

**การศึกษาความเป็นไปได้ในการให้สินเชื่อรถยนต์ของบริษัท ธันยนันท์ จำกัด
ในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น**
**THE FEASIBILITY STUDY OF CREDIT CAR LOAN FOR THANYANAN
IN CHUM PHAE DISTRICT, KHON KAEN PROVINCE**

ธันยนันท์ จิราพัฒน์พงษ์¹

ชญัญญา อภิบาลกุล²

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการให้สินเชื่อรถยนต์ของบริษัท ธันยนันท์ จำกัด ในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่นในด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ทั้งนี้ได้นำเครื่องมือ ได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปทางธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการจัดการและการวิเคราะห์ด้านการเงินมาใช้ในการศึกษา โดยการแจกแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการสินเชื่อรถยนต์ จำนวน 400 ชุด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาด มีความได้เปรียบ เนื่องจากบริษัทฯ ตั้งอยู่ในเขตชุมชน การคมนาคมสะดวก อีกทั้งเจ้าของกิจการเป็นคนพื้นที่ในอำเภอชุมแพ เป็นที่รู้จักของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี ด้านการจัดการ พบว่า การจัดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานมีคุณสมบัติตรงตามตำแหน่งที่กำหนดไว้ มีการวางแผนงานให้เป็นไปตามกำหนดด้านการเงิน โดยใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 889,840 บาท เป็นส่วนของเจ้าของกิจการเองทั้งหมด พบว่า มีมูลค่าปัจจุบัน เท่ากับ 6,396,100.00 บาท โดยมีค่าเป็นบวก มีอัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ 58.59 และระยะเวลาในการคืนทุน 1 ปี 1 เดือน 6 วัน ดังนั้น ได้ศึกษาครบทุกด้านแล้ว จึงสรุปได้ว่า บริษัท ธันยนันท์ จำกัด มีความเป็นไปได้และมีความน่าสนใจในการลงทุน

คำสำคัญ: การศึกษาความเป็นไปได้, สินเชื่อรถยนต์

Abstract

This independent study was to study feasibility of credit car loan for thanyanan in chum phae district, khon kaen province. The study was covering marketing, management, technical and financial. Therefore the study was performed to analyze general environment, internal environment, SWOT analysis, competitive environment, marketing mix, management analysis, technical analysis and analyzed the investment by used questionnaire to collect the data 400 samples. Marketing mix has the advantage the company located in the community convenient transportation The owner of the space in chum phae. Is known for its target customers. And can meet the needs of customers as well. In term of management, the organization chart was systematically organized and the operating personnel were qualified. Whereas the credit car loan for thanyanan was carefully designed and the quality control. The total investment cost was 6,396,100 Baht. Which was from the credit car loan owner. Beside, the net present value (NPV) was 326,040 Baht. The Internal rate of return (IRR) is 58.59. The payback period was 1 year 1 month and 6 days. In summary, The investment credit car loan was feasible.

Keywords: feasibility, Credit Car Loan

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² รองศาสตราจารย์ ประจำคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ปัจจุบันรถยนต์เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของประชาชนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากระบบขนส่งในปัจจุบันไม่สามารถรองรับและให้บริการตามความต้องการของประชาชนได้อย่างทั่วถึง จึงส่งผลให้ประชาชนหันมาซื้อรถยนต์โดยสารส่วนบุคคลเพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้จากข้อมูลจำนวนรถที่จดทะเบียนสะสม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 พบว่า จังหวัดขอนแก่น มีผู้จดทะเบียนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (Sedan, Not more than 7 Pass) จำนวน 142,678 คัน และรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน (Microbus & Passenger Van) จำนวน 6,309 คัน ส่งผลให้ธุรกิจให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เติบโตตามไปด้วย [1]

อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น มีเนื้อที่ประมาณ 510 ตารางกิโลเมตร หรือ 318,750 ไร่ อยู่ห่างจากจังหวัดขอนแก่น ตามทางหลวงหมายเลข 12 (ถนนมิตรภาพ) ประมาณ 82 กิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 12 ตำบล 135 หมู่บ้าน มีประชากรจำนวน 123,763 คน (ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ, 2556) ปัจจุบันอำเภอชุมแพ มีผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจให้บริการสินเชื่อรถยนต์ จำนวน 5 ราย ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้บริการของประชาชนในเขตอำเภอชุมแพ อีกทั้งรถยนต์ถือเป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่าและกลายเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับการหาเงินมาใช้ในการยามฉุกเฉินของผู้มีรถยนต์ คือ การนำรถยนต์ไปจำนอง ซึ่งหลายคนเลือกที่จะใช้บริการของบริษัทให้บริการสินเชื่อรถยนต์ ส่งผลให้บริษัทให้สินเชื่อเพิ่มมากขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษามองเห็นช่องทางการประกอบธุรกิจให้บริการสินเชื่อรถยนต์ เนื่องจากแนวโน้มความต้องการในการใช้รถยนต์มีสูงขึ้นทุกปี และความต้องการใช้บริการสินเชื่อรถยนต์จึงสูงตามไปด้วย ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาความเป็นไปในการให้บริการสินเชื่อรถยนต์ของบริษัท ธันยพันธ์ จำกัด ในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น ว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนหรือไม่

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการให้บริการสินเชื่อรถยนต์ของบริษัท ธันยพันธ์ จำกัด ในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านการเงิน

วิธีดำเนินงาน

การศึกษครั้งนี้ เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการให้บริการสินเชื่อรถยนต์ของบริษัท ธันยพันธ์ จำกัด ในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านการเงิน เพื่อทำการประเมินโครงการและผลตอบแทนของโครงการ เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน โดยวิธีการศึกษาได้นำข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมาวิเคราะห์ในด้านต่างๆ ดังนี้

1) การวิเคราะห์ด้านการตลาด ประกอบด้วยการวิเคราะห์ลักษณะของความต้องการ (Demand) ภาวการณ์ตอบสนอง (Supply) ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หรือ ราคา สถานที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการบริการ และการก่อสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ [2] และทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับประชากร ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 123,763 คน (ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ, 2556) [3] ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการคำนวณจากจำนวนประชากร ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) [4] การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน (Competitive Environment) [5] การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) [6] และพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

[7]

2) การวิเคราะห์ด้านเทคนิค ประกอบด้วยการวิเคราะห์เทคนิคความเหมาะสมของการลงทุนในสิ่งปลูกสร้าง อุปกรณ์อำนวยความสะดวก เครื่องตกแต่งและติดตั้ง ในด้านราคา คุณภาพ และประสิทธิภาพในการดำเนินการ [8]

3) การวิเคราะห์ด้านการจัดการ เป็นการวิเคราะห์ในเรื่องการจัดการองค์กร การจัดหาบุคลากร รูปแบบในการดำเนินงาน ตลอดจนการกำหนดนโยบายด้านต่างๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารและดำเนินงาน โดยนำผลที่ได้ไปช่วยในการพิจารณาและประเมินผล การตัดสินใจการลงทุน [8]

4) การวิเคราะห์ด้านการเงิน เป็นการศึกษาถึงการประมาณการเงินลงทุนเริ่มแรก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและผลตอบแทนของโครงการ โดยใช้เกณฑ์การตัดสินใจแบบไม่ใช้ค่าเวลา ได้แก่ วิธีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) และเกณฑ์การตัดสินใจแบบใช้ค่าเวลา ได้แก่ วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) และวิธีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) รวมทั้งการวิเคราะห์ความไวต่อเหตุเปลี่ยนแปลง (Sensitivity Analysis) เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน [8]

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาด้านการตลาด

1.1 ผลการศึกษาจากแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย ร้อยละ 67.00 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 34.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 51.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 47.25 อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 25.50 และมีสถานภาพสมรส ร้อยละ 58.75

การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบริษัท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนเคยใช้บริการสินเชื่อบริษัท ร้อยละ 100 จำนวนครั้งที่ใช้บริการสินเชื่อบริษัท คือ 2 ครั้ง จำนวน ร้อยละ 49.75 เคยใช้สินเชื่อบริษัทจากบริษัททั่วไป ร้อยละ 53.50 ใช้บริการเนื่องจากเงินไม่เพียงพอในการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก ร้อยละ 59.25 วงเงินที่ต้องการ คือ 100,001-200,000 บาท ร้อยละ 28.75 จำนวนงวดที่ต้องการผ่อนชำระ คือ 60 งวด ร้อยละ 35.25 จำนวนเงินที่ผ่อนชำระ ไม่เกิน 4,000 บาท/เดือน ร้อยละ 61.75 ชำระโดยเงินสดที่ผู้ให้บริการสินเชื่อบริษัทโดยตรง ร้อยละ 35.75 มีการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินเชื่อบริษัทบ้าง ร้อยละ 67.25 และสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริษัทสินเชื่อเข้าเชื่อบริษัท คือ บุคคล (เพื่อน/ญาติ/คนในครอบครัว) ร้อยละ 46.75

