

การศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์  
ในเขตตำบลบ้านเป็ด อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น  
FEASIBILITY STUDY TO ESTABLISH MOTORCYCLE PARTS SALES CENTER IN  
TAMBON BANPED, MAUNG KHONKAEN DISTRICT, KHON KAEN PROVINCE

ธนิษฐ์ พัฒนเศรษฐฐานนท์<sup>1</sup>

อัมพน ห่อนาค<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ของการเปิดศูนย์จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ ในเขตตำบลบ้านเป็ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านเทคนิค และด้านการเงิน โดยได้ทำการ โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ 40 คน ที่มีกิจการตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ จากผลการศึกษาทางด้านการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่ตัดสินใจมาใช้บริการด้วยตนเองถ้ามีศูนย์จำหน่าย อะไหล่รถจักรยานยนต์เปิดใหม่คิดเป็นร้อยละ 80 และร้อยละ 47.5 ตัดสินใจซื้อจากปัจจัยทางด้านราคาเป็นหลัก ส่วนในการศึกษา ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและด้านการจัดการ ทำเลที่ตั้งเป็นอาคารพาณิชย์ 2 ห้อง 3 ชั้น อยู่บริเวณตลาดบ้านคำไฮ ตำบลบ้าน เป็ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ธุรกิจมีเจ้าของคนเดียว และพนักงานขายหน้าร้านจำนวน 2 คน และการศึกษาความเป็นไปได้ใน ด้านการเงิน พบประมาณการลงทุนเริ่มแรก 1,500,000 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับ 747,174 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 25% และมีระยะเวลาคืนทุน (PB) เท่ากับ 2 ปี 8 เดือน 26 วัน จากผลการ เงินเป็นบวก ดังนั้นโครงการร้านจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ ในเขตตำบลบ้านเป็ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีความเป็นไปได้ ในการลงทุน

**คำสำคัญ :** การศึกษาความเป็นไปได้ อะไหล่รถจักรยานยนต์ ขอนแก่น

### Abstract

The purpose of this research were to analyze feasibility in marketing, consumer's behavior, techniques and financial for investment in the Business of Motorcycle parts sales center in tambon banped, amphoe muang khon kaen, khon kaen province. Data were collected by questionnaire and interview for sample of 40 owners of Motorcycle repair shop who have the large and small shop in the target area. The result of marketing found that 80 percent decide to use the Motorcycle parts store service by themselves if has the new store and 47.5 percent focus on price. The result from technique and management showed that this shop house in 96 square meters with 3 storey near Kham Hai Market at banped, amphoe muang, khon kaen province and the business was invested by a single owner, with human resources of 2 people. And the feasibility of financial, the business's initial investment was 1,500,000 Bath. The project payback period (PB) was 2 years 8 months 26 days, with net present value (NPV) was 747,174 Bath and internal rate of return (IRR) was 25 percent. Therefore the Motorcycle parts store was financially feasible for invest.

**Key Words :** FEASIBILITY STUDY, MOTORCYCLE PARTS, KHON KAEN

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ ประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## บทนำ

รถจักรยานยนต์เป็นหนึ่งในยานพาหนะส่วนบุคคลชั้นพื้นฐานของคนไทยในปัจจุบันเนื่องจากรถจักรยานยนต์เป็นพาหนะที่ราคาไม่สูงนัก มีค่าบำรุงรักษาที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับรถยนต์ และสามารถที่จะเดินทางได้อย่างสะดวก คล่องแคล่วในพื้นที่ชนบท และในเมืองใหญ่ที่การจราจรติดขัด ด้วยความที่จักรยานยนต์สามารถทำการขับขี่ได้อย่างคล่องตัวจึงทำให้จักรยานยนต์เป็นหนึ่งในยานพาหนะที่สามารถใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างกว้างขวาง

