทำงาน จิตบริการ มีความอดทนต่องานหนัก มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องมือ มีความรู้ในเครื่องมือและอุปกรณ์ และการดูแลพนักงาน ได้แก่ มีการให้โบนัสจากการขายถึงเป้า มีการจัดอบรมให้ความรู้วิชาชีพเฉพาะทาง

#### Process ด้านกระบวนการให้บริการ

ต้องมีการออกแบบกระบวนการ โดยใช้หลักบริหารประสบการณ์ลูกค้า Customer Experience Management ทั้งนี้เราให้ความสำคัญต่อจุดบริการที่ลูกค้าให้ความสนใจสูงสุดตามลำดับ ได้แก่ การส่งมอบงานและบริการถูกต้องครบถ้วน มีบริการที่รวดเร็ว มีมาตรฐานในการให้บริการที่ดีเหมือนกันทุกครั้ง มีการกล่าวทักทายต้อนรับและยกมือไหว้ลูกค้าทุกครั้ง

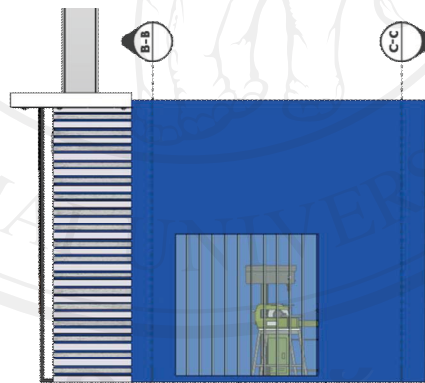
รวมไปถึงจุดควบคุมด้านคุณภาพ และการซ่อมบำรุง ซึ่งถือเป็นต้นทุนการดำเนินการให้เข้าที่ ต้องมีการซ่อมบำรุงอุปกรณ์สูง เป็นต้นทุนที่หากควบคุมบริหารไม่ดีมีโอกาสผันผวนมากที่สุด ส่งผลถึงกำไรขั้นต้นของกิจการทั้งหมด ดังนั้นต้องสร้างกระบวนการควบคุมเป็นมาตรฐานด้านการให้บริการ ผ่านการฝึกอบรม และมีกระบวนการตรวจสอบให้คะแนนการปฏิบัติงานเพื่อควบคุมมาตรฐานการให้บริการผ่าน Check-List ของผู้จัดการร้าน

### Physical Evidence ด้านลักษณะทางกายภาพ

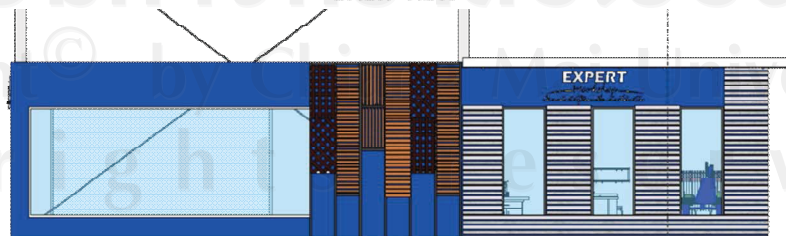
เป็นการศึกษาส่วนที่จับต้องได้ของบริการ บรรยากาศ และสิ่งแวดล้อมต่างๆ ของพื้นที่ให้บริการ ซึ่งจะมีผลกระทบต่อความประทับใจของลูกค้า ได้แก่ จุดบริการ การออกแบบร้านที่ทันสมัย ความสะดวกในการติดต่อใช้บริการ มีที่จอดรถสะดวกเข้าออกง่าย ให้บริการได้รวดเร็ว



PERSPECTIVE



BACK VIEW



RIGHT SIDE VIEW

### ภาพที่ 1 ภาพเสมือนพื้นที่ห้อง Work Shop หน่วยบริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง

จากรูปแบบการวางผังสถานที่ของโครงการ ก่อนที่จะทำการเปิดดำเนินการได้มีการปรับปรุงสถานที่ ซ่อมแซม และตกแต่งให้เป็นไปตามแผน โดยทำการปรับให้เป็นห้องสำหรับบริการตัดวัสดุ ห้องสำหรับเก็บเครื่องมือ และพื้นที่สำนักงานเพื่อให้ลูกค้ามาติดต่อ

สำหรับค่าใช้จ่ายสำหรับการตกแต่งสถานที่ ได้แก่ ค่ากันห้องเพื่อแบ่งสัดส่วนระหว่างสำนักงาน ห้องบริการตัดวัสดุ และห้องสำหรับเก็บเครื่องมือ ทั้งหมดโดยประมาณ 40,000 บาท และค่าใช้จ่ายสำหรับทาสีทั้งภายนอกและภายใน ประมาณ 10,000 บาท ดังนั้นค่าตกแต่งสถานที่ก่อนการดำเนินงานของโครงการประมาณ 50,000 บาท

ต้นทุนในการปรับปรุงพื้นที่สำหรับการให้บริการ โดยมีขนาดพื้นที่ใช้สอย 35 ตารางเมตร ภายในพื้นที่อาคาร Drive thru ของบริษัท นพดลพานิช จำกัด สาขาสันกำแพง

#### 4.1.6 โครงสร้างรายได้

รายได้จากศูนย์บริการจะมาจาก 3 ส่วนคือ ค่าบริการตัดวัสดุ ค่าเช่าเครื่องมือช่าง โดยมีสมมุติฐานจากจำนวนคนเข้าร้านที่ประมาณการได้ แยกสัดส่วนเป็น 2 กลุ่มคือเจ้าของบ้าน และผู้รับเหมา 60:40 โดยอ้างอิงฐานข้อมูลสมาชิกเดิม นำมาวิเคราะห์หาบริการที่ลูกค้าแต่ละกลุ่มต้องการใช้บริการ โดยอิงข้อมูลสัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม คู่กับจำนวนลูกค้าที่คาดการณ์ข้างต้น แยกแยะออกเป็นจำนวนครั้งที่ให้บริการในแต่ละประเภท

ส่วนรายได้จากเงินค้ำประกันที่สามารถหักค่าเสียหายกับลูกค้าได้ โดยจัดเก็บเป็นรายได้ค่าค้ำประกัน แต่เนื่องจากไม่สามารถประมาณการความเสียหายของการเช่าเครื่องมือช่างจากลูกค้าได้ จึงตั้งสมมุติฐานสำหรับการศึกษาครั้งนี้ว่าไม่มีความเสียหายจากการเช่าเครื่องมือช่าง และมีการคืนเงินค้ำประกันแก่ลูกค้าทุกครั้งที่ลูกค้านำเครื่องมือช่างมาคืน

##### 4.1.6.1 ประมาณการจำนวนผู้ใช้บริการ

ประมาณการจำนวนผู้ใช้บริการทั้งสองของ บริษัท นพดลพานิช จำกัด สาขาสันกำแพง จากจำนวนคนเข้าร้านแยกตามกลุ่มลูกค้าของ สาขาสำนักงานใหญ่ ในปี 2552 โดย โดยมีสมมุติฐานว่าคนเข้าร้านสาขาสันกำแพง ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งของหน่วยธุรกิจบริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือ



ช่าง มีจำนวนเป็น 40% ของสำนักงานใหญ่ และได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์  
จำนวนผู้ใช้บริการตัดวัสดุ และผู้ใช้บริการเช่าเครื่องมือช่างแยกออกจากกัน โดยอ้างอิงจาก  
ฐานข้อมูลสมาชิกของบริษัทได้ในอัตราส่วน 60:40



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนคนเข้าร้านของ บริษัท นพดลพานิช จำกัด ปี 2552 และบริษัท นพดลพานิช จำกัด สาขาสันกำแพง ปี 2553

| จำนวนคนเข้าร้าน | ปี 2552                   | ปี 2553                   |
|-----------------|---------------------------|---------------------------|
|                 | นพดลพานิช<br>สำนักงานใหญ่ | นพดลพานิช<br>สาขาสันกำแพง |
| รวม             | 107,849                   | 43,140                    |

ที่มา ระบบฐานข้อมูลจำนวนคนเข้าร้าน ของบริษัท นพดลพานิช จำกัด สำนักงานใหญ่

จากตารางที่ 43 คาดการณ์ว่าคนเข้าร้าน บริษัท นพดลพานิช จำกัด สาขาสันกำแพง มีจำนวนเป็น 40% ของนพดลพานิชสำนักงานใหญ่ คือ 43,140 คน โดยจะนำไปแบ่งกลุ่มลูกค้าโดยอ้างอิงจากฐานข้อมูลสมาชิกของบริษัท นพดลพานิช จำกัด สามารถแบ่งสัดส่วนเป็น เจ้าของบ้าน ร้อยละ 60 และกลุ่มช่าง ร้อยละ 40 นำไปใช้ประมาณการจำนวนลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการในแต่ละประเภท

ตารางที่ 44 แสดงการประมาณการจำนวนลูกค้าแจกแจงตามกลุ่มลูกค้าที่คาดว่าจะเข้าของ บริษัท นพดลพานิช จำกัด สาขาสันกำแพง ในรอบ 1 ปีจากลูกค้าเข้าร้านทั้งหมด 43,140 คน

| จำนวนสมาชิก | เจ้าของบ้าน |         | ช่าง   |         |
|-------------|-------------|---------|--------|---------|
|             | ร้อยละ      | จำนวนคน | ร้อยละ | จำนวนคน |
| รวม         | 60          | 25,884  | 40     | 17,256  |

จากตารางที่ 44 คาดการณ์ว่าคนเข้าร้านของ บริษัท นพดลพานิช จำกัด สาขาสันกำแพง มีจำนวนเป็น 40% ของบริษัท นพดลพานิช จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยแบ่งเป็นกลุ่มเจ้าของบ้าน 25,884 คน และกลุ่มช่าง 17,256 คน

ตารางที่ 45 ประมาณการจำนวนลูกค้า ที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ของศูนย์บริการตลอดทั้งปี (จากตารางที่ 19)

| บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจ<br>เลือกใช้ | เจ้าของบ้าน |           | ช่าง   |           |
|---|-------------|-----------|--------|-----------|
|   | ร้อยละ      | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน     |
| ใช้บริการตัดวัสดุ                               | 15          | 3,882.60  | 39     | 6,729.84  |
| ใช้บริการเช่าเครื่องมือช่าง                     | 2           | 517.68    | 9      | 1,553.04  |
| ใช้บริการตัดวัสดุและเช่าเครื่องมือช่าง          | 8           | 2,070.72  | 18     | 3,106.08  |
| ไม่ใช้บริการ เพราะมาซื้อสินค้า                  | 75          | 19,413.00 | 34     | 5,867.04  |
| รวม   | 100         | 25,884.00 | 100    | 17,256.00 |

หมายเหตุ จากจำนวนลูกค้ากลุ่มเจ้าของบ้าน 25,884 คน ลูกค้ากลุ่มช่าง 17,256 คน

จากตารางที่ 45 เป็นการคาดการณ์สัดส่วนผู้ให้บริการแต่ละด้าน โดยอ้างอิงจำนวนร้อยละ จากตารางที่ 19 คูณกับจำนวนลูกค้าแต่ละกลุ่มในตารางที่ 43 จะได้จำนวนผู้ให้บริการแต่ละรายการ แยกตามกลุ่มลูกค้าทั้งสองกลุ่ม

ทั้งนี้รายได้จากค่าบริการแต่ละประเภท จะต้องนำจำนวนผู้เลือกใช้บริการเฉพาะด้าน มารวมกับจำนวนผู้ที่ใช้ทั้งสองบริการด้วย จึงจะได้ประมาณการผู้ให้บริการรวมในแต่ละด้าน ดังนั้นสามารถสรุปจำนวนผู้ให้บริการในแต่ละประเภทได้ดังนี้

ตารางที่ 46 สรุปประมาณการจำนวนผู้ให้บริการที่คำนวณได้(ครั้ง)

| บริการ         | เจ้าของบ้าน | ช่าง     |
|----------------|-------------|----------|
| บริการตัดวัสดุ | 5,953.32    | 9,835.92 |
| บริการเช่า     | 2,588.40    | 4,659.12 |

#### 4.1.6.2 รายได้จากค่าบริการตัดวัสดุ

รายได้จากบริการตัดวัสดุคิดจากจำนวนครั้งที่มิผู้ใช้บริการในตารางที่ 46 มาคูณกับค่าบริการต่อครั้ง โดยเป็นบริการเหมาจ่าย จำกัดบริการตัดให้ไม่เกิน 5 จุด หากเกินจะต้องคิดค่าบริการตามอัตราที่กำหนดอีก 1 ครั้ง โดยมีสมมติฐานว่าลูกค้าใช้บริการไม่เกินจำนวนจุดที่กำหนด

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนลูกค้ากลุ่มเจ้าของบ้านและช่าง ที่ใช้บริการตัดวัสดุแต่ละประเภท

| ประเภทตัดวัสดุ                    | เจ้าของบ้าน                               |                        | ช่าง                                      |                        |
|-----------------------------------|---|------------------------|---|------------------------|
|                                   | ร้อยละจากแบบสอบถามการใช้บริการแต่ละประเภท | จำนวนผู้ใช้บริการ (คน) | ร้อยละจากแบบสอบถามการใช้บริการแต่ละประเภท | จำนวนผู้ใช้บริการ (คน) |
| บริการตัดกระเบื้องเข้ามุม         | 12  | 714                    | 36  | 3,541                  |
| บริการตัดกระเบื้องขนาดใหญ่        | 14  | 33                     | 33  | 3,246                  |
| บริการตัดฝ้าเพดาน                 | 17  | 1,012                  | 23  | 2,262                  |
| บริการเชื่อมต่อ                   | 22  | 1,310                  | 30  | 2,951                  |
| บริการตัดท่อพีวีซีและเหล็กรูปพรรณ | 19  | 1,131                  | 56  | 5,508                  |

หมายเหตุ

- อ้างอิงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจใช้บริการตัดจากตารางที่ 21 คูณกับจำนวนผู้ใช้บริการรวมจากตารางที่ 46
- สมมติฐานว่าผู้ที่เลือกใช้บริการตัดวัสดุ 1 คน ใช้บริการตัดวัสดุ 1 ครั้ง

การกำหนดราคาค่าบริการตัดวัสดุจะใช้วิธีกำหนดราคาตามตลาด อ้างอิงจากแบบสอบถามผู้ประกอบการ เนื่องจากบริการตัดกระเบื้องยังไม่มีผู้ให้บริการจึงใช้วิธีกำหนดราคาตามประมาณ

การค่าเสื่อมสภาพของใบตัด ซึ่งมีต้นทุนเฉลี่ยประมาณ 3,000 บาทต่อแผ่น กำหนดสมมุติฐานว่าจะให้บริการได้ไม่เกิน 60 ครั้ง บวกเพื่อกำไร 100% จึงคิดค่าบริการครั้งละ 100 บาท



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงการประมาณการรายได้จากค่าบริการตัดวัสดุ

| ประเภทตัดวัสดุ                    | ราคาค่าบริการ | จำนวน<br>ผู้ใช้บริการ | รวม          |
|-----------------------------------|---------------|-----------------------|--------------|
| บริการตัดกระเบื้องเข้ามุม         | 100           | 4,255.33              | 425,532.96   |
| บริการตัดกระเบื้องขนาดใหญ่        | 100           | 4,079.32              | 407,931.84   |
| บริการตัดแปะเกลียว                | 50            | 3,274.33              | 163,716.30   |
| บริการเชื่อมท่อ                   | 50            | 4,260.51              | 213,025.32   |
| บริการตัดท่อพีวีซีและเหล็กรูปพรรณ | 50            | 6,639.25              | 331,962.30   |
| รวม                               |               | 22,508.73             | 1,542,168.72 |

หมายเหตุ กำหนดค่าบริการเป็นต่อครั้ง จำกัดจุดที่ตัดไม่เกิน 5 จุด สมมติฐานว่าในแต่ละครั้งลูกค้า  
ไม่ใช้บริการตัดเกินจำนวนจุดที่กำหนด

ตารางที่ 49 สรุปจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจใช้บริการแต่ละประเภท

| สรุปจำนวนผู้สนใจบริการแต่ละประเภท | เจ้าของบ้าน | ช่าง | รวม |
|-----------------------------------|-------------|------|-----|
| จำนวนคนสนใจใช้บริการตัด           | 23          | 57   | 80  |
| จำนวนคนสนใจใช้บริการเช่า          | 10          | 27   | 37  |

ตารางที่ 50 แสดงผลจากแบบสอบถามด้านการตัดสินใจใช้บริการเมื่อมีการคิดค่าบริการตามราคา  
ตลาด

| บริการ                   | จำนวนผู้ที่<br>สนใจใช้บริการ | จำนวนผู้ที่<br>ยอมจ่าย<br>ค่าบริการ<br>แน่นอน | จำนวนผู้ที่<br>ไม่แน่ใจ | จำนวนผู้ที่<br>ไม่ใช้<br>บริการ<br>แน่นอน | ร้อยละ<br>ของผู้ที่<br>เลือกใช้<br>บริการ<br>แน่นอน |
|--------------------------|------------------------------|---|-------------------------|---|---|
| บริการตัดวัสดุ           | 80                           | 20  | 20                      | 40  | 25%   |
| บริการเช่าเครื่องมือช่าง | 37                           | 32  | 3                       | 2   | 86%   |

จากฐานจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่าสนใจใช้บริการตัดวัสดุ 80 ราย และสนใจใช้บริการเช่าเครื่องมือช่าง 37 ราย มีผู้ตอบว่ายินดีใช้บริการแน่นอนเป็นอัตราส่วน 25% ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเลือกประมาณการจำนวนผู้ใช้บริการที่สามารถเรียกเก็บค่าบริการได้จริงแบบอนุรักษ์นิยมเพียง 20% จากจำนวนผู้สนใจใช้บริการทั้งหมด

**ตารางที่ 51** แสดงประมาณการรายได้จากค่าบริการตัดวัสดุตลอดอายุโครงการ

| รายได้                                       | ปีที่ 1      | ปีที่ 2      | ปีที่ 3      | ปีที่ 4      | ปีที่ 5      |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| ค่าบริการตัดวัสดุจากการประเมิน               | 1,542,168.72 | 1,696,385.59 | 1,866,024.15 | 2,052,626.57 | 2,257,889.22 |
| ค่าบริการตัดวัสดุที่คาดว่าจะเรียกเก็บได้จริง | 308,433.74   | 339,277.12   | 373,204.83   | 410,525.31   | 451,577.84   |

หมายเหตุ : รายได้ค่าบริการที่คาดว่าจะเรียกเก็บได้จริง เท่ากับ 20% ของรายได้ค่าบริการตัดวัสดุจากการประเมิน

#### 4.1.6.3 รายได้จากค่าบริการเช่าเครื่องมือช่าง

การประมาณการรายได้ค่าบริการเช่าเครื่องมือช่าง จะคิดจากการสัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการเช่าอย่างเดียว รวมกับผู้ที่เลือกใช้ทั้งสองบริการ นำสัดส่วนร้อยละของผู้เลือกใช้บริการ เฉพาะสินค้าที่มีผู้สนใจสูงสุด 3 รายการแรก มาเป็นตัวแบบในการศึกษา คือ เครื่องตัดปาล์มกล้วย เครื่องเลื่อยสายพาน และเครื่องเชื่อม และนำจำนวนที่ได้ คูณกับค่าเช่า สรุปเป็นรายได้จากค่าเช่าเครื่องมือช่างทั้งหมด

ทั้งนี้สมมติฐานว่า ลูกค่าเช่าเครื่องมือช่าง 1 ราย จะเช่าเครื่องมือช่าง 1 วันเท่านั้น และไม่มี ความเสียหายจากการเช่าเครื่องมือช่าง จึงคืนเงินค้ำประกันแก่ลูกค้าทุกครั้ง และจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น 10% ทุกปี

#### ตัวแบบการคิดโครงสร้างราคาเช่าเครื่องมือช่าง

จากผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าการกำหนดค่าเช่าเครื่องมือก่อสร้างต่อวัน โดยทั่วไปใช้วิธีพิจารณาจาก ราคาทุน บวกค่าซ่อมบำรุงตลอดอายุคุ้มทุน บวกกำไรส่วนเพิ่มอีก

50% หากกับ“จำนวนวันที่ให้เช่าค้ำทุมน” มาจาก จำนวนปี คูณด้วย 12 เดือน คูณกับประมาณการ จำนวนวันที่จะให้บริการได้ต่อเดือน 15-20 วันเป็นต้น แสดงเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{ค่าเช่าขั้นต่ำ} = \frac{\text{ราคาคู่มือเครื่องมือช่าง} \times \text{ค่าซ่อมบำรุง} \times \text{กำไรส่วนเพิ่ม}}{\text{จำนวนวันที่ให้เช่าค้ำทุมน}}$$

$$\text{ค่ามัดจำ} = \text{ราคาคู่มือเครื่องมือช่าง} \times 20\%$$

ผู้ศึกษาเลือกใช้จำนวนวันที่ให้บริการ 15 วันต่อเดือน และอายุค้ำทุมน 1 ปี และกำหนด นโยบายค่าซ่อมบำรุงปีละ 20% ของต้นทุนเครื่องมือ เป็นฐานในการคิดค่าเช่า ซึ่งจะคำนวณค่าเช่าขั้นต่ำได้ดังนี้

ตารางที่ 52 แสดง โครงสร้างค่าเช่าเครื่องมือที่นำมาให้บริการ

| เครื่องมือช่าง   | ราคา<br>ทุน | ค่า<br>ซ่อม<br>บำรุง/<br>ปี(%) | ค่าซ่อม<br>บำรุง<br>ตลอด<br>อายุ(บาท) | ต้องการ<br>อัตรา<br>กำไร<br>ส่วนเพิ่ม | กำไร<br>ส่วน<br>เพิ่ม<br>(บาท) | อายุ<br>ค้ำ<br>ทุมน(ปี) | จำนวน<br>วันที่ให้<br>เช่าต่อ<br>เดือน | ค่าเช่า<br>ขั้นต่ำ | ค่ามัดจำ<br>20% |
|------------------|-------------|--------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|-------------------------|--|--------------------|-----------------|
| เครื่องตัดป่า    | 70,000      | 30%                            | 21,000                                | 50%                                   | 35,000                         | 1.0                     | 15                                     | <b>700.00</b>      | 14,000          |
| เครื่องเลื่อย    | 42,500      | 30%                            | 12,750                                | 50%                                   | 21,250                         | 1.0                     | 15                                     | <b>425.00</b>      | 8,500           |
| เครื่องเชื่อมท่อ | 60,000      | 30%                            | 18,000                                | 50%                                   | 30,000                         | 1.0                     | 15                                     | <b>600.00</b>      | 12,000          |

ประมาณการรายได้จากจำนวนผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 53 แสดงประมาณการจำนวนลูกค้ากลุ่มเจ้าของบ้าน และกลุ่มช่าง ที่ต้องการใช้บริการเช่า เครื่องมือช่างแยกตามเครื่องมือช่างแต่ละรายการ



| บริการให้เช่า<br>เครื่องมือช่างที่<br>ต้องการให้บริษัทมี | เจ้าของบ้าน |                       | ช่าง   |                       | รวม                   |
|--|-------------|-----------------------|--------|-----------------------|-----------------------|
|  | ร้อยละ      | จำนวน<br>ผู้ให้บริการ | ร้อยละ | จำนวน<br>ผู้ให้บริการ | จำนวน<br>ผู้ให้บริการ |
| เครื่องตัดปเกลิยว  | 9%          | 233                   | 23%    | 1,072                 | 1,305                 |
| เครื่องเลื่อย  | 7%          | 181                   | 19%    | 885                   | 1,066                 |
| เครื่องเชื่อมท่อ   | 5%          | 129                   | 17%    | 792                   | 921                   |

หมายเหตุ คัดเฉพาะเครื่องมือช่างที่ถูกค่าสนใจที่สุด 3 รายการมาให้บริการเช่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงการประมาณการรายได้จากค่าเช่าเครื่องมือช่างตามจำนวนผู้ใช้บริการ

| เครื่องมือช่างที่ให้เช่า | ค่าเช่าต่อวัน | จำนวนผู้ใช้บริการ | รายได้ปีที่ 1 | รายได้ปีที่ 2 | รายได้ปีที่ 3 | รายได้ปีที่ 4 | รายได้ปีที่ 5 |
|--------------------------|---------------|-------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| เครื่องตัดปเกิลยว        | 800           | 1,305             | 1,043,643     | 1,148,007     | 1,262,808     | 1,389,089     | 1,527,998     |
| เครื่องเลื่อย            | 500           | 1,066             | 533,210       | 586,531       | 645,185       | 709,703       | 780,673       |
| เครื่องเชื่อมท่อ         | 700           | 921               | 645,029       | 709,532       | 780,485       | 858,534       | 944,387       |
| รวม                      |               | 3,292             | 2,221,883     | 2,444,071     | 2,688,478     | 2,957,326     | 3,253,058     |

หมายเหตุ

1. สมมุติฐานว่าลูกค้าเช่าเครื่องมือช่าง 1 ราย จะเช่าเครื่องมือช่าง 1 วันเท่านั้น
2. ไม่มีความเสียหายจากการเช่าเครื่องมือช่าง และมีการคืนเงินค้ำประกันแก่ลูกค้าทุกครั้งที่ถูกค่านำเครื่องมือช่างมาคืน
3. สมมุติฐานว่ารายรับเพิ่มขึ้น 10% ต่อปี

ตารางที่ 55 ประมาณการรายรับรวมตลอดอายุโครงการ

| ประเภทบริการ                   | ปีที่ 1      | ปีที่ 2      | ปีที่ 3      | ปีที่ 4      | ปีที่ 5      |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| รายรับจากค่าบริการตัดวัสดุ     | 308,433.74   | 339,277.12   | 373,204.83   | 410,525.31   | 451,577.84   |
| รายรับจากการเช่าเครื่องมือช่าง | 2,221,882.56 | 2,444,070.82 | 2,688,477.90 | 2,957,325.69 | 3,253,058.26 |
| รวม                            | 2,530,316.30 | 2,783,347.93 | 3,061,682.73 | 3,367,851.00 | 3,704,636.10 |

#### 4.2 การศึกษาด้านเทคนิค

การศึกษาด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคของโครงการ และข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นในการดำเนินงาน ได้แก่ การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางผังบริษัท การจัดหาเครื่องมือช่าง และสินทรัพย์ถาวร เป็นต้น ข้อมูลทางด้านเทคนิคนี้จะใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของกิจการเพื่อเตรียมจัดหาแหล่งเงินทุนต่อไป

จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในหัวข้อเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยได้ทำการสอบถามข้อมูลพื้นฐานว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีความสนใจใช้บริการหรือไม่อย่างไร พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการนั้นส่วนใหญ่มีความสนใจในการใช้บริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่าง โดยแบบสอบถามสามารถคาดคะเนได้ว่าความเป็นไปได้ของโครงการดังกล่าวสามารถตั้งทำเลได้ตามข้อมูล

#### 4.2.1 ทำเลสถานที่ตั้ง

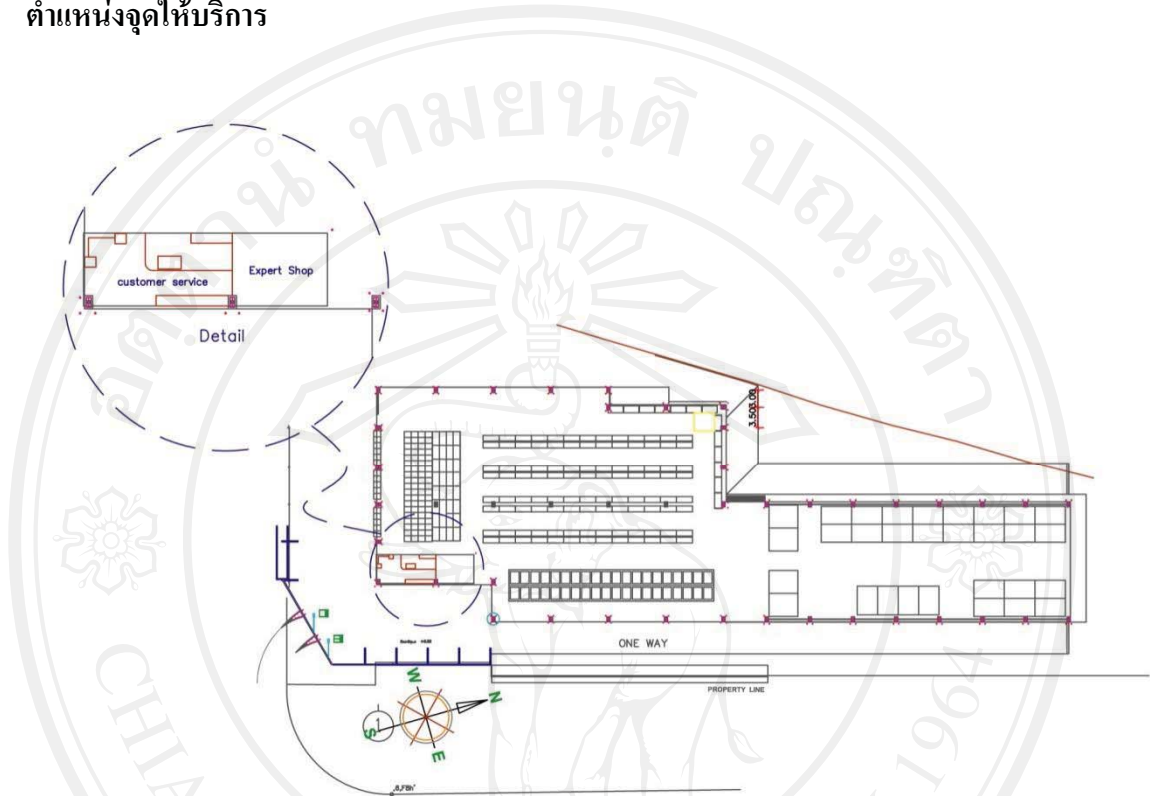
ทำการเช่าพื้นที่บางส่วนของบริษัท นพดลพานิช จำกัด สาขาสันกำแพง เพราะถือว่าเป็นร้านขายวัสดุก่อสร้าง ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าใช้บริการกลุ่มเดียวกับลูกค้าของหน่วยธุรกิจ โดยมีขนาด 5x7 เมตร หรือ 35 ตารางเมตร ค่าเช่าพื้นที่จ่ายแก่ศูนย์กำไรหน่วยงานค้าปลีก 20,000 บาทต่อเดือน



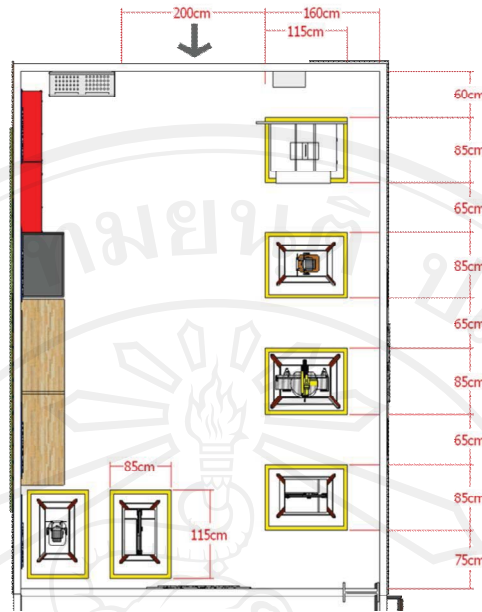
ภาพที่ 2 สถานที่ตั้งบริษัท นพดลพานิช จำกัด สาขาสันกำแพง

#### 4.2.2 การวางผังสถานที่

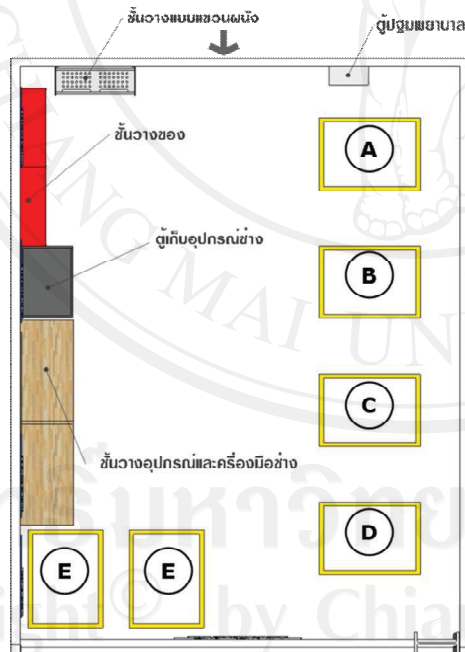
ตำแหน่งจุดให้บริการ



ภาพที่ 3 ผังพื้นที่ร้านภายในบริษัท นพดลพานิช จำกัด สาขาสันกำแพง บริเวณอาคาร Drive-Thru



ภาพที่ 4 ผังพื้นที่การจัดวางเครื่องมือในห้อง Work Shop



KEYPLAN

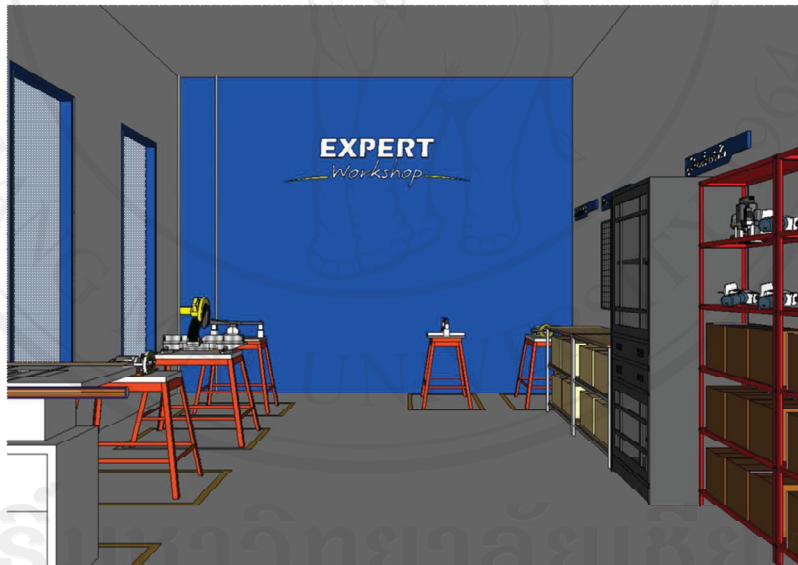
| สัญลักษณ์ | รายละเอียด   | รุ่น            |
|-----------|--|-----------------|
| A         | เครื่องเลื่อยวงเดือนแบบตั้งโต๊ะ พร้อมแท่น KT-0011-0030 | KS-10S          |
| B         | เครื่องตัดแปะสียวก่อ "เร็ค" (ญี่ปุ่น) R021-0070        | S80A            |
| C         | เครื่องตัดไฟเบอร์ WINNER W011-0010                     | รุ่น 16"        |
| D         | แท่นตัดกระเบื้องใช้ไฟฟ้า                               | ZE-LG3-570A MKT |
| E         | เครื่องจักรสำหรับหั่น                                  |                 |

PLAN

ภาพที่ 5 แสดงตำแหน่งการวางอุปกรณ์ พร้อมป้ายชื่อกำกับ



ภาพที่ 6 แสดงภาพเสมือนจริง ของห้อง Work Shop เมื่อมองจากถนน



ภาพที่ 7 แสดงภาพเสมือนจริง ของห้อง Work Shop เมื่อมองจากทางเข้า

ตารางที่ 56 การวางแผนความสามารถในการให้บริการเช่า (Capacity Planning)

| เครื่องมือช่างที่ให้เช่า | จำนวนผู้ใช้บริการ | จำนวนเดือนที่ให้บริการต่อปี | จำนวนวันต่อเดือนที่พร้อมให้บริการ | ต้องการจำนวนเครื่องสำรองให้บริการต่อปี |
|--------------------------|-------------------|-----------------------------|-----------------------------------|--|
| เครื่องตัดปเกิลียว       | 1,305             | 12                          | 15                                | 8                                      |
| เครื่องเลื่อย            | 1,066             | 12                          | 15                                | 6                                      |
| เครื่องเชื่อมท่อ         | 921               | 12                          | 15                                | 6                                      |

จาก Capacity Planning เมื่อประเมินแล้วจึงมีนโยบายให้เตรียมเครื่องสำรองสำหรับให้เช่ารายการละ 8 ชุด และเครื่องให้บริการตัดรายการละ 2 ชุด เหตุผลเพื่อเป็นเครื่องสำรองให้พร้อมบริการตลอดเวลา

ตารางที่ 57 จำนวนเครื่องมือช่างแยกตามบริการตัด และบริการเช่า

| รายการเครื่องมือ     | จำนวนให้บริการตัด | จำนวนให้บริการเช่า |
|----------------------|-------------------|--------------------|
| เครื่องตัดปเกิลียว   | 2                 | 8                  |
| เครื่องตัดกระเบื้อง  | 2                 | 8                  |
| เครื่องเชื่อมท่อ     | 2                 | 8                  |
| เครื่องเลื่อยสายพาน  | 2                 | -                  |
| เครื่องตัดไฟเบอร์    | 2                 | -                  |
| เครื่องตัดเหล็กไฟฟ้า | 2                 | -                  |

#### 4.2.3 เวลาทำการ

กิจการจะเปิดทำการในวันจันทร์ – วันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 8.00 – 17.00 น.

#### 4.2.4 สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน

การประมาณการเงินทุนเริ่มแรกทางเทคนิค เป็นการศึกษาถึงสินทรัพย์ถาวรที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน ดังนั้นหน่วยงานจึงตัดสินใจลงทุนซื้อ เครื่องตัดปเกิลียว, เครื่องเลื่อยสายพาน, เครื่อง

เชื่อมต่อ รายการละ 10 เครื่อง แบ่งใช้ในงานบริการตัดวัสดุ รายการละ 2 เครื่อง และให้บริการเช่า เครื่องมือช่าง รายการละ 8 เครื่อง

ส่วนเครื่องตัดกระเบื้องขนาดใหญ่ เครื่องตัดไฟเบอร์ และเครื่องตัดเหล็กไฟฟ้า ให้บริการ เฉพาะงานตัด จึงมีเพียงรายการละ 2 เครื่อง

#### ตารางที่ 58 แสดงการประมาณการสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน

| รายการ                         | จำนวน<br>(หน่วย) | ราคาต่อ<br>หน่วย(บาท) | ราคารวม<br>(บาท) | อายุ<br>(ปี) | ค่าเสื่อม<br>ราคา(ต่อ<br>ปี) |
|--------------------------------|------------------|-----------------------|------------------|--------------|------------------------------|
| <b>ค่าต่อเติมอาคาร</b>         |                  |                       |                  |              |                              |
| ค่าใช้จ่ายต่อเติมห้อง          | 1                | 40,000                | 40,000           | 5            | 8,000                        |
| ค่าใช้จ่ายในการทาสี            | 1                | 10,000                | 10,000           | 5            | 2,000                        |
| รวมค่าต่อเติมอาคาร             |                  |                       | 50,000           |              | 10,000                       |
| <b>เครื่องมือช่าง</b>          |                  |                       |                  |              |                              |
| เครื่องตัดใบเกลียว             | 10               | 70,000                | 700,000          | 5            | 140,000                      |
| เครื่องเลื่อยสายพาน            | 10               | 42,500                | 425,000          | 5            | 85,000                       |
| เครื่องเชื่อมต่อ               | 10               | 60,000                | 600,000          | 5            | 120,000                      |
| เครื่องตัดกระเบื้อง            | 2                | 8,000                 | 16,000           | 5            | 3,200                        |
| เครื่องตัดไฟเบอร์              | 2                | 22,000                | 44,000           | 5            | 8,800                        |
| เครื่องตัดเหล็กไฟฟ้า           | 2                | 42,000                | 84,000           | 5            | 16,800                       |
| รวมเครื่องมือช่าง              |                  |                       | 1,869,000        | 5            | 373,800                      |
| รวมเงินลงทุนเริ่มแรกด้านเทคนิค |                  |                       | 1,919,999        | 5            | 383,800                      |

ที่มา : ราคากลางกรมการค้าภายใน พ.ศ 2549 และราคาท้องตลาดทั่วไปรวมถึงข้อมูลจากการ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

#### 4.2.5 ประมาณการต้นทุนบริการ (Cost of Service)

เพื่อให้สามารถคำนวณต้นทุนค่าบริการต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม มีสมมุติฐานว่าค่าใช้จ่ายสูงทุกตัวขึ้นปีละ 5% โดยอิงพื้นฐานอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยในอดีต ทางผู้ศึกษาจึงกำหนดต้นทุนค่าบริการจาก

1. ค่าเสื่อมราคาต่อปี จากอัตราค่าเสื่อมเป็นเส้นตรง 5 ปี



2. ต้นทุนการซ่อมบำรุงโดยประมาณการจากงบประมาณซ่อมบำรุงต่อปีซึ่งคิดเป็น 20% ของต้นทุนเครื่องจักรทุกปี ซึ่งจะรวมต้นทุนวัสดุสิ้นเปลืองจากบริการตัดไว้ด้วย
3. เงินเดือนของช่างประจำศูนย์ ในแต่ละปี
4. เงินเดือนบุคลากร คัดจากเงินเดือนพนักงานธุรการ

ต้นทุนบริการ = ค่าเสื่อมราคา + ต้นทุนซ่อมบำรุง + เงินเดือนช่างประจำศูนย์ + เงินเดือนธุรการ

ซึ่งทั้งหมดจะแปรผันตามจำนวนผู้ใช้บริการที่ประมาณการไว้ จากสมมุติฐานที่มาของรายได้ จะมีจำนวนลูกค้าใช้บริการตัดวัสดุจำนวน 22,508.73 คน บริการเช่าเครื่องมือช่าง 3,292.44 คน รวมเป็น 25,801.17 คน มีสมมุติฐานว่า ลูกค้าใช้บริการตัดวัสดุ 1 คนใช้บริการ 1 ครั้ง และลูกค้าเช่าเครื่องมือช่าง 1 คนจะเช่าเครื่องมือช่าง 1 วัน จะสามารถคำนวณต้นทุนบริการดังนี้

#### 4.2.5.1 ค่าเสื่อมราคา

ตารางที่ 59 ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือทั้งหมด

| เครื่องมือช่าง       | จำนวน (เครื่อง) | ราคาต่อหน่วย | ราคารวม(บาท) | อายุ (ปี) | ค่าเสื่อมราคาต่อปี |
|----------------------|-----------------|--------------|--------------|-----------|--------------------|
| เครื่องตัดปาล์กลีว   | 10              | 70,000       | 700,000      | 5         | 140,000            |
| เครื่องเลื่อยสายพาน  | 10              | 42,500       | 425,000      | 5         | 85,000             |
| เครื่องเชื่อมท่อ     | 10              | 60,000       | 600,000      | 5         | 120,000            |
| เครื่องตัดกระเบื้อง  | 2               | 8,000        | 16,000       | 5         | 3,200              |
| เครื่องตัดไฟเบอร์    | 2               | 22,000       | 44,000       | 5         | 8,800              |
| เครื่องตัดเหล็กไฟฟ้า | 2               | 42,000       | 84,000       | 5         | 16,800             |
|                      |                 | รวม          | 1,869,000    |           | 373,800            |

#### 4.3.3.2 ต้นทุนการซ่อมบำรุง (Maintenance Cost)

พิจารณาจาก ค่าซ่อมบำรุง ซึ่งรวมค่าวัสดุสิ้นเปลืองสำหรับบริการตัดวัสดุได้ด้วย มีนโยบายจำกัดงบประมาณต่อปีไว้ไม่เกิน 20% ของต้นทุนเครื่องมือช่างแต่ละรายการ รวมระยะเวลา 5 ปีจะมีต้นทุนค่าซ่อมบำรุงรวมเท่ากับต้นทุนเครื่องมือช่างทั้งหมด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 60 งบประมาณซ่อมบำรุงต่อปี

| เครื่องมือช่าง      | จำนวน | ราคา<br>ต่อ<br>หน่วย<br>(บาท) | ราคารวม<br>(บาท) | งบ<br>ซ่อม<br>บำรุง<br>(%) | ค่าซ่อม<br>บำรุงปีแรก | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---------------------|-------|-------------------------------|------------------|----------------------------|-----------------------|---------|---------|---------|---------|
| เครื่องตัดใบเกลียว  | 10    | 70,000                        | 700,000          | 20%                        | 140,000               | 147,000 | 154,350 | 162,068 | 170,171 |
| เครื่องเลื่อยสายพาน | 10    | 42,500                        | 425,000          | 20%                        | 85,000                | 89,250  | 93,713  | 98,398  | 103,318 |
| เครื่องเชื่อมท่อ    | 10    | 60,000                        | 600,000          | 20%                        | 120,000               | 126,000 | 132,300 | 138,915 | 145,861 |
| เครื่องตัดกระเบื้อง | 2     | 8,000                         | 16,000           | 20%                        | 3,200                 | 3,360   | 3,528   | 3,704   | 3,890   |
| เครื่องตัดไฟเบอร์   | 2     | 22,000                        | 44,000           | 20%                        | 8,800                 | 9,240   | 9,702   | 10,187  | 10,696  |
| เครื่องตัดเหล็ก     | 2     | 42,000                        | 84,000           | 20%                        | 16,800                | 17,640  | 18,522  | 19,448  | 20,421  |
| รวม                 |       |                               | 1,869,000        |                            | 373,800               | 392,490 | 412,115 | 432,720 | 454,356 |

หมายเหตุ: ค่าซ่อมบำรุงเพิ่มขึ้นทุกปีตามอัตราเงินเฟ้อ

#### 4.2.5.2 เงินเดือนช่างประจำศูนย์

ช่างประจำศูนย์จำนวน 2 คน ฐานเงินเดือนรวมภาษีและประกันสังคมคนละ 10,000 บาท รวมเป็น 20,000 บาทต่อเดือน และรวมเป็นเงิน 240,000 บาทในปีแรก

#### 4.2.5.3 เงินเดือนธุรการ (Transaction Cost)

คิดจากเงินเดือนพนักงานธุรการ หาดด้วยจำนวนครั้งที่ให้บริการดังนี้ เงินเดือนพนักงานธุรการ 1 คน 9,000 บาทต่อเดือน หรือเท่ากับ 108,000 บาทต่อปี

#### 4.2.5.4 การคำนวณต้นทุนบริการ

ทำการรวมค่าใช้จ่ายทั้ง 3 รายการในปีแรกมาประมาณการต้นทุนบริการตลอดอายุโครงการ โดยมีสมมุติฐานว่า อัตราเงินเฟ้อจะทำให้มีค่าใช้จ่ายต่างๆเพิ่มขึ้นปีละ 5% และมีลูกค่าใช้จ่ายบริการเพิ่มขึ้นทุกปีส่งผลให้จำนวนครั้งที่ให้บริการเพิ่มขึ้นปีละ 10%