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริษัทเป็นการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริษัทมีบริการตรงความต้องการของลูกค้า (เช่น ไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน เลือกระยะเวลาผ่อนได้ตามความต้องการ) ด้านราคา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริษัทมีสถานที่ตั้งสะดวกในการติดต่อ ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การเลือกใช้บริการสินเชื่อช่วงโปรโมชั่นจะได้รับส่วนลดดอกเบี้ย ด้านบุคลากรพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญ สามารถ

ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามได้อย่าง ด้านกระบวนการให้บริการพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ขั้นตอนในการใช้บริการ รวดเร็ว สะดวก ไม่ยุ่งยาก และด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริษัทมีป้ายชื่อมองเห็นได้ชัดเจน

1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป พบว่า สภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมีผลกระทบด้านบวกต่อธุรกิจสินเชื่อบริษัท

1.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน พบว่า ภัยคุกคามที่มีผลต่อธุรกิจในระดับสูง คือ การแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจเดียวกัน และอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ส่วนภัยคุกคามจากคู่แข่งหน้าใหม่ และอำนาจต่อรองของผู้ขาย ภัยคุกคามอยู่ในระดับปานกลาง และภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน ภัยคุกคามอยู่ในระดับต่ำ

1.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis)

จุดแข็ง ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการให้สินเชื่อได้โดยไม่ต้องตรวจสอบเครดิต 2) ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สถานรถขนส่งโดยสาร อำเภอชุมแพ อยู่ใกล้ตลาด และการคมนาคมสะดวก 3) มีเงินสดหมุนเวียนเพียงพอในการทำธุรกิจ ไม่มีภาระผูกพันด้านการกู้ยืมเงินทั้งในและนอกระบบ และ 4) กิจการเป็นรูปแบบเจ้าของคนเดียว มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ สามารถตัดสินใจได้ทันทีเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว

จุดอ่อน ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการยังไม่มีประสบการณ์ด้านสินเชื่อบริษัท 2) เนื่องจากเป็นกิจการที่ให้สินเชื่อโดยไม่มีการตรวจสอบเครดิต จึงอาจทำให้ธุรกิจอยู่ในภาวะเสี่ยง 3) การบริหารจัดการแบบเจ้าของคนเดียว ทำให้การบริหารจัดการไม่เป็นระบบ และ 4) มีคู่แข่งจำนวนมาก

โอกาส ได้แก่ ปัจจุบันรถยนต์ส่วนบุคคลเป็นสิ่งจำเป็นต่อการเดินทางของประชาชนเพิ่มมากขึ้น

อุปสรรค ได้แก่ 1) การแข่งขันในธุรกิจสินเชื่อบริษัทในอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น มีการแข่งขันกันสูง และ 2) มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

1.5 การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Segmentation Target and Positioning: STP Marketing)

1) การแบ่งส่วนทางการตลาด (Market Segmentation) มีการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดโดยอาศัยตัวแปร เช่น อายุ อาชีพ รายได้ สาเหตุที่เลือกใช้เกณฑ์ประชากรศาสตร์ เพื่อให้ทราบถึงขนาดของตลาดเป้าหมาย และปัจจัยนี้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

2) การเลือกลูกค้าเป้าหมาย (Market Target) คือ ผู้บริโภคที่อยู่ในวัยทำงานที่ต้องการใช้บริการสินเชื่อบริษัท ในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น

3) การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Market Positioning) ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่เลือกกว่าเป็นตำแหน่งที่ดีที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่จะคำนึงถึงอัตราดอกเบี้ยและยอดสินเชื่อเป็นหลัก

2. ผลการศึกษาด้านการจัดการ

กิจกรรมก่อนการดำเนินงานนั้นจะต้องมีกิจกรรมที่จะต้องเตรียม คือ การดำเนินงานก่อนเริ่มประกอบธุรกิจผู้ประกอบการต้องบันทึกขั้นตอนของกิจกรรมที่เกิดขึ้นซึ่งถือว่าเป็นขั้นตอนสำคัญในอันที่จะประหยัดเวลาและ