สำหรับ ยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ของไทย ในปี 2558 มีจำนวน 1,671,237 คัน แบ่งเป็นกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 30.9 และในภูมิภาค ร้อยละ 69.1 โดยในกรุงเทพฯ มีจำนวนที่จดทะเบียน 395,190 คัน และในส่วนภูมิภาค มีจำนวน 1,276,047 คัน ทั้งนี้ หากพิจารณาทั้งปี 2558 ยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ภายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 25.8 และเป็นยอดจดทะเบียนของรถจักรยานยนต์ภายในจังหวัดขอนแก่น ร้อยละ 9.0 โดย มีจำนวนทั้งสิ้น 40,998 คัน (สำนักงานขนส่งทางบก. 2559) นอกจากนี้ ในจังหวัดขอนแก่นยังมีรถจักรยานยนต์ที่จดทะเบียนมาจากจังหวัดใกล้เคียง ที่มีผู้นำติดตัวเข้ามาเพื่อทำงานในจังหวัดขอนแก่นอีกเป็นจำนวนมากด้วย

เทศบาลตำบลบ้านเป็ดมีเนื้อที่ 45 ตารางกิโลเมตร หรือ 28,689 ไร่ อยู่ในพื้นที่ของอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ประกอบไปด้วยหมู่บ้านจำนวน 23 หมู่บ้าน ประมาณ 20,384 ครัวเรือน มีประชากรทั้งสิ้น 40,205 คน (ภาพที่ 1) ซึ่งยังไม่รวมถึงกลุ่มบุคคลที่สัญจรไปมา รวมทั้งผู้ที่เข้ามาทำงาน หรือเข้ามาเป็นนักศึกษา และเข้าพักอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ของตำบลบ้านเป็ด จังหวัดขอนแก่นเป็นจำนวนอีกด้วย เนื่องจากอยู่ไม่ห่างจากบริเวณตัวเมืองขอนแก่น และสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาหลายแห่ง ซึ่งจากการสังเกตในเบื้องต้น พบว่าบุคคลดังกล่าวเหล่านั้น ส่วนใหญ่มักนิยมใช้การเดินทางด้วยรถจักรยานยนต์ ในขณะเดียวกันยังได้พบว่า ธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องอย่างสำคัญกับรถจักรยานยนต์ ได้แก่ ธุรกิจการซ่อมรถจักรยานยนต์ โดยเฉพาะการปะและการเปลี่ยนยาง รถจักรยานยนต์แต่ละคันอาจจะต้องเปลี่ยนยางรถจักรยานยนต์ใหม่เฉลี่ยประมาณทุกๆ 2 ปี ตามแต่สภาพถนนและสภาพการใช้ งานและราคายางที่มีราคาถูก ผู้ใช้รถจักรยานยนต์จึงเห็นว่าการเปลี่ยนยางเส้นใหม่เลย แทนการปะซ่อมซึ่งมีราคาไม่ต่างกันมากนัก นั่นคือเพราะได้ทั้งของใหม่และมั่นใจว่าจะสามารถมีอายุการใช้งานเพิ่มขึ้นอีก ทั้งนี้ยังไม่รวมการซ่อมในส่วนต่างๆของมอเตอร์ไซด์ด้วย เช่น หลอดไฟ แบตเตอรี่ โช้ ยางนอก รวมไปถึงหมวกกันน็อก นอกจากนี้ ยังมีการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง น้ำมันหล่อลื่น และและน้ำมันเบรก การจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับการตกแต่งรถ สำหรับผู้ที่มีความชื่นชอบโดยเฉพาะ และจากการสำรวจในเบื้องต้นพบว่า ในเขตเทศบาลตำบลบ้านเป็ด มีผู้ที่ทำธุรกิจการเปิดร้านบริการเกี่ยวกับรถมอเตอร์ไซด์ดังกล่าวเป็นจำนวนประมาณ 40 ราย และจากการสอบถามผู้ประกอบการร้านซ่อมและจำหน่ายอะไหล่และอุปกรณ์ ได้ความว่า อะไหล่และอุปกรณ์ต่างๆที่ทางร้านนำมาให้บริการแก่ลูกค้าเหล่านั้น ทางผู้ประกอบการเองจะต้องเดินทางเข้าไปซื้อจากพ่อค้าขายส่ง หรือบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ถึงในตัวเมืองขอนแก่น ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่าย ซึ่งในเขตเทศบาลตำบลบ้านเป็ด ยังไม่มีร้านที่ให้บริการขายส่งหรือศูนย์ให้บริการเกี่ยวกับอะไหล่รถจักรยานยนต์แต่อย่างใด