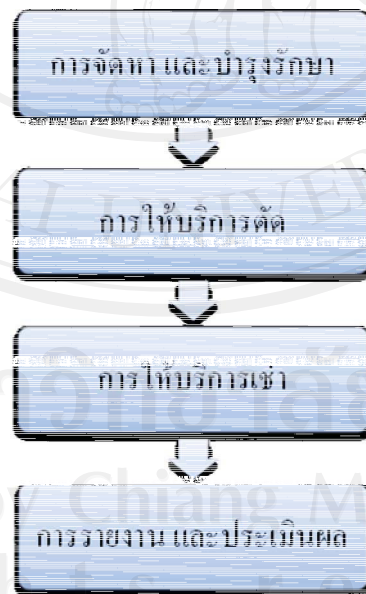
ตารางที่ 61 รวมต้นทุนบริการตลอดอายุโครงการ และค่าเฉลี่ยต่อการให้บริการ

| รายการ                  | ปีที่1    | ปีที่2    | ปีที่3    | ปีที่4    | ปีที่5    |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ค่าเสื่อมเครื่องมือช่าง | 373,800   | 373,800   | 373,800   | 373,800   | 373,800   |
| งบประมาณซ่อมบำรุง       | 373,800   | 392,490   | 412,115   | 432,720   | 454,356   |
| เงินเดือนช่างประจำศูนย์ | 240,000   | 252,000   | 264,600   | 277,830   | 291,722   |
| เงินเดือนธุรการ         | 108,000   | 113,400   | 119,070   | 125,024   | 131,275   |
| รวมต้นทุนบริการในปีแรก  | 1,095,600 | 1,131,690 | 1,169,585 | 1,209,374 | 1,251,152 |

สมมุติฐานอัตราเงินเพื่อเพิ่ม 5% ทุกปี

#### 4.2.6 แผนผังกระบวนการหลัก (Core Business Process)

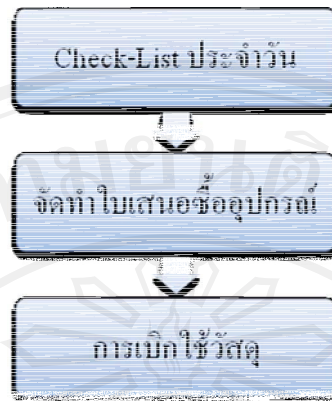
สามารถกำหนดกระบวนการงานหลัก (Quality Procedure) แสดงเป็นแผนภาพกระบวนการของหน่วยธุรกิจบริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง ได้ดังนี้



ภาพที่ 8 แผนผังกระบวนการหลัก (Core Business Process)

สามารถอธิบายกระบวนการเพื่อเป็นคู่มือปฏิบัติงานประจำวัน (Work Instruction) ได้ดังนี้

#### 4.2.6.1 การจัดหาและบำรุงรักษา



ภาพที่ 9 แสดงกระบวนการจัดการ และบำรุงรักษา

#### ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

เป็นหน้าที่ในสำนักงานช่างประจำศูนย์ เพื่อการทบทวน และจัดเตรียมความพร้อมของ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ต้องอยู่ในสภาพพร้อมให้เข้า มิให้เกิดข้อโต้แย้งจากลูกค้าเมื่อพบความเสียหายได้ รวมไปถึงเป็นการทบทวนการเสนอซื้อเครื่องมือใหม่ๆเข้ามาให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการเบิกวัสดุสิ้นเปลืองมาทำการซ่อมบำรุงหากจำเป็น หากมีกระบวนการควบคุมอย่างมีวินัยจะ ลดความสูญเสียและค่าใช้จ่ายได้มาก

ขั้นตอนหลักประกอบไปด้วย

##### 1. ทำ Check-List ประจำวัน

เป็นการตรวจสอบเครื่องมือให้ถูกต้องพร้อมใช้งานตาม Check-List ของอุปกรณ์แต่ละชิ้น ทั้งนี้เพื่อความพร้อมในการปฏิบัติงาน และมุ่งเน้นลดค่าใช้จ่ายโดยการบำรุงรักษาเชิงป้องกันให้กับ เครื่องมือที่ใช้งานด้วย

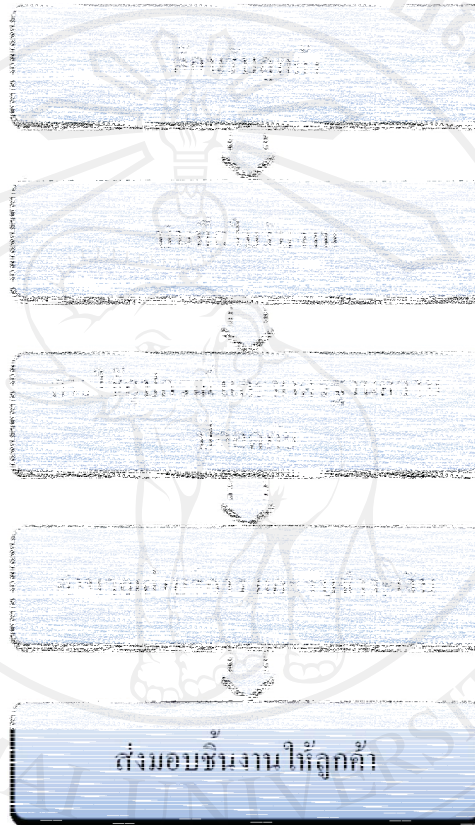
##### 2. การจัดทำใบเสนอซื้ออุปกรณ์

เป็นการเสนอจัดซื้ออุปกรณ์ใหม่ๆ ที่มีความต้องการใช้บริการเพิ่มขึ้น ทั้งนี้จะพิจารณาโดย ผู้บริหาร จากความจำเป็นในเชิงการตลาดเป็นสำคัญ

### 3. การเบิกใช้วัสดุ

หลังการตรวจสอบประจำวัน หากจำเป็นต้องมีการเบิกใช้อุปกรณ์ใดๆ จะต้องจัดทำใบเบิกจ่ายวัสดุ เพื่อเบิกใช้อุปกรณ์ และวัสดุสิ้นเปลืองที่เสื่อมสภาพ

#### 4.2.6.2 การให้บริการตัดวัสดุ



ภาพที่ 10 แสดงแผนผังขั้นตอนการให้บริการตัด

#### ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

##### 1. การต้อนรับลูกค้า

กำหนดให้มีมาตรฐานข้อความที่ใช้แจ้งต้อนรับลูกค้า พร้อมการกำหนดวิธีการต้อนรับที่ถูกต้องด้วยภาพตัวอย่าง และให้มีการฝึกซ้อมปฏิบัติร่วมกันทุกเช้าก่อนเข้างาน

## 2. บันทึกใบรับงาน

การให้บริการตัดวัสดุ ต้องออกใบรับงานเพื่อเป็นหลักฐานในการชำระเงิน โดยมีรายละเอียดเป็นประเภทงาน และค่าบริการตามที่กำหนดไว้ ใบรับงานจะมีพื้นที่เพื่อบันทึกปัญหาที่พบในการให้บริการ สามารถนำมาประชุมเพื่อวิเคราะห์กำหนดแนวทางปัญหาร่วมกับผู้จัดการศูนย์ได้

## 3. การใช้อุปกรณ์ และมาตรฐานความปลอดภัย

เนื่องจากเครื่องมือช่างสามารถก่อให้เกิดอันตรายได้ หากการใช้งานไม่ระมัดระวัง จึงกำหนดให้มีการจัดทำบอร์ดแสดงแผนภาพ อธิบายขั้นตอนการใช้เครื่องมือแต่ละประเภทที่ต้องปลอดภัย โดยกำหนดข้อควรระวัง และข้อห้ามให้ชัดเจน พร้อมทั้งข้อกำหนดให้สวมใส่อุปกรณ์นิรภัยให้ครบถ้วนก่อนเริ่มปฏิบัติงาน

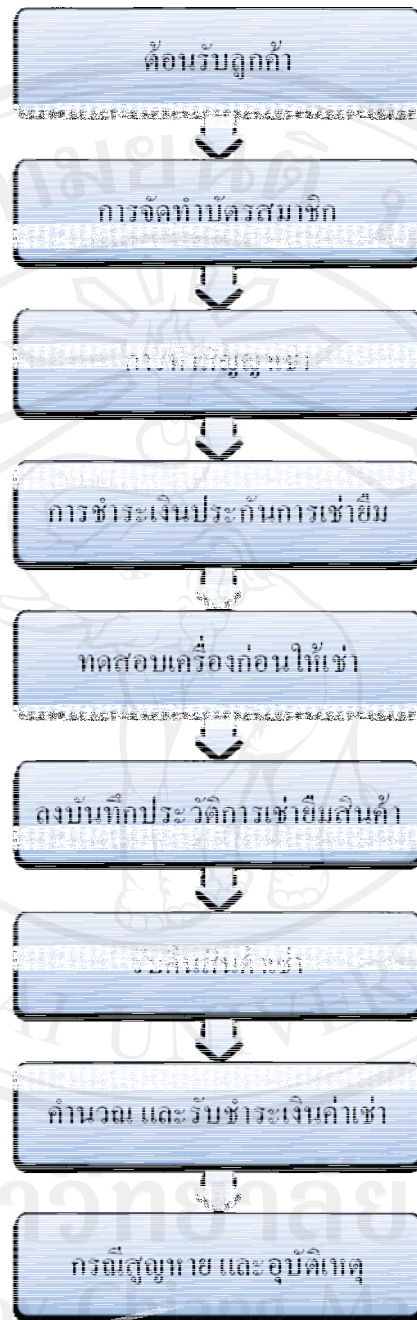
## 4. กำหนดค่าบริการ และรับชำระเงิน

เมื่อให้บริการเสร็จโดยไม่มีปัญหา จะต้องส่งใบรับงานให้ลูกค้าลงชื่อรับงาน และนำเอกสารไปชำระเงินกับธุรการ โดยให้ธุรการแจ้งทวนสอบจำนวน และรายละเอียดงานกับลูกค้าอีกครั้ง เพื่อทำการบันทึกรับชำระเงินตามกระบวนการ

## 5. ส่งมอบชิ้นงานให้ลูกค้า

กำหนดให้มีมาตรฐานการแสดงความขอบคุณกับลูกค้า เมื่อส่งมอบงานเสร็จสิ้น โดยมีการกำกับด้วยภาพตัวอย่าง และให้มีการฝึกซ้อมปฏิบัติร่วมกันทุกเข้าก่อนใช้งาน

#### 4.2.6.3 การให้บริการเช่าเครื่องมือช่าง



ภาพที่ 11 แสดงแผนผังขั้นตอนการให้บริการเช่า



## ขั้นตอนปฏิบัติงาน

กระบวนการให้บริการเช่าเป็นส่วนสำคัญของงาน เพราะเป็นรายได้หลักของหน่วยงาน การควบคุมขั้นตอนการตรวจสอบ และเงินค้ำประกันเป็นสิ่งสำคัญที่จะลดปัญหาข้อโต้แย้งของลูกค้าได้ รวมไปถึงจุดที่จะต้องเป็น KPI ของพนักงานธุรการคือการติดตามสินค้าที่เช่าคืน ให้ตกค้างล่าช้าน้อยที่สุด และต้องแยกงานออกจากช่าง เพื่อเป็นการทวนสอบกระบวนการอีกด้วย มีงานหลักประกอบไปด้วย

### 1. ต้อนรับลูกค้า

กำหนดให้มีมาตรฐานข้อความที่ใช้แจ้งต้อนรับลูกค้า พร้อมการกำหนดวิธีการต้อนรับที่ถูกต้องด้วยภาพตัวอย่าง และให้มีการฝึกซ้อมปฏิบัติร่วมกันทุกเช้าก่อนเข้างาน

### 2. การจัดทำบัตรสมาชิก และสัญญาเช่า

หากลูกค้ายังมีได้สมัครสมาชิก ให้แจ้งลูกค้าขอเอกสารเพื่อทำบัตรสมาชิก และสัญญาเช่า ดังนี้

#### เอกสารในการทำสัญญาเช่า

#### บุคคลทั่วไป

1. สำเนาบัตรประชาชน เช่นรับรองเอกสาร
2. สำเนาทะเบียนบ้าน เช่นรับรองเอกสาร
3. เงินสดค่าเช่าและค่าประกันสินค้า ชำระในวันทำสัญญา
4. แผนที่ตั้งสำนักงาน และสถานที่ก่อสร้างของลูกค้า

#### นิติบุคคล

1. สำเนาหนังสือรับรองของบริษัทหรือห้างฯ
2. สำเนาใบ กพ.20
3. สำเนาบัตรประชาชนผู้มีอำนาจลงนาม
4. สำเนาทะเบียนบ้านผู้มีอำนาจลงนาม
5. ค่าประกันสินค้าชำระในวันทำสัญญา

### เงื่อนไขสำคัญในสัญญาเช่า

1. กรรมสิทธิ์ในเครื่องมือ และการชำระเงิน
2. ความรับผิดชอบของผู้เช่าในกรณีสูญหาย
3. การประกันคุณภาพเครื่องมือ

ขอบเขตความรับผิดชอบต่อความเสียหาย หรืออุบัติเหตุในการใช้งานของผู้เช่า

### 3. การชำระเงินมัดจำการเช่า

การเช่าเครื่องมือช่างจะต้องเรียกเก็บเงินมัดจำการเช่าทุกครั้ง ตามมาตรฐานราคาที่กำหนดไว้ โดยทั่วไปจะเรียกเก็บ 100% ของราคาขายปลีก กรณีเครื่องใหม่ หรือขั้นต่ำ 10,000 บาท สำหรับเครื่องเก่า แต่หากเป็นสมาชิกที่มีประวัติการเช่าดีเกินกว่า 5 ครั้ง หรือทำธุรกรรมไม่มีประวัติเสียต่อเนื่องอย่างน้อย 3 เดือน จะเรียกเก็บเพียง 50% และถ้าเป็นลูกค้าสินเชื่อชั้นดี จะไม่เรียกเก็บเงินค้ำประกัน

การเก็บเงินค้ำประกัน สามารถชำระเงินสด บัตรเครดิต หรือ เช็คลงจ่ายในนามนิติบุคคล (เฉพาะนิติบุคคลเดียวกันกับเอกสารทำสัญญาเช่าเท่านั้น)

### 4. ทดสอบเครื่องมือช่างก่อนให้เช่า

การทดสอบเครื่องมือช่างก่อนให้เช่าเป็นการประกันคุณภาพแก่ลูกค้า ก่อนการส่งมอบเครื่องมือทุกครั้งจะต้องทำการทดสอบการใช้งานตามข้อกำหนดใน Check-List มาตรฐานระบบคุณภาพ เดินเครื่องต่อหน้าลูกค้า และให้ลูกค้าลงชื่อยอมรับผลตรวจสอบสภาพสินค้าว่าอยู่ในสภาพดีพร้อมใช้งาน เพื่อป้องกันปัญหาความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นก่อนการใช้งานจริง โดยมีข้อกำหนดการประกันคุณภาพว่าหากระหว่างใช้งานลูกค้าเกิดปัญหา และศูนย์บริการมีเครื่องสำรอง จะต้องนำเครื่องสำรองไปเปลี่ยนให้ลูกค้าภายใน 1 ชั่วโมงหรือขึ้นอยู่กับระยะทางของช่างงาน มิฉะนั้นศูนย์จะไม่คิดเงินค่าเช่าในรอบวันที่มีปัญหากล้า

### 5. ลงบันทึกประวัติการเช่า

จัดทำบันทึกประวัติการเช่าเครื่องมือ แยกลงสต็อกการ์ดของเครื่องมือแต่ละเครื่องให้ถูกต้องตาม Serial Number และให้ลูกค้าลงชื่อรับสินค้า โดยตรวจสอบลายมือชื่อให้ตรงกับทะเบียนประวัติสมาชิก

## 6. การติดตามเครื่องมือเช่าเกินกำหนด

พนักงานธุรการจะเป็นผู้ออกรายงานสินค้าเกินกำหนดส่งคืนทุกเช้า และติดตามกับลูกค้าที่ส่งคืนล่าช้าทางโทรศัพท์ โดยจะต้องแจ้งค่าปรับแก่ลูกค้าให้ชัดเจนทุกครั้ง

## 7. รับคืนสินค้าเช่า

เมื่อลูกค้านำมาคืน ให้ส่งเครื่องมือให้ช่างประจำศูนย์ตรวจสอบสภาพตาม Check-List ที่กำหนดจุดตรวจสอบให้ครบถ้วน หากสินค้ามีความเสียหาย ให้ดำเนินการแจ้งหักเงินประกัน หรือค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ตามมาตรฐานราคาค่าบริการซ่อมที่กำหนดไว้ โดยธุรการเป็นผู้บันทึกรับคืนสินค้า พร้อมระบุสภาพสินค้าให้ถูกต้องตามความเป็นจริง หากคืนเกิน 10:00น. จะต้องคิดค่าเช่าเพิ่มอีกครั้งวัน และหากเกิน 12:00น. จะคิดค่าเช่าเต็มวัน

## 8. กำหนด และรับชำระเงินค่าเช่า

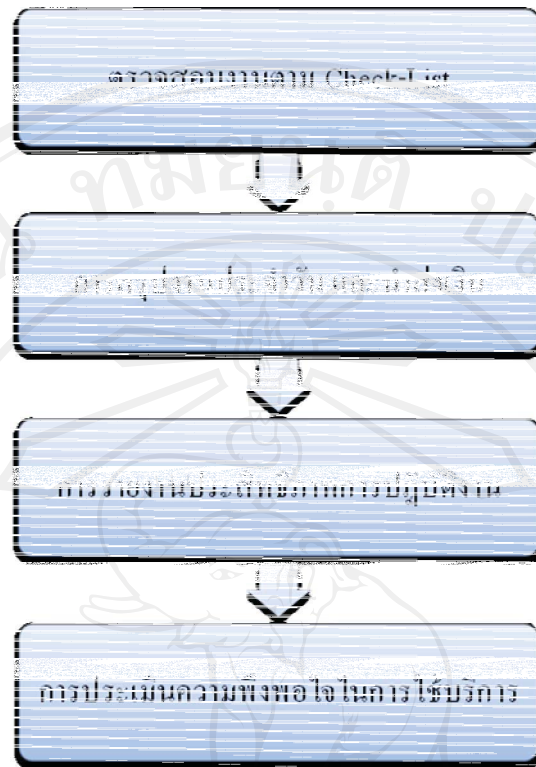
กรณีสภาพสินค้าถูกต้อง ไม่มีความเสียหายให้ธุรการรับชำระค่าเช่าโดยนับตามจำนวนวันที่ยืมไปจริง พร้อมบันทึกส่วนลด และแต้มสะสมตามโปร โมชั่นในช่วงเวลานั้นๆ

กรณีสภาพสินค้ามีปัญหา ให้เรียกเก็บค่าซ่อมตามข้อกำหนดไว้ด้วย หากช่างประจำศูนย์ไม่แจ้งตามขั้นตอน และตรวจสอบพบภายหลัง ถือว่าช่างยินดีจ่ายค่าใช้จ่ายแทนลูกค้า ให้เรียกเก็บจากช่างประจำศูนย์แทน

## 9. กรณีสูญหาย และอุบัติเหตุจากการใช้เครื่องมือ

กำหนดเงื่อนไขความรับผิดชอบไว้ตามสัญญา การสูญหาย บริษัทจะต้องหักเงินมัดจำ และดำเนินการเรียกเก็บส่วนที่เหลือตาม “ราคาขาย” ของสินค้าที่กำหนดไว้ในสัญญา กรณีเกิดอุบัติเหตุจากการใช้เครื่องมือ ให้ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เช่าตามสัญญาเช่า และเรียกเก็บค่าซ่อมแซมตามจริงจากผู้ลูกค้า

#### 4.2.6.4 การรายงานและประเมินผล



ภาพที่ 12 แสดงแผนผังขั้นตอนการจัดทำรายงาน และประเมินผล

#### ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

##### 1. Check-List ควบคุมคุณภาพการบริการของผู้จัดการ

ผู้จัดการศูนย์มีหน้าที่ตรวจสอบความพร้อมในการทำงานทุกเช้า ตาม มาตรฐาน เช่นการ ซ้อมกล่าวต้อนรับ และกล่าวขอบคุณตามข้อความมาตรฐาน การตรวจประเมินการให้บริการ ระหว่างวัน ตรวจสอบจุดควบคุมมาตรฐานการบริการ และจุดเฝ้าระวังต่างๆให้ครบตามเวลาที่ กำหนด

##### 2. การสรุปรงานประจำวัน และนำส่งเงิน

ธุรการ และช่างฯ มีหน้าที่สรุปเหตุการณ์ประจำวัน จำนวนลูกค้า และยอดขายแก่ผู้จัดการ ศูนย์ทุกเย็น โดยผู้จัดการจะเป็นผู้ลงบันทึกส่งมอบ พร้อมตรวจนับเงินส่งเจ้าหน้าที่การเงินสาขา ก่อนกลับบ้าน

### 3. การรายงานประสิทธิภาพการบริการ

ผู้จัดการศูนย์มีหน้าที่ออกรายงานยอดขาย และบันทึกจำนวนลูกค้า และผลประเมินการให้บริการของพนักงาน สรุปเป็นรายสัปดาห์ส่ง ผู้จัดการทั่วไปสาขาทุกวันเสาร์เย็น เพื่อให้ผู้จัดการทั่วไปสาขาสรุปงานประจำสัปดาห์เข้าที่ประชุมใหญ่

### 4. การประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการ

กำหนดเป้าหมายให้ธุรกิจเป็นผู้จัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจกับลูกค้าทุกวัน อย่างน้อยวันละ 1 ราย แล้วรวบรวมข้อมูลรายสัปดาห์สแกนแล้วส่งอีเมลล์ให้แผนกการตลาดส่วนกลาง ทุกเย็นวันเสาร์ก่อนกลับบ้าน

### 4.3 การศึกษาด้านการจัดการ

การวิเคราะห์เพื่อกำหนดรูปแบบการดำเนินงาน จัดโครงสร้างโดยมีองค์กรที่เหมาะสม การจัดทีมบริการ การกำหนดหน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละสายงาน และตำแหน่งงาน การกำหนดคุณสมบัติของบุคลากรในแต่ละตำแหน่งงาน รวมถึงการสรรหาบุคลากร ดังข้อมูลที่จะศึกษาต่อไป

#### 4.3.1 รูปแบบดำเนินงาน

ในการลงทุนการบริการตัดวัสดุและให้เช่าเครื่องมือช่างของ บริษัท นพดลพานิช จำกัด จะดำเนินการในรูปแบบของหน่วยธุรกิจ (Business Unit) เพราะธุรกิจดังกล่าวไม่ใช่ธุรกิจหลักที่บริษัทมีความชำนาญ ดังนั้นจึงมีนโยบายให้ศึกษาแนวทางดำเนินการ โดยแยกกิจกรรมปฏิบัติการ และทุนดำเนินการออกจากธุรกิจหลัก ในรูปแบบของศูนย์กำไร (Profit Center) ซึ่งหน่วยธุรกิจใหม่จะลงทุนในการตกแต่งร้าน การซื้อสินทรัพย์ถาวรและเครื่องจักรพื้นฐาน การเช่าพื้นที่ บริหารจัดการในส่วนของทุนหมุนเวียนและบุคลากร ด้วยตนเอง โดยมีรายละเอียดของผู้ลงทุนเพียงผู้เดียว คือ บริษัท นพดลพานิช จำกัด จำนวนเงินที่ลงทุนคือ 2,500,000 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายเริ่มแรกทางด้านการจัดการดังนี้

### ตารางที่ 62 แสดงเงินลงทุนเริ่มแรกด้านการจัดการ

| รายการ                                    | จำนวนเงิน(บาท) |
|---|----------------|
| ค่าวิจัย และศึกษาความเป็นไปได้ของ โครงการ | 24,000         |
| ค่าฝึกอบรมช่าง                            | 14,000         |
| เงินเดือนผู้จัดการศูนย์ และช่าง           | 44,000         |
| รวม                                       | 82,000         |

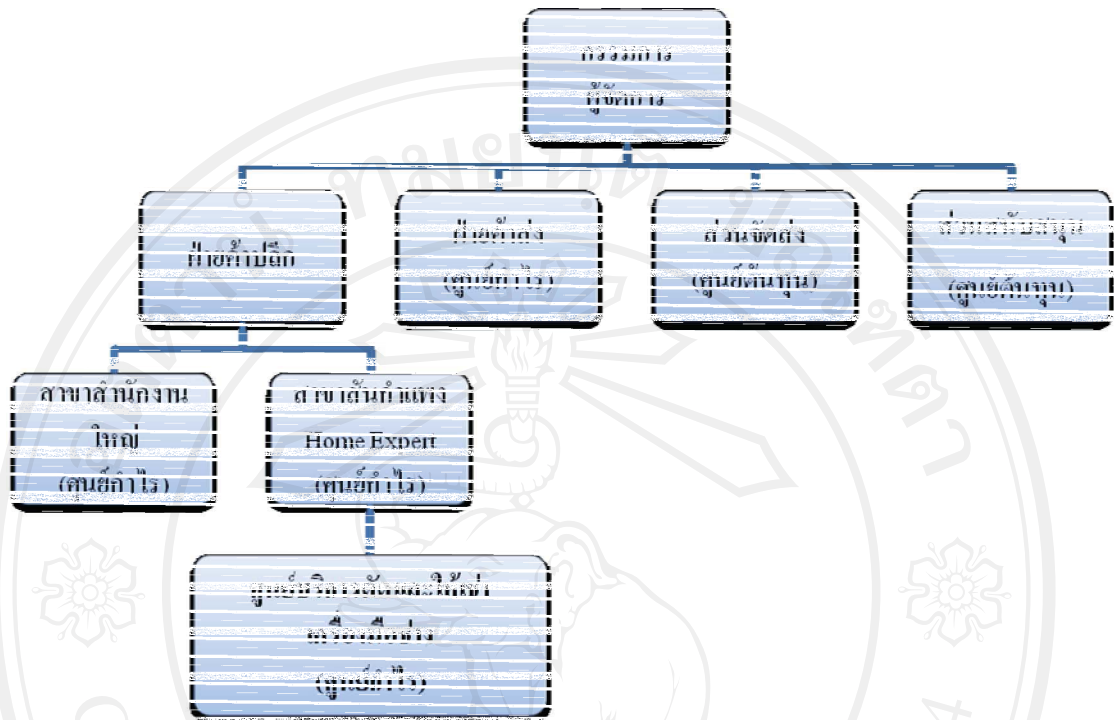
เงินลงทุนเริ่มแรกในด้านการจัดการ ประกอบไปด้วยค่าวิจัย และศึกษาความเป็นไปได้ โครงการ 24,000 บาท และค่าฝึกอบรมช่าง 14,000 บาท และเงินเดือนในเดือนแรกก่อนเริ่ม ดำเนินการ 44,000 บาท

โดยการส่งช่างไปฝึกอบรมกับบริษัทผู้นำเข้าสินค้าเครื่องมือช่างที่กรุงเทพฯ จำนวน 2 คน เป็นเวลา 1 สัปดาห์คนละ 7,000 บาท ซึ่งเป็นค่าเดินทาง ค่าที่พัก และ เบี้ยเลี้ยง โดยมีการมอบหมาย ความรับผิดชอบให้ช่างชุดหลักที่ส่งไปอบรมกลับมาฝึกสอนช่างที่เหลืออีก 2 คน เพื่อเป็นการ ประหยัดค่าใช้จ่าย และเป็นผลทางจิตวิทยากระตุ้นให้เกิดความตั้งใจในการฝึกอบรม เนื่องจาก ตนเองจะต้องสามารถนำความรู้กลับมาถ่ายทอดให้แก่ผู้อื่นได้

#### 4.3.2 การจัดโครงสร้างองค์กรและกำลังคน

##### 4.3.2.1 ฝั่งหน่วยงาน

เนื่องจากเป็นหน่วยธุรกิจ ที่อยู่ใน บริษัท นพดลพานิช จำกัด สาขาสำนักกำแพง มีพนักงานที่ รับผิดชอบในหน่วยธุรกิจนี้ 7 คน จึงจัดรูปแบบของฝั่งองค์กร เพื่อแบ่งสายการปฏิบัติงาน ดังนี้



ภาพที่ 13 ตำแหน่งของหน่วยธุรกิจ ภายใต้โครงสร้างศูนย์กำไรต้นทุน (Profit-Cost Center Diagram) ของ บริษัท นพดลพานิช จำกัด

**ศูนย์กำไร**

ศูนย์กำไรคือหน่วยธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ด้วยตัวเอง สามารถประเมินกำไรขั้นต้นและค่าใช้จ่ายทางตรงของตนเอง เพื่อประเมินประสิทธิภาพที่แท้จริง ประกอบไปด้วย ฝ่ายค้าส่ง และสาขาค้าปลีก 2 สาขา เมื่อรวมกับศูนย์บริการตัดและให้เช่าเครื่องมือช่างแล้ว จะมีศูนย์กำไรรวมเป็น 4 ศูนย์ เนื่องจากลักษณะการบริหารต้นทุนที่แตกต่างกัน หากต้องการให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถรับรู้ต้นทุนที่ตนเองต้องรับผิดชอบ จึงต้องมีการปันส่วนต้นทุนจากศูนย์ต้นทุนแต่ละด้าน

**ศูนย์ต้นทุน**

บริษัท นพดลพานิช จำกัด มีนโยบายในการปันส่วนค่าใช้จ่ายจากศูนย์ต้นทุนคือ ส่วนจัดส่ง และ ส่วนสนับสนุน ดังนี้

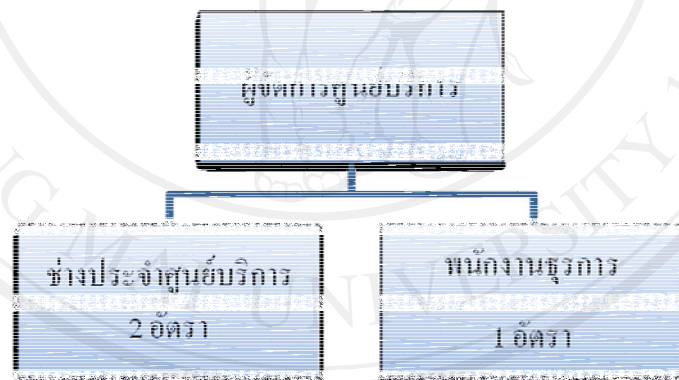
### ส่วนจัดส่ง

จะปันส่วนค่าใช้จ่ายในการจัดส่งด้วยการวัดระยะทางให้บริการ เป็นกิโลเมตร จากใบสั่งจัดส่งสินค้า (Delivery Order) ที่ออกจากศูนย์กำไรแต่ละศูนย์ คัดสัดส่วนถ่วงน้ำหนักกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง ทำการปันส่วนค่าใช้จ่ายตามน้ำหนักกลับไปยังศูนย์กำไรที่ออกใบสั่งจัดส่งสินค้า ดังนั้นศูนย์บริการตัด และให้เช่าเครื่องมือช่าง จึงไม่มีค่าใช้จ่ายจากส่วนนี้ เนื่องจากลูกค้าต้องมาใช้บริการที่ศูนย์ด้วยตัวเอง

### ส่วนสนับสนุน

จะปันส่วนค่าใช้จ่ายจากสัดส่วนรายได้ของแต่ละศูนย์ ถ่วงน้ำหนักกับค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่เกิดขึ้นจริงกลับไปยังศูนย์กำไร ดังนั้นหากมีรายได้มาก ก็จะต้องปันส่วนค่าใช้จ่ายมาก แต่ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากยังไม่สามารถประมาณการค่าใช้จ่ายส่วนกลางได้จึงให้ใช้วิธีคิดค่าเช่าและค่าใช้จ่ายแบบเหมาจ่ายเป็นรายเดือนแทน

#### 4.3.2.2 การสรรหาและกำหนดหน้าที่รับผิดชอบ



ภาพที่ 14 แสดงการจัดแผนผังองค์กรของศูนย์บริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง

### ผู้จัดการศูนย์บริการ

#### คุณสมบัติ

- ความรับผิดชอบสูง และมีความเป็นผู้นำ
- รับผิดชอบงานบริหารทั้งหมดของหน่วยธุรกิจ ได้แก่ การวางแผน ดำเนินงาน และมีความรู้เรื่องการติดตั้ง และงานช่าง เทคนิคต่างๆ ของเครื่องมือเครื่องจักร และการบริการ สามารถแนะนำลูกค้าได้



- มีความขยัน อดทน ซื่อสัตย์ แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีบุคลิกภาพที่ดีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

#### ความรับผิดชอบ

- ควบคุมมาตรฐานการปฏิบัติงาน ทั้งด้านการตลาด ด้านเทคนิคการดำเนินงาน ตลอดจนดูแลความเรียบร้อยและ รับผิดชอบงานตามความต้องการของลูกค้า
- จัดทำรายงานประจำวัน สรุปงานประจำสัปดาห์ และประเมินผลพนักงาน

#### พนักงานธุรการ

##### คุณสมบัติ

- มีความขยัน ซื่อสัตย์ รักความสะอาด บุคลิกภาพดี มนุษยสัมพันธ์ดี มีใจรักงานบริการ
- มีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับงาน และแนะนำลูกค้าได้

#### ความรับผิดชอบ

- ดูแลความเรียบร้อยภายในร้าน
- ต้อนรับลูกค้าให้คำแนะนำเบื้องต้นได้
- จัดทำรายรับรายจ่ายประจำวัน
- ทำเอกสารชำระเงินของลูกค้า
- จัดทำบัญชีประจำเดือน
- ตรวจเช็คสินค้าคงเหลือ(อะไหล่)/จัดซื้อ
- ดูแลเงินสดย่อย

#### ช่างประจำศูนย์บริการ

##### คุณสมบัติ

- วุฒิประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงสาขาช่างยนต์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง
- มีความรับผิดชอบสูง กระตือรือร้น ไหวพริบดี มีใจรักงานบริการ
- มีความรู้เกี่ยวกับงานช่างก่อสร้าง และสามารถใช้งานเครื่องมือไฟฟ้า (Power Tools) พื้นฐานได้

#### ความรับผิดชอบ

- รับผิดชอบด้านการบริการตัดวัสดุ และให้เช่าเครื่องมือช่าง ตรวจสอบเช็ค ซ่อมเครื่องมือช่างให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน
- สามารถให้คำแนะนำแก้ปัญหา และสาริตการใช้งานเครื่องมือช่างแก่ลูกค้าได้

#### 4.3.3 การประมาณการค่าใช้จ่ายด้านการจัดการ

จากการสัมภาษณ์ และการค้นหาข้อมูลจากสำนักงานจัดหางานจังหวัด สามารถกำหนดอัตราเงินเดือนในแต่ละตำแหน่งได้ดังนี้

ตารางที่ 63 แสดงอัตราเงินเดือน จำนวนพนักงาน และรายจ่ายค่าแรงต่อปี ในปีที่ 1

| ตำแหน่งงาน           | จำนวน<br>(ตำแหน่ง) | อัตราเงินเดือน | เงินเดือนจ่าย |         |
|----------------------|--------------------|----------------|---------------|---------|
|                      |                    |                | ต่อเดือน      | ต่อปี   |
| ผู้จัดการศูนย์บริการ | 1                  | 15,000         | 15,000        | 180,000 |
| พนักงานธุรการ        | 1                  | 9,000          | 9,000         | 108,000 |
| ช่างประจำศูนย์       | 2                  | 10,000         | 20,000        | 240,000 |
| รวม                  |                    |                | 44,000        | 528,000 |

หมายเหตุ : การปรับขึ้นเงินเดือนของพนักงานกำหนดปรับขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี จากการคาดการณ์ภาวะอัตราเงินเฟ้อประมาณร้อยละ 2.0 – 4.0 ต่อปี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2553, อัตราเงินเฟ้อออนไลน์)

ตารางที่ 64 แสดงค่าอุปกรณ์สำนักงานและค่าเสื่อมราคา

| รายการ                    | จำนวน<br>(หน่วย) | ราคาต่อหน่วย<br>(บาท) | ราคารวม<br>(บาท) | อายุ     | ค่าเสื่อม<br>ราคา(ต่อปี) |
|---------------------------|------------------|-----------------------|------------------|----------|--------------------------|
| <b>อุปกรณ์สำนักงาน</b>    |                  |                       |                  |          |                          |
| คอมพิวเตอร์ Notebook      | 2                | 29,000                | 58,000           | 5        | 11,600                   |
| เครื่องพิมพ์เอกสาร        | 1                | 5,000                 | 5,000            | 5        | 1,000                    |
| เก้าอี้                   | 3                | 1,320                 | 3,960            | 5        | 792                      |
| โซฟา                      | 1                | 8,000                 | 8,000            | 5        | 1,600                    |
| โต๊ะทำงาน                 | 4                | 4,000                 | 16,000           | 5        | 3,200                    |
| เครื่องโทรสาร             | 1                | 3,900                 | 3,900            | 5        | 780                      |
| เครื่องถ่ายเอกสาร         | 1                | 30,000                | 30,000           | 5        | 6,000                    |
| เครื่องทำน้ำเย็น          | 1                | 1,990                 | 1,990            | 5        | 398                      |
| ฉากกันห้อง                | 2                | 6,300                 | 12,600           | 5        | 2,520                    |
| เครื่องปรับอากาศ          | 1                | 25,000                | 25,000           | 5        | 5,000                    |
| ป้าย                      | 4                | 6,000                 | 24,000           | 5        | 4,800                    |
| โทรศัพท์มือถือ            | 3                | 1,000                 | 3,000            | 5        | 600                      |
| <b>รวมอุปกรณ์สำนักงาน</b> |                  |                       | <b>191,450</b>   | <b>5</b> | <b>38,290</b>            |

ตารางที่ 65 แสดงค่าใช้จ่ายด้านการจัดการต่อเดือน และต่อปีตลอดอายุโครงการ

| รายการ                                | ต่อเดือน      | ปีที่1         | ปีที่2         | ปีที่3         | ปีที่4         | ปีที่5         |
|---------------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ค่าจ้างเงินเดือน                      | 15,000        | 180,000        | 189,000        | 198,450        | 208,373        | 218,791        |
| ค่าสาธารณูปโภค                        | 5,000         | 60,000         | 63,000         | 66,150         | 69,458         | 72,930         |
| ค่าจัดทำบัญชี                         | 2,000         | 24,000         | 25,200         | 26,460         | 27,783         | 29,172         |
| เงินสมทบประกันสังคม (5% ของเงินเดือน) | 2,200         | 26,400         | 27,720         | 29,106         | 30,561         | 32,089         |
| ค่าใช้จ่ายในการอบรม                   | 500           | 6,000          | 6,300          | 6,615          | 6,946          | 7,293          |
| ค่าใช้จ่ายอื่นๆ                       | 3,000         | 36,000         | 37,800         | 39,690         | 41,675         | 43,758         |
| ค่าเช่า                               | 10,000        | 120,000        | 126,000        | 132,300        | 138,915        | 145,861        |
| ภาษีป้ายและภาษีโรงเรือน               | 500           | 6,000          | 6,300          | 6,615          | 6,946          | 7,293          |
| <b>รวม</b>                            | <b>51,750</b> | <b>458,400</b> | <b>481,320</b> | <b>505,386</b> | <b>530,655</b> | <b>557,188</b> |

#### หมายเหตุ

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานเกี่ยวกับอัตราเงินเดือนและค่าใช้จ่ายดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายทางด้านเงินเดือนเพิ่มขึ้น 5% ต่อปี เพื่อให้สอดคล้องกับเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้น และเป็นการสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงาน
2. ค่าภาษีป้ายและภาษีโรงเรือน ถือเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้รับเพิ่มขึ้น เพราะไม่มีการเปลี่ยนแปลงป้าย
3. ค่าจ้างเงินเดือนคิดเฉพาะผู้จัดการศูนย์บริการ เนื่องจากกำหนดให้ใช้ค่าจ้างพนักงานในระดับปฏิบัติการไปคิดเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนบริการ

#### 4.3.4 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

พนักงานจะปฏิบัติงานระหว่างวันจันทร์ ถึง วันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 8.00 – 17.00 น. โดยให้มีการสลับวันหยุด 1 วัน กำหนดให้มีวันหยุดพักผ่อนประจำปีได้ 6 วัน โดยจะต้องแจ้งล่วงหน้าก่อนทุกครั้งที่ต้องการลาหยุด

#### 4.4 การศึกษาด้านการเงิน

นอกเหนือจากการศึกษาด้านต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว การศึกษาด้านการเงินเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้ทราบว่าธุรกิจจะมีความสามารถในการอยู่รอดได้หรือไม่ เพื่อเป็นประโยชน์ในการประเมินผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการ รวมถึงเงินทุนในการลงทุนและเป็นส่วนช่วยตัดสินใจในการลงทุน โดยนำผลการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการจัดการ รวมถึงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการมาใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาค่าใช้จ่ายในการลงทุนว่า จะต้องใช้เงินด้านใดบ้าง เป็นจำนวนเท่าไร โครงการนี้มีผลตอบแทนการลงทุนที่สูงหรือต่ำอย่างไร ระยะเวลาการคืนทุนเป็นเท่าไร และจัดทำงบการเงินล่วงหน้า เพื่อดูว่าอัตราผลตอบแทนการลงทุนว่าคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่

##### 4.4.1 เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ

ตารางที่ 66 แสดงเงินทุนเริ่มแรก ของโครงการ

| รายการ                                   | จำนวนเงิน (บาท)  |
|--|------------------|
| <b>เงินทุนหมุนเวียน</b>                  |                  |
| เงินทุนหมุนเวียน                         | 307,550          |
| <b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>             |                  |
| ค่าต่อเติมอาคาร                          | 50,000           |
| เครื่องมือช่าง                           | 1,869,000        |
| <b>ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน</b>        |                  |
| ค่าวิจัย และศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ | 24,000           |
| ค่าฝึกอบรมช่าง                           | 14,000           |
| เงินเดือนผู้จัดการศูนย์ และช่าง          | 44,000           |
| อุปกรณ์สำนักงาน                          | 191,450          |
| <b>รวมเงินทุนเริ่มแรก</b>                | <b>2,500,000</b> |

หมายเหตุ: เนื่องจากยังไม่มีรายได้ในช่วงเดือนแรกจึงยังไม่มีการคิดค่าเช่าจากศูนย์บริการ

ตารางที่ 67 กิจการสำรองเงินทุนหมุนเวียนเพื่อให้เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายต่างๆในช่วงเวลาฉุกเฉินดังนี้

| รายการ                                | ต่อเดือน | เดือน | รวม     |
|---------------------------------------|----------|-------|---------|
| ค่าจ้างเงินเดือน                      | 44,000   | 5     | 220,000 |
| ค่าสาธารณูปโภค                        | 5,000    | 4     | 20,000  |
| ค่าจัดทำบัญชี                         | 2,000    | 5     | 10,000  |
| เงินสมทบประกันสังคม (5% ของเงินเดือน) | 2,200    | 5     | 11,000  |
| ค่าใช้จ่ายในการอบรมและพัฒนาบุคลากร    | 500      | 4     | 2,000   |
| ค่าเช่า                               | 10,000   | 4     | 40,000  |
| ภาษีป้ายและภาษีโรงเรือน               | 500      | 4     | 2,000   |
| ค่าใช้จ่ายอื่นๆ                       | 2,550    | 1     | 2,550   |
|                                       |          | รวม   | 307,550 |

ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดให้คิดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง ซึ่งระยะเวลาในการคิดค่าเสื่อมราคาจะแตกต่างกันตามประเภทของสินทรัพย์ถาวรตามที่กฎหมายกำหนดไว้ และไม่มีราคาซาก

ทั้งนี้ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือช่างจะแยกบันทึกในส่วนของต้นทุนบริการ ไม่รวมกับค่าเสื่อมอื่นๆที่จัดอยู่ในต้นทุนการจัดการ เมื่อบันทึกในงบกำไรขาดทุนจะแยกจากกัน

ตารางที่ 68 แสดงรายละเอียดมูลค่าและค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์

| ประเภทสินทรัพย์ถาวร | อัตราค่าเสื่อมราคาต่อปี | มูลค่าสินทรัพย์ | ค่าเสื่อมราคาต่อปี(บาท) |
|---------------------|-------------------------|-----------------|-------------------------|
| ค่าต่อเติมอาคาร     | 20%                     | 50,000          | 10,000                  |
| อุปกรณ์สำนักงาน     | 20%                     | 191,450         | 38,290                  |
| เครื่องมือช่าง      | 20%                     | 1,869,000       | 373,800                 |
| รวม                 |                         | 2,110,450       | 422,090                 |

ที่มา ค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สินตามหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขและอัตราที่กำหนด

โดย พระราชกฤษฎีกา (ฉบับที่ 145), กรมสรรพากร



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

#### 4.4.2 ประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

##### 4.4.2.1งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 69 แสดงงบกำไรขาดทุนล่วงหน้าระหว่างปีที่ 1-5

| รายการ                                      | ปีที่ 1          | ปีที่ 2          | ปีที่ 3          | ปีที่ 4          | ปีที่ 5          |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| รายได้จากบริการตัด                          | 308,434          | 339,277          | 373,205          | 410,525          | 451,578          |
| รายได้จากค่าเช่า                            | 2,221,883        | 2,444,071        | 2,688,478        | 2,957,326        | 3,253,058        |
| <b>รวมรายได้</b>                            | <b>2,530,316</b> | <b>2,783,348</b> | <b>3,061,683</b> | <b>3,367,851</b> | <b>3,704,636</b> |
| หัก ต้นทุนบริการ(ไม่รวมค่าเสื่อมเครื่องมือ) | 721,800          | 757,890          | 795,785          | 835,574          | 877,352          |
| หัก ค่าเสื่อมเครื่องมือช่าง                 | 373,800          | 373,800          | 373,800          | 373,800          | 373,800          |
| <b>กำไรขั้นต้น</b>                          | <b>1,434,716</b> | <b>1,651,658</b> | <b>1,892,098</b> | <b>2,158,477</b> | <b>2,453,484</b> |
| หัก ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด                   | 21,000           | 23,100           | 25,410           | 27,951           | 30,746           |
| หัก ค่าใช้จ่ายด้านการจัดการ                 | 458,400          | 481,320          | 505,386          | 530,655          | 557,188          |
| หัก ค่าเสื่อมราคาอาคาร                      | 10,000           | 10,000           | 10,000           | 10,000           | 10,000           |
| หัก ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน            | 38,290           | 38,290           | 38,290           | 38,290           | 38,290           |
| หัก ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงานตัดจ่าย          | 82,000           |                  |                  |                  |                  |
| <b>กำไรก่อนหักภาษี</b>                      | <b>825,026</b>   | <b>1,098,948</b> | <b>1,313,012</b> | <b>1,551,581</b> | <b>1,817,260</b> |
| ภาษี 30%                                    | 247,508          | 329,684          | 393,904          | 465,474          | 545,178          |
| <b>กำไรสุทธิ</b>                            | <b>577,518</b>   | <b>769,264</b>   | <b>919,109</b>   | <b>1,086,107</b> | <b>1,272,082</b> |



