

บทที่ 4

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนเปิดสาขากิจการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงราย: กรณีศึกษา บริษัทนัมซู่เต็งขนส่ง 1988 จำกัด จะแบ่งการศึกษาออกเป็นสี่ส่วน โดยเริ่มจาก การวิเคราะห์ด้านตลาด การวิเคราะห์ด้านเทคนิค การวิเคราะห์ด้านการจัดการ จากนั้นนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปจัดทำงบการเงินล่วงหน้า เพื่อประเมินผลโครงการต่อไป

การวิเคราะห์ด้านการตลาด

การวิเคราะห์ด้านการตลาดแบ่งเป็น 2 ส่วน คือจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถาม

การศึกษาสถานะแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ

สถานะแวดล้อมโดยทั่วไปมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ เพราะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ ทำให้ขอบเขตและข้อจำกัดของการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ยังทำให้ธรรมชาติในการแข่งขันในแต่ละธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้นการศึกษาสถานะแวดล้อมจึงเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการอันที่จะใช้ในการตัดสินใจ และกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานด้านต่างๆของธุรกิจให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานะแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจที่เกิดขึ้น และเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สถานะแวดล้อมโดยทั่วไปสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะได้แก่ เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม กฎหมาย และเทคโนโลยี

1. สถานะแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ¹¹

เศรษฐกิจไทยในไตรมาสแรกของปี 2545 ยังคงขยายตัวและมีแนวโน้มดีขึ้นเล็กน้อยกว่า ไตรมาส 4 ปี 2544 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจยังคงขยายตัว คือ การใช้จ่ายในประเทศ โดยเฉพาะการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน และการใช้จ่ายภาครัฐ รวมทั้งการลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มดีขึ้นต่อจากไตรมาสที่แล้ว สำหรับภาคการผลิตยังคงปรับตัวดีขึ้นต่อจากไตรมาสที่แล้ว ภาคเกษตรโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี เพราะแม้ว่าผลผลิตพืชผลหลักหดตัว แต่ราคาทั้งในหมวดพืช

¹¹ ธนาคารแห่งประเทศไทย. <http://www.bot.or.th/bothome/page.html>. (2545, สิงหาคม)

ผลและประสิทธิภาพขยายตัวค่อนข้างสูง ส่งผลให้รายได้เกษตรกรยังคงขยายตัวดีในไตรมาสนี้ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายภาคครัวเรือนได้ การผลิตภาคอุตสาหกรรม ขยายตัวสูงกว่าไตรมาสที่แล้ว ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมขยายตัวจากระยะเดียวกันปีก่อนร้อยละ 4.2 เทียบกับร้อยละ 1.7 ในไตรมาส 4 ปี 2544 โดยอุตสาหกรรมที่ขยายตัวในเกณฑ์สูง คือ หมวดวัสดุก่อสร้าง เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก ตามการปรับตัวที่ดีขึ้นของภาคอสังหาริมทรัพย์ สำหรับอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออก เช่น หมวดอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าได้ขยายตัวในไตรมาสนี้ ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า อย่างไรก็ตาม อัตราการใช้กำลังการผลิตยังอยู่ในระดับต่ำ เฉลี่ยทั้งไตรมาสอยู่ที่ร้อยละ 58.4 เทียบกับระดับเฉลี่ยร้อยละ 72.0 ในช่วงปี 2538 - 2540 แสดงถึงกำลังการผลิตส่วนเกินที่ยังเหลืออยู่มาก ซึ่งจะมีผลต่อการลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์ไปอีกระยะหนึ่ง ภาคบริการปรับตัวดีต่อเนื่อง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติขยายตัวร้อยละ 7.6 สูงกว่า ไตรมาส 4 ปี 2544 และอัตราการเข้าพักอยู่ในระดับสูงที่ร้อยละ 68.9 ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจอื่นๆ ที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรมและภัตตาคาร การค้า และการขนส่ง ทางด้านอุปสงค์ในประเทศ การอุปโภคบริโภคภาคเอกชนยังคงขยายตัว โดยในไตรมาสแรกของปีนี้ ค่าเบื้องต้นของดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชนเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 103.9 ขยายตัวจากระยะเดียวกันปีก่อนร้อยละ 2.4 เท่ากับในไตรมาสที่แล้ว และค่าดัชนีการอุปโภคบริโภคในไตรมาสนี้ยังสูงกว่าค่าเฉลี่ยทั้งปี 2544 ที่อยู่ที่ระดับ 102.9 เครื่องชี้การอุปโภคบริโภคที่ยังขยายตัวดี ได้แก่ ยอดขายรถยนต์นั่ง รถจักรยานยนต์ เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และภาษีมูลค่าเพิ่ม ส่วนแนวโน้มการอุปโภคบริโภคในระยะต่อไป น่าจะยังคงมีทิศทางที่ดี เนื่องจากปัจจัยเอื้อ คือ อัตราเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับต่ำ ภาวะการจ้างงานที่มีแนวโน้มดีขึ้น รายได้เกษตรกรที่ยังปรับตัวดีขึ้นตั้งแต่กลางปี 2544 อัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำซึ่งจะส่งผลดีต่อการใช้จ่ายสินค้าคงทน (Durable goods) นอกจากนี้ความเชื่อมั่นผู้บริโภคได้ปรับตัวดีขึ้นสะท้อนถึงความมั่นใจผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ การจ้างงาน และรายได้ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้จ่ายมากขึ้น การลงทุนภาคเอกชนน่าจะปรับตัวดีขึ้น พิจารณาจากค่าเฉลี่ยเบื้องต้นของดัชนีการลงทุนภาคเอกชนในไตรมาสแรก ปี 2545 ที่ขยายตัวเป็นครั้งแรกจากระยะเดียวกันปีก่อนร้อยละ 10.9 จากที่หดตัวตั้งแต่กลางปี 2544 โดยเป็นการขยายตัวของดัชนีการลงทุนในภาคก่อสร้างที่ขยายตัวต่อเนื่องเป็นไตรมาสที่ 4 ส่วนหนึ่งเป็นผลจากนโยบายของรัฐบาลในการกระตุ้นธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ และภาวะดอกเบี้ยที่เอื้ออำนวย ซึ่งการแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศจะส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจขนส่งอันเป็นส่วนสำคัญในการจัดส่งสินค้าอุตสาหกรรม อุปโภคบริโภค รวมถึงสินค้าทางการเกษตร

2. สภาวะแวดล้อมทางเทคโนโลยี

การพัฒนาด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันเป็นไปอย่างรวดเร็ว การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้อย่างดี รวมถึงอุปกรณ์และเครื่องต่างๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงาน ส่งผลให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และเพิ่มความรวดเร็วในการทำงาน ทำให้การจัดส่งสินค้ารวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น จัดทำเว็บไซต์ และตรวจสอบการเคลื่อนไหวของการสินค้าที่ทำการจัดส่งได้

3. สภาวะแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรม

พฤติกรรมในการเลือกใช้ขนส่งในประเทศมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ตั้งแต่ประเทศไทยประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจ ร้านค้าส่วนใหญ่เริ่มให้ความสนใจเรื่องต้นทุนมากขึ้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านราคาค่าบรรทุกสินค้ามากขึ้น ผู้บริโภคสามารถรับรู้ข่าวสารต่างๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกและมีข้อมูลช่วยในการตัดสินใจ และพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคบางกลุ่มเปลี่ยนไป เช่น มีการลดการจัดเก็บสินค้าคงคลังในปริมาณที่มาก หรือการมีสินค้าคงคลังให้น้อยที่สุด โดยหันไปให้ความสำคัญบริการการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว

นอกจากนี้การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นไปอย่างรวดเร็วมี ส่งผลให้การขนส่งสินค้าด้านโลจิสติกส์ (Logistics) และ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain management) มีการขยายตัวมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนในด้านสินค้าคงคลัง และลูกค้าให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพในการบริการสูง และการที่ลูกค้าบางกลุ่มมองขนส่งท้องถิ่น ไม่มีศักยภาพเพียงพอ อีกทั้ง ผู้ขายปัจจัยการผลิต (Supplier) ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน

4. สภาวะแวดล้อมทางการเมือง และกฎหมาย

การเมือง มีความมั่นคง และเสถียรภาพของรัฐบาลปัจจุบัน สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน รวมถึงการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่เป็นรูปธรรม การกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคทำให้มีผลดีต่อธุรกิจขนส่งสินค้า

กฎหมาย ปัญหาพระราชบัญญัติการห้ามรถวิ่งเข้าพื้นที่วงแหวนชั้นในของกรุงเทพฯ ทำให้ธุรกิจขนส่งส่วนใหญ่ต้องมีการปรับตัวด้านระบบการทำงานใหม่

การศึกษาสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก

สภาวะการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจขึ้นอยู่กับสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่องค์กรธุรกิจนั้นอยู่ และสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัย

ที่สำคัญ 5 ประการ ซึ่งความเข้มแข็งของปัจจัยทั้ง 5 ประการนี้บ่งบอกถึงโอกาสในการได้กำไรของธุรกิจในอนาคตหรมนั้นๆ ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดของธุรกิจในขณะเดียวกัน ถ้าเป็นปัจจัยนั้นๆ มีความอ่อนแอย่อมเป็นโอกาสอันดีต่อธุรกิจในอนาคตหรมนั้นๆ เนื่องจากธุรกิจสามารถกำไรได้มากขึ้น

ปัจจัยสำคัญที่ธุรกิจจะต้องทำเพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงที่สุด ได้แก่การหาตำแหน่งในอุตสาหกรรมที่จะสามารถมีอิทธิพลเหนือปัจจัยทั้ง 5 ประการ เพื่อที่จะหาความได้เปรียบ หรือป้องกันตัวเอง ซึ่งสามารถศึกษาวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกได้จากปัจจัยทั้ง 5 ได้ดังต่อไปนี้

1. ความรุนแรงของสภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Intensity of Rivalry Among Existing Competitors)

จากการศึกษาสภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันพบว่ามีการแข่งขันปานกลาง ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ มีโอกาสแสวงกำไรจากอุตสาหกรรมขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกนี้ได้ หากผู้ประกอบการรายใหม่มีความสามารถในการสร้างคุณภาพการบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งรายเดิม และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

- สภาวะการแข่งขัน (Competition) การแข่งขันสูงปานกลาง คู่แข่งขันส่วนใหญ่มีขนาดเล็กและปานกลาง และไม่มีผู้นำตลาดที่ชัดเจน

- การเติบโตของอุตสาหกรรม (Industrial Growth) การเติบโตของอุตสาหกรรมขนส่งรูปแบบเดิม เริ่มชะลอตัว การเพิ่มขึ้นของยอดขายในอัตราที่ลดลง แต่การขนส่งรูปแบบใหม่ โลจิสติกส์ (Logistics) มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

- ลักษณะของสินค้า (Product Characteristic) รูปแบบ หรือความสามารถในการให้บริการของคู่แข่งในอุตสาหกรรม เริ่มใกล้เคียงกันและไม่สามารถสร้างความแตกต่างจากกันได้ชัดเจน

2. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งใหม่ (Threat of New Entrants)

การวิเคราะห์ภัยคุกคามจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ในตลาดพบว่ามีมากเนื่องจาก

- การเข้าถึงช่องทางในการจัดจำหน่าย คู่แข่งขันรายต่างๆยังไม่มีรายใดสามารถมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุม

- การรับรู้ในตราสินค้า คู่แข่งขันส่วนใหญ่เป็นที่รู้จักในเฉพาะท้องถิ่น

- ต้นทุนในการเปลี่ยนบริการ(Switching Cost) ของอุตสาหกรรมต่ำ การเปลี่ยนไปใช้บริการขนส่งอื่นทำได้ง่าย

- เงินลงทุนในการเริ่มต้นธุรกิจไม่สูงมากนัก และการดำเนินงานทำได้ง่าย

3. อำนาจในการต่อรองของบรรณา (Bargaining Power of Suppliers)

จากการวิเคราะห์อำนาจการต่อรองของรถร่วม ในอุตสาหกรรมขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก พบว่ามีระดับปานกลาง เนื่องจาก

- ความสามารถในการขยายตัวแบบรวมไปข้างหน้า (Forward Integration) คือผู้ขายปัจจัยการผลิต (supplier) หรือรถที่มาวิ่งร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจขนส่ง สามารถเปลี่ยนสถานะภาพมาเป็นเจ้าของธุรกิจขนส่ง โดยการแยกตัวออกมาให้บริการเอง เพราะมีการลงทุนไม่สูงมาก และสามารถใช้ความชำนาญในด้านการบริหารและจัดการเดิมได้

- การที่เจ้าของธุรกิจสามารถออกรถบรรทุกเพิ่มเอง ทำให้ลดอำนาจการต่อรองได้

4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

จากการวิเคราะห์อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อของอุตสาหกรรมพบว่ามีสูง เนื่องจาก

- ลูกค้านิติบุคคลที่มีปริมาณสั่งซื้อสินค้ามาก มีอำนาจในการต่อรองด้านราคาสูง
- ต้นทุนในการเปลี่ยนบริการ (Switching Cost) ต่ำ
- มีผู้ให้บริการขนส่งมากมาย

5. ภัยคุกคามจากสินค้าหรือบริการทดแทน (Threat of Substitutes Products/Services)

จากการวิเคราะห์ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนจากอุตสาหกรรมขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก มีต่ำ เนื่องจากการขนส่งทางรถไฟไม่สามารถไปถึงจังหวัดเชียงราย ในส่วนการขนส่งทางเครื่องบินมีค่าขนส่งที่แพง

สรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก

จากการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกพบว่า

1. สภาพการแข่งขันของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดิมมีความรุนแรงปานกลาง
2. ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่มีมาก เนื่องจากมีต้นทุนในการเปลี่ยนบริการต่ำ และใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก
3. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อมีสูง เพราะ มีผู้ให้บริการขนส่งสินค้ามากมาย และบางรายมีปริมาณสั่งซื้อสูง
4. อำนาจการต่อรองของรถร่วม (ผู้ขายปัจจัยการผลิต) มีปานกลาง จากการที่รถร่วมสามารถออกไปตั้งขนส่งเอง แต่เจ้าของธุรกิจที่มีเงินทุน สามารถเดินการจัดหารมาวิ่งเอง เพื่อลดอำนาจการต่อรอง
5. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนมีน้อย

การศึกษาสภาพเศรษฐกิจ สังคม นโยบายและการส่งเสริมของภาครัฐ

สภาพเศรษฐกิจภาคเหนือ¹²

เศรษฐกิจการเงินภาคเหนือไตรมาสแรกปี 2545 ขยายตัวดีขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาส 4 ปี 2544 โดยมีปัจจัยบวกที่สำคัญคือ รายได้เกษตรกรเพิ่มขึ้น ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการที่ขยายตัว ประกอบกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายภาครัฐ รวมทั้งอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้การใช้จ่ายและการลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มที่ดีขึ้น สอดคล้องกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และนักธุรกิจที่ปรับตัวดีขึ้น ขณะที่ภาคการเงิน สินเชื่อโดยรวมยังคงลดลง เนื่องจากการโอนสินเชื่อไปบริหารยังส่วนกลางและธนาคารพาณิชย์ระมัดระวังการให้สินเชื่อ อย่างไรก็ตาม ธนาคารพาณิชย์ก็มีการให้สินเชื่อบางประเภทเพิ่มขึ้น เช่น สินเชื่อที่อยู่อาศัย และสินเชื่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทางการเกษตร

เศรษฐกิจในภาพรวมของจังหวัดเชียงราย¹³

ภาวะเศรษฐกิจจังหวัดเชียงรายในปี 2544 มีการปรับตัวคงตัวจากปี 2543 ซึ่งพิจารณาจาก ฐานการคลัง โดยมีรายได้ในปี 2544 มียอดทั้งสิ้น 838 ล้านบาท เพิ่มจากปี 2543 ที่มีรายได้ 805 ล้านบาท และรายจ่ายในปี 8,931 ล้านบาท ในปี 2544 เปรียบเทียบจากปี 2543 ที่มีเพียง 8,501 ล้านบาท แต่ในด้านสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ และผลผลิตพืชสำคัญต่างๆมีอัตราลดลง แต่เมื่อพิจารณาจากนโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล ซึ่งคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจจะปรับตัวดีขึ้นจากปี 2544

ภาวะตลาดโดยรวมของธุรกิจขนส่งสินค้าจังหวัดเชียงราย

จากข้อมูลการเก็บแบบสอบถามธุรกิจทำให้ทราบว่าขนส่งในเชียงรายมีทั้งหมด 23 ราย ที่เปิดให้บริการขนส่งสินค้าจากกรุงเทพฯขึ้นสู่ร้านค้าในจังหวัดเชียงราย ดังรายชื่อต่อไปนี้

¹² ธนาคารแห่งประเทศไทย. [http://www.bot.or.th/bothome/page.html\(2545,สิงหาคม\)](http://www.bot.or.th/bothome/page.html(2545,สิงหาคม))

¹³ เรื่องเดียวกัน

ตารางที่ 3 ตารางแสดงพื้นที่ให้บริการของบริษัทขนส่งในจังหวัดเชียงราย

ลำดับ	ชื่อ	สาขา
1	บริษัท ร.ส.พ. เชียงราย	ทั่วประเทศ
2	บริษัท N.T.C. รับส่งพัสดุด่วน จำกัด	เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง อุดรดิตถ์ พิษณุโลก นครสวรรค์ นครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี อุบลราชธานี กรุงเทพฯ
3	บริษัท บุญทัต ทรานสปอร์ต จำกัด	เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง กรุงเทพฯ
4	บริษัท สุวรรณไพศาลขนส่ง จำกัด	เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง พะเยา ลำพูน แม่ฮ่องสอน
5	บริษัท สหโชคพัฒนาทรานสปอร์ต จำกัด	เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง พะเยา แพร่ กำแพงเพชร ตาก นครสวรรค์ กรุงเทพฯ
6	บริษัท ส่งเสริมบริการขนส่ง	เชียงใหม่ พะเยา ลำปาง กทม.
7	บริษัท เกียรตินิยมขนส่ง	พะเยา กทม. เชียงราย
8	หจก. โชคประทานพรขนส่ง	พะเยา กทม. ลำปาง สมุทรสาคร เชียงราย
9	บริษัท ลานนาไทขนส่งจำกัด	
10	บ. ฉัฐพงษ์ขนส่ง	ลำปาง เชียงราย เชียงใหม่
11	หจก. เพิ่มพูนทรัพย์เจริญขนส่ง	เชียงราย เชียงคำ กทม.
12	ธนากรขนส่ง	กทม. เชียงราย
13	บ. เชียงรายสุทธิรัตน์ขนส่ง	กทม. เชียงราย
14	หจก.เทพอำนวยขนส่ง	กทม. ลำปาง เชียงราย เชียงใหม่
15	บ. เชียงรายสหมิตรขนส่ง จำกัด	เชียงราย กทม.
16	สยามเพ็ชร์ทัวร์	
17	ดอยดุงขนส่ง	เชียงราย แม่สาย กทม. พะเยา แม่จัน
18	เหรียญทองไทขนส่ง	เชียงราย กทม.
19	ก.นพกิจขนส่ง 1985	กทม. เชียงราย
20	วิไลพัฒนาขนส่ง จำกัด	
21	บ. แม่สายขนส่ง จำกัด	แม่สาย แม่จัน พาน เชียงคำ เทิง เชียงของ
22	โชคพูนทรัพย์ขนส่ง	
23	TSW	

จากข้อมูลการสำรวจจากผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงราย ทำให้ทราบว่า มีผู้ให้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงราย โดยมีปริมาตรรถบรรทุกที่วิ่งสู่จังหวัดเชียงราย(บรรทุกสินค้าอุปโภค บริโภค)มีประมาณ 31 เที่ยวต่อวัน ซึ่งถือว่าเป็นปริมาณที่สูง ทำให้ทราบได้ว่าตลาดจังหวัดเชียงรายเป็นตลาดที่น่าสนใจ คู่แข่งขันส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงราย เป็นขนส่งขนาดกลาง ไปจนถึงขนาดเล็ก ยกเว้นบริษัทลานนาไทขนส่ง จำกัด ซึ่งเป็นขนส่งที่มีขนาดใหญ่ (ทำการขนส่งสินค้าจำพวกวัสดุ อุปกรณ์ก่อสร้าง และสินค้าเกษตร ในลักษณะเหมา ซึ่งมีรถ10ล้อ และพ่วงไม่ต่ำกว่า 50) อีกทั้งในจังหวัดเชียงรายยังมีปริมาณสินค้าทางการเกษตรจำนวนมาก ทำให้มีตลาดสำหรับบรรทุกสินค้าจากกลับมา โดยเฉพาะสินค้าจากอำเภอแม่สาย และ เชียงแสน

จากการสำรวจธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงรายทำให้ทราบโอกาสและอุปสรรคของผู้ที่จะดำเนินการประกอบธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงรายดังนี้

โอกาส

1. ธุรกิจที่ให้บริการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงราย ยังไม่มีผู้นำตลาดที่ชัดเจน
2. จากราคาที่ต่ำทำให้การขยายตัวเป็นไปได้ง่าย จึงไม่มีขนส่งที่เหนือกว่าจนเห็นได้ชัด ส่วนแบ่งตลาดกระจายไปอยู่ทุกขนส่ง ทำให้ความสามารถในการขยายตัวต่ำ
3. การบริการล่าช้า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาขนส่งถึงมือลูกค้าอยู่ในช่วง 3-4 วัน และจะช้าลงหากปริมาณสินค้ามากเกินไปจะทำให้ส่งสินค้าช้าลงทันที การรองรับปริมาณสินค้าของแต่ละแห่งจะต่ำในขนส่งขนาดกลางสามารถรองรับสินค้าในปริมาณที่ไม่เกิน 4 คันต่อวัน ส่วนขนส่งขนาดเล็กจะไม่เกิน 2-3 คันต่อวัน
4. ท่ารถที่ตั้งสาขาใน กรุงเทพฯ ของธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงรายจะอยู่ตามรอบนอก ไม่สะดวกสำหรับผู้ส่งในตัวเมืองกรุงเทพฯ.

อุปสรรค

1. ค่าบรรทุกของขนส่งส่วนใหญ่ในเชียงรายมีอัตราที่ต่ำ ทำให้เป็นการยากที่จะใช้ราคาที่สูงมาใช้ในจังหวัดเชียงราย
2. ขนส่งส่วนใหญ่จะเป็นขนส่งรูปแบบเก่า ไม่มีการนำเทคโนโลยีมาช่วย และมีบุคลากรน้อยทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายต่ำ และบางขนส่งใช้แรงงานต่างด้าวทำให้ลดค่าใช้จ่ายลงได้มาก ขนาดองค์กรเล็ก ทำให้การบริหาร การแก้ไขทำได้ง่าย และควบคุมโดยผู้บริหารโดยตรง ทำให้การแก้ไขปัญหา และการตัดสินใจรวดเร็ว

3. การที่ชนต่าง ๆ มีการเปิดให้สินค้าในจังหวัดเชียงรายมานาน ทำให้มีประสบการณ์และความชำนาญในพื้นที่มากกว่า

ผลการวิจัยตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนเปิดสาขากิจการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงราย: กรณีศึกษา บริษัทนิ่มซี่เส็งขนส่ง 1988 จำกัด ได้ทำการสำรวจตลาดโดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่แจกให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 174 ชุด ผลการสำรวจแบ่งออกเป็นสี่ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ชื่อร้านค้า ประเภทสินค้า อำเภอ อายุธุรกิจ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกิจขนส่ง ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ค่าขนส่งที่ผู้ใช้บริการจ่ายต่อเดือน ผู้ตัดสินใจเลือกขนส่ง ลักษณะการจ่ายค่าบริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่ง การวิเคราะห์พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งสินค้า ความคิดเห็นมีต่อการใช้บริการธุรกิจขนส่งสินค้าในจังหวัดเชียงราย และการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการบริการเสริมจากบริษัทขนส่ง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการ หากมีการเปิดให้บริการของบริษัทนิ่มซี่เส็งขนส่งในจังหวัดเชียงราย

ผลการสำรวจตลาดทั้งสี่ส่วนนี้จะใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด พยากรณ์ยอดขาย และคาดคะเนค่าใช้จ่ายทางการตลาดของโครงการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละผู้ใช้บริการแยกตามอำเภอ

อำเภอ	จำนวน	ร้อยละ
เมือง	82	47.1
พาน	37	21.3
แม่สาย	22	19.0
แม่จัน	33	12.6
รวม	174	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอเมือง คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมา
เป็นอำเภอบ้าน ร้อยละ 21.3 อำเภอแม่สาย ร้อยละ 19 และอำเภอแม่จัน ร้อยละ 12.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการแยกตามประเภทกิจการ

ประเภทกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านขายเครื่องจักร เครื่องยนต์	26	14.9
ร้านขายเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	25	14.4
ร้านขายวัสดุก่อสร้าง	21	12.1
ร้านขายประดับยนต์	21	12.1
ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า	17	9.8
ร้านขายเครื่องเขียน	10	5.7
ร้านขายเครื่องมือทางการเกษตร	10	5.7
ร้านขายของใช้เบ็ดเตล็ด	9	5.2
ร้านขายเครื่องใช้ภายในบ้าน	7	4.0
ร้านขายยา และเวชภัณฑ์	7	4.0
ร้านของชำ	5	2.9
ร้านขายสังฆภัณฑ์	5	2.9
ร้านขายเครื่องมือ & อุปกรณ์	4	2.3
ร้านขายเคมีภัณฑ์	2	1.1
ร้านขายขนม	2	1.1
ร้านขายผลผลิตทางการเกษตร	2	1.1
หน่วยงานราชการ	1	0.6
รวม	174	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำกิจการประเภทขายเครื่องจักร เครื่องยนต์ และ
ชิ้นส่วนอะไหล่ มากที่สุดร้อยละ 14.9 รองลงมาเป็นร้านขายเครื่องแต่งกาย ร้อยละ 14.4 และร้าน
ขายวัสดุก่อสร้างร้อยละ 12.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุธุรกิจ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	2	1.1
1 – 5 ปี	25	14.4
6 – 10 ปี	33	19.0
11 – 20 ปี	45	25.9
มากกว่า 20 ปี	69	39.7
รวม	174	100

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุของธุรกิจมากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาเป็นธุรกิจที่มีอายุระหว่าง 11 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.9 และธุรกิจอายุ 6 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 19 ตามลำดับ

จากข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอเมือง คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมาเป็นอำเภอฟาน ร้อยละ 21.3 อำเภอแม่สาย ร้อยละ 19 และอำเภอแม่จัน ร้อยละ 12.6 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำกิจการประเภทขายเครื่องจักร เครื่องยนต์ และชิ้นส่วนอะไหล่ มากที่สุดร้อยละ 14.9 รองลงมาเป็นร้านขายเครื่องแต่งกาย ร้อยละ 14.4 และร้านขายวัสดุก่อสร้าง ร้อยละ 12.1 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุของธุรกิจมากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาเป็นธุรกิจที่มีอายุระหว่าง 11 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.9 และธุรกิจอายุ 6 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 19 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกิจขนส่งสินค้า

ตารางที่ 7 แสดงความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ใช้บริการ

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	49	28.2
วันเว้นวัน	22	12.6
สัปดาห์ละ 2 – 3 วัน	42	24.1
สัปดาห์ละครั้ง	12	6.9
เดือนละ 2 – 3 ครั้ง	30	17.2
เดือนละครั้ง	10	5.7

นานกว่าเดือนละครั้ง	9	5.2
รวม	174	100

จากตารางที่ 7 พบว่ามีผู้ใช้บริการทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาคือ ใช้บริการสัปดาห์ละ 2 – 3 วัน คิดเป็น ร้อยละ 42 และใช้บริการเดือนละ 2 – 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงค่าขนส่งที่ผู้ใช้บริการจ่ายต่อเดือน

จำนวนเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน	54	31
1,001 – 5,000 บาทต่อเดือน	73	42
5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน	16	9.2
10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน	22	12.6
มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน	9	5.2
รวม	174	100

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งเฉลี่ย 1,001 – 5,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมา คือเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่าเดือนละ 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31 และเสียค่าใช้จ่ายระหว่าง 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 12.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงผู้ตัดสินใจเลือกบริษัทขนส่ง

ผู้เลือก	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ส่ง	49	28.2
ผู้รับ	125	71.8
รวม	174	100

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเลือกบริษัทขนส่งตามที่ผู้รับต้องการ คิดเป็นร้อยละ 71.8(นั่นคือการเลือกใช้ตามที่ผู้รับสินค้าปลายทางเป็นผู้กำหนด) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ส่งจะเลือกบริษัทขนส่งเอง คิดเป็นร้อยละ 28.2

ตารางที่ 10 แสดงลักษณะการจ่ายเงินค่าใช้บริการขนส่ง

ลักษณะการจ่ายเงิน	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายสดปลายทาง	89	51.1
จ่ายเชื่อปลายทาง	48	27.6
จ่ายสดต้นทาง	32	18.4
จ่ายเชื่อต้นทาง	5	2.9
รวม	174	100

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่ชำระเงินโดยการจ่ายสดปลายทาง (คือชำระค่าขนส่งทันทีเมื่อได้รับสินค้า) คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมาเป็นการจ่ายเชื่อปลายทางคิดเป็นร้อยละ 27.6 และการจ่ายสดต้นทาง(ชำระค่าขนส่งทันทีเมื่อส่งสินค้าต้นทาง) คิดเป็นร้อยละ 18.4 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่ง การวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งสินค้า และการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการบริการเสริมจากบริษัทขนส่ง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่ง

ตารางที่ 11 แสดงปัจจัยในการเลือกใช้บริการ

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ย	ความสำคัญ
ความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า	4.72	มากที่สุด
สภาพของสินค้าเมื่อถึงมือ (ชำรุดเสียหาย)	4.67	มากที่สุด
ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่จัดส่ง (การชดใช้)	4.52	มากที่สุด
ความสะดวกในการรับ/ส่งสินค้า	4.40	ค่อนข้างมาก
อัตราค่าบริการ	4.22	ค่อนข้างมาก
กิริยามารยาทของพนักงานและคนงาน	3.83	ค่อนข้างมาก
ชื่อเสียงของบริษัทขนส่ง	3.56	ค่อนข้างมาก
เทคโนโลยีที่ทันสมัยของบริษัทขนส่ง	3.33	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 พบว่า พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่คำนึงถึงความรวดเร็วของการขนส่งสินค้า เป็นปัจจัยหลักในการเลือกใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 4.72 รองลงมาเป็นปัจจัยด้าน สภาพของสินค้าเมื่อถึงมือผู้รับ มีค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 4.67 ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 4.52 คะแนน และ ความสะดวกในการรับ/ส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 4.40ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นในการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งสินค้า

ตารางที่ 12 แสดงความถี่ในการใช้บริการขนส่งในบริษัทต่างๆ

บริษัท	ความถี่ในการใช้บริการ	Mean
โชคพูนทรัพย์	43	3.26
ก.นพกิจ	24	2.58
ธนากรขนส่ง	69	2.52
N.T.C	27	2.52
สุวรรณไพศาลขนส่ง	79	2.49
คอยดุงขนส่ง	57	2.47
สหโชคพัฒนาทรานสปอร์ต	11	2.45
สยามเฟิสท์ทัวร์	91	2.43
เกียรตินิมขนส่ง	81	2.42
ร.ส.พ เชียงราย	50	2.30
ณัฐพงษ์ขนส่ง	38	2.29
เทพอำนวยขนส่ง	47	2.28
เชียงรายสหมิตรขนส่ง	23	2.26
เพิ่มพูนทรัพย์เจริญขนส่ง	47	2.23
ลานนาไทยขนส่ง	33	2.15
ส่งเสริมบริการขนส่ง	12	2.08
เชียงรายสุทธิรัตน์ขนส่ง	23	1.96
บุญทัตทรานสปอร์ต	26	1.88
เหรียญทองไทยขนส่ง	20	1.85
โชคประทานพรขนส่ง	21	1.80
อื่นๆ	13	2.85