ดังนั้น จึงได้พิจารณาเห็นช่องทางในการทำธุรกิจที่เกี่ยวกับการเป็นคนกลางในการจัดหาอะไหล่และอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ โดยการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ขึ้น ในเขตเทศบาลตำบลบ้านเป็ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จึงเป็นที่มาของการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ในครั้งนี้ เพื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการตัดสินใจลงทุนต่อไป

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิคและการจัดการ และด้านการเงินในการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ ในตำบลบ้านเป็ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

## วิธีดำเนินงาน

### 1. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

#### 1.1 การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างได้ คือผู้ประกอบการร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ ที่อยู่ในเขตตำบลบ้านเป็ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวนทั้งหมด 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด ซึ่งกำหนดให้มีข้อความต่างๆ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลส่วนบุคคลที่แบ่งตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์

#### 1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

1.2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTE Analysis) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่สำคัญต่อกลยุทธ์ธุรกิจ ไม่สามารถที่จะควบคุมได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออุปสงค์และอุปทานในอุตสาหกรรมของธุรกิจอะไหล่รถจักรยานยนต์ สามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้านดังนี้ [2]

- (1) ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (Political / Legal Factors)
- (2) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors)
- (3) ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factors)
- (4) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technological Factors)
- (5) ปัจจัยทางกายภาพ (Ecological Environment Factors)

1.2.2 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการแข่งขันของธุรกิจ (Five Force model) เพื่อเตรียมพร้อมรับมือของธุรกิจถ้าธุรกิจของเราเข้าไปอยู่ในสภาพแวดล้อมนั้น จะมีความเสี่ยงในการทำธุรกิจแค่ไหน

1.2.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพทางธุรกิจ โดยนำ (SWOT Analysis) มาวิเคราะห์ว่ามีแนวโน้มที่จะสะท้อนให้เห็นผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ จะช่วยทำให้ธุรกิจสามารถกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจ เพื่อให้มีความถูกต้องและเลือกใช้กลยุทธ์ได้ตรงต่อโอกาสที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างแม่นยำ [3]

2. การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงลักษณะและศักยภาพของตลาด จะทำให้ธุรกิจของผู้ประกอบการนั้น สามารถกำหนดตลาดเป้าหมายที่ดีและมีเหมาะสมกับศักยภาพธุรกิจนั้นได้ และสามารถเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดกับตลาดเป้าหมายนั้นๆ การวิเคราะห์นั้นเราต้องทราบให้ได้ว่าเป้าหมายของเราเป็นใคร มีการบริโภคอย่างไร [4]

3. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค เพื่อพิจารณาว่าโครงการที่กำลังพิจารณานั้นมีความเหมาะสมทางด้านเทคนิคหรือออกแบบและทางด้านวิศวกรรมมีความเหมาะสมเพียงใด ควรวิเคราะห์ในเรื่องต่างๆ ในการศึกษา ด้านเทคนิค ดังนี้

- 3.1 สถานที่ของโครงการ
- 3.2 การออกแบบและวิศวกรรมของโครงการ
- 3.3 ขนาดของโครงการและพิจารณาความคาดหวังของตลาด
- 3.4 วัสดุที่ใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
- 3.5 ปริมาณและคุณภาพของแรงงานที่ต้องการ

4. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน เพื่อประมาณเงินทุนแรกเริ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้เกณฑ์การตัดสินใจแบบไม่ใช้ค่าเวลา ได้แก่ วิธีระยะเวลาคืนทุน เกณฑ์การตัดสินใจแบบใช้ค่าเวลา ได้แก่ วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ และวิธีอัตราผลตอบแทนภายใน รวมทั้งการวิเคราะห์ความไวของการดำเนินธุรกิจต่อเหตุเปลี่ยนแปลงเพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน [5]

3.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) เพื่อให้ทราบว่า ระยะเวลานานเท่าใดกิจการจึงจะได้เงินลงทุนไปในโครงการนั้นกลับคืนมา

3.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) เป็นผลต่างระหว่างกระแสเงินสดปัจจุบันสุทธิที่ได้รับตลอดโครงการกับเงินลงทุนเริ่มแรก

3.3 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) ผลตอบแทนที่ธุรกิจลงทุนไปจะได้รับจากการลงทุนในโครงการพิจารณาเฉลี่ยต่อปีตลอดอายุการลงทุน