ค่าใช้จ่าย ซึ่งกิจกรรมก่อนการดำเนินงานแต่ละอย่างจะมีกำหนดว่าจะดำเนินงานเมื่อไร และเป็นระยะเวลาานเท่าใด โดยการจัดการภายในและการให้บริการอย่างเป็นระบบถือว่าเป็นจุดสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของการบริการเช่นการบันทึกข้อมูลของลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อนำมาวิเคราะห์ในการปรับปรุงการให้บริการในอนาคต และจะต้องมีกลไกในการบริหารและพัฒนาคุณภาพการให้บริการโดยสนับสนุนการมีส่วนร่วมจากบุคลากรภายในร้านและลูกค้า รวมถึงต้องมีการกำหนดรูปแบบการบริหารและการดำเนินงานและการจัดโครงสร้างองค์การจ้างพนักงาน

3. ผลการศึกษาด้านเทคนิค

การศึกษาด้านเทคนิคเป็นการศึกษาถึงทำเลที่ตั้งมีการคมนาคมสะดวก อยู่ในเขตชุมชน ซึ่งเป็นจุดที่มีผู้คนสัญจรจำนวนมาก อีกทั้งยังอยู่ใกล้หน่วยงานราชการหลายแห่ง เช่น ที่ว่าการอำเภอ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาชุมแพ และอยู่ใกล้ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาชุมแพ โดยบริษัท ธันยพันธ์ จำกัด เป็นอาคารพาณิชย์ให้เช่า ที่มีขนาด 1 คูหา 2 ชั้น กว้าง 4 เมตร ยาว 12 เมตร อยู่ภายในบริเวณสถานีขนส่งอำเภอชุมแพ นอกจากนี้ยังศึกษากระบวนการให้บริการของบริษัท

4. ผลการศึกษาด้านการเงิน

การศึกษาด้านการเงินเป็นการศึกษาเกี่ยวกับเงินลงทุน รายได้ ค่าใช้จ่าย ความคุ้มค่าในการลงทุน เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้พิจารณาว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนหรือไม่ โดยเป็นการศึกษาการจัดทำงบการเงินและงบกระแสเงินสดล่วงหน้า โดยการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการการลงทุน ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจโดยศึกษาจุดคุ้มทุน (Break Even Point) ระยะเวลาการคืนทุน (Payback period) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value: NPV) และอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal rate of return: IRR) จากการศึกษาพบว่า การลงทุนสินเชื่อร์ถยนต์ บริษัท ธันยพันธ์ จำกัด มีผลตอบแทนจากการลงทุนโครงการเป็นอัตราส่วนเท่ากับ 58.59% แสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนที่มากกว่า ต้นทุนเงินทุนหรืออัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่เจ้าของโครงการต้องการ 3.24% ดังนั้น การลงทุนในธุรกิจสินเชื่อร์ถยนต์ บริษัท ธันยพันธ์ จำกัด มีความเป็นไปได้ในด้านการ

สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อร์ถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนเคยใช้บริการสินเชื่อร์ถยนต์ เคยใช้บริการสินเชื่อร์ถยนต์ 2 ครั้ง จำนวน ร้อยละ 49.75 เคยใช้สินเชื่อร์ถยนต์จากบริษัททั่วไป ร้อยละ 53.50 ใช้บริการเนื่องจากเงื่อนไขในการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก ร้อยละ 59.25 วงเงินที่ต้องการ คือ 100,001-200,000 บาท ร้อยละ 28.75 จำนวนงวดที่ต้องการผ่อนชำระ คือ 60 งวด ร้อยละ 35.25 จำนวนเงินที่ผ่อนชำระ ไม่เกิน 4,000 บาท/เดือน ร้อยละ 61.75 ชำระโดยเงินสดที่ผู้ให้บริการสินเชื่อร์ถยนต์โดยตรง ร้อยละ 35.75 มีการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินเชื่อร์ถยนต์บ้าง ร้อยละ 67.25 และสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริษัทสินเชื่อเช่าซื้อสินเชื่อร์ถยนต์ คือ บุคคล (เพื่อน/ญาติ/คนในครอบครัว) ร้อยละ 46.75 สอดคล้องกับการศึกษาของชัชวิน พิษณุกุล (2551) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อร์ถยนต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่ยื่นกู้วงเงิน 300,001-400,000 บาท ระดับอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับร้อยละ 4.6-5.0 ต่อปีระยะเวลาผ่อนชำระ 60 เดือน วงเงินผ่อนชำระต่องวดต่ำกว่า 6,000 บาท