จากตารางที่ 12 จะพบว่าบริษัทขนส่งที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ โดยไม่พิจารณาความถี่ในการใช้บริการจะพบว่า บริษัทสยามเฟิสท์வர்เป็นบริษัทที่มีกลุ่มตัวอย่างได้ใช้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ เกียรตินิยมขนส่ง สุวรรณไพศาลขนส่ง ชนากรขนส่ง และคอยตุงขนส่งตามลำดับ

แต่หากวิเคราะห์จากค่าเฉลี่ยที่ได้จากการนำความถี่ในการใช้บริการมาพิจารณาร่วมด้วยจะพบว่าขนส่งที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ โขคพูนทรัพย์ขนส่ง รองมา คือ ก.นพกิจขนส่ง NTC Transport ชนากรขนส่ง ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการบริการเสริมจากบริษัทขนส่ง

ตารางที่ 13 แสดงบริการเสริมที่ผู้ใช้บริการต้องการ

ประเภทบริการเสริม	ความถี่	Mean
การกำหนดเวลาที่สินค้าถึงปลายทาง	133	4.46
การประกันความเสียหายตามมูลค่าของสินค้า	131	4.28
บริการจัดส่งสินค้าด่วน	123	4.49
การให้ส่วนลดเงินสด	121	4.20
การบริการติดตามสินค้าจากต้นทางถึงปลายทาง	119	4.34
การบริการบรรจุหีบห่อ	101	3.74
รายการสมนาคุณแก่ผู้ใช้บริการ	98	3.59
การชำระค่าบริการเป็นเงินเชื่อ	97	3.27
การให้บริการ โกงดั่งเก็บสินค้าชั่วคราว	94	3.37

จากตารางที่ 13 พบว่าบริการเสริมที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มากที่สุด คือ การกำหนดเวลาที่สินค้าถึงปลายทาง คิดเป็น 133 ร้าน รองลงมาเป็นการประกันความเสียหายตามมูลค่าของสินค้า คิดเป็น 131 ร้าน บริการจัดส่งสินค้าด่วน คิดเป็น 123 ร้าน การให้ส่วนลดเงินสด คิดเป็น 121 ร้าน และการบริการติดตามสินค้าจากต้นทางถึงปลายทาง คิดเป็น 119 ร้าน ตามลำดับ แต่หากพิจารณาจากค่าเฉลี่ยจะพบว่า บริการเสริมที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุดคือ บริการจัดส่งสินค้าด่วน รองลงมาคือ บริการกำหนดเวลาที่สินค้าถึงที่หมายปลายทาง และการบริการติดตามสินค้าจากปลายทาง และการประกันความเสียหายตามมูลค่าสินค้า

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการ หากมีการเปิดให้บริการของ บริษัทนิมซี่เส็งขนส่งในจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 14 แสดงความคิดเห็นต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งแห่งใหม่

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	62	35.6
ไม่ใช้	7	4.0
ไม่แน่ใจ	105	60.3
รวม	174	100

จากตารางที่ 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจว่าหากมีบริษัทขนส่งแห่งใหม่มาเปิด กลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจที่จะไปใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 60.3 และกลุ่มตัวอย่างที่มั่นใจว่าจะมาใช้บริการคิดเป็น ร้อยละ 35.6 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าจะไม่ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการขนส่งที่เคยได้ยินชื่อนิมซี่เส็งขนส่ง

การรู้จัก	จำนวน	ร้อยละ
เคยได้ยินชื่อนิมซี่เส็งขนส่ง	149	85.6
ไม่เคยได้ยินชื่อนิมซี่เส็งขนส่ง	25	14.4
รวม	174	100

จากตารางที่ 15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยได้ยินชื่อบริษัทนิมซี่เส็งขนส่งคิดเป็นร้อยละ 85.6 อีกร้อยละ 14.4 ไม่เคยได้ยินชื่อนิมซี่เส็งขนส่ง

ตารางที่ 16 แสดงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขนส่งต่อบริษัทนิมซี่เส็งขนส่งที่จะมาเปิดสาขาที่ เชียงราย

ความคิดเห็นต่อการเลือกใช้	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ	77	44.3
ไม่ใช้บริการ	5	2.9
ไม่แน่ใจ	92	52.9
รวม	174	100

จากตารางที่ 16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจว่าจะมาใช้บริการบริษัทนัมซี่เส็งขนส่งหรือไม่ หากบริษัทนัมซี่เส็งจะมาเปิดสาขาที่จังหวัดเชียงราย คิดเป็นร้อยละ 52.9 ส่วนอีกร้อยละ 44.3 คาดว่าจะมาใช้บริการบริษัทนัมซี่เส็งขนส่ง และร้อยละ 2.9 จะไม่มาใช้บริการบริษัทนัมซี่เส็งขนส่ง

สรุปผลการสำรวจตลาด

การศึกษาปัจจัยที่ผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธุรกิจขนส่งในจังหวัดเชียงราย จำนวนตัวอย่าง 174 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบไปด้วย กลุ่มตัวอย่างใน 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอแม่สาย อำเภอแม่จัน อำเภอพาน และแยกตามกลุ่มประเภทสินค้า ซึ่งได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย วัสดุก่อสร้าง ประดับยนต์ ยานและเวชภัณฑ์ เครื่องเขียน เครื่องใช้ไฟฟ้า ขนส่ง เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นผู้ประกอบธุรกิจมาเป็นระยะเวลามากกว่า 20 ปี

พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจขนส่งของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีการใช้บริการทุกวัน โดยมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าเฉลี่ย 1,001 – 5,000 บาทต่อเดือน และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการบริษัทขนส่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้รับ และมีลักษณะการจ่ายค่าบริการทุกโดยการจ่ายแบบเงินสดปลายทาง คือการเก็บค่าบริการเมื่อจัดส่งสินค้าถึงมือผู้รับทันที

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่ง ความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า คือ ปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุด โดยมีปัจจัยด้านสภาพสินค้าเมื่อถึงมือผู้รับเป็นปัจจัยรองลงมา อันดับสอง ส่วนปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ เทคโนโลยีที่ทันสมัยของบริษัทขนส่ง และปัจจัยด้านชื่อเสียงของบริษัทขนส่งเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยรองลงมา

บริษัทขนส่งสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากที่สุด โดยไม่พิจารณาความถี่ในการใช้บริการคือ บริษัทสยามเฟิร์สทัวร์ รองลงมาคือบริษัทเกียรตินิมขนส่ง แต่หากวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยที่ได้จากการนำความถี่ในการใช้บริการมาพิจารณาร่วมด้วยจะพบว่า บริษัทขนส่งที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ บริษัทโชคพูนทรัพย์ขนส่ง รองลงมาคือ บริษัท ก.นพกิจขนส่ง

บริการเสริมที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้บริษัทขนส่งมีมากที่สุด คือ การกำหนดเวลาที่สินค้าถึงปลายทาง รองลงมา คือ การประกันความเสียหายตามมูลค่าของสินค้า แต่หากพิจารณาจากค่าเฉลี่ย จะพบว่า บริการเสริมที่กลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ บริการจัดส่งสินค้าด่วน รองลงมา คือ บริการกำหนดเวลาที่สินค้าถึงที่หมายปลายทาง

หากมีบริษัทขนส่งแห่งใหม่มาเปิดให้บริการในจังหวัดเชียงราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจที่จะไปใช้บริการ แต่เมื่อเปลี่ยนคำถามจากหากบริษัทนัมซี่เส็งขนส่งมาเปิดให้

บริการในจังหวัดเชียงรายจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความไม่แน่ใจที่จะใช้บริการบริษัทนี้ซึ่งตั้งขนส่งลดลง โดยมีสัดส่วนที่มากกว่าการที่จะใช้บริการเพียงเล็กน้อย ซึ่งจากแบบสอบถามจะพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักบริษัทบริษัทนี้ซึ่งตั้งขนส่ง

การกำหนดแผนด้านการตลาดและกลยุทธ์การแข่งขัน

ในส่วนนี้เป็นการนำปัจจัยต่างๆ และข้อมูลแผนการตลาดบริษัทนี้ซึ่งตั้งขนส่ง 1988 จำกัด มาใช้ในการวางแผนด้านการตลาดและกลยุทธ์การแข่งขัน

รูปแบบในการทำงานของบริษัท

บริษัทให้บริการลูกค้าทางด้านการขนส่งสินค้า และการกระจายสินค้า โดยบริการ 2 ลักษณะ คือ

1. การให้บริการแบบเหมาคัน ลูกค้าสามารถใช้บริการของบริษัทแบบเหมาคันในกรณีที่ลูกค้ามีสินค้าที่ต้องการขนส่งเป็นจำนวนมาก และมีจุดส่งสินค้าปลายทางที่แน่นอน โดยการให้บริการลักษณะเหมาคันสามารถให้บริการได้ทั่วประเทศ
2. การให้บริการเป็นรายชิ้น ในกรณีที่ลูกค้าต้องการส่งสินค้าเป็นชิ้น ทางบริษัทจะคิดค่าบริการตามขนาด และน้ำหนักของสินค้าที่ต้องการขนส่งแต่ละชิ้น โดยการให้บริการเป็นรายชิ้น บริษัทจะให้บริการในเฉพาะพื้นที่ที่สาขามีสาขาเปิดให้บริการ

ลักษณะการให้บริการ

ฝ่ายขาออก

- การขนส่งสินค้าจากเชียงราย ไปกรุงเทพฯ ในลักษณะรายชิ้นและเหมาคัน
- การขนส่งสินค้าระหว่างจังหวัดทั่วประเทศในลักษณะเหมาคัน
- บริการบรรจุหีบห่อ (Packing)

ฝ่ายขาเข้า

- การกระจายสินค้าที่จุดรับสินค้ากรุงเทพฯ ให้ลูกค้าใน จังหวัดเชียงราย
- การขนส่งสินค้าระหว่างจังหวัดทั่วประเทศในลักษณะเหมาคัน
- บริการบรรจุหีบห่อ (Packing)

การกำหนดตลาดเป้าหมาย

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายฝ่ายขาเข้า

สินค้ารายชิ้น ได้แก่ ธุรกิจ ร้านค้าที่ดำเนินการจำหน่ายสินค้าสินค้าอุปโภค บริโภค ซึ่งกลุ่มประเภทสินค้าที่มียอดค่าบรรทุกสูง โดยพิจารณาจากข้อมูลเดิมของบริษัท ได้แก่ 1 เครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย 2 เครื่องใช้ภายในครัว 3 พลาสติก 4 อะไหล่ 5 อุปกรณ์ก่อสร้าง 6 ของสด 7 สินค้าอุปโภค(ขนม) เป็นต้น

สินค้าหมวกกันน็อก ซึ่งได้แก่ การเหมาจ่ายครัวเรือนและในส่วนลูกค้ารายใหญ่ที่มีการปริมาณสั่งซื้อต่อครั้งสูง จำพวกสินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง เครื่องใช้ภายในครัวสินค้าอุปโภค บริโภค รวมถึงวัตถุดิบสินค้าอุตสาหกรรม เป็นต้น

2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายชาล่อง

สินค้ารายชิ้น ส่วนใหญ่เป็นสินค้าทางการเกษตร ซึ่งได้แก่ พืชผัก ผลไม้และดอกไม้ ซึ่งจุดส่งสินค้าปลายทางปากคลองตลาด ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดทรงวาด ซึ่งค่าบรรทุกในส่วนสินค้าทางการเกษตรจะมียอดอยู่ในส่วนของหมวกกันน็อก ซึ่งลูกค้าเป้าหมายได้แก่กลุ่มเกษตรกร ชาวไร่ ชาวสวน รวมถึงพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อสินค้า ในส่วนรองลงมาคือสินค้าอุปโภค บริโภค ซึ่งได้แก่ สินค้า หรือสิ่งประดิษฐ์จากท้องถิ่น เป็นต้น

สินค้าหมวกกันน็อก ได้แก่ สินค้าแปรรูปทางการเกษตร และสินค้าทางการเกษตร กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร และพ่อค้าคนกลาง เป็นต้น

การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์/บริการ(Product/Service) ส่วนนี้เป็นส่วนที่สำคัญที่สุด เพราะเมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิกของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยหลักคือด้านบริการ อันได้แก่ความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า สภาพสินค้าเมื่อถึงมือ ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่จัดส่ง ทำให้บริษัทต้องเน้นด้านการบริการมากที่สุด ซึ่งจุดนี้เป็นข้อได้เปรียบของบริษัทนี้ซึ่งสิ่งขนส่งซึ่งจุดนี้เป็นจุดแข็งของนี้ซึ่งสิ่ง ในด้านความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า รวมถึงบริการส่วนเพิ่ม (Exceeded service) คือ การที่ลูกค้าได้รับการบริการที่เกินความความคาดหวัง โดยบริการที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด คือ การกำหนดเวลาที่สินค้าถึงปลายทาง รองลงมาเป็นการรับประกันความเสียหายตามมูลค่าของสินค้า ต่อมาเป็น บริการจัดส่งสินค้าด่วน

บริการฝ่ายขาย

1. การบริการก่อนการขาย โดยการสร้างความสะดวกในการติดต่อ มีระบบการติดต่อสื่อสารที่สะดวกและการให้ข้อมูลด้านการบริการที่ชัดเจน การแจ้งราคาบริการด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง และการประสานงานระหว่างผู้รับและผู้ส่ง

2. การบริการหลังการขาย โดยมีระบบการตรวจสอบ วัตถุประสงค์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการและตอบสนองอย่างต่อเนื่อง ด้วยการจัดให้มีการเก็บแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความพึงพอใจในด้านบริการทุกปี มีระบบการแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพ และการชดใช้ค่าเสียหาย (กรณีสินค้ามีปัญหา) ที่มีประสิทธิภาพและยุติธรรม)
3. จัดหารถที่ได้มาตรฐานและตรงตามความต้องการลูกค้าเพิ่ม เช่นเพิ่มการบริการขนส่งสินค้าระยะสั้น โดยการใช้รถตู้ที่ได้มาตรฐาน
4. มีบริการพิเศษสำหรับสินค้าที่ลูกค้าที่ต้องการด่วน โดยมีการเตรียมรถปิ๊กอัพ หรือรถจักรยานยนต์ไว้สำหรับจัดส่งสินค้าที่ต้องการเร่งด่วน เปิดบริการรับ – ส่งพัสดุด่วน
5. การจัดกลุ่มประเภทสินค้า เพื่อช่วยในการตรวจสอบและดูแลได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว
6. จัดให้มีบริการพิเศษเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าเร่งด่วน โดยจัดระบบการจัดส่งสินค้าเร่งด่วน

บริการฝ่ายขาย

1. บริการก่อนการขาย มีการสำรวจปริมาณสินค้าล่วงหน้า บริการรับสินค้าถึงที่ การประสานงานระหว่างผู้รับผู้ส่ง และการมีระบบการประกันสินค้าเสียหาย
2. บริการหลังการขาย โดยมีการเคลียร์สินค้า(การชดใช้ค่าเสียหาย หรือสูญหาย)ที่มีประสิทธิภาพและยุติธรรม มีการตรวจสอบ วัตถุประสงค์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการและตอบสนองอย่างต่อเนื่อง มีระบบการแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพ โดยให้ความสำคัญและดูแลในส่วนผู้ส่งด้วย
3. การเพิ่มบริการในส่วนรถหัวลาก ผู้คอนเทนเนอร์ เพื่อรองรับปริมาณงานสินค้าเกษตรที่จะส่งออก
4. การหาผู้ที่มีความรู้ในการการนำเข้า และส่งออก เพื่อขยายงานในส่วนนี้ เพื่อขยายตลาดและการให้บริการครบวงจร

2. ราคา (Price)

ถึงแม้ในส่วนราคาจะเป็นปัจจัยในอันดับที่ ห้าแต่หากพิจารณาจากค่าเฉลี่ยทำให้พบว่ายังอยู่ในระดับการมีความค่อนข้างสำคัญ อีกทั้งด้านราคาถือเป็นจุดอ่อนของบริษัทนี้ซึ่งตั้งชนส่งซึ่งโดยเฉลี่ยมีค่าบรรทุกโดยเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มธุรกิจขนส่งในจังหวัดเดียวกัน ดังนั้นการตั้งราคาควรปรับนโยบายด้านราคา เป็นการตั้งราคาเพื่อการแข่งขัน โดยมีราคาในระดับที่ใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยค่าบริการภายในจังหวัด

ราคาฝ่ายขาขึ้น

1. มีการตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งขึ้น แต่เป็นราคาเพื่อการแข่งขัน โดยส่วนที่สูงเป็นการสร้างความแตกต่างในด้านบริการที่รวดเร็ว และความรับผิดชอบต่อสินค้าที่เป็นจุดอ่อนของคู่แข่งขึ้น ที่มีปัญหาด้านระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า และการรับผิดชอบต่อสินค้า
2. การตั้งราคา ในกรณีพื้นที่จัดส่งอยู่คนละพื้นที่ ให้แยกตามระยะทางและต้นทุน ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น โดยการบวกเพิ่มเปอร์เซ็นต์

ราคาฝ่ายขาล่อง

1. การจัดมาตรฐานการคิดราคาขาล่องโดยการคิดราคาตามระยะทางและความยากง่าย และพิจารณาจากต้นทุนของลูกค้า
2. ในส่วนสินค้าอุปโภค บริโภครายชิ้น มีการคิดราคาตามมาตรฐานขาขึ้น

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายฝ่ายขาขึ้น

1. การจัดระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพที่สุด และคุ้มค่าที่สุด โดยการจัดเส้นทางวิ่งกระจายสินค้าที่เหมาะสม
2. การเพิ่มพื้นที่การให้บริการหรือลดพื้นที่การให้บริการ หรือการรวมหน่วยการให้บริการเพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด โดยการขยายการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
3. การแยกความรับผิดชอบและพื้นที่การดูแลลูกค้าที่ชัดเจน
4. การจัดสถานที่ให้บริการให้สะดวกต่อการมาใช้บริการของลูกค้าและสะดวกต่อการปฏิบัติงาน

ปฏิบัติงาน

5. เพิ่มพื้นที่การให้บริการ โดยการขยายสาขา หรือเข้าสู่ช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น เช่นการเปิดสาขาย่อยในต่างอำเภอ ที่มีขนาดใหญ่ได้แก่ อำเภอแม่สาย และ อำเภอพาน เพื่อที่จะสามารถให้บริการได้ทั่วถึงและรวดเร็วขึ้น เป็นการเข้าตลาดใหม่ เป็นการเพิ่มส่วนแบ่งตลาด

ฝ่ายขาล่อง

1. การขยายพื้นที่การให้บริการ รวมถึงการแยกพื้นที่การให้บริการที่ชัดเจน เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึง
2. การตั้งจุดรับสินค้าชั่วคราว ในแต่ละฤดูกาล

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมบริการ

ฝ่ายขายขึ้น

1. การให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาด และการให้ความรู้ด้านการตลาดแก่พนักงาน

2. การจัดให้มีหน่วยที่ควบคุมดูแลด้านการตลาด ในส่วนลูกค้าต้นทางและปลายทาง โดยมีการออกเยี่ยมเยียนลูกค้า การออกหาลูกค้าใหม่ การหาข้อมูลด้านการตลาดเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร รวมถึงการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นให้แก่ลูกค้า

3. การให้เข้าพื้นที่โฆษณาข้างรถเล็กแก่ลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งกับบริษัท และลูกค้าภายนอก

4. การเข้าร่วมส่งเสริมงานประเพณีสำคัญของท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย

ฝ่ายขายล่อง

1. การให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและบริษัท โดยการใช้ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลเป็นส่วนช่วย

2. การจัดสรรงบประมาณค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย

3. จัดระบบและวางแผนการตลาดล่วงหน้า มีการออกเยี่ยมเยียนลูกค้าที่เป็นระบบและต่อเนื่อง

4. การออกให้ความรู้เกี่ยวกับระบบการขนส่ง เพื่อให้ลูกค้าที่ไม่เข้าใจหรือขาดความรู้ด้านนี้ทราบและเข้าใจถึงระบบการทำงานและบริการของบริษัท

จากรายงานการวิจัยตอนที่ห้าจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในชื่อ และบริการของบริษัทนัมซี่เส็งขนส่งสูง คิดเป็น 85% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยการตัดสินใจใช้บริการขนส่งใหม่ โดยที่ไม่ทราบว่าเป็นบริษัทขนส่งใด สัดส่วนการความไม่แน่ใจยังมีสูงกว่าสัดส่วนการใช้ แต่เมื่อเจาะจงว่าบริษัทขนส่งที่เปิดใหม่เป็นบริษัทนัมซี่เส็งขนส่ง สัดส่วนความไม่แน่ใจลดลง จนมีสัดส่วนที่ใกล้เคียง กับจะใช้บริการ ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการที่บริษัทขนส่งที่มาเปิดใหม่ คือบริษัทนัมซี่เส็งขนส่งทำให้ความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างสูงขึ้น แต่ทั้งนี้สัดส่วนในความไม่แน่ใจก็ยังสูงอยู่จากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบว่า ความไม่แน่ใจดังกล่าวเกิดจาก

1. กลุ่มตัวอย่างยังไม่ได้มีการศึกษา หรือรับรู้รายละเอียดในด้านบริการของบริษัทมากเท่าใดนัก จำเป็นต้องพิจารณาจากปัจจัยด้านต่างๆ เช่นสถานที่ตั้ง ผู้ส่ง การบริการ ราคา เป็นต้น

2. การรับรู้ในด้านลบที่มีต่อนัมซี่เส็งในด้านราคาค่าบริการที่สูง ทำให้ลูกค้าไม่มั่นใจจึงจำเป็นต้องดูรายละเอียดค่าบริการของทางบริษัทนัมซี่เส็งก่อน

ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวทำให้บริษัทนัมซี่เส็งจำเป็นต้องมีการสร้างการรับรู้ แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนใหม่ โดย

- การประชาสัมพันธ์ บริษัทนี้ซึ่งตั้งจะต้องมีการสร้างการรับรู้ในด้านการบริการให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทราบ ในจุดแข็งของบริษัทในเรื่องความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และสร้างความเข้าใจในด้านราคา เพื่อลดจุดอ่อนในด้านการรับรู้ในด้านลบกับความเข้าใจในด้านราคาที่สูง ซึ่งในการสร้างการรับรู้ในชื่อและบริการทำได้ง่ายและใช้ต้นทุนน้อย เนื่องจากลูกค้ามีการรับรู้ในชื่อและบริการของบริษัทนี้ซึ่งตั้งอยู่มากพอสมควร

- การส่งเสริมการตลาด มีการนำระบบการลดค่าบรรทุกตามปริมาณการใช้บริการ

การพยากรณ์ยอดขายและค่าใช้จ่ายด้านการตลาดตลอดอายุโครงการ

แนวการประมาณยอดขายจะพิจารณาจากตลาดรวม ข้อมูลการวิจัยตลาด และข้อมูลสำรวจคู่แข่งชั้นอันเป็นธุรกิจขนส่งในจังหวัดเชียงราย โดยจะใช้ข้อมูลในการสำรวจธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงราย ในการประมาณการมูลค่าตลาดรวม (Total Market Size) ของธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงราย และใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 174 ชุด ในการประมาณการส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ของโครงการเมื่อเปิดดำเนินการ

ประมาณการตลาดรวม

จากข้อมูลการเก็บแบบสอบถามธุรกิจทำให้ทราบว่าผู้ประกอบการขนส่งในเชียงรายมีทั้งหมด 23 ราย ที่เปิดให้บริการขนส่งสินค้าจากกรุงเทพฯ ขึ้นสู่ร้านค้าในจังหวัดเชียงราย จากข้อมูลการสำรวจคู่แข่งชั้น ในปี 2543 ทำให้ทราบว่าปริมาณรถบรรทุกที่วิ่งสู่จังหวัดเชียงรายในส่วนสินค้านำเข้า (บรรทุกสินค้าอุปโภค บริโภค) มีประมาณ 31 เที่ยวต่อวันจากการประมาณการ ซึ่งจากประมาณการดังกล่าวจะนำมาตั้งสมมติฐานในการกำหนดขนาดตลาดรวมของสินค้านำเข้าขาขึ้น (กรุงเทพฯ - เชียงราย) ใน ปี พ.ศ. 2546 โดยพิจารณาจากอัตราการเติบโตของตลาดแต่ละปีในอัตรา 10% ต่อปี ซึ่งพิจารณาจากข้อมูลอัตราการเติบโตของยอดขายของบริษัทนี้ซึ่งตั้งขนส่ง 1988 จำกัด สาขาเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง ซึ่งจากการประมาณการตลาดรวมในปี 2546 สินค้านำเข้าขาขึ้นจะเท่ากับ 40 เที่ยวต่อวัน ในส่วนมูลค่าตลาดรวมสินค้านำเข้าขาต่อ (เชียงราย - กรุงเทพฯ) ของเหมาฝ่ายขาขึ้น และของเหมาฝ่ายขาต่อ จะประมาณการจากข้อมูลปริมาณรถเปรียบเทียบของสาขาลำพูน และลำปาง ซึ่งเป็นสาขาที่มีขนาดใกล้เคียงกับจังหวัดเชียงราย

การพิจารณารายได้หลักจากขาขึ้น และจากขาต่อ กำหนดให้ค่าบรรทุกต่อเที่ยวของสินค้านำเข้าขาขึ้น ในส่วนค่าบรรทุกขาขึ้นอยู่ที่ 11,000 บาทต่อเที่ยวและค่าบรรทุกขาต่ออยู่ที่

8,500 บาทต่อเที่ยว สำหรับสินค้าหมวกกัน กำหนดให้ค่าบรรทุกต่อเที่ยวของสินค้าหมวกกัน ในส่วนค่าบรรทุกขาขึ้นอยู่ที่ 8,500 บาทต่อเที่ยวและค่าบรรทุกขาล่องอยู่ที่ 8,000 บาทต่อเที่ยว โดยพิจารณาจากข้อมูลพื้นฐานของบริษัทนี้ซึ่งเริ่มขนส่ง 1988 จำกัดสาขาเชียงใหม่

ตารางที่ 17 ตารางแสดงค่าบรรทุกต่อเที่ยวประกอบการประมาณการยอดขาย

ฝ่าย	ลักษณะ	ค่าบรรทุกต่อเที่ยว
ขาขึ้น	รายชิ้น	11,000
	หมวกกัน	8,500
ขาล่อง	รายชิ้น	9,000
	หมวกกัน	8,000

ประมาณการส่วนแบ่งการตลาด

จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง 174 ราย ได้ใช้ข้อมูลทัศนคติในการเลือกใช้บริการ ต่อการที่บริษัทนี้ซึ่งเริ่มขนส่ง จะมาเปิดสาขาที่จังหวัดเชียงราย ข้อมูลความถี่ต่อการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลประมาณการตลาดรวม จากข้อมูลสามส่วนนี้ จะนำไปคำนวณหาส่วนแบ่งตลาด (Market Share)

ตารางที่ 18 แสดงทัศนคติของผู้ใช้บริการขนส่งต่อบริษัทนี้ซึ่งเริ่มขนส่งที่จะมาเปิดสาขาที่เชียงราย

ทัศนคติในการเลือกใช้	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ	77	44.3
ไม่ใช้บริการ	5	2.9
ไม่แน่ใจ	92	52.9
รวม	174	100

ตารางที่ 19 แสดงความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	49	28.2
วันเว้นวัน	22	12.6
สัปดาห์ละ 2-3 วัน	42	24.1
สัปดาห์ละครั้ง	12	6.9

เดือนละ 2-3 ครั้ง	30	17.2
เดือนละครั้ง	10	5.7
นานกว่าเดือนละครั้ง	9	5.2
รวม	174	100

จากข้อมูลตารางที่ 18 และตารางที่ 19 ประมาณการจำนวนเที่ยวของประเภทสินค้ารายชิ้น
ขาขึ้นคิดจาก

ประมาณการส่วนแบ่งตลาดสินค้ารายชิ้นขาขึ้น(จำนวนเที่ยว) =

ประมาณการตลาดรวม X ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่จะมาใช้บริการโครงการฯ X
ร้อยละของกลุ่มตัวที่มีความถี่ในการใช้บริการ(ทุกวัน วันเว้นวัน สัปดาห์ละ 2-3 วัน)

$$= 40 \text{ (เที่ยว)} \times 44.3\% \times 64.9\% = 11.5 \text{ เที่ยว}$$

ซึ่งทั้งนี้เนื่องจากการเปิดสาขาใหม่ และการที่ลูกค้าไม่มีความมั่นใจในด้านการ
บริการ และราคาค่าขนส่งสินค้า ทางบริษัทจึงประมาณการว่าลูกค้าจะมาใช้บริการ 60%ของประมาณ
การ คือ 11.5 (เที่ยว) X 60% เท่ากับ 6.9 เที่ยวต่อวัน ประมาณการเท่ากับ 7 เที่ยวต่อวัน

ตารางที่ 20 ตารางแสดงการพยากรณ์ยอดขายปีที่ 1

ประเภท	เที่ยวต่อวัน	เที่ยวต่อเดือน	ค่าบรรทุก/เที่ยว	รายรับต่อเดือน	รายรับต่อปี
ฝ่ายขาขึ้น					
รายชิ้น*	7	182	11,000	2,002,000	24,024,000
ของเหมา	1	30	8,500	255,000	3,060,000
ฝ่ายขาล่อง					
รายชิ้น	3	90	9,000	810,000	9,720,000
ของเหมา	4	120	8,000	960,000	11,520,000

* 26 เดือนต่อ 1 วัน ไม่นับรวมวันอาทิตย์

ตารางที่ 21 ตารางแสดงการพยากรณ์ยอดขายล่วงหน้า 5 ปี *

รายรับ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ขายชิ้น (กรุงเทพฯ - เชียงราย)					
จำนวนเที่ยวรายชิ้น(คัน)	2,184	2,402	2,643	2,907	3,198
รายรับของย่อย(บาท)	24,024,000	26,426,400	29,069,040	31,975,944	35,173,538
จำนวนเที่ยวของเหมา(คัน)	360	396	436	479	527
รายรับของเหมา(บาท)	3,060,000	3,366,000	3,702,600	4,072,860	4,480,146
ขาล่อง (เชียงราย - กรุงเทพฯ)					
จำนวนเที่ยวรายชิ้น(คัน)	1080	1,188	1,307	1,437	1,581
รายรับของย่อย(บาท)	9,720,000	10,692,000	11,761,200	12,937,320	14,231,052
จำนวนเที่ยวของเหมา(คัน)	1,440	1,584	1,742	1,917	2,108
รายรับของเหมา(บาท)	11,520,000	12,672,000	13,939,200	15,333,120	16,866,432

* อัตราการการเจริญเติบโตของยอดขาย 10 % ต่อปี

ส่วนรายรับอื่นๆ ได้แก่ รายรับจากค่าเช่าห้องพักของอาคารที่พักของพนักงานบริษัท

การคาดคะเนค่าใช้จ่ายด้านการตลาด

โครงการฯ ได้วางแผนจะดำเนินกิจกรรมทางด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น

1. ค่าป้ายติดข้างรถส่งเสริมเทศกาลต่าง (สงกรานต์, ลอยกระทง, 12 สิงหาคม, 5 ธันวาคม)

จำนวนป้าย ขนาด 1.20X 3.00 จำนวน ป้ายละ 750 บาท เทศกาลละ 4 ป้าย รวม 16 ป้าย

ค่าใช้จ่าย 12,000 บาทต่อปี

2. ค่าใช้จ่ายในการออกแบบสอบถาม เพื่อปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ

2.1 ค่าใช้จ่ายในการวิจัย 3,000 บาท

2.2 ค่าใช้จ่ายด้านเอกสาร 500 บาท

รวมค่าใช้จ่าย 3,500 บาทต่อปี

3. ป้ายโฆษณาในเชียงราย 2 จุด

ป้ายขนาด 3.60 X 7.20 @ 6,600 รวมค่าติดตั้ง 2 ป้ายเท่ากับ 13,200 บาท

ค่าเช่าติดตั้ง 200 บาท/60วัน 2 ป้าย 12เดือน เท่ากับ 2,400 บาท

รวมค่าใช้จ่ายในการติดป้าย 15,600 บาท

4. ค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนการศึกษา ส่วนราชการ ร้านค้าต่างๆ

ค่าใช้จ่ายต่อปี 10,000 บาท

5. ค่าใช้จ่ายในการให้ข้อมูลข่าว สารประชาสัมพันธ์ต่างๆ ในการให้ข้อมูล ข่าวสารต่างๆ แก่ลูกค้า

ค่าใช้จ่าย 5,000 บาทต่อปี

6. ค่าใช้จ่ายสำหรับของขวัญวันขึ้นปีใหม่ลูกค้ารายใหญ่ ประมาณ 10,000 บาท

7. ค่าใช้จ่ายในส่วนลดการขาย ในการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้ารายใหญ่ ประมาณ

ค่าใช้จ่าย 400,000 บาทต่อปี

ซึ่งเมื่อรวมค่าใช้จ่ายด้านการตลาดทั้งปีจะเท่ากับ 456,100 บาท ซึ่งประมาณการล่วงหน้าว่า ค่าใช้จ่ายการตลาดจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10 ต่อปีตามอัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขาย

การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางเทคนิคของโครงการทำให้ทราบข้อมูลต่างๆทางด้านเทคนิคที่จำเป็น ได้แก่ การเลือกทำเลที่ตั้ง การลงทุนในสินทรัพย์ การวางแผนกิจการ รูปแบบการทำงาน

การกำหนดทำเลและสถานที่ตั้ง

การกำหนดทำเลและสถานที่ตั้งสำหรับธุรกิจขนส่งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากตั้งนั้นทำเลที่ตั้งควรอยู่ในทำเลที่การขนส่งสินค้าทำได้สะดวก และทำให้การจัดส่งมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยคำนึงถึงระยะทางจากจุดลงสินค้าและพื้นที่ในการกระจายสินค้า และอำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้าในการลงสินค้าที่บริษัท ปัจจัยเฉพาะเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งของธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกที่ควรคำนึงถึง คือ

1. ที่จอดรถ

ธุรกิจขนส่งควรมีสถานที่เพียงพอสำหรับการลูกค้าจะนำรถเข้ามาจอดเพื่อรับ ส่งสินค้า รวมถึงพื้นที่ในการจอดรถสำหรับรถบรรทุกเล็กกระจายสินค้า และรถบรรทุกขนาดใหญ่

2. ธุรกิจบริเวณใกล้เคียง

ธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุก ควรพิจารณาธุรกิจที่อยู่บริเวณใกล้เคียง ควรเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้แหล่งการค้า เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก และเป็นการลดต้นทุนในการกระจายสินค้า

3. ตำแหน่งที่ตั้งสอดคล้องกับเส้นทางจราจร

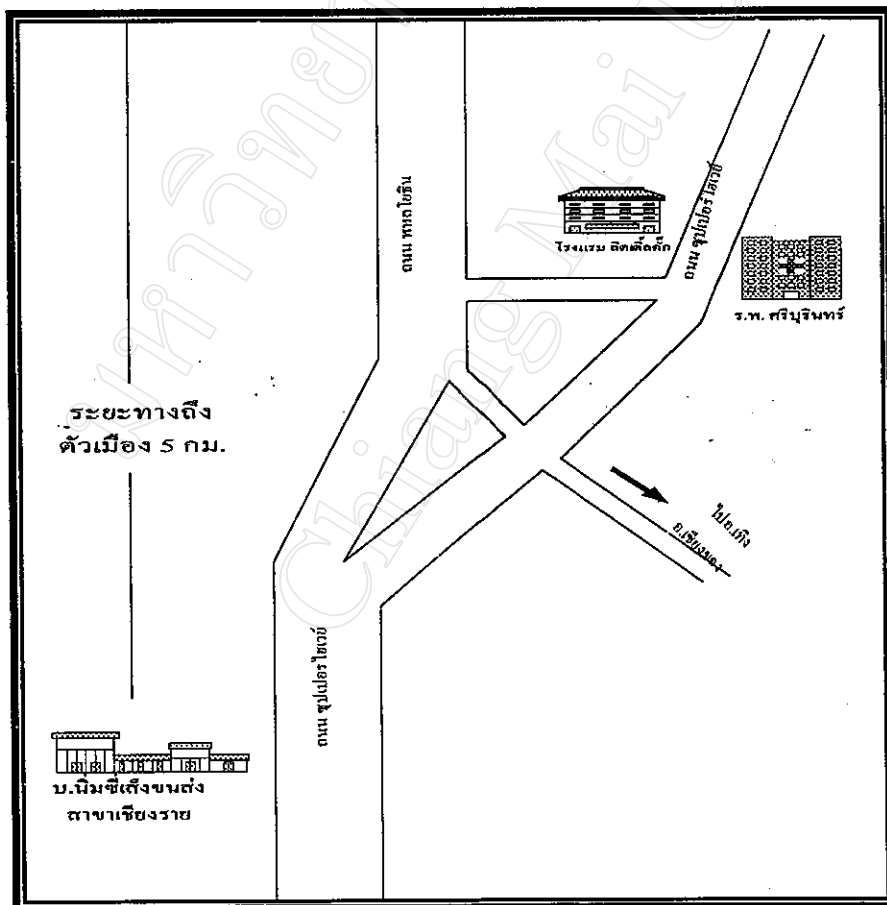
ตำแหน่งที่ตั้งที่ดี ควรจะตั้งอยู่บนฝั่งถนนสายหลักที่รถบรรทุกขนาดใหญ่วิ่งผ่าน การเดินทางของลูกค้าสะดวก และพิจารณาความสะดวกในการวิ่งเข้าออก ของรถกระจ่ายสินค้า เช่น เส้นทางหลวงหลัก ถนนซูเปอร์ไฮเวย์ ที่มีการเชื่อมต่อเส้นทางเข้าถนนหลักของจังหวัด

4. สาธารณูปโภคพื้นฐาน

เป็นที่ยอมรับว่าสาธารณูปโภคพื้นฐาน ได้แก่ ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นจึงควรเลือกทำเลที่ตั้งที่มีสาธารณูปโภคพื้นฐานพร้อมแล้ว

การเลือกทำเลที่ตั้งควรพิจารณาถึงความพร้อมของอาคาร และที่ดินในทำเลที่ตั้งนั้นด้วย โดยพิจารณาว่าแต่ละทำเลที่ตั้งนั้น มีอาคารและที่ดินเพียงพอให้เช่า/ซื้อ สำหรับการดำเนินธุรกิจหรือไม่ นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงราคาเช่าซื้อที่สมเหตุสมผลของอาคารและที่ดินด้วย

จากการพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่ควรคำนึงในการกำหนดทำเลและสถานที่ตั้งดังกล่าว ประกอบการสำรวจพื้นที่ที่มีความเหมาะสมสำหรับธุรกิจขนส่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่าทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมได้แก่พื้นที่ติดถนน ซูเปอร์ไฮเวย์ ตำบลสันทราย อ.เมือง จังหวัดเชียงราย



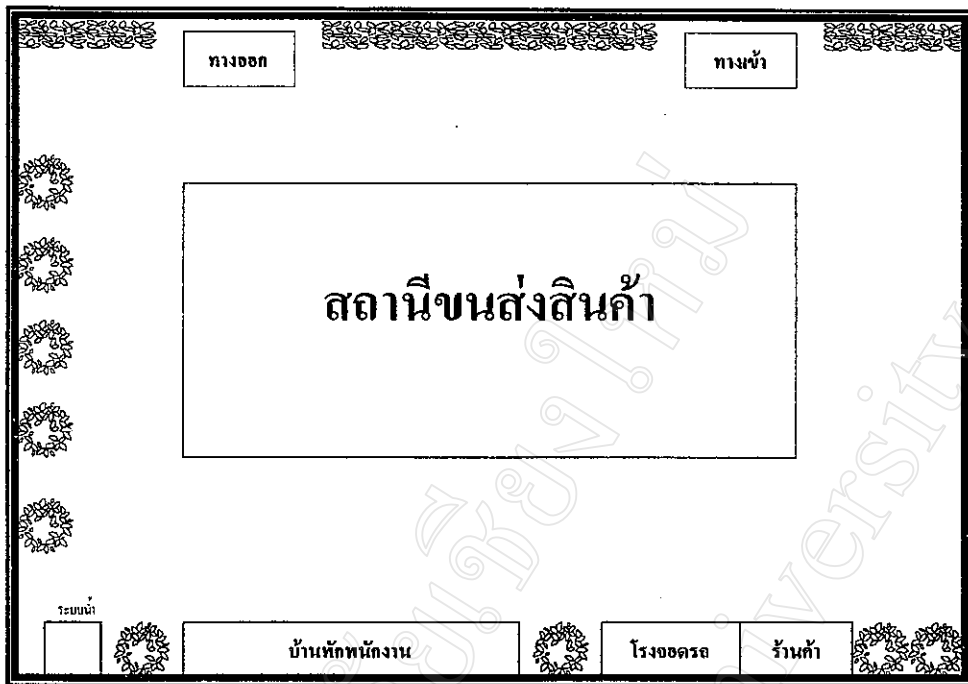
ภาพที่ 2 แสดงที่ตั้งโครงการ

เนื่องจาก พื้นที่ดังกล่าวมีระยะทางไม่ไกลจากตัวเมืองจังหวัดเชียงราย โดยมีระยะทางประมาณ 5 กิโลเมตร จากตัวเมือง ตัดถนนชุมชนเปอร่าไฮเวย์ การเดินทางสะดวก สามารถกลับรถได้ง่าย

การกำหนดพื้นที่ของโครงการ

จากการประมาณยอดขาย และการคาดการณ์ปริมาณสินค้าล่วงหน้า การออกแบบอาคาร และสถานที่รับส่งสินค้า เพื่อรองรับปริมาณสินค้าที่จะเพิ่มขึ้นในระยะยาว โดยพิจารณาจากรูปแบบการทำงานของบริษัท ซึ่งสามารถคาดคะเนขนาดพื้นที่ของโครงการฯ ได้ดังนี้
พื้นที่ทั้งหมดของโครงการใช้พื้นที่ทั้งหมด 4 ไร่ 6,400 ตารางเมตร
ตารางที่ 22 ตารางแสดงการคาดคะเนขนาดพื้นที่ของโครงการฯ

ลำดับที่	รายการ	กว้าง x ยาว	พื้นที่ใช้สอย	ราคาก่อสร้าง	มูลค่าก่อสร้าง
		(เมตร)	(ตร.ม.)	(บาท/ตร.ม.)	(บาท)
1	ที่ดิน		6,400.0	3,000.0	19,200,000
2	ปรับที่ดิน		6,400.0	500.0	3,200,000
3	อาคารโรงงาน	25x55	1,375	3,000	4,125,000
4	อาคารที่พักคนงาน	5x30	150	3,000	450,000
5	ระบบน้ำบาดาลพร้อมปั้มน้ำและถังเก็บน้ำ				150,000
6	โรงจอดรถ	5x10	50	1,000	50,000
รวม					27,175,000



ภาพที่ 3 แผนผังแสดงที่ตั้งสิ่งปลูกสร้าง

การตัดสินใจในอาคารและที่ดิน

แม้ว่าการลงทุนซื้อที่ดินและก่อสร้างอาคารจะต้องใช้เงินลงทุนเริ่มแรกสูงมาก แต่เนื่องจากการคืนทุนจากการลงทุนในธุรกิจขนส่งจะได้รับในระยะยาว ประกอบการเช่าพื้นที่นั้นต้องมีการทำสัญญาเป็นระยะ ๆ อัตราค่าเช่าที่ดินในระยะยาวมีแนวโน้มจะสูงขึ้นเรื่อย ๆ และมีความเสี่ยงที่เจ้าของที่ดินอาจจะไม่ต่อสัญญาให้ ดังนั้นทางเลือกที่เหมาะสมคือ การซื้อที่ดินและก่อสร้างอาคารเป็นของกิจการเอง

สำหรับพื้นที่ของโครงการฯ ที่อยู่ในทำเลที่เลือกไว้มีขนาดพื้นที่ 6,400 ตารางเมตร ซึ่งเป็นพื้นที่เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต

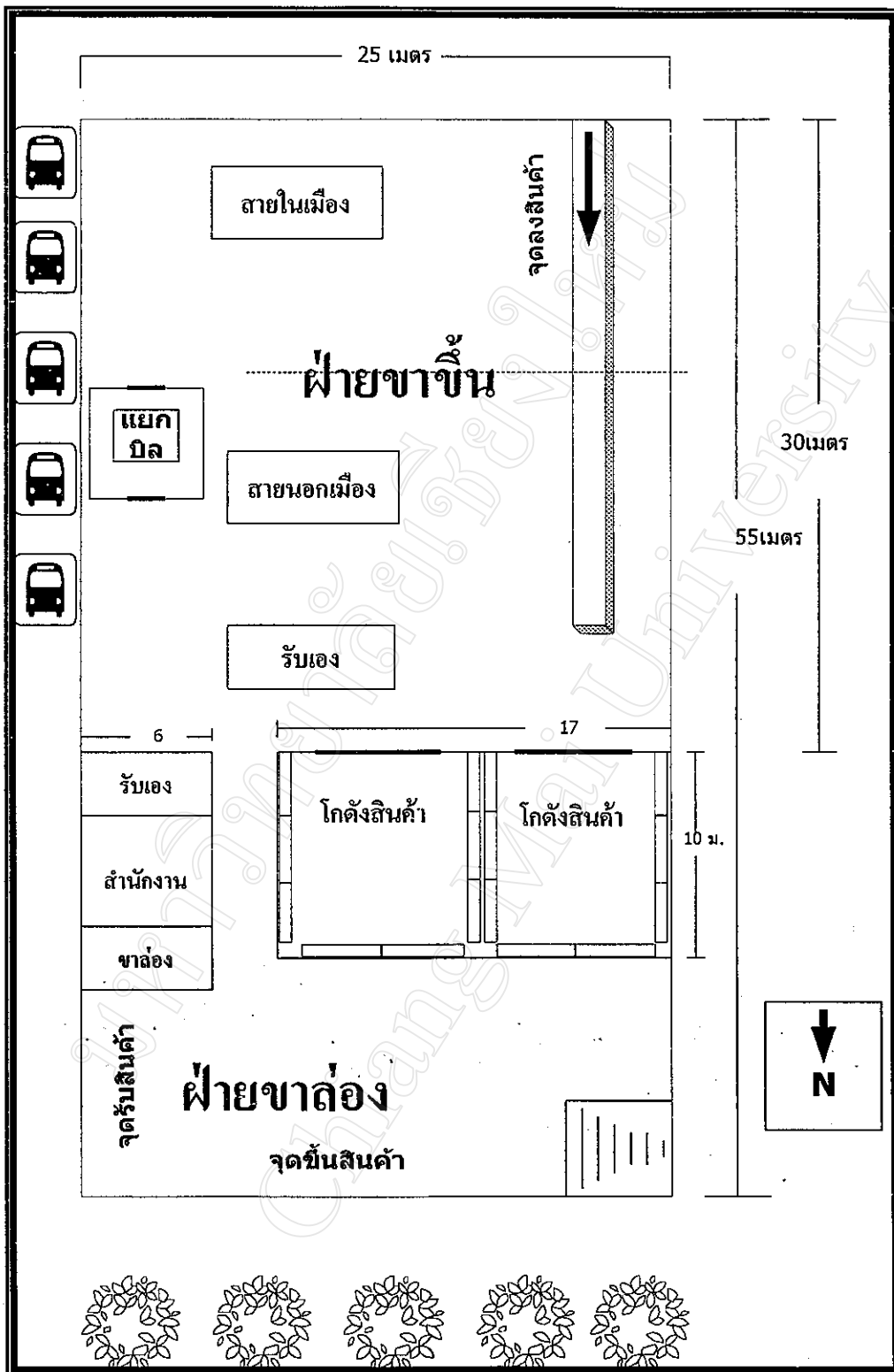
รูปแบบอาคารสถานีขนส่งสินค้า

การใช้พื้นที่ของธุรกิจขนส่งสินค้าแบ่งตามลักษณะการให้บริการได้ 3 ส่วน คือในส่วนการให้บริการกระจายสินค้าฝ่ายขาขึ้น และการให้บริการรับสินค้าฝ่ายขาล่อง และฝ่ายสนับสนุน คือ