3.4 การวิเคราะห์ความไวต่อเหตุเปลี่ยนแปลง (Sensitivity Analysis) เพื่อพิจารณาว่ามีตัวแปรใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุน และผลตอบแทนต่อการดำเนินธุรกิจ ทำการศึกษา 2 ตัวแปร คือ ความเสี่ยงในธุรกิจ และ ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.5 แผนฉุกเฉิน (Contingency Plan) แผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามปกติที่คาดการณ์ไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้นจะเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ

## ผลการศึกษา

1. การศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการตลาด โดยจากการสอบถามผู้ประกอบการร้านซ่อมรถจักรยานยนต์จำนวน 40 คน สอบถามถึงความเป็นไปได้ในการเปิดศูนย์จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ในเขตตำบลบ้านเปิด อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น พบว่าผู้ประกอบการร้านซ่อมรถจักรยานยนต์เลือกที่จะมาใช้บริการแนนอนจำนวน 32 คน ไม่แน่ใจต้องดูบริการก่อน 6 คน และไม่ไปใช้บริการจำนวน 2 คน โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ประกอบการร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ในด้านผลิตภัณฑ์ คือสินค้ามีคุณภาพ และได้การรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานราชการ มีราคาที่มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า และมีราคาถูกกว่าร้านอื่น การเดินทางต้องมีความสะดวกไม่อยู่ไกลจากร้านมากนัก เพราะผู้ประกอบการร้านซ่อมรถจักรยานยนต์มักจะซื้อสินค้าทันทีเมื่อสินค้าหมด โดยไม่มีการสต็อกของ หรือบางร้านก็สต็อกของไว้วันน้อยมาก โดยสิ่งที่เป็นปัจจัยอีกอย่างต่อการเข้าใช้บริการของร้านคือ เมื่อสินค้ามีการชำรุดสามารถที่จะนำมาเปลี่ยนคืนได้ อีกทั้งพนักงานที่ให้บริการต้องมีความรู้ในผลิตภัณฑ์นั้นๆ สามารถที่จะตอบข้อซักถามในเรื่องต่างๆ ได้ ให้การบริการอย่างเท่าเทียมกัน แม้จะซื้อมากหรือซื้อน้อย

ดังนั้นทางศูนย์จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์จึงได้ทำแผนการตลาดโดยการเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และมีการได้รับการมาตรฐานจากหน่วยงานรัฐ โดยแต่ละสินค้าก็จะไปประกอบไปด้วยหลายชนิดหลายราคาเพื่อให้ลูกค้าเลือกทำการตัดสินใจซื้อ โดยที่ราคามีราคาเท่ากับร้านอื่นหรือไม่แพงกว่าเกินไปมากนัก และทาง

ร้านยังมีบริการรับส่งถ้าหากลูกค้ามีการสั่งซื้อสินค้ามียอดถึงที่กำหนดเพื่อเป็นช่องทางเพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้า

2. การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า หากมีศูนย์จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์เปิดใหม่ในเขตตำบลบ้านเปิด อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น จะไปใช้บริการแน่นอนคิดเป็นร้อยละ 80 โดยตัดสินใจในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ด้วยตัวเองมากที่สุด เลือกซื้อสินค้าประเภทล้อยางรถจักรยานยนต์มากที่สุด รองลงมาคือ น้ำมันเครื่อง แบตเตอรี่ สินค้าอื่นๆ ตามลำดับ และค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ต่อครั้งในการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ประมาณ 501-1,000 บาท และจำนวนครั้งที่ซื้อมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน โดยการซื้อผู้ประกอบการร้านซ่อมรถจักรยานยนต์คำนึงเรื่องราคาเป็นหลักสำคัญ

3. การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคและการบริการ จากผู้ประกอบการร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือเรื่อง ความสะดวกและใกล้ที่ทำงาน ดังนั้นธุรกิจศูนย์จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ที่ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาขึ้น ตั้งอยู่ในหมู่บ้านคำไฮ ตำบลบ้านเปิด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อยู่ในเขตชุมชนใกล้กับตลาดบ้านคำไฮ เป็นอาคารพาณิชย์ 2 คูหา 3 ชั้น ตั้งอยู่บนถนนสายหลักสามารถมองเห็นได้ชัดเจน โดยทางร้านจะทำการเปิดร้านทุกวันและมีการหยุดในวันพุทธ เวลาเปิดร้านตั้งแต่เวลา 7.00 น. จนถึง 20.00 น. ภายในร้านจะประกอบไปด้วยชั้นวางของแบบเปิดสำหรับใช้วางยางรถจักรยานยนต์ แบตเตอรี่ น้ำมันเครื่อง น้ำมันเบรก สินค้าอื่นๆ และมีตู้เก็บของแบบกระจกหน้าสำหรับใช้เก็บของที่มีขนาดเล็ก โดยมีการจัดหมวดหมู่ เพื่อให้ง่ายต่อการหา และการควบคุมสต็อกสินค้า ลูกค้าสามารถสั่งสินค้าผ่านผู้จัดการ และสามารถนั่งรอรับสินค้าได้เลย พนักงานของร้านมี 2 คน ประกอบไปด้วยผู้จัดการร้าน ซึ่งเป็นตัวเจ้าของ และพนักงานขายหน้าร้าน จำนวน 1 คน ซึ่งพนักงานขายต้องมีความรู้ในเรื่องการซ่อมรถจักรยานยนต์มาระดับหนึ่งด้วย

4. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน เงินลงทุนเริ่มต้นของโครงการเป็นส่วนของเจ้าของทั้งหมดจำนวน 1,200,000 บาท โดยแบ่งเป็นค่าตกแต่งร้าน ค่าอุปกรณ์ภายในร้าน ค่ายานพาหนะ และการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก จำนวน 700,000 บาท และส่วนที่เหลือใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนเพื่อรักษาสภาพคล่องของธุรกิจ โดยจากการวิเคราะห์โครงการซึ่งมีระยะเวลา 5 ปี พบว่าโครงการจะสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 2 ปี 7 เดือน 3 วัน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) จำนวน 625,075 บาท และมีอัตราผลตอบแทน (IRR) คิดเป็น 26.76% ซึ่งจากมูลค่าปัจจุบัน และอัตราผลตอบแทนภายในเป็นบวก ทำให้โครงการมีความสนใจในการลงทุน

## สรุป

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งศูนย์จำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ ในเขตตำบลบ้านเปิด อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น พบว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนทั้ง 4 ด้าน โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการคือ เจ้าของร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ ที่อยู่ในเขตตำบลบ้านเปิด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ประกอบการร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่ตัดสินใจมาซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ด้วยตนเอง โดยซื้อมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งตกเฉลี่ยครั้งละ 750 บาท ภายใต้แนวความคิดทางด้านส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) โดยสินค้าต้องมีคุณภาพ ได้รับการรองรับมาตรฐานจากหน่วยงานราชการ ราคาต้องมีความเหมาะสมกับตัวสินค้าไม่แพงจนเกินไป อีกทั้งราคาขายต้องมีราคาถูกกว่าร้านคู่แข่ง ทำเลที่ตั้งของร้านต้องอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน สะดวกต่อการเข้าซื้อสินค้า และผู้ประกอบการร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่ต้องการเปลี่ยนสินค้าคืนหากพบว่าสินค้าที่ซื้อไปมีการชำรุด สิ่งเหล่านี้จึงเป็นข้อมูลสำหรับกรวางแผนการ

ตลาด เพื่อให้ธุรกิจที่ลงทุนนั้นประสบความสำเร็จ

### เอกสารอ้างอิง

- [1] เทศบาลตำบลบ้านเป็ด. (2559). **สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐาน**. ค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2559, จาก <http://www.banped.org/content.php?name=general>
- [2] ฉัตยาพร เสมอใจ. (2556). **การบริหารการตลาด Marketing Management**. สำนักพิมพ์ ซีเอ็ดยูเคชั่น, บมจ.
- [3] ภาวิณี กาญจนภา. (2554). **หลักการตลาด (Principles of Marketing)**. พิมพ์ครั้งที่ 1. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
- [4] ฉัตยาพร เสมอใจ. (2552). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. สำนักพิมพ์ ซีเอ็ดยูเคชั่น, บมจ.
- [5] ชนงกรณ์ กุณพลบุตร. (2557). **การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งชาติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.