## 4.4.2.2 ประมาณการกระแสเงินสด

ตารางที่ 70 แสดงงบกระแสเงินสดล่วงหน้าระหว่างปีที่ 1-5

| รายการ   | ปีที่ 0            | ปีที่ 1          | ปีที่ 2          | ปีที่ 3          | ปีที่ 4          | ปีที่ 5          |
|--|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน</b>                    |                    |                  |                  |                  |                  |                  |
| กำไรสุทธิ  |                    | 577,518          | 769,264          | 919,109          | 1,086,107        | 1,272,082        |
| ค่าเสื่อมราคา  |                    | 422,090          | 422,090          | 422,090          | 422,090          | 422,090          |
| ค่าภาษีเงินได้นิติบุคคล                              |                    | 247,508          | 82,176           | 64,219           | 71,571           | 79,704           |
| ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานตัดจ่าย                    |                    | 82,000           |                  |                  |                  |                  |
| <b>รวมเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) จากการดำเนินงาน</b>     |                    | <b>1,329,116</b> | <b>1,273,530</b> | <b>1,405,418</b> | <b>1,579,767</b> | <b>1,773,875</b> |
| <b>กระแสเงินสดจากการลงทุน</b>                        |                    |                  |                  |                  |                  |                  |
| เครื่องมือช่าง+ค่าต่อเติมอาคาร+อปก.สนง.              | - 2,110,450        |                  |                  |                  |                  |                  |
| ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน                           | - 82,000           |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>รวมกระแสเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) จากการลงทุน</b>    | <b>- 2,192,450</b> | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>         |
| <b>กระแสเงินสดจากการจัดหาทุน</b>                     |                    |                  |                  |                  |                  |                  |
| เงินลงทุนจากผู้เป็นเจ้าของ                           | 2,500,000          |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>รวมกระแสเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) จากการจัดหาทุน</b> | <b>2,500,000</b>   | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>         | <b>-</b>         |
| <b>รวมเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) ระหว่างปี</b>           | <b>307,550</b>     | <b>1,329,116</b> | <b>1,273,530</b> | <b>1,405,418</b> | <b>1,579,767</b> | <b>1,773,875</b> |
| เงินสดต้นงวด   |                    | 307,550          | 1,636,666        | 2,910,196        | 4,315,614        | 5,895,382        |
| เงินสดปลายงวด  | 307,550            | 1,636,666        | 2,910,196        | 4,315,614        | 5,895,382        | 7,669,257        |

## 4.4.2.3 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 71 แสดงงบดุลล่วงหน้าระหว่างปีที่ 1-5

| รายการ                         | ปีที่ 0          | ปีที่ 1          | ปีที่ 2          | ปีที่ 3          | ปีที่ 4          | ปีที่ 5          |
|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>สินทรัพย์</b>               |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| <u>สินทรัพย์หมุนเวียน</u>      |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| เงินสด                         | 307,550          | 1,636,666        | 2,910,196        | 4,315,614        | 5,895,382        | 7,669,257        |
| <u>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</u>   |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| ค่าต่อเติมอาคาร                | 50,000           | 50,000           | 50,000           | 50,000           | 50,000           | 50,000           |
| เครื่องมือช่าง                 | 1,869,000        | 1,869,000        | 1,869,000        | 1,869,000        | 1,869,000        | 1,869,000        |
| อุปกรณ์สำนักงาน                | 191,450          | 191,450          | 191,450          | 191,450          | 191,450          | 191,450          |
| หัก ค่าเสื่อมสะสม              |                  | - 422,090        | - 844,180        | - 1,266,270      | - 1,688,360      | - 2,110,450      |
| <u>ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน</u> | <b>82,000</b>    | -                | -                | -                | -                | -                |
| <b>รวมสินทรัพย์</b>            | <b>2,500,000</b> | <b>3,325,026</b> | <b>4,176,466</b> | <b>5,159,794</b> | <b>6,317,472</b> | <b>7,669,257</b> |
| <u>หนี้สินหมุนเวียน</u>        |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| <u>ภยานิติบุคคลค้างจ่าย</u>    |                  | <b>247,508</b>   | <b>329,684</b>   | <b>393,904</b>   | <b>465,474</b>   | <b>545,178</b>   |
| รวมหนี้สิน                     |                  | 247,508          | 329,684          | 393,904          | 465,474          | 545,178          |
| ทุนจดทะเบียน                   | 2,500,000        | 2,500,000        | 2,500,000        | 2,500,000        | 2,500,000        | 2,500,000        |
| <u>กำไรสะสม</u>                |                  | <b>577,518</b>   | <b>1,346,782</b> | <b>2,265,891</b> | <b>3,351,997</b> | <b>4,624,079</b> |
| รวมส่วนของผู้ถือหุ้น           | 2,500,000        | 3,077,518        | 3,846,782        | 4,765,891        | 5,851,997        | 7,124,079        |
| รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น | 2,500,000        | 3,325,026        | 4,176,466        | 5,159,794        | 6,317,472        | 7,669,257        |

#### 4.4.2.4 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method)

โดยการหารระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสะสมที่ได้รับจากโครงการว่าใช้เวลานานานเท่าใด จึงคุ้มกับเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ

ตารางที่ 72 แสดงวิธีคำนวณหาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method)

| กระแสเงินสดที่ได้จากการดำเนินงานและกระแสเงินสดเมื่อสิ้นสุดโครงการ |                |               |                 |
|---|----------------|---------------|-----------------|
| ปีที่   | กระแสเงินสดรับ |               | เงินทุนเริ่มแรก |
|   | รายปี          | สะสม          |                 |
| 0   |                | -2,500,000    | -2,500,000      |
| 1   | 1,329,116.30   | -1,170,883.70 |                 |
| 2   | 1,273,530.04   | 102,646.35    |                 |
| 3   | 1,405,417.85   | 1,508,064.19  |                 |
| 4   | 1,579,767.31   | 3,087,831.50  |                 |
| 5   | 1,773,875.23   | 4,861,706.73  |                 |
| รวมกระแสเงินสดรับ   | 7,361,706.73   |               |                 |

จากตารางที่ 73 โครงการลงทุนนี้ต้องใช้ระยะเวลาประมาณ 2 ปี 11 เดือน จึงจะได้รับเงินคืนเท่ากับเงินที่ลงทุนไป

#### 4.4.2.5 มูลค่าปัจจุบันของโครงการ (Net Present Value)

เป็นการหาผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีตลอดอายุโครงการกับมูลค่าของเงินสดจ่ายออกไป ภายใต้ระยะเวลาที่กำลังพิจารณา ณ อัตราคิดลดที่กำหนด โดยผู้ศึกษากำหนดอัตราผลตอบแทนในการลงทุนเท่ากับร้อยละ 15 เพราะเป็นนโยบายของบริษัท นพดลพานิช จำกัด ในการกำหนดอัตราผลตอบแทนในโครงการต่างๆต้องไม่น้อยกว่า 15%

ตารางที่ 73 แสดงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

| ปีที่               | FV        | อัตราคิดลด | PV          |
|---------------------|-----------|------------|-------------|
|                     |           | 15%        |             |
| 1                   | 1,329,116 | 0.8696     | 1,155,753   |
| 2                   | 1,273,530 | 0.7561     | 962,972     |
| 3                   | 1,405,418 | 0.6575     | 924,085     |
| 4                   | 1,579,767 | 0.5718     | 903,237     |
| 5                   | 1,773,875 | 0.4972     | 881,929     |
| รวมกระแสเงินสดรับ   | 7,361,707 |            | 4,827,977   |
| เงินลงทุนเริ่มต้น   |           |            | - 2,500,000 |
| มูลค่าปัจจุบันสุทธิ |           |            | 2,327,977   |

จากการคำนวณค่า NPV เท่ากับ 2,327,977 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก จึงสรุปได้ว่าการประเมินโครงการด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิแล้ว โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

#### 4.4.2.6 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return)

โดยการหาค่าอัตราคิดลดที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์

ตารางที่ 74 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน

| ปีที่               | FV        | อัตราคิดลด | PV         |
|---------------------|-----------|------------|------------|
|                     |           | 47.80%     |            |
| 1                   | 1,329,116 | 0.6766     | 899,250    |
| 2                   | 1,273,530 | 0.4578     | 582,968    |
| 3                   | 1,405,418 | 0.3097     | 435,270    |
| 4                   | 1,579,767 | 0.2095     | 331,027    |
| 5                   | 1,773,875 | 0.1418     | 251,485    |
| รวมกระแสเงินสดรับ   | 7,361,707 |            | 2,500,000  |
| เงินลงทุนเริ่มต้น   |           |            | -2,500,000 |
| มูลค่าปัจจุบันสุทธิ |           |            | 0          |

จากตารางข้างต้น ค่า IRR ของโครงการเท่ากับร้อยละ 47.80 ซึ่งมีค่ามากกว่าผลตอบแทนในการลงทุนที่ต้องการคือ ร้อยละ 15 และสูงกว่าอัตราดอกเบี้ย MLR เฉลี่ย 4 ธนาคารพาณิชย์ใหญ่ที่ ร้อยละ 5.86 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2553: ออนไลน์) จึงสรุปได้ว่าการประเมินโครงการด้วยวิธีหาอัตราผลตอบแทนภายในแล้ว โครงการนี้จะมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

#### 4.4.3 การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)

จากการศึกษาวิเคราะห์ความไวพิจารณาจากยอดขายที่เปลี่ยนแปลง และกรณีค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงเปลี่ยนแปลง โดยกำหนดให้

1. กรณีที่ 1 รายได้ลดลง 30%
2. กรณีที่ 2 ต้นทุนบริการเพิ่มขึ้น 100%

#### 4.4.3.1 กรณีที่ 1 รายได้ลดลง 30%

##### งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 75 แสดงงบกำไรขาดทุนล่วงหน้าระหว่างปีที่ 1-5 กรณีที่ 1 รายได้ลดลง 30%

| รายการ                                      | ปีที่ 1          | ปีที่ 2          | ปีที่ 3          | ปีที่ 4          | ปีที่ 5          |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| รายได้จากบริการตัด                          | 215,904          | 237,494          | 261,243          | 287,368          | 316,104          |
| รายได้จากค่าเช่า                            | 1,555,318        | 1,710,850        | 1,881,935        | 2,070,128        | 2,277,141        |
| <b>รวมรายได้</b>                            | <b>1,771,221</b> | <b>1,948,344</b> | <b>2,143,178</b> | <b>2,357,496</b> | <b>2,593,245</b> |
| หัก ต้นทุนบริการ(ไม่รวมค่าเสื่อมเครื่องมือ) | 721,800          | 757,890          | 795,785          | 835,574          | 877,352          |
| หัก ค่าเสื่อมเครื่องมือช่าง                 | 373,800          | 373,800          | 373,800          | 373,800          | 373,800          |
| <b>กำไรขั้นต้น</b>                          | <b>675,621</b>   | <b>816,654</b>   | <b>973,593</b>   | <b>1,148,122</b> | <b>1,342,093</b> |
| หัก ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด                   | 21,000           | 23,100           | 25,410           | 27,951           | 30,746           |
| หัก ค่าใช้จ่ายด้านการจัดการ                 | 458,400          | 481,320          | 505,386          | 530,655          | 557,188          |
| หัก ค่าเสื่อมราคาอาคาร                      | 10,000           | 10,000           | 10,000           | 10,000           | 10,000           |
| หัก ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน            | 38,290           | 38,290           | 38,290           | 38,290           | 38,290           |
| หัก ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงานตัดจ่าย          | 82,000           |                  |                  |                  |                  |
| <b>กำไรก่อนหักภาษี</b>                      | <b>65,931</b>    | <b>263,944</b>   | <b>394,507</b>   | <b>541,226</b>   | <b>705,869</b>   |
| ภาษี 30%                                    | 19,779           | 79,183           | 118,352          | 162,368          | 211,761          |
| <b>กำไรสุทธิ</b>                            | <b>46,152</b>    | <b>184,760</b>   | <b>276,155</b>   | <b>378,858</b>   | <b>494,108</b>   |

### ประมาณการกระแสเงินสด

ตารางที่ 76 แสดงงบกระแสเงินสดล่วงหน้าระหว่างปีที่ 1-5 กรณีที่ 1 รายได้ลดลง 30%

| รายการ   | ปีที่ 0           | ปีที่ 1        | ปีที่ 2        | ปีที่ 3        | ปีที่ 4        | ปีที่ 5        |
|--|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน</b>                    |                   |                |                |                |                |                |
| กำไรสุทธิ  |                   | 46,152         | 184,760        | 276,155        | 378,858        | 494,108        |
| ค่าเสื่อมราคา  |                   | 422,090        | 422,090        | 422,090        | 422,090        | 422,090        |
| ค่าภาษีเงินได้นิติบุคคล                              |                   | 19,779         | 59,404         | 39,169         | 44,015         | 49,393         |
| ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานตัดจ่าย                    |                   | 82,000         |                |                |                |                |
| <b>รวมเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) จากการดำเนินงาน</b>     |                   | <b>570,021</b> | <b>666,254</b> | <b>737,414</b> | <b>844,963</b> | <b>965,591</b> |
| <b>กระแสเงินสดจากการลงทุน</b>                        |                   |                |                |                |                |                |
| เครื่องมือช่าง+ค่าต่อเติมอาคาร-อปท.สนง.              | -2,110,450        |                |                |                |                |                |
| ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน                           | -82,000           |                |                |                |                |                |
| <b>รวมกระแสเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) จากการลงทุน</b>    | <b>-2,192,450</b> | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       |
| <b>กระแสเงินสดจากการจัดหาทุน</b>                     |                   |                |                |                |                |                |
| เงินลงทุนจากผู้เป็นเจ้าของ                           | 2,500,000         |                |                |                |                |                |
| <b>รวมกระแสเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) จากการจัดหาทุน</b> | <b>2,500,000</b>  | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       |
| <b>รวมเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) ระหว่างปี</b>           | <b>307,550</b>    | <b>570,021</b> | <b>666,254</b> | <b>737,414</b> | <b>844,963</b> | <b>965,591</b> |
| เงินสดต้นงวด   |                   | 307,550        | 877,571        | 1,543,826      | 2,281,240      | 3,126,203      |
| เงินสดปลายงวด  | 307,550           | 877,571        | 1,543,826      | 2,281,240      | 3,126,203      | 4,091,794      |

ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 77 แสดงงบดุลล่วงหน้าระหว่างปีที่ 1-5 เมื่อรายได้ลดลง 30%

| รายการ                                | ปีที่ 0          | ปีที่ 1          | ปีที่ 2          | ปีที่ 3          | ปีที่ 4          | ปีที่ 5          |
|---------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| สินทรัพย์                             |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| สินทรัพย์หมุนเวียน                    |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| เงินสด                                | 307,550          | 877,571          | 1,543,826        | 2,281,240        | 3,126,203        | 4,091,794        |
| สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน                 |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| ค่าต่อเติมอาคาร                       | 50,000           | 50,000           | 50,000           | 50,000           | 50,000           | 50,000           |
| เครื่องมือช่าง                        | 1,869,000        | 1,869,000        | 1,869,000        | 1,869,000        | 1,869,000        | 1,869,000        |
| อุปกรณ์สำนักงาน                       | 191,450          | 191,450          | 191,450          | 191,450          | 191,450          | 191,450          |
| หัก ค่าเสื่อมสะสม                     |                  | - 422,090        | - 844,180        | - 1,266,270      | - 1,688,360      | - 2,110,450      |
| ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน               | 82,000           | -                | -                | -                | -                | -                |
| <b>รวมสินทรัพย์</b>                   | <b>2,500,000</b> | <b>2,565,931</b> | <b>2,810,096</b> | <b>3,125,420</b> | <b>3,548,293</b> | <b>4,091,794</b> |
| หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น           |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| หนี้สิน                               |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| ภาษีนิติบุคคลค้างจ่าย                 |                  | 19,779           | 79,183           | 118,352          | 162,368          | 211,761          |
| <b>รวมหนี้สิน</b>                     |                  | <b>19,779</b>    | <b>79,183</b>    | <b>118,352</b>   | <b>162,368</b>   | <b>211,761</b>   |
| ทุนจดทะเบียน                          | 2,500,000        | 2,500,000        | 2,500,000        | 2,500,000        | 2,500,000        | 2,500,000        |
| กำไรสะสม                              |                  | 46,152           | 230,912          | 507,068          | 885,926          | 1,380,034        |
| <b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>           | <b>2,500,000</b> | <b>2,546,152</b> | <b>2,730,912</b> | <b>3,007,068</b> | <b>3,385,926</b> | <b>3,880,034</b> |
| <b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b> | <b>2,500,000</b> | <b>2,565,931</b> | <b>2,810,096</b> | <b>3,125,420</b> | <b>3,548,293</b> | <b>4,091,794</b> |



### ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method)

โดยการหารระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสะสมที่ได้รับจากโครงการว่าใช้ระยะเวลานานเท่าใด จึงคุ้มกับเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ

ตารางที่ 78 แสดงวิธีคำนวณหาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method) เมื่อรายได้ลดลง 30%

| กระแสเงินสดรับ    |           |             | เงินทุนเริ่มแรก |
|-------------------|-----------|-------------|-----------------|
| ปีที่             | รายปี     | สะสม        |                 |
| 0                 |           | - 2,500,000 | - 2,500,000     |
| 1                 | 570,021   | - 1,929,979 |                 |
| 2                 | 666,254   | - 1,263,724 |                 |
| 3                 | 737,414   | - 526,310   |                 |
| 4                 | 844,963   | 318,653     |                 |
| 5                 | 965,591   | 1,284,244   |                 |
| รวมกระแสเงินสดรับ | 3,784,244 |             |                 |

จากตารางที่ 77 โครงการลงทุนนี้ต้องใช้ระยะเวลาประมาณ 4 ปี 7 เดือน จึงจะได้รับเงินคืนเท่ากับเงินที่ลงทุนไป

### มูลค่าปัจจุบันของโครงการ (Net Present Value)

แสดงมูลค่าปัจจุบันของโครงการ (Net Present Value) ที่อัตราผลตอบแทนในการลงทุนเท่ากับร้อยละ 15 และมียอดขายลดลง 30%

ตารางที่ 79 แสดงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันของกรณีรายได้ลดลง 30%

| ปีที่               | FV        | อัตราคิดลด | PV          |
|---------------------|-----------|------------|-------------|
|                     |           | 15%        |             |
| 1                   | 570,021   | 0.8696     | 495,671     |
| 2                   | 666,254   | 0.7561     | 503,784     |
| 3                   | 737,414   | 0.6575     | 484,862     |
| 4                   | 844,963   | 0.5718     | 483,111     |
| 5                   | 965,591   | 0.4972     | 480,069     |
| รวมกระแสเงินสดรับ   | 3,784,244 |            | 2,447,497   |
| เงินลงทุนเริ่มต้น   |           |            | - 2,500,000 |
| มูลค่าปัจจุบันสุทธิ |           |            | - 52,503    |

ค่า NPV เท่ากับ -52,503 บาท ซึ่งมีค่าเป็นลบ การประเมินโครงการด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิแสดงว่าโครงการนี้ไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุนเมื่อยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย 30 %

## อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return)

ตารางที่ 80 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในเมื่อยอดขายลดลง 30%

| ปีที่               | FV        | อัตราคิดลด | PV          |
|---------------------|-----------|------------|-------------|
|                     |           | 14.19%     |             |
| 1                   | 570,021   | 0.8758     | 499,207     |
| 2                   | 666,254   | 0.7670     | 510,997     |
| 3                   | 737,414   | 0.6717     | 495,313     |
| 4                   | 844,963   | 0.5882     | 497,044     |
| 5                   | 965,591   | 0.5152     | 497,439     |
| รวมกระแสเงินสดรับ   | 3,784,244 |            | 2,500,000   |
| เงินลงทุนเริ่มต้น   |           |            | - 2,500,000 |
| มูลค่าปัจจุบันสุทธิ |           |            | 0           |

ค่า IRR ของโครงการเท่ากับร้อยละ 14.19 ต่ำกว่าผลตอบแทนที่ต้องการที่ร้อยละ 15 ถือว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุนเมื่อยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย 30 %

#### 4.4.3.2 กรณีที่ 2 ต้นทุนบริการเพิ่มขึ้น 100%

##### งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 81 แสดงงบกำไรขาดทุนล่วงหน้าระหว่างปีที่ 1-5 กรณีที่ 2 ต้นทุนบริการเพิ่มขึ้น 100%

| รายการ                                    | ปีที่ 1          | ปีที่ 2          | ปีที่ 3          | ปีที่ 4          | ปีที่ 5          |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| รายได้จากบริการตัด                        | 308,434          | 339,277          | 373,205          | 410,525          | 451,578          |
| รายได้จากค่าเช่า                          | 2,221,883        | 2,444,071        | 2,688,478        | 2,957,326        | 3,253,058        |
| <b>รวมรายได้</b>                          | <b>2,530,316</b> | <b>2,783,348</b> | <b>3,061,683</b> | <b>3,367,851</b> | <b>3,704,636</b> |
| หัก ต้นทุนบริการไม่รวมค่าเสื่อมเครื่องมือ | 1,443,600        | 1,515,780        | 1,591,569        | 1,671,147        | 1,754,705        |
| หัก ค่าเสื่อมเครื่องมือช่าง               | 373,800          | 373,800          | 373,800          | 373,800          | 373,800          |
| <b>กำไรขั้นต้น</b>                        | <b>712,916</b>   | <b>893,768</b>   | <b>1,096,314</b> | <b>1,322,904</b> | <b>1,576,131</b> |
| หัก ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด                 | 21,000           | 23,100           | 25,410           | 27,951           | 30,746           |
| หัก ค่าใช้จ่ายด้านการจัดการ               | 458,400          | 481,320          | 505,386          | 530,655          | 557,188          |
| หัก ค่าเสื่อมราคาอาคาร                    | 10,000           | 10,000           | 10,000           | 10,000           | 10,000           |
| หัก ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน          | 38,290           | 38,290           | 38,290           | 38,290           | 38,290           |
| หัก ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงานตัดจ่าย        | 82,000           |                  |                  |                  |                  |
| <b>กำไรก่อนหักภาษี</b>                    | <b>103,226</b>   | <b>341,058</b>   | <b>517,228</b>   | <b>716,007</b>   | <b>939,907</b>   |
| ภาษี 30%                                  | 30,968           | 102,317          | 155,168          | 214,802          | 281,972          |
| <b>กำไรสุทธิ</b>                          | <b>72,258</b>    | <b>238,741</b>   | <b>362,059</b>   | <b>501,205</b>   | <b>657,935</b>   |

### ประมาณการกระแสเงินสด

ตารางที่ 82 แสดงงบกระแสเงินสดล่วงหน้าระหว่างปีที่ 1-5 กรณีที่ 2 ต้นทุนบริการเพิ่มขึ้น 100%

| รายการ  | ปีที่0             | ปีที่1         | ปีที่2         | ปีที่3         | ปีที่4         | ปีที่5           |
|---|--------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| <b>กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน</b>                 |                    |                |                |                |                |                  |
| กำไรสุทธิ   |                    | 72,258         | 238,741        | 362,059        | 501,205        | 657,935          |
| ค่าเสื่อมราคา                                     |                    | 422,090        | 422,090        | 422,090        | 422,090        | 422,090          |
| ค่าภาษีเงินได้นิติบุคคล                           |                    | 30,968         | 71,349         | 52,851         | 59,634         | 67,170           |
| ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานตัดจ่าย                 |                    | 82,000         |                |                |                |                  |
| <b>รวมเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) จากการดำเนินงาน</b>  |                    | <b>607,316</b> | <b>732,180</b> | <b>837,000</b> | <b>982,929</b> | <b>1,147,195</b> |
| <b>กระแสเงินสดจากการลงทุน</b>                     |                    |                |                |                |                |                  |
| เครื่องมือช่างค่าต่อเติมอาคารอปก.สนง.             | - 2,110,450        |                |                |                |                |                  |
| ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน                        | - 82,000           |                |                |                |                |                  |
| <b>รวมกระแสเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) จากการลงทุน</b> | <b>- 2,192,450</b> | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>         |
| <b>กระแสเงินสดจากการจัดหาทุน</b>                  |                    |                |                |                |                |                  |
| เงินลงทุนจากผู้เป็นเจ้าของ                        | 2,500,000          |                |                |                |                |                  |
| <b>กระแสเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) จากการจัดหาทุน</b> | <b>2,500,000</b>   | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>       | <b>-</b>         |
| <b>รวมเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) ระหว่างปี</b>        | <b>307,550</b>     | <b>607,316</b> | <b>732,180</b> | <b>837,000</b> | <b>982,929</b> | <b>1,147,195</b> |
| เงินสดต้นงวด                                      |                    | 307,550        | 914,866        | 1,647,046      | 2,484,047      | 3,466,976        |

### ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 83 แสดงงบดุลล่วงหน้าระหว่างปีที่ 1-5 กรณีที่ 2 ต้นทุนบริการเพิ่มขึ้น 100%

| รายการ                                | ปีที่ 0          | ปีที่ 1          | ปีที่ 2          | ปีที่ 3          | ปีที่ 4          | ปีที่ 5          |
|---------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>สินทรัพย์</b>                      |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| <b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>             |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| เงินสด                                | 307,550          | 914,866          | 1,647,046        | 2,484,047        | 3,466,976        | 4,614,171        |
| <b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>          |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| ค่าต่อเติมอาคาร                       | 50,000           | 50,000           | 50,000           | 50,000           | 50,000           | 50,000           |
| เครื่องมือช่าง                        | 1,869,000        | 1,869,000        | 1,869,000        | 1,869,000        | 1,869,000        | 1,869,000        |
| อุปกรณ์สำนักงาน                       | 191,450          | 191,450          | 191,450          | 191,450          | 191,450          | 191,450          |
| หัก ค่าเสื่อมสะสม                     |                  | - 422,090        | - 844,180        | - 1,266,270      | - 1,688,360      | - 2,110,450      |
| ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน               | 82,000           | -                | -                | -                | -                | -                |
| <b>รวมสินทรัพย์</b>                   | <b>2,500,000</b> | <b>2,603,226</b> | <b>2,913,316</b> | <b>3,328,227</b> | <b>3,889,066</b> | <b>4,614,171</b> |
| <b>หนี้สินหมุนเวียน</b>               |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| ภาษีนิติบุคคลค้างจ่าย                 |                  | 30,968           | 102,317          | 155,168          | 214,802          | 281,972          |
| <b>รวมหนี้สิน</b>                     |                  | <b>30,968</b>    | <b>102,317</b>   | <b>155,168</b>   | <b>214,802</b>   | <b>281,972</b>   |
| ทุนจดทะเบียน                          | 2,500,000        | 2,500,000        | 2,500,000        | 2,500,000        | 2,500,000        | 2,500,000        |
| กำไรสะสม                              |                  | 72,258           | 310,999          | 673,058          | 1,174,263        | 1,832,198        |
| <b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>           | <b>2,500,000</b> | <b>2,572,258</b> | <b>2,810,999</b> | <b>3,173,058</b> | <b>3,674,263</b> | <b>4,332,198</b> |
| <b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b> | <b>2,500,000</b> | <b>2,603,226</b> | <b>2,913,316</b> | <b>3,328,227</b> | <b>3,889,066</b> | <b>4,614,171</b> |

### ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method)

โดยการหารระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสะสมที่ได้รับจากโครงการว่าใช้ระยะเวลานานเท่าใด จึงคุ้มกับเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ

ตารางที่ 84 แสดงวิธีคำนวณหาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method) เมื่อต้นทุนบริการเพิ่มขึ้น 100%

| กระแสเงินสดรับ    |           |             | เงินทุนเริ่มแรก |
|-------------------|-----------|-------------|-----------------|
| ปีที่             | รายปี     | สะสม        |                 |
| 0                 |           | - 2,500,000 | - 2,500,000     |
| 1                 | 607,316   | - 1,892,684 |                 |
| 2                 | 732,180   | - 1,160,504 |                 |
| 3                 | 837,000   | - 323,503   |                 |
| 4                 | 982,929   | 659,426     |                 |
| 5                 | 1,147,195 | 1,806,621   |                 |
| รวมกระแสเงินสดรับ | 4,306,621 |             |                 |

จากตารางที่ 81 โครงการลงทุนนี้ต้องใช้ระยะเวลาประมาณ 5 ปี 6 เดือน จึงจะได้รับเงินคืนเท่ากับเงินที่ลงทุนไป

มูลค่าปัจจุบันของโครงการ (Net Present Value)

เป็นการหาผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีตลอดอายุโครงการกับมูลค่าของเงินสดจ่ายออกไป ภายใต้ระยะเวลาที่กำลังพิจารณา ณ อัตราผลตอบแทนในการลงทุนเท่ากับร้อยละ 15 และต้นทุนบริการเพิ่ม 100%

ตารางที่ 85 แสดงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันของโครงการเมื่อต้นทุนบริการเพิ่มขึ้น 100%

| ปีที่               | FV        | อัตราคิดลด | PV          |
|---------------------|-----------|------------|-------------|
|                     |           | 15%        |             |
| 1                   | 607,316   | 0.8696     | 528,101     |
| 2                   | 732,180   | 0.7561     | 553,633     |
| 3                   | 837,000   | 0.6575     | 550,341     |
| 4                   | 982,929   | 0.5718     | 561,993     |
| 5                   | 1,147,195 | 0.4972     | 570,359     |
| รวมกระแสเงินสดรับ   | 4,306,621 |            | 2,764,427   |
| เงินลงทุนเริ่มต้น   |           |            | - 2,500,000 |
| มูลค่าปัจจุบันสุทธิ |           |            | 264,427     |

ค่า NPV เท่ากับ 287,843 บาท ยังคงมีค่าเป็นบวก จึงสรุปได้ว่าการประเมินโครงการด้วยวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิแล้ว แม้ต้นทุนบริการจะเพิ่มขึ้น 100% โครงการนี้ยังมีความเป็นไปได้ในการลงทุน



### อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return)

ตารางที่ 86 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในเมื่อต้นทุนบริการเพิ่มขึ้น 100%

| ปีที่               | FV        | อัตราคิดลด | PV          |
|---------------------|-----------|------------|-------------|
|                     |           | 18.92%     |             |
| 1                   | 607,316   | 0.8409     | 510,697     |
| 2                   | 732,180   | 0.7071     | 517,743     |
| 3                   | 837,000   | 0.5946     | 497,703     |
| 4                   | 982,929   | 0.5000     | 491,490     |
| 5                   | 1,147,195 | 0.4205     | 482,367     |
| รวมกระแสเงินสดรับ   | 4,306,621 |            | 2,500,000   |
| เงินลงทุนเริ่มต้น   |           |            | - 2,500,000 |
| มูลค่าปัจจุบันสุทธิ |           |            | 0           |

ค่า IRR ของโครงการเท่ากับร้อยละ 18.92 ซึ่งมีค่ามากกว่าผลตอบแทนในการลงทุนที่ต้องการคือ ร้อยละ 15 และสูงกว่าอัตราดอกเบี้ย MLR เฉลี่ย 4 ธนาคารพาณิชย์ใหญ่ที่ ร้อยละ 5.86 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2553: ออนไลน์) จึงสรุปได้ว่าแม่ทุนบริการจะเพิ่มขึ้น 100% การประเมินโครงการด้วยวิธีหาอัตราผลตอบแทนภายในยังคงแสดงว่าโครงการนี้จะมีความเป็นไปได้ในการลงทุน