1. พื้นที่สำหรับให้บริการกระจายสินค้าฝ่ายขาขึ้น ได้แก่พื้นที่การลงสินค้า พื้นที่วางสินค้า โดยแบ่งตามพื้นที่การกระจายสินค้า โดยแบ่งเป็น สายรับในเมือง สายนอกเมือง สายรับเอง และพื้นที่ส่วนโกดังเก็บสินค้า

2. พื้นที่สำหรับให้บริการรับสินค้าฝ่ายขาต่อง ได้แก่พื้นที่รับสินค้าจากลูกค้า และพื้นที่ขึ้นสินค้าเตรียมจัดส่งกรุงเทพฯ
3. พื้นที่สำนักงาน โดยจัดเป็นสำนักงานฝ่ายสนับสนุน สำนักงานสำหรับลูกค้าติดต่อรับสินค้า และจัดส่งสินค้า

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University



ภาพที่ 4 แสดงการวางผังพื้นที่อาคารโครงการ

การลงทุนในสินทรัพย์ถาวรอื่นๆ

ตารางที่ 23 ตารางแสดงจำนวน ค่าเสื่อมยานพาหนะ เครื่องจักรและอุปกรณ์

ลำดับ ที่	รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	มูลค่ารวม	การคิด ค่าเสื่อม(ปี)	ค่าเสื่อม ต่อปี
แผนกขายชิ้น						
1	รถบรรทุก 4 ล้อ	4	620,000	2,480,000	10	248,000
2	รถบรรทุก 6 ล้อเล็ก	1	780,000	780,000	10	78,000
3	รถโฟล์คลิฟท์ดีเซล	1	200,000	200,000	10	20,000
4	รถโฟล์คลิฟท์ไฟฟ้า	1	150,000	150,000	10	15,000
5	รถกระบะ	1	400,000	400,000	10	40,000
รวมยานพาหนะ		8		4,010,000	10	401,000
6	สายพานลำเลียงสินค้า	1	100,000	100,000	10	10,000
7	ชั้นวางสินค้า	12	10,000	120,000	10	12,000
8	Hand lift	3	25,000	75,000	5	15,000
9	เครื่องคอมพิวเตอร์	2	20,000	40,000	5	8,000
10	เครื่องพิมพ์	1	12,000	12,000	5	2,400
11	โต๊ะทำงาน	3	4,000	12,000	5	2,400
12	ตู้เอกสาร	2	2,000	4,000	5	800
รวมเครื่องจักรอุปกรณ์		24		363,000		50,600
รวม				4,373,000		451,600
ลำดับ ที่	รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	มูลค่ารวม	การคิด ค่าเสื่อม(ปี)	ค่าเสื่อม ต่อปี
แผนกขายกล่อง						
1	รถบรรทุก 4 ล้อ	1	620,000	620,000	10	62,000
รวมยานพาหนะ		1		620,000	10	62,000
2	เครื่องคอมพิวเตอร์	1	20,000	20,000	5	4,000
3	เครื่องพิมพ์	1	12,000	12,000	5	2,400
4	โต๊ะทำงาน	1	4,000	4,000	5	800
5	ตู้เอกสาร	1	2,000	2,000	5	400

6	Hand lift	1	25,000	25,000	5	5,000
รวมเครื่องจักรอุปกรณ์		5		63,000		12,600
รวม				683,000		74,600

รายละเอียดต้นทุนโครงการด้านการผลิต

1. รถบรรทุกมีการเพิ่มขึ้น ปีละ 1 คันในปีที่ 6 , 8 และ 10 ตามอัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขาย

ตารางที่ 24 ตารางแสดงการเพิ่มรถบรรทุก

เพิ่มรถบรรทุก 4 ล้อเล็ก	ราคา
ปีที่ 6	620,000
ปีที่ 8	620,000
ปีที่ 10	620,000

2. ค่าตัวน คือ รายจ่ายที่บริษัทจ่ายสำหรับรถบรรทุกที่วิ่งของสดในอัตราเที่ยวละ 200 บาท ต่อคัน ต่อวัน เดือนละ 26 เที่ยว
3. ค่าซ่อมรถเล็ก คือค่าซ่อมบำรุงรถบรรทุก และรถกระบะที่ใช้ในการกระจายสินค้าและเก็บสินค้า มีการคิดในอัตรา 0.5% ของยอดขายทั้งฝ่ายขายขึ้นและฝ่ายขาล่อง
4. ตารางแสดงค่าแรงคนงาน ค่าแรงพนักงานขับรถ และเงินเดือนในส่วนการผลิต

ตารางที่ 25 แสดงอัตราค่าจ้างพนักงาน และเงินเดือน ฝ่ายผลิต

ลำดับที่	ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน	รายจ่ายต่อเดือน	รายจ่ายต่อปี
ฝ่ายปฏิบัติการ					
ฝ่ายขายชิ้น					
1	พนักงานแผนกแยกบิล	2	4,800	9,600	115,200
2	หัวหน้าฝ่ายขายชิ้น	1	7,000	7,000	84,000
3	ผู้ช่วยหัวหน้าควบคุมงาน	1	6,000	6,000	72,000
4	เสมียน	6	4,800	28,800	345,600
เงินเดือน				51,400	616,800
5	พนักงานขับรถ	5	5,400	27,000	324,000
6	คนงาน				
	- คนงานติดรถ	10	4,500	45,000	540,000
	- คนงานชุดลงสินค้า	3	4,500	13,500	162,000
	- คนงานสำรวจ	1	4,500	4,500	54,000
	ค่าแรงคนงาน			63,000	756,000
รวมขายชิ้น		29	92,900	821,200	2,452,800
แผนกขาล่อง					
7	หัวหน้าฝ่ายขาล่อง	1	7,000	7,000	
8	เสมียน	2	4,800	9,600	
เงินเดือน				74,800	
9	พนักงานขับรถ	1	5,400	5,400	
10	คนงาน	3	4,500	13,500	
รวมขาล่อง		7	21,700	110,300	1,323,600

5. เบี้ยประกันภัยรถบรรทุก 6,000 บาทต่อคัน

6. ค่าภาษีรถและค่าพ.ร.บ.¹⁴

ประเภทรถ	ค่าภาษีรถ	พ.ร.บ.
รถบรรทุก 4 ล้อเล็ก	1,966	1,900
รถบรรทุก 6 ล้อ	3,750	2,127
รถกระบะ	1,050	1,391

7. การคิดค่าน้ำมันรถเล็ก คำนวณจาก

ฝ่ายขาขึ้น

กำหนดให้รถบรรทุก 10 ล้อของย่อย 1 คัน ต้องใช้ 4 ล้อเล็ก กระจาย 3 เทียบต่อกัน โดย 4 ล้อเล็ก 1 เทียบจะมีค่าน้ำมันเฉลี่ยเที่ยวละ 30 บาท ดังนั้นรถบรรทุก 10 ล้อ 1 คันจะทำให้เกิดค่าใช้จ่ายค่าน้ำมันรถเล็ก 90 บาทต่อกัน (แสดงรายละเอียดในภาคผนวก ก ตารางที่ 43)

ฝ่ายชาล่อง

คำนวณจากอัตรา 0.5% ของยอดขายของย่อยฝ่ายชาล่อง

8. ต้นทุนบริการขาขึ้นในส่วนจุดรับสินค้าต้นทาง(กรุงเทพฯ)คิดเป็น 0.5% ของยอดขายของย่อยขาขึ้น โดยเป็นต้นทุนบริการที่จัดสรรให้แก่จุดรับสินค้าต้นทาง
9. ต้นทุนบริการชาล่องในส่วนจุดลงสินค้าปลายทาง(กรุงเทพฯ)คิดเป็น 0.3% ของยอดขายของย่อยชาล่อง โดยเป็นต้นทุนบริการที่จัดสรรให้แก่จุดลงสินค้าปลายทาง
10. ค่าเช่ารถใหญ่ บริษัทจ่ายค่าเช่ารถให้แก่รถร่วมในการเช่ารถวิ่งใส่สินค้าในอัตราเที่ยวละ 6,000 บาท (กรณีใส่สินค้าจากกรุงเทพฯ ไป เชียงราย 6,000 บาท/เที่ยว และเชียงราย ไป กรุงเทพฯ 6,000 บาท/เที่ยว) ซึ่งเป็นการทำสัญญาวิ่งร่วมกับบริษัทนัมซึ่งเสี่ยงขนส่ง โดยเฉพาะ
11. ค่าใช้จ่ายอื่นๆขาขึ้น ได้แก่ ค่าพาเลทวางสินค้า ปีละ 100 ตัว ตัวละ 200 บาท รวม 20,000 บาท ต่อปี
12. ค่าใช้จ่ายอื่นๆชาล่อง ได้แก่ ค่าพาเลทวางสินค้า ปีละ 30 ตัว ตัวละ 200 บาท รวม 6,000 บาท ต่อปี

สรุปต้นทุนโครงการด้านเทคนิค

1. เงินลงทุนในสินทรัพย์

1.1 ยานพาหนะ	4,630,000	บาท
1.2 เครื่องจักรอุปกรณ์	426,000	บาท

2. สรุปต้นทุนบริการฝ่ายขาขึ้นและชาล่อง

¹⁴ ข้อมูลจากการสอบถาม บริษัทวิริยะประกันภัย, (สิงหาคม, 2545)

2.1 ต้นทุนบริการฝ่ายขายขึ้น

รายการ	ปีที่ 1(บาท)
ค่าแรงคนงาน	756,000
ค่าแรงพนักงานขับรถ	324,000
เงินเดือน	616,800
ค่าค่าน	62,400
ค่าเช่ารถใหญ่	15,264,000
ค่าซ่อมรถเล็ก	120,120
ค่าเบี้ยประกันภัยรถเล็ก	36,000
ค่าต่อภาษีและพ.ร.บ.	23,782
ค่าเสื่อมรถเล็กกระจายสินค้า	401,000
ค่าเสื่อมเครื่องมืออุปกรณ์	50,600
ค่าน้ำมันรถเล็ก	262,080
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	20,000
ต้นทุนบริการขายขึ้น(กรุงเทพฯ)	<u>1,201,200</u>
รวม	<u>19,137,982</u>

2.2 ต้นทุนบริการฝ่ายขายล่าง

ค่าแรงคนงาน	162,000
ค่าแรงคนขับรถ	64,800
เงินเดือน	199,200
ค่าเช่ารถใหญ่	15,120,000
ค่าซ่อมรถเล็ก	48,600
ค่าเสื่อมรถเล็ก	62,000
ค่าเสื่อมเครื่องมืออุปกรณ์	12,600
ค่าเบี้ยประกันภัยรถเล็ก	6,000
ค่าต่อภาษีและพ.ร.บ.	3,866
ค่าน้ำมันรถเล็ก	48,600
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	6,000
ต้นทุนบริการขายล่าง(กรุงเทพฯ)	<u>486,000</u>
รวม	<u>16,219,666</u>

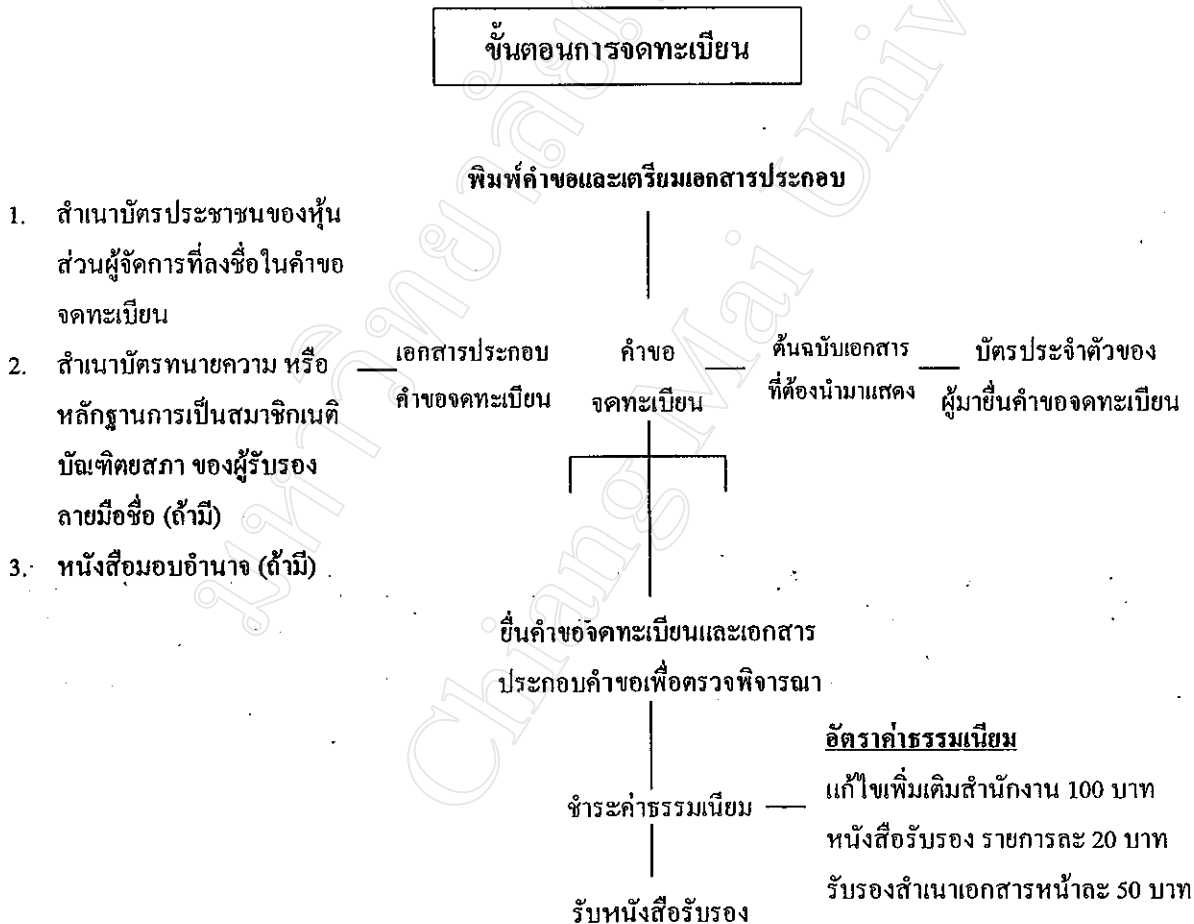
การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการทำให้ทราบข้อมูลในการคาดคะเนค่าใช้จ่ายในการบริหาร ซึ่งผลจากการคาดคะเนจะเป็นข้อมูลในการจัดหางบการเงินล่วงหน้าเพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการประเมินผล และตัดสินใจลงทุน

การวิเคราะห์ด้านการจัดการจะพิจารณาประเด็นต่างๆดังต่อไปนี้

รูปแบบการดำเนินงาน

โครงการลงทุนสถานีขนส่งสินค้า จะดำเนินงานในรูปแบบบริษัท จำกัด โดยจดทะเบียนในรูปสาขา โดยมีวิธีการจดทะเบียนแก้ไขเพิ่มเติมสำนักงานสาขาของบริษัทดังนี้



ภาพที่ 5 ภาพแสดงขั้นตอนการจดทะเบียนเพิ่มสาขา¹⁵

¹⁵ กรมทะเบียนการค้า, คำแนะนำในการจดทะเบียนแก้ไขเพิ่มเติมสำนักแห่งใหญ่และสำนักงานสาขา, (แผ่นพับเผยแพร่, 2545).

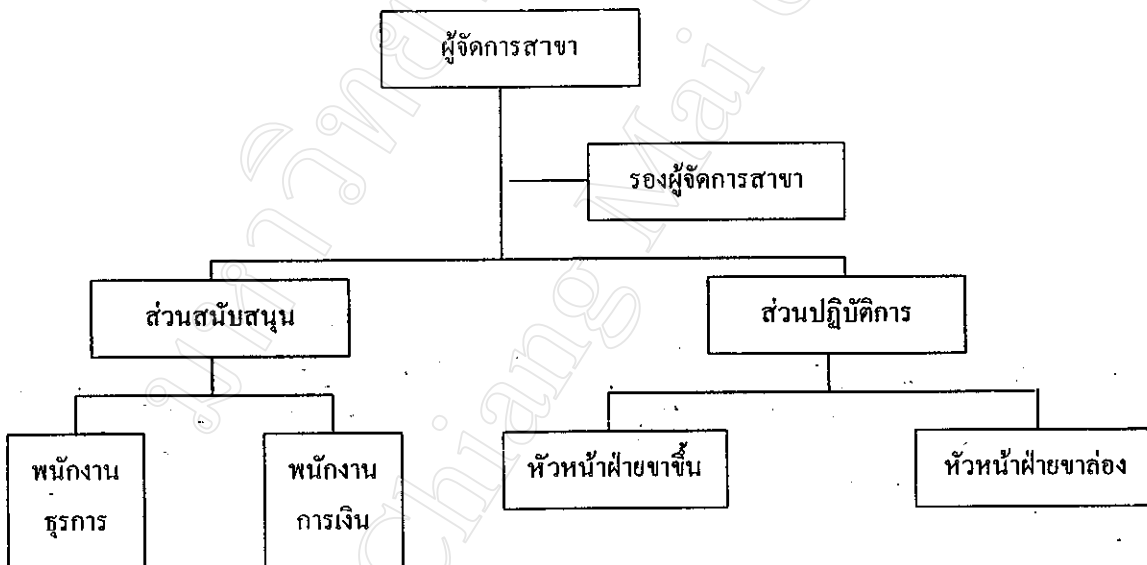
รูปแบบองค์กร

ลักษณะงานในสาขากิจการขนส่งสินค้าของบริษัทนี้มซึ่งี่เส็งขนส่ง สาขา เชียงราย โครงสร้างองค์กรแบ่งเป็นสองส่วน คือส่วนสนับสนุน และส่วนปฏิบัติการ โดย การจัด โครงสร้างจะเน้นที่ฝ่ายปฏิบัติการเนื่องจากเป็นงานบริการ ซึ่งแบ่งได้อีก 2 ฝ่ายหลัก คือฝ่ายขาขึ้น และฝ่ายขาล่อง โดยมีลักษณะการทำงานดังต่อไปนี้

1. งานสนับสนุน ได้แก่ งานด้านงานบุคคล การเงิน และงานเร่งรัดหนี้สิน
2. งานปฏิบัติการ ได้แก่
 - 2.1 ฝ่ายขาขึ้น ได้แก่ การกระจายสินค้าที่จู่ได้รับสินค้ากรุงเทพฯ ให้ลูกค้าใน
 - 2.2 ฝ่ายขาล่อง ได้แก่ การขนส่งสินค้าจากเชียงราย ไปกรุงเทพฯ ในลักษณะ

จังหวัดเชียงราย

รายขึ้นและเหมาคัน



ภาพที่ 6 ภาพแสดงแผนผังการจัดองค์กร

แผนงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

1. อัตรากำลัง จะใช้พนักงานทั้งสิ้น 40 คน แบ่งเป็นผู้จัดการ 1 คน รองผู้จัดการ 1 คน ฝ่ายสนับสนุน 2 คน ฝ่ายขาขึ้น 29 คน ฝ่ายขาล่อง 7 คน

ตารางที่ 26 แสดงอัตราค่าจ้างพนักงาน และเงินเดือน ฝ่ายบริหาร

ลำดับที่	ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน	รายจ่ายต่อเดือน	รายจ่ายต่อปี
1	ผู้จัดการสาขา	1	15,000	15,000	180,000
2	รองผู้จัดการสาขา	1	10,000	10,000	120,000
ฝ่ายสนับสนุน					
15	พนักงานธุรการ	1	6,000	6,000	72,000
16	พนักงานเร่งรัดหนี้สิน	1	5,000	5,000	60,000
รวม		4	36,000	36,000	432,000

ทั้งนี้ รายละเอียดด้านการวางแผนด้านกำลังพล การคิดค่าจ้างและเงินเดือน แสดงรายละเอียดไว้ในภาคผนวก ก ตารางที่ 40-41

2. การคัดเลือกพนักงาน กำหนดคุณสมบัติไว้กว้าง ๆ ดังนี้

2.1 ตำแหน่งผู้จัดการสาขา เพศชาย อายุตั้งแต่ 25- 40 ปี คุณวุฒิปริญญาตรี บริหารธุรกิจ

2.2 ตำแหน่งรองผู้จัดการสาขา เพศชาย อายุตั้งแต่ 25- 40 ปี คุณวุฒิปริญญาตรี บริหารธุรกิจ

2.3 ตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายขายชั้น เพศชาย อายุ 25ปีขึ้นไป คุณวุฒิไม่ต่ำกว่ามัธยมปีที่ 6 หรือประกาศนียบัตรชั้นต้น

2.4 ตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายขาด่อง เพศชาย อายุ 25ปีขึ้นไป คุณวุฒิไม่ต่ำกว่ามัธยมปีที่ 6 หรือประกาศนียบัตรชั้นต้น

2.5 ตำแหน่งพนักงานเช็กสินค้า เพศชาย อายุ 25ปีขึ้นไป คุณวุฒิไม่ต่ำกว่ามัธยมปีที่ 6 หรือประกาศนียบัตรชั้นต้น

2.6 ตำแหน่งพนักงานธุรการ เพศชาย/หญิง อายุ 21ปีขึ้นไป คุณวุฒิไม่ต่ำกว่าประกาศนียบัตรชั้นสูง สาขาการบัญชี การเงิน บริหารธุรกิจ

2.7 ตำแหน่งพนักงานธุรการ เพศชาย/หญิง อายุ 21ปีขึ้นไป คุณวุฒิไม่ต่ำกว่ามัธยมปีที่ 6 หรือประกาศนียบัตรชั้นต้น

2.8 พนักงานขับรถ คนงาน เพศชาย อายุ 21ปีขึ้นไป คุณวุฒิไม่ต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 6

กิจกรรมก่อนการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ	บาท
ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนการตั้งบริษัท	520
ค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์	
- แผ่นพับ	3,000
- ค่าใช้จ่ายในการเปิดสาขา	15,000
- ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาวิทยุ 2 เดือน	12,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่นๆ	30,000
รวม	60,520

รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

1. ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ (ค่าใช้จ่ายในการบริหารจากส่วนกลาง) คิดเป็น 2% ของยอดขายขาขึ้นและขาถ่วง
2. ค่าใช้จ่ายในยานพาหนะ และอุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน
ตารางที่ 27 แสดงค่าเสื่อมยานพาหนะ และอุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน

สำนักงาน						
ลำดับที่	รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	มูลค่ารวม	การคิดค่าเสื่อม(ปี)	ค่าเสื่อมต่อปี
1	รถกระบะ	1	400,000	400,000	10	40,000
	รวมยานพาหนะ	1		400,000	10	40,000
2	เครื่องคอมพิวเตอร์	3	20,000	60,000	5	12,000
3	เครื่องพิมพ์	2	15,000	30,000	5	6,000
4	โต๊ะทำงาน	4	4,000	16,000	5	3,200
5	ตู้เอกสาร	3	2,000	6,000	5	1,200
7	ตาข่าย ,แบบพิมพ์ยาง,					
	อุปกรณ์สำนักงานต่างๆ		100,000	100,000	2	50,000
	รวมเครื่องจักรอุปกรณ์	12		212,000		72,400
	รวม			612,000		112,400

3. มีการตั้งสมมติฐานการจ่ายโบนัส 1 เท่าของค่าแรงและเงินเดือน ทุกปี
4. ค่าใช้จ่ายในก่อนการดำเนินงาน ตัดจ่าย 5 ปี

5. สรุปค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ตารางที่ 28 แสดงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	ปีที่ 1
เงินเดือน	432,000
ค่าเครื่องแบบพนักงาน	5,000
ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาบุคลากร	20,000
ค่าเอกสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้ไป	24,000
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	24,000
ค่าโทรศัพท์	72,000
ค่าน้ำประปา	24,000
ค่าไฟฟ้า	66,000
ค่าเช่า	72,000
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	36,000
ค่าพาหนะเดินทาง	2,000
ค่ารับรอง	6,000
ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษา	60,000
ค่าธรรมเนียมอื่นๆ	24,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	12,000
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	238,750
ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือเครื่องใช้	72,400
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	40,000
ค่าภาษีป้าย	3,000
ค่าภาษีโรงเรือน / ที่ดิน	5,000
ค่าสวัสดิการพนักงาน	12,000
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	456,100
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการตัดจ่าย	12,104
ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ	674,880
โบนัส	224,500
รวม	2,627,734

แผนทางการเงิน(Financial Plan)

แผนทางการเงิน หมายถึง การวางแผนข้อมูลทางการเงินในด้านต่าง ๆ เป็นการประเมินรายได้ และค่าใช้จ่ายของธุรกิจ เพื่อนำมาวิเคราะห์ ประมาณการงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า ประมาณการกระแสเงินสด ตลอดโครงการ และการคำนวณผลตอบแทนจากการดำเนินงาน โดยวิธีระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน ตลอดจนวิเคราะห์ความอ่อนไหว สำหรับเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนเปิดสาขากิจการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงราย: กรณีศึกษา บริษัทนัมซีเส็งขนส่ง 1988 จำกัด โดยการศึกษาค่าความเป็นไปได้ของโครงการมีข้อสมมติฐานเบื้องต้นในการวิเคราะห์ดังนี้

สมมติฐานสำหรับการวิเคราะห์

1. แหล่งเงินทุน มาจากในส่วนตัวเจ้าของทั้งหมด
2. ภาษีเงินได้นิติบุคคลคิดในอัตราร้อยละ 30
3. อายุโครงการ 10 ปี
4. อัตราคิดลด (Discount Rate) เท่ากับร้อยละ 7.5 ต่อปี เนื่องจากใช้เงินทุนส่วนตัวของเจ้าของด้วย จึงสมมติว่า ใช้อัตรา 7.5% ซึ่งเป็นอัตราเงินกู้ยืมในท้องตลาด หรือเป็นต้นทุนของเงินทุนที่เป็นอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำสุดที่นักลงทุนต้องการ มาเป็นตัวเทียบเคียง
5. รายรับและรายจ่ายทั้งหมดเป็นเงินสด ไม่มีการแบ่งชำระเป็นงวด
6. การคิดค่าเสื่อมราคา ใช้วิธีการคำนวณตามวิธีเส้นตรง ไม่มีมูลค่าซาก

กระบวนการในการวิเคราะห์ด้านการเงินของ โครงการลงทุนเปิดสาขากิจการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงราย

1. การคาดคะเนรายรับ
 2. การเตรียมงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า
 3. การเตรียมงบกระแสเงินสดล่วงหน้า
 4. การเตรียมงบดุลล่วงหน้า
 5. การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ
- สามารถแสดงได้ในตารางที่ 29 - 38

ตารางที่ 29 แสดงการคิดยอดขายปีที่ 1 ของโครงการ

ประเภท	เที่ยวต่อวัน	เที่ยวต่อเดือน	ค่าบรรทุก/เที่ยว	รายรับต่อเดือน	รายรับต่อปี
ขายหน้า					
รายคืน*	7	182	11,000	2,002,000	24,024,000
ของเหมา	1	30	8,500	255,000	3,060,000
ขายกอง					
ของย่อย	3	90	9,000	810,000	9,720,000
ของเหมา	4	120	8,000	960,000	11,520,000

ตารางที่ 30 แสดงยอดขายล่วงหน้า 10ปี ของโครงการ

รายรับ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ขายหน้า										
จำนวนเที่ยวของย่อย(คัน)	2,184	2,402	2,643	2,907	3,198	3,517	3,869	4,256	4,682	5,150
รายรับของย่อย(บาท)	24,024,000	26,426,400	29,069,040	31,975,944	35,173,538	38,690,892	42,559,981	46,815,980	51,497,578	56,647,335
จำนวนเที่ยวของเหมา(คัน)	360	396	436	479	527	580	638	702	772	849
รายรับของเหมา(บาท)	3,060,000	3,366,000	3,702,600	4,072,860	4,480,146	4,928,161	5,420,977	5,963,074	6,559,382	7,215,320
ขายกอง										
จำนวนเที่ยวของย่อย(คัน)	1080	1,188	1,307	1,437	1,581	1,739	1,913	2,105	2,315	2,547
รายรับของย่อย(บาท)	9,720,000	10,692,000	11,761,200	12,937,320	14,231,052	15,654,157	17,219,573	18,941,530	20,835,683	22,919,252
จำนวนเที่ยวของเหมา(คัน)	1,440	1,584	1,742	1,917	2,108	2,319	2,551	2,806	3,087	3,395
รายรับของเหมา(บาท)	11,520,000	12,672,000	13,939,200	15,333,120	16,866,432	18,553,075	20,408,383	22,449,221	24,694,143	27,163,557

ตารางที่ 31 แสดงงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า 10 ปี

งบกำไรขาดทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
รายได้	48,384,000	53,216,400	58,532,040	64,379,244	70,811,168	77,886,285	85,668,914	94,229,805	103,646,786	114,005,464
หัก ต้นทุนขาย										
- ต้นทุนบริการขาย(ตารางที่ 32)	18,686,382	20,489,898	22,470,202	24,644,724	27,032,619	29,679,204	32,564,892	35,753,443	39,234,275	43,072,523
- ต้นทุนบริการขายล่าช้า(ตารางที่ 33)	16,145,066	17,745,206	19,504,465	21,438,694	23,570,120	25,908,650	28,479,849	31,306,903	34,420,109	37,838,242
กำไรขั้นต้น	13,552,552	14,981,296	16,557,372	18,295,826	20,208,429	22,298,432	24,624,172	27,169,459	29,992,402	33,094,699
- ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย	456,100	501,710	551,881	607,069	667,776	734,554	808,009	888,810	977,691	1,075,460
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (ตารางที่34)	1,808,380	1,913,823	2,037,232	2,171,506	2,318,029	2,479,054	2,652,365	2,843,018	3,049,804	3,280,260
- ค่าเสื่อมราคา	877,350	877,350	877,350	877,350	877,350	939,350	939,350	1,001,350	1,001,350	1,063,350
- ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	12,104	12,104	12,104	12,104	12,104					
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	10,398,618	11,676,309	13,078,806	14,627,797	16,333,170	18,145,474	20,224,448	22,436,280	24,963,557	27,675,629
หัก ภาษีเงินได้	3,119,585	3,502,893	3,923,642	4,388,339	4,899,951	5,443,642	6,067,335	6,730,884	7,489,067	8,302,689
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	7,279,033	8,173,416	9,155,164	10,239,458	11,433,219	12,701,832	14,157,114	15,705,396	17,474,490	19,372,940

ตารางที่ 32 แสดงต้นทุนบริการขายขึ้น

ขายขึ้น	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ค่าแรงคนงาน	756,000	808,920	865,544	926,133	990,962	1,069,329	1,144,182	1,233,275	1,324,104	1,421,291
ค่าแรงพนักงานขับรถ	324,000	346,680	370,948	396,914	424,698	459,827	492,015	531,856	569,086	614,322
เงินเดือน	616,800	659,976	706,174	755,607	808,499	865,094	930,450	995,582	1,065,273	1,139,842
ค่าส่วน	62,400	62,400	62,400	62,400	62,400	62,400	62,400	62,400	62,400	62,400
ค่าเช่ารถใหญ่	15,264,000	16,790,400	18,469,440	20,316,384	22,348,022	24,582,825	27,041,107	29,745,218	32,719,740	35,991,714
ค่าซ่อมรถเล็ก	120,120	132,132	145,345	159,880	175,868	193,454	212,800	234,080	257,488	283,237
ค่าเบี้ยประกันภัยรถเล็ก	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	42,000	42,000	48,000	48,000	54,000
ค่าต่อภาษีและพ.ร.บ.	23,782	23,782	23,782	23,782	23,782	27,648	27,648	31,514	31,514	35,380
ค่าเสื่อมรถเล็กกระจายสินค้า	401,000	401,000	401,000	401,000	401,000	463,000	463,000	525,000	525,000	587,000
ค่าเสื่อมเครื่องมืออุปกรณ์	50,600	50,600	50,600	50,600	50,600	50,600	50,600	50,600	50,600	50,600
ค่าน้ำมันรถเล็ก	262,080	288,288	317,117	348,828	383,711	422,082	464,291	510,720	561,792	617,971
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ต้นทุนบริการขายขึ้น(กรุงเทพฯ)	1,201,200	1,321,320	1,453,452	1,598,797	1,758,677	1,934,545	2,127,999	2,340,799	2,574,879	2,832,367
รวม	19,137,982	20,941,498	22,921,802	25,096,324	27,484,219	30,192,804	33,078,492	36,329,043	39,809,875	43,710,123

ตารางที่ 33 แสดงต้นทุนบริการขายต่อ

ขาด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ค่าแรงคนงาน	162,000	173,340	185,474	198,457	212,349	227,213	243,118	260,137	278,346	297,830
ค่าแรงคนขับรถ	64,800	69,336	74,190	79,383	84,940	90,885	97,247	104,055	111,338	119,132
เงินเดือน	199,200	213,144	228,064	244,029	265,911	284,524	304,441	325,752	353,355	378,089
ค่าเช่ารถใหญ่	15,120,000	16,632,000	18,295,200	20,124,720	22,137,192	24,350,911	26,786,002	29,464,603	32,411,063	35,652,169
ค่าซ่อมรถเล็ก	48,600	53,460	58,806	64,687	71,155	78,271	86,098	94,708	104,178	114,596
ค่าเสื่อมรถเล็ก	62,000	62,000	62,000	62,000	62,000	62,000	62,000	62,000	62,000	62,000
ค่าเสื่อมเครื่องมืออุปกรณ์	12,600	12,600	12,600	12,600	12,600	12,600	12,600	12,600	12,600	12,600
ค่าเบี้ยประกันภัยรถเล็ก	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
ค่าต่อภาษีและพ.ร.บ.	3,866	3,866	3,866	3,866	3,866	3,866	3,866	3,866	3,866	3,866
ค่าน้ำมันรถเล็ก	48,600	53,460	58,806	64,687	71,155	78,271	86,098	94,708	104,178	114,596
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
ต้นทุนบริการขายต่อ(กรุงเทพฯ)	486,000	534,600	588,060	646,866	711,553	782,708	860,979	947,077	1,041,784	1,145,963
รวม	16,219,666	17,819,806	19,579,065	21,513,294	23,644,720	25,983,250	28,554,449	31,381,503	34,494,709	37,912,842

ตารางที่ 34 แสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
เงินเดือน	432,000	462,240	494,597	529,219	566,264	605,902	648,316	693,698	742,256	799,014
ค่าเครื่องแบบพนักงาน	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
คชจ. ในการพัฒนาบุคลากร	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
คชจ. ในการวิจัยและพัฒนา	10,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
ค่าเอกสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้ไป	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าโทรศัพท์	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000
ค่าเบี้ยประกัน	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าไฟฟ้า	66,000	66,000	66,000	66,000	66,000	66,000	66,000	66,000	66,000	66,000
ค่าเช่า	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
ค่าพาหนะเดินทาง	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
ค่ารับรอง	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษา	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าธรรมเนียมอื่นๆ	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	238,750	238,750	238,750	238,750	238,750	238,750	238,750	238,750	238,750	238,750
ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือเครื่องใช้	72,400	72,400	72,400	72,400	72,400	72,400	72,400	72,400	72,400	72,400
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
ค่าภาษีป้าย	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
ค่าภาษีโรงเรือน / ที่ดิน	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
ค่าสวัสดิการพนักงาน	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	456,100	501,710	551,881	607,069	667,776	734,554	808,009	888,810	977,691	1,075,460
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการตัดจ่าย	12,104	12,104	12,104	12,104	12,104					
ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ	674,880	742,368	816,605	898,265	988,092	1,086,901	1,195,591	1,315,150	1,446,665	1,591,332
โบนัส	224,500	240,215	257,030	275,022	294,674	317,251	339,458	365,171	391,882	420,914
รวม	2,627,734	2,778,787	2,952,367	3,141,829	3,349,059	3,564,758	3,811,524	4,082,978	4,378,645	4,706,870

ตารางที่ 35 แสดงงบกระแสเงินสดล่วงหน้า

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
1. กระแสเงินสดเข้า											
1.1 เงินของหุ้นส่วน	32,903,520										
1.2 รายได้		48,384,000	53,216,400	58,532,040	64,379,244	70,811,168	77,886,285	85,668,914	94,229,805	103,646,786	114,005,464
รวมกระแสเงินสดเข้า	32,903,520	48,384,000	53,216,400	58,532,040	64,379,244	70,811,168	77,886,285	85,668,914	94,229,805	103,646,786	114,005,464
2. กระแสเงินสดออก											
2.1 เงินทุนเริ่มโครงการ	32,903,520										
- ที่ดินและค่าปรับปรุงที่ดิน	22,400,000										
- อาคาร	4,775,000										
- เครื่องจักรและอุปกรณ์	638,000										
- ยานพาหนะ	5,030,000										
- ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	60,520										
2.2 ต้นทุนบริการ		34,831,448	38,235,104	41,974,668	46,083,418	50,602,739	55,587,854	61,044,741	67,060,347	73,654,384	80,910,765
2.3 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด		456,100	501,710	551,881	607,069	667,776	734,554	808,009	888,810	977,691	1,075,460
2.4 ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		1,808,380	1,913,823	2,037,232	2,171,506	2,318,029	2,479,054	2,652,365	2,843,018	3,049,804	3,280,260
2.5 ภาษีเงินได้		3,119,585	3,502,893	3,923,642	4,388,339	4,899,951	5,443,642	6,067,335	6,730,884	7,489,067	8,302,689
2.6 การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์											
- ยานพาหนะ							620,000		620,000		620,000
- เครื่องมือและอุปกรณ์							418,000				
รวมกระแสเงินสดออก	32,903,520	40,215,513	44,153,530	48,487,422	53,250,332	58,488,496	65,283,104	70,572,450	78,143,059	85,170,946	94,189,174
3. กระแสเงินสดสุทธิ	-	8,168,487	9,062,870	10,044,618	11,128,912	12,322,673	12,603,182	15,096,464	16,086,746	18,475,840	19,816,290
4. กระแสเงินสดต้นงวด		-	8,168,487	17,231,357	17,231,357	27,275,975	38,404,887	50,727,560	63,330,741	78,427,205	94,513,951
5. กระแสเงินสดปลายงวด		8,168,487	17,231,357	27,275,975	38,404,887	50,727,560	63,330,741	78,427,205	94,513,951	112,989,791	132,806,082

ตารางที่ 36 แสดงงบดุลล่วงหน้า

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
สินทรัพย์											
1. สินทรัพย์หมุนเวียน											
1.1 เงินสด	0	8,168,487	17,231,357	27,275,975	38,404,887	50,727,560	63,330,741	78,427,205	94,513,951	112,989,791	132,806,082
2. สินทรัพย์ระยะยาว											
2.1 ที่ดินและค่าปรับปรุงที่ดิน	22,400,000	22,400,000	22,400,000	22,400,000	22,400,000	22,400,000	22,400,000	22,400,000	22,400,000	22,400,000	22,400,000
2.2 อาคาร	4,775,000	4,775,000	4,775,000	4,775,000	4,775,000	4,775,000	4,775,000	4,775,000	4,775,000	4,775,000	4,775,000
2.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์	638,000	638,000	638,000	638,000	638,000	638,000	1,056,000	1,056,000	1,056,000	1,056,000	1,056,000
2.4 ยานพาหนะ	5,030,000	5,030,000	5,030,000	5,030,000	5,030,000	5,030,000	5,650,000	5,650,000	6,270,000	6,270,000	6,890,000
สินทรัพย์ระยะยาวรวม	32,843,000	32,843,000	32,843,000	32,843,000	32,843,000	32,843,000	33,881,000	33,881,000	34,501,000	34,501,000	35,121,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		877,350	1,754,700	2,632,050	3,509,400	4,386,750	5,326,100	6,265,450	7,266,800	8,268,150	9,331,500
สินทรัพย์ระยะยาวสุทธิ	32,843,000	31,965,650	31,088,300	30,210,950	29,333,600	28,456,250	28,554,900	27,615,550	27,234,200	26,232,850	25,789,500
3. สินทรัพย์อื่นๆ											
3.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	60,520	48,416	36,312	24,208	12,104						
รวมสินทรัพย์	32,903,520	40,182,553	48,355,969	57,511,133	67,750,591	79,183,810	91,885,641	106,042,755	121,748,151	139,222,641	158,595,582
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น											
4. ส่วนทุนของผู้ถือหุ้น	32,903,520	32,903,520	32,903,520	32,903,520	32,903,520	32,903,520	32,903,520	32,903,520	32,903,520	32,903,520	32,903,520
5. กำไรสะสม		7,279,033	15,452,449	24,607,613	34,847,071	46,280,290	58,982,121	73,139,235	88,844,631	106,319,121	125,692,062
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม	32,903,520	40,182,553	48,355,969	57,511,133	67,750,591	79,183,810	91,885,641	106,042,755	121,748,151	139,222,641	158,595,582

ตารางที่ 37 ตารางแสดงการคิดระยะเวลาต้นทุน

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
กระแสเงินสดสุทธิ	-32,903,520	8,168,487	9,062,870	10,044,618	11,128,912	12,322,673	12,603,182	15,096,464	16,086,746	18,475,840	19,816,290
กระแสเงินสดต้นงวด		-	8,168,487	17,231,357	27,275,975	38,404,887	50,727,560	63,330,741	78,427,205	94,513,951	112,989,791
กระแสเงินสดสะสม		8,168,487	17,231,357	27,275,975	38,404,887	50,727,560	63,330,741	78,427,205	94,513,951	112,989,791	132,806,082

ตารางที่ 38 แสดงการคิดมูลค่าปัจจุบันในแต่ละปีเพื่อคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
กระแสเงินสดสุทธิ	- 32,903,520	8,168,487	9,062,870	10,044,618	11,128,912	12,322,673	12,603,182	15,096,464	16,086,746	18,475,840	19,816,290
ปัจจัยลดค่าที่ 7.5%	0	0.9302	0.8653	0.8050	0.7488	0.6966	0.6480	0.6028	0.5607	0.5216	0.4852
มูลค่าปัจจุบันในแต่ละปี	- 32,903,520	7,598,592	7,842,397	8,085,521	8,333,335	8,583,464	8,166,377	9,099,468	9,019,875	9,636,693	9,614,744
											รวม
											85,980,466

การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

1. งวดเวลาคืนทุน (Payback Period)

จากตารางที่ 37 แสดงการคิดระยะเวลาคืนทุน

เงินลงทุนรวม 32,903,520 บาท

ระยะเวลาคืนทุน คำนวณโดย :

จำนวนเงิน 27,275,974 บาท ใช้เวลา 3 ปี

จำนวนเงิน 5,627,546 บาท ใช้เวลา $(5,627,546 \times 12) / 11,128,911$
6 เดือน 2 วัน

ระยะเวลาคืนทุน(Payback Period) ของโครงการนี้เท่ากับ 3 ปี 6 เดือน 2 วัน

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)

จากตารางที่ 38 แสดงการคิดมูลค่าปัจจุบันสุทธิ

เงินลงทุนเบื้องต้น = 32,903,520 บาท

มูลค่าปัจจุบันสุทธิตลอดโครงการ = 85,980,466 บาท

มูลค่าสุทธิของโครงการ(NPV) $(85,980,466 - 32,903,520) = 53,076,946$ บาท

มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้เป็นบวก ซึ่งแสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราลดค่า ซึ่งอัตราลดค่าที่ใช้คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในท้องตลาด ประมาณ 7.5 % ผลของการคำนวณส่งผลให้เห็นว่าโครงการนี้สามารถยอมรับได้

3. อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return)

คำนวณโดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel จะได้ค่าเท่ากับ 30.7 %

สรุปการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน

ตารางที่ 39 แสดงผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน

รายการ	ค่าที่ได้จากการคำนวณ
1. ระยะเวลาคืนทุน (PB)	3 ปี 6 เดือน 2 วัน
2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	53,076,946 บาท
3. อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR)	30.7 %

จากผลการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ของโครงการลงทุนสามารถสรุปได้ว่า การลงทุนเปิดสาขากิจการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงราย: กรณีศึกษา บริษัทนัมมี่ซึ่งเสี่ยงขนส่ง 1988 จำกัด มีเงินลงทุนในโครงการทั้งสิ้น 32,903,520 บาท โดยเป็นเงินจากส่วนเจ้าของทั้งหมด โดยโครงการมีระยะเวลาคืนทุนภายในเวลา 3 ปี 6 เดือน 2 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิหลังสิ้นสุดโครงการ 10 ปี เท่ากับ 53,076,946 บาท ณ อัตราคิดลด เท่ากับ 7.5% และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 30.7 % ดังนั้นสรุปได้ว่า “มีความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดสาขากิจการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงราย: กรณีศึกษา บริษัทนัมมี่ซึ่งเสี่ยงขนส่ง 1988 จำกัด โดยให้ผลตอบแทนลดค่ามากกว่า 7.5%”

การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis)

สำหรับโครงการลงทุนเปิดสาขากิจการขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกในจังหวัดเชียงราย จะวิเคราะห์ความไวด้วยตัวแบบการจำลองสถานการณ์(Simulation Model) โดยจะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงแต่ละตัวแปรแต่ละตัวที่ปรากฏในงบกระแสเงินสดล่วงหน้า(ในขณะที่ตัวแปรอื่นๆคงที่)ว่าจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) อย่างไรบ้าง เมื่อเทียบกับมูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนของโครงการกรณีฐาน (กำหนดให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนของโครงการที่ปรากฏในตารางที่ 39 เป็นกรณีฐาน) ตัวแปรที่จะพิจารณาคือ ยอดขายทั้งนี้ เนื่องจากเป็นตัวแปรที่มีมูลค่าสูงเมื่อเทียบกับตัวแปรอื่นๆ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงใดที่เกิดขึ้นกับตัวแปรตัวนี้ ย่อมส่งผลกระทบต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนของโครงการมากกว่า ในส่วนตัวแปรด้านต้นทุนอันได้แก่ค่าใช้จ่ายด้านน้ำมันจากการพิจารณาข้อมูลพื้นฐานของบริษัทนัมมี่ซึ่งเสี่ยงขนส่ง 1988 จำกัด จะพบว่าต้นทุนน้ำมันมีผลกระทบต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนของโครงการน้อย ในการศึกษาจะสมมติให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในยอดขายโดยที่ยอดขายมีการลด ในอัตรา 5 % และ 10 % แล้วนำมูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนของโครงการที่คำนวณได้ในแต่ละกรณีมาเปรียบเทียบกัน อีกทั้งคำนวณหาอัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดขายที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับศูนย์

ตารางที่ 40 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความไวของอัตราผลตอบแทนของโครงการเมื่อยอดขายมีการเปลี่ยนแปลง

อัตราการเปลี่ยนแปลงยอดขาย	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	อัตราผลตอบแทนของโครงการ
0 %กรณีฐาน	53,076,946	30.7%
-5%	35,576,234	24.0%

-10%	18,075,522	16.6%
-15.2%	≈ 0	7.8%

จากตารางที่ 40 พบว่าเมื่อยอดขายมีอัตราการเปลี่ยนแปลงลดลง 5% และ 10 % จะพบว่ามีมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนโครงการที่ลดลง แต่ทั้งนี้พบว่าอัตราผลตอบแทนของโครงการ ในอัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดขายที่ลดลง 5% และ 10% จะพบว่าอัตราผลการตอบแทนของโครงการสูงกว่า 7.5% และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก และจากการวิเคราะห์ความไวของอัตราผลตอบแทนของโครงการเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงยอดขายที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ ศูนย์ คือ อัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดขายที่ลดลง 15.2%