

| | | |
|---------------------------------------|---|---------------|
| ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ | การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจร้านล้างอัดฉีดแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | |
| ผู้เขียน | นายสุรศักดิ์ วงศ์ปราโมทย์ | |
| ปริญญา | เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต | |
| คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ | รศ.ดร.วินัส ฤาชัย | ประธานกรรมการ |
| | รศ.กัญญา กุณทีกาญจน์ | กรรมการ |
| | ผศ.ธงชัย ชูสุวรรณ | กรรมการ |

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มี 2 วัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของร้านล้างอัดฉีดแห่งหนึ่งและ (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการร้านล้างอัดฉีดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาเพื่อวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในการศึกษาได้กำหนดอายุของธุรกิจเป็นเวลา 5 ปี เวลาการทำงาน 360 วัน/ปี กำหนดอัตราคิดลดที่ร้อยละ 10 การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนประกอบด้วย การคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจร้านล้างอัดฉีดแห่งนี้มีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 108 อัตราผลตอบแทนสุทธิ (NPV) เท่ากับ 254,736.97 บาท อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) เท่ากับ 1.14 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) คือ 10 เดือน 28 วัน

การศึกษาเพื่อวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาแบบบังเอิญ จำนวน 100 รายจากผู้ให้บริการร้านล้างอัดฉีดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยได้แยกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ใช้บริการฯ 1 – 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 74 ราย และกลุ่มผู้ใช้บริการฯ มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 26 ราย ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการใช้

บริการฯ ระหว่างกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการฯ ทั้งสองกลุ่ม ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกันคือนำรถยนต์หรือรถกะบะ เป็นรถญี่ปุ่นมาใช้บริการฯ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการฯ ประมาณ 100 – 300 บาทต่อเดือน ยิ่งกว่านั้นนิยมมาใช้บริการฯ มากในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ โดยมีวัตถุประสงค์การใช้บริการเพื่อ ต้องการรักษาคุณภาพรถ ยืดอายุการใช้งานและในการตัดสินใจมาใช้บริการฯ นั้นตัวของผู้ใช้บริการตัดสินใจเอง

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านล้าง อัด ฉีดนั้นลำดับที่หนึ่งนั้นผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการฯ ทั้งสองกลุ่มมีเหมือนกันคือคำนึงถึงปัจจัยด้านราคามากที่สุด ส่วนลำดับที่สองผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการฯ กลุ่มที่หนึ่งคำนึงถึงปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ขณะที่กลุ่มผู้ใช้บริการกลุ่มที่สองคำนึงถึงปัจจัยกระบวนการให้บริการ และในลำดับสุดท้ายผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการฯ ทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นเหมือนกันว่าเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ทำความสะอาด

Independent Study Title Financial Cost – benefit Analysis of a Carcare Business in Mueang District, Chiang Mai Province

Author Mr.Surasak Wongpramote

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc.Prof.Dr.Venus Rauechai Chairperson