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อร์ถยนต์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ บริษัทที่มีบริการตรงความต้องการของลูกค้า (เช่น ไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน เลือกระยะเวลาผ่อนได้ตามความต้องการ) ด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ บริษัท

มีสถานที่ตั้งสะดวกในการติดต่อ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การเลือกใช้บริการสินเชื่อช่วงโปรโมชั่นจะได้รับส่วนลดดอกเบี้ย ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญ สามารถให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามได้อย่างดี ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ขั้นตอนในการใช้บริการ รวดเร็ว สะดวก ไม่ยุ่งยาก และด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ บริษัทมีป้ายชื่อมองเห็นได้ชัดเจน

การศึกษาด้านการตลาด พบว่า บริษัท ธันยนันท์ จำกัด มีความได้เปรียบ เนื่องจากบริษัทฯ ตั้งอยู่ในเขตชุมชน การคมนาคมสะดวก อีกทั้งเจ้าของกิจการเป็นคนพื้นที่ในอำเภอชุมแพ เป็นที่รู้จักของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี ดังนั้น การเปิดบริษัท ธันยนันท์ จำกัด เพื่อให้บริการสินเชื่อรถยนต์จึงมีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดด้านการตลาด

การศึกษาคือความเป็นไปได้ด้านการจัดการ พบว่า การจัดการองค์กรและบุคลากรเป็นการเตรียมความพร้อมของบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานในตำแหน่งต่างๆ ตามความถนัดของตนเอง มีคุณสมบัติตรงตามตำแหน่งที่กำหนดไว้ มีการควบคุมพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ มีการวางแผนองค์กรอย่างมีระบบดังนั้น บริษัท ธันยนันท์ จำกัด มีความเป็นไปได้ในด้านการจัดการ

การศึกษาคือความเป็นไปได้ด้านเทคนิค พบว่า การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคเป็นการวิเคราะห์ด้านทำเลที่ตั้ง การปรับปรุงที่ตั้งบริษัท รวมถึงการศึกษากระบวนการให้บริการ ดังนั้น บริษัท ธันยนันท์ จำกัด มีความเป็นไปได้ในการลงทุนด้านเทคนิค

การศึกษาด้านการเงิน พบว่า บริษัท ธันยนันท์ จำกัด มีการลงทุนทั้งสิ้น 6,396,100.00 บาท โดยเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมดโดยกำหนดเงินทุนหมุนเวียนเป็นค่าเงินเดือนเบี้ยประกันสังคมค่าน้ำค่าไฟฟ้าค่าเก็บขยะค่าซ่อมแซมค่าประกันภัยค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดเป็นเงินทุนหมุนเวียน 326,040 บาท มีค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ 11,000 บาท เป็นค่าธรรมเนียมในการขออนุญาตต่างๆ มีวิธีการตัดค่าเสื่อมแบบเส้นตรงของรถยนต์ อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานตัดค่าเสื่อม 5 ปี มีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) ได้เท่ากับ 22,613,293.84 บาทโดยมีค่าเป็นบวกและมีผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 58.59และมีระยะเวลาในการคืนทุน 1 ปี 1 เดือน 6 วัน จึงสรุปได้ว่าการลงทุนธุรกิจสินเชื่อรถยนต์ ของบริษัท ธันยนันท์ จำกัด มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ชัญญา อภิบาลกุล อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ที่ได้กรุณาใช้เวลาให้คำปรึกษา แนะนำ ในจัดทำรายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้ จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และสมาชิกในครอบครัวทุกคน ที่ส่งเสริม สนับสนุน ให้กำลังใจ ในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท และเป็นแรงผลักดันจนสำเร็จการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กรมการขนส่งทางบก. (2558). ข้อมูลจำนวนรถที่จดทะเบียนสะสมกลุ่มสถิติการขนส่ง ปี 2557. กรุงเทพฯ: กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน กรมการขนส่งทางบก.
- ธีรกีต นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2547). การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ. (2556). อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น. ค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2558, จาก <http://www.amphoe.com/menu.php?mid=1&am=50&pv=5>



ปราณี เอี่ยมละออภักดี. (2550). การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ธนาเพรส.

วอลลิง, เอตเวิร์ต รัสเซล. (2553). MBA 50 หลักบริหาร. (ณัฐยา สิ้นตระกูลผล, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เพอร์เน็ท.

เอกชัย บุญยาทิชฐาน. (2553). คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

หฤทัย มินะพันธ์. (2550). หลักการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.