Assoc.Prof.Kanya Kunthikan Member

Asst.Prof.Thongchai Chusuwan Member

ABSTRACT

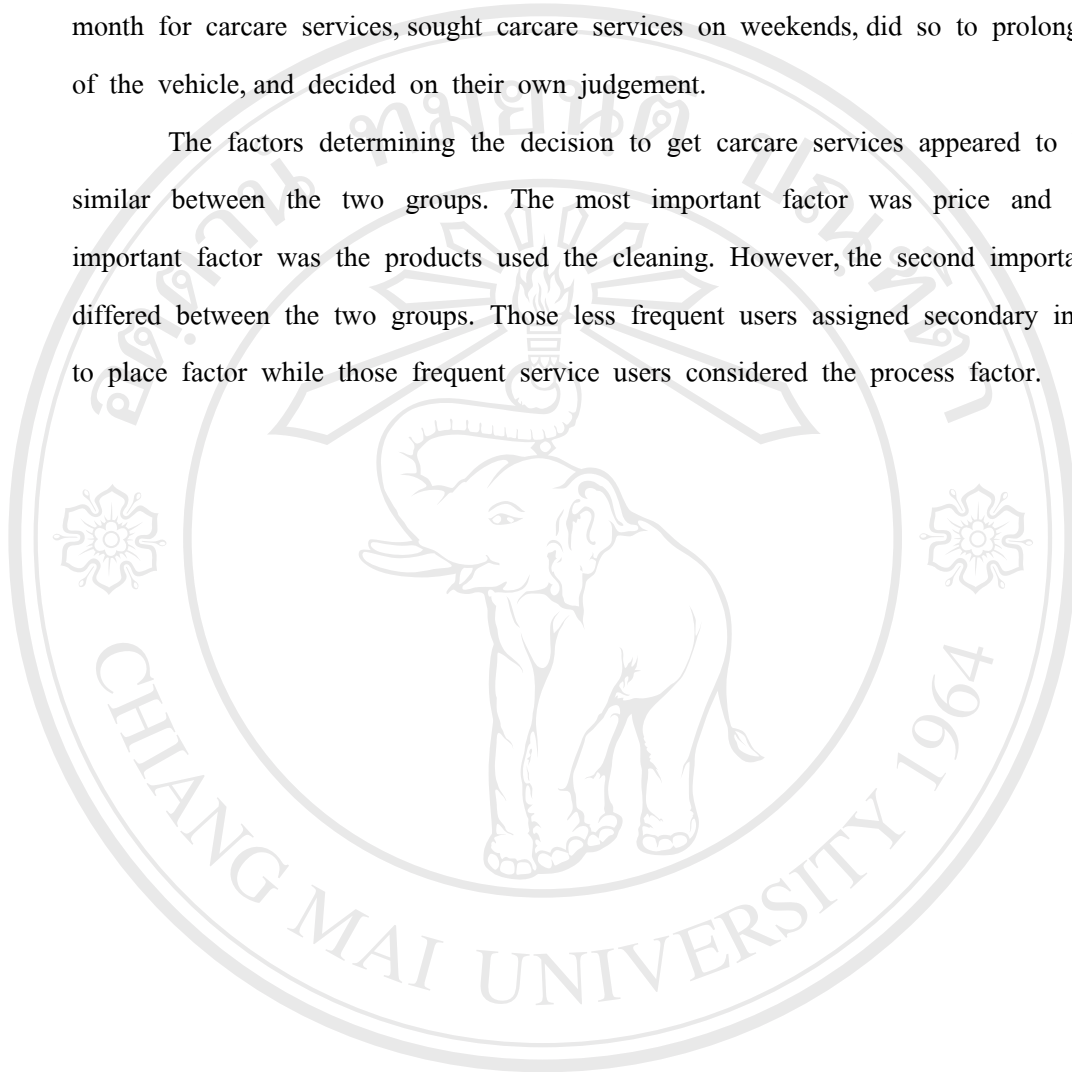
The objectives of this study were: (1) to perform financial cost – benefit analysis of a carcare business in Mueang District of Chiang Mai Province, and (2) to understand the behavior and impression of those customers who used the services of such carcare business.

Financial analysis was undertaken on the assumption of five years project life, 360 working days per years, and discount rate at 10% for Internal Rate of Return (IRR), Net Present Value (NPV), Benefit Cost Ratio (B/C Ratio), and payback period calculation. The carcare business under study was found to have 108% IRR, NPV of 254,736.98 Baht, B/C Ratio of 1.14, with 10 months and 28 days payback period.

The consumer study was based on primary survey of 100 samples, identified by accidental sampling technique, who used services of various carcare centers in the City of Chiang Mai which could be further distinguished into groups of 73 samples of less frequent users (1 – 3 times per month) and 26 samples of frequent services users (more than 3 times per month). The conclusions were drawn from description statistics. The findings

suggested there was virtually no difference between the two customer groups. They were mostly owners of Japanese made sedan or pickup vehicles, spent about 100 – 300 Bath per month for carcare services, sought carcare services on weekends, did so to prolong the life of the vehicle, and decided on their own judgement.

The factors determining the decision to get carcare services appeared to be quite similar between the two groups. The most important factor was price and the least important factor was the products used the cleaning. However, the second important factor differed between the two groups. Those less frequent users assigned secondary importance to place factor while those frequent service users considered the process factor.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved