

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดศูนย์บริการช่วยเหลือฉุกเฉินบนท้องถนน ในจังหวัดอุบลราชธานี

Feasibility Study of Investment in The Service Center Emergency Roadside Assistance in Ubon Ratchathani Province

กนกอร สุทธิวงค์¹ และพรพิพัฒน์ จูฑา²

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ด้านการตลาด และด้านการเงิน การศึกษารายนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย โดยข้อมูลที่ได้นำมาประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจง ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค โครงการตั้งอยู่บนเนื้อที่ 100 ตารางวา แบ่งออกเป็นสำนักงาน ขนาด 30 ตารางวา และส่วนที่เหลืออีก 70 ตารางวา มีลักษณะเป็นโครงเหล็ก เหมาะสำหรับเป็นสถานที่ซ่อมบำรุงรถ และเตรียมเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ อุปกรณ์และเครื่องมือที่จำเป็นในการให้บริการ เป็นอุปกรณ์เครื่องมือช่างสำหรับรถยนต์ ใช้แก้ไขปัญหาเบื้องต้นและภาวะฉุกเฉินเบื้องต้น ซึ่งมีขนาดพกพาสะดวก เคลื่อนย้ายง่ายการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ได้กำหนดให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ ผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดอุบลราชธานีส่วนใหญ่มีอาชีพ ข้าราชการ พนักงานเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว ซึ่งประสบปัญหาจากการใช้รถยนต์คือ แบตเตอรี่รถยนต์มีปัญหา ขางรถยนต์ไม่พร้อมใช้งาน และน้ำมันหมดระหว่างเดินทาง จากกลุ่มตัวอย่างมีผู้สนใจใช้บริการศูนย์บริการช่วยเหลือฉุกเฉินในโครงการ คิดเป็นร้อยละ 84.50 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน มีระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 4.7 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของเงินลงทุนเท่ากับ 4,386 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการมีค่ามากกว่าร้อยละ 13.19 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน มีค่าเท่ากับ 1.0003 ทำให้โครงการนี้เป็นโครงการที่ได้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน และมีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

คำสำคัญ: การศึกษาความเป็นไปได้ , บริการช่วยเหลือฉุกเฉินบนท้องถนน

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

² อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาการบัญชี คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

Abstract

This study was “feasibility study of investment in the service center of emergency roadside assistance in Ubon Ratchathani province”. The objective of this research was to study the technical, marketing and financial feasibility. Data were collected by interviewing 3 entrepreneurs and involving people. A questionnaire was also used as an instrument to collect data from the samples of 200 car users in Ubon Ratchathani Province. Data collected were then analyzed by descriptive statistics, including frequency, percentage and mean. The results of technical feasibility analysis indicated that the project was located on an area of 100 square wah, which was divided into a 30-square wah office and the remaining 70-square wah of steel frame structure.

The location was suitable as a place to repair the car and prepare various equipment and tools. Important equipment and tools to provide services were mechanic tools to fix basic car problems and for emergency repairs. These tool sizes were portable, and they were easily moveable. The results of marketing feasibility analysis indicated that the samples as car users in Ubon Ratchathani Province were government agents, private company employees, and business owners. The most commonly-found problems were car battery problems, no spare tire, and running out of gas/fuel oil while traveling. Most of the samples (84.50%) were interested in using the Emergency Roadside Assistance Service Center. The results of financial feasibility analysis indicated that a payback period of this project was 4.7 years; a net present value (NPV) was 4,386 baht; an internal rate of return (IRR) was greater than 13.19%; the benefit-to-cost ratio (B/C) was 1.0003, implying that this project was worth investing and financially feasible.

Keywords: feasibility study, emergency roadside assistance service

1. บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทยมีการขยายตัว ทำให้มีการใช้รถยนต์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ประกอบกับการสนับสนุนของรัฐบาลในโครงการรถคันแรกที่ผ่านมา และวิถีการใช้ชีวิตของคนในสังคมปัจจุบัน ซึ่งถือได้ว่ารถยนต์กลายเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์มากขึ้น จากสถิติจำนวนรถจดทะเบียนสะสมในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนทั้งสิ้น 36,731,017 คัน และในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 37,338,139 คัน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 1.65 และในจังหวัดอุบลราชธานี มีจำนวนรถจดทะเบียนสะสม ณ วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2560 จำนวน 705,137 คัน (กรมการขนส่งทางบก, 2560) และสถิติการเกิดอุบัติเหตุจราจรทางบกในปี พ.ศ. 2558 เกิดขึ้นจำนวน 58,508 ครั้ง และในปี พ.ศ. 2559 จำนวน 71,000 ครั้ง มีผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2560) สะท้อนให้เห็นว่าจำนวนรถที่เพิ่มขึ้นเป็นไปในทิศทางเดียวกับจำนวนการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน

บริการช่วยเหลือฉุกเฉินบนท้องถนน เป็นบริการที่ให้ความช่วยเหลือด้านรถยนต์ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินต่างๆ ที่ทำให้รถยนต์ไม่สามารถขับเคลื่อนไปยังจุดหมายได้ ซึ่งครอบคลุมบริการในด้านต่างๆ ดังเช่น บริการช่างกุญแจ บริการเปลี่ยนยางอะไหล่ บริการเติมน้ำมัน บริการเปลี่ยนแบตเตอรี่ และบริการรถลาก การบริการช่วยเหลือฉุกเฉินในปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสนใจจึงเกิดบริการด้านรถยนต์ขึ้นหลากหลายรูปแบบ ทั้งความทันสมัยของเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมรถยนต์ที่ทำให้การขับรถยนต์มีความปลอดภัยมากขึ้น แต่ทั้งนี้ในการเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินต่างๆ สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งในกรณีอย่างรวดเร็ว ลืมเปิดไฟทำให้รถสตาร์ทไม่ติด ลืมกุญแจหรือเหตุการณ์ฉุกเฉินอื่นที่ทำให้ผู้ใช้รถยนต์ไม่ได้รับความสะดวกสบาย จากสถานการณ์การใช้รถยนต์ที่เพิ่มขึ้นและสถิติการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงมองเห็นโอกาสในการให้บริการดังกล่าวเพื่อเพิ่มบริการให้กับอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งทางร้านเอกชัยบริการได้เปิดดำเนินการเกี่ยวกับการขนย้ายรถเกิดอุบัติเหตุ ขยายของหนัก บริการเปลี่ยนแบตเตอรี่รถยนต์ รวมไปถึงบริการให้เช่าเครื่องจักร รถเครน ซึ่งเปิดให้บริการมาเป็นเวลา 15 ปี แต่ยังไม่มีการเปิดให้บริการช่วยเหลือฉุกเฉินทั้งที่มีพร้อมด้านทีมช่างเทคนิคและสามารถออกให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และมีเครือข่ายที่ติดต่อสื่อสารครอบคลุมในเขตจังหวัดอุบลราชธานีและต่างจังหวัด

ดังนั้น การวิจัยนี้ จึงต้องการศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดศูนย์บริการช่วยเหลือฉุกเฉินบนถนน ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้กับกิจการอยู่ซ่อมรถยนต์ที่มีการลงทุนส่วนหนึ่งไว้แล้ว และเพิ่มบริการให้ครบครัน สะดวก สบายให้กับลูกค้าที่ต้องการใช้บริการ ธุรกิจบริการช่วยเหลือฉุกเฉินบนถนน นี้ มีบริษัทที่ประสบผลสำเร็จในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร คือ บริษัทเอจिएเซอร์วิสเซส (ประเทศไทย) จำกัด แต่เนื่องจากจังหวัดอุบลราชธานี จำนวนการใช้รถยนต์ไม่หนาแน่นเท่ากรุงเทพมหานคร แต่แนวโน้มการใช้รถเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี นอกจากนี้ ธุรกิจบริการช่วยเหลือฉุกเฉินด้านรถยนต์ มีบริการจากภาคท้องถิ่นน้อยมาก เพราะส่วนใหญ่มาจากบริษัทรายใหญ่ หรือศูนย์บริการรถยนต์ที่กรุงเทพมหานคร ดังนั้น ธุรกิจรายย่อยที่ประจำในภาคท้องถิ่นมีโอกาสจะตลาดเข้าไปค่อนข้างยาก ดังนั้น การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดศูนย์บริการช่วยเหลือฉุกเฉินบนถนนในครั้งนี้ จะทำให้ทราบว่า มีโอกาสทางธุรกิจว่ามีมากน้อยเพียงใดในการเปิดศูนย์บริการช่วยเหลือฉุกเฉินบนถนนนี้ในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่สนใจการเปิดให้บริการช่วยเหลือฉุกเฉินทั้งในจังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดใกล้เคียง อีกทั้งยังเป็นต้นแบบสำหรับการศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนด้าน

บริการรูปแบบใหม่ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการลงทุน โครงการด้านการบริการในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจนั้นต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค การตลาด และด้านการเงิน ในการลงทุนเปิดศูนย์บริการช่วยเหลือลูกค้าเงินบนท้องถนนในจังหวัดอุบลราชธานี

3. การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาในภาพรวมของโครงการเพื่อต้องการทราบผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน โครงการลงทุนเปิดศูนย์บริการช่วยเหลือลูกค้าเงินบนถนน ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี โดยพิจารณาจากการศึกษาโครงการใน 3 ด้าน คือ ทางด้านเทคนิค ด้านการตลาด และทางด้านการเงิน ทั้งนี้เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

ความหมายการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study)

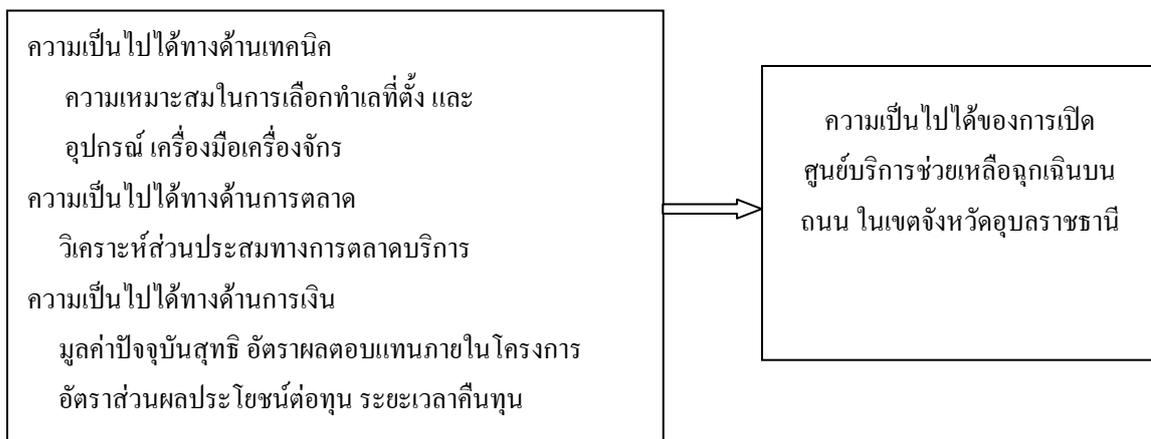
หลุยส์ มินะพันธ์ (2550) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเป็นการประเมินความคุ้มค่าและความไม่คุ้มค่าของโครงการ โดยอาศัยการพิจารณาเปรียบเทียบต้นทุนกับผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อใช้ตัดสินใจว่าโครงการที่พิจารณามีความเหมาะสมแก่การลงทุนหรือไม่ โดยไม่นำผลกระทบในอดีตที่สะสมมาใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ ฐาปนา ฉิ้นไพศาล (2552) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ คือ การศึกษาเพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน โดยพิจารณาผลตอบแทนการลงทุนและความเสี่ยงว่าคุ้มกับเงินที่ลงทุนหรือไม่ ผลการวิเคราะห์จะแสดงออกมาในรูปของผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับสูงกว่าหรือต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนก็เป็นโครงการที่ดี แต่ถ้าผลตอบแทนที่ได้ต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนถือเป็นโครงการที่ไม่ดี ดังนั้นการวิเคราะห์โครงการจึงมีส่วนช่วยอย่างสำคัญในการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธโครงการ จากที่กล่าวถึงความหมายการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ผู้วิจัยสรุปความหมายการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการได้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเป็นการศึกษาวิเคราะห์และจัดทำเอกสารประกอบด้วย ข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นเพื่อเป็นการแสดงถึงเหตุผลที่จะสนับสนุนถึงความเหมาะสมของโครงการ สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้จริงให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

ดิเรกฤทธิ์ ศรีวะรมย์ (2551) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของอู่ซ่อมรถยนต์ กรณีศึกษาบริษัท ส.รุ่งโรจน์มอเตอร์ เซอร์วิส จำกัด พบว่าถ้ากำหนดให้มีอายุโครงการ 15 ปี ส่วนแบ่งตลาด 8% มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 3,959,506.4 บาท อัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับ 18.01% ค่าดัชนีกำไรเท่ากับ 1.70 และระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 4 ปี 11 เดือน 8 วัน สรุปได้ว่าโครงการควรอยู่ในเกณฑ์น่าเชื่อถือและมีความคุ้มค่าในการลงทุน วิระ แสงฮวด (2551) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดโรงกลึง กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด เซทเท็กซ์ แมชชีนเนอร์รี่ พบว่าระยะเวลาคืนทุนใช้เวลา 1 ปี 10 เดือน มูลค่าเทียบปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 2,422,270.24 บาท อัตราผลตอบแทนของโครงการมีค่าเป็น 25.38% สรุปได้ว่า โครงการการศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดโรงกลึงเป็นธุรกิจที่มีความเหมาะสมในการลงทุนสูง เมื่อเทียบกับอัตราดอกเบี้ยในปีที่ทำการศึกษา อัญญาพร แสงปริญญญา (2552) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนซื้อรถแทรกเตอร์มาใช้ในการขนส่งทดแทนการว่าจ้างผู้รับเหมาขนส่งภายนอก กรณีศึกษา

บริษัท เอ็ม.ซี.เอส.สตีล จำกัด (มหาชน) พบว่า บริษัทควรซื้อรถแทรกเตอร์มาใช้จำนวน 1 คัน ซึ่งจะสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่าการซื้อรถแทรกเตอร์ 2 คัน เมื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนสำหรับการจัดซื้อรถแทรกเตอร์มาใช้ทดแทนการว่าจ้างผู้รับเหมาภายนอกจำนวน 1 คัน โดยมีระยะเวลาโครงการ 10 ปี พบว่ามีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 6 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่อัตราร้อยละ 10 มีค่าเท่ากับ 23,882,861.48 บาท อัตราผลตอบแทนจากโครงการมีค่าเท่ากับ 3.56% ซึ่งมีค่าสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคาร โครงการนี้จึงคุ้มค่าต่อการลงทุน สราวุธ ฉายโจง (2553) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการติดตั้งระบบค้นหาพิกัดผ่านดาวเทียมในธุรกิจบริการรถเช่า พบว่าการวิเคราะห์ด้านเทคนิคและด้านการจัดการ ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และด้านการเงินพบว่าจากการดำเนินงานของบริษัทตลอดอายุโครงการ 5 ปี มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน 30.70% มีมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ 87,866.92 บาท มีอัตราส่วนรายได้ต่อต้นทุน 2.01 และระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 20 วัน โครงการมีความไวค่อนข้างสูงสรุปแล้วโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน วิทชยุตม์ อนันตศักดิ์ (2556) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดศูนย์บริการดูแลรถยนต์ในเขตอำเภอป่าพอง จังหวัดขอนแก่น พบว่าหากศูนย์บริการดูแลรถยนต์เปิดดำเนินการมีผู้ต้องการใช้บริการถึงร้อยละ 95.90 และมีความเป็นไปได้ในด้านการจัดการ ด้านเทคนิค มีการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคตั้งแต่ทำแผนที่ตั้งการออกแบบร้าน รวมไปถึงถึงกระบวนการให้บริการจึงมีความเป็นไปได้ด้านเทคนิค ด้านการเงิน ศูนย์บริการดูแลรถยนต์ มีการลงทุนทั้งสิ้น 1,500,000 บาท มีระยะเวลาในการคืนทุน 1 ปี 10 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 2,723,819.16 บาท โดยมีค่าเป็นบวก และมีผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 63.72 มากกว่าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ สรุปได้ว่าศูนย์บริการดูแลรถยนต์มีความเป็นไปได้ในการลงทุนและมีความคุ้มค่าในการลงทุน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จึงสามารถกำหนดกรอบแนวคิด ได้ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. การดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง ความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจช่วยเหลือลูกเงินบนท้องถนน ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจช่วยเหลือลูกเงินบนท้องถนน ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ในครั้งนี้ ได้แบ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 ลูกค้าที่มาใช้บริการของร้านเอกชัยบริการ ตั้งแต่วันที่ 1 เดือน กันยายน พ.ศ. 2561 ถึง วันที่ 1 เดือน กันยายน พ.ศ. 2561 เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนรถยนต์ที่วิ่งบนถนนในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ได้ จึงไม่สามารถกำหนดจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้น จึงใช้กลุ่มลูกค้าของร้านเอกชัยบริการเป็นตัวแทนของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมียอดลูกค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 300 คน โดยอ้างอิงจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง ของ Krejcie and Morgan (Krejcie and Morgan, 1970) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience sampling) เพื่อใช้เก็บข้อมูลเชิงการตลาด

กลุ่มที่ 2 คือ ผู้ประกอบการที่ในกรณีศึกษา บริษัท เอจีเอเซอร์วิสเซส (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้นำด้านการบริการช่วยเหลือลูกเงินในประเทศไทย เลือกโดยวิธีเจาะจงจำนวน 2 คน เพื่อใช้เก็บข้อมูลด้านเทคนิคและด้านการเงิน

กลุ่มที่ 3 คือ ผู้ประกอบการที่สนใจ หรือมีแนวคิดเกี่ยวกับในการลงทุนเปิดศูนย์บริการช่วยเหลือลูกเงิน เพื่อใช้เก็บข้อมูลด้านการเงิน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยกรณีข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ การใช้บริการช่วยเหลือลูกเงินกรณีที่เกิดเหตุเกี่ยวกับรถยนต์ ในสถานการณ์ที่จำเป็นและเร่งด่วน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ

วิธีการแปลผลแบบสอบถาม โดยได้ใช้เกณฑ์การแปลความหมายจากคะแนนเฉลี่ยโดยอ้างอิงจาก (บุญชม ศรีสะอาด, 2535) ดังต่อไปนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

2) เครื่องมือที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ ลักษณะของเครื่องมือจะเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง โดยมีเนื้อหาการสัมภาษณ์เกี่ยวกับลักษณะธุรกิจในปัจจุบันเป็นอย่างไรและในอนาคตแนวโน้มของธุรกิจไปในทิศทางใด การดำเนินงานในปัจจุบันมีปัญหาอะไรหรือผลกระทบจากปัจจัยใดบ้างที่เกิดขึ้นมากที่สุด มีวิธีการดำเนินการธุรกิจก้าวสู่แนวทางในด้านบริการลูกค้าในประเทศไทยได้อย่างไร โดยทำการสัมภาษณ์ผู้บริหาร บริษัท เอจีเอเซอร์วิส เซส (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 2 ท่าน และผู้ประกอบการร้านเอกชัยบริการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดศูนย์บริการช่วยเหลือลูกค้าบนท้องถนนในจังหวัดอุบลราชธานี ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยมีการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงอนุมาน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างใช้การวิเคราะห์ความถี่และร้อยละ สำหรับการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการช่วยเหลือลูกค้า ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์เครื่องมือในการตัดสินใจทางการเงิน ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ผลตอบแทนการลงทุน อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน ด้วยโปรแกรม Microsoft Excel และการคำนวณ

5. ผลการวิจัย

5.1 ความเป็นไปได้ทางเทคนิค

ทำเลที่ตั้งของโครงการตั้งอยู่ที่ บริเวณแยกสามัคคี บ้านเลขที่ 653 ถนนสรรพสิทธิ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000 มีขนาดเนื้อที่รวมทั้งหมด 100 ตารางวา เนื่องจากมีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภค การคมนาคมสะดวก และเศรษฐกิจ อุปกรณ์และเครื่องมือที่จำเป็นในการให้บริการช่วยเหลือรถเสียลูกค้าในโครงการเป็นอุปกรณ์เครื่องมือช่างสำหรับรถยนต์ใช้แก้ไขปัญหาเบื้องต้นและภาวะรถเสียเบื้องต้น จึงมีขนาดพกพา สะดวก เคลื่อนย้ายง่าย และในกรณีที่ช่างไม่สามารถแก้ไขเบื้องต้นได้จำเป็นจะต้องเคลื่อนย้ายรถยนต์ดังกล่าวเข้าตรวจเช็คแก้ไขในสถานบริการที่มีความพร้อมทางด้านเครื่องมือจำเป็นจะต้องใช้เครื่องมือในการเคลื่อนย้ายคือรถสไลด์ออน ซึ่งเป็นเครื่องมือเครื่องจักรขนาดใหญ่และมีราคาสูง มีอายุการใช้งานยาวนานตลอดอายุโครงการ ทั้งนี้ จำนวนอุปกรณ์และเครื่องมือช่างมีเพียงพอในการให้บริการอย่างทั่วถึง มีประสิทธิภาพ และไม่มากเกินความจำเป็นเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการลงทุน ขั้นตอนในการให้บริการระยะเวลาการทำงานแต่ละขั้นตอนไว้อย่างชัดเจน และกำหนดอัตราค่าบริการต่อครั้งที่ลูกค้าสามารถคำนวณได้เอง พร้อมทั้งให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่จำกัดสถานที่ และระยะทาง

5.2 ความเป็นไปได้ทางการตลาด

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 ถึง 20,000 บาท และนิยมใช้รถเก๋ง จำนวนไม่เกิน 7 ที่นั่ง ยี่ห้อโตโยต้า จดทะเบียนในปี ค.ศ. 2016 (พ.ศ. 2559) ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการช่วยเหลือด้านรถยนต์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประสบปัญหาที่เกิดจากการใช้งานรถยนต์ในช่วงระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับเบตเตอร์รถยนต์ ซึ่งเมื่อเกิดเหตุการณ์ดังกล่าวจะเลือกใช้

สถานบริการของศูนย์บริการรถยนต์ และหากมีธุรกิจเอกชนเปิดให้บริการช่วยเหลือรถเสียอย่างมีมาตรฐานสามารถบริการได้ 24 ชั่วโมง มีผู้สนใจใช้บริการนี้ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 84.50

จากข้อมูลผู้ที่สนใจใช้บริการช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉินในโครงการจำนวน 169 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 111 คน (ร้อยละ 65.70) มีสถานภาพโสด จำนวน 81 คน (ร้อยละ 47.90) อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 63 คน (ร้อยละ 37.30) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 104 คน (ร้อยละ 61.50) มีอาชีพรับราชการ จำนวน 48 คน (ร้อยละ 28.40) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 55 คน (ร้อยละ 32.50) จากข้อมูลดังกล่าวมีผู้สนใจ ใช้บริการช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉินในโครงการมีจำนวนมากพอสมควร จึงเอื้อประโยชน์ต่อการทำธุรกิจบริการช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉินในครั้งนี้

ในด้านการเลือกใช้บริการช่วยเหลือด้านรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับกระบวนการในการให้บริการเสร็จสิ้นตามเวลาที่กำหนด โทรมติดต่อดีง่าย ง่ายรับสายเร็ว และพนักงานออกบริการได้อย่างรวดเร็วมากที่สุด กลยุทธ์ทางการตลาดที่ทางโครงการนำมาใช้คือเน้นในด้านความรวดเร็วในการบริการ โดยทางโครงการมีการกำหนดเวลาในการรับแจ้งงาน ออกเดินทางไปยังผู้ใช้บริการและเวลาในการบริการเสร็จสิ้นอย่างชัดเจน รองลงมา คือ มีบริการช่วยเหลือทางรถยนต์ที่หลากหลาย อุปกรณ์เครื่องมือทันสมัย และมีบริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ ซึ่งศูนย์บริการในโครงการได้เตรียมพร้อมในการให้บริการที่ครอบคลุมหลากหลายเกี่ยวกับเหตุการณ์ฉุกเฉินทางรถยนต์ที่ไม่สามารถขับเคลื่อนต่อไปยังจุดหมายได้ เช่น บริการเติมน้ำมัน เปลี่ยนยางอะไหล่ ช่างกุญแจ พ่วงหรือเปลี่ยนแบตเตอรี่ บริการยกถารถยนต์ เป็นต้น ซึ่งบริการต่างๆ เหล่านี้ให้บริการโดยช่างที่มีประสบการณ์และเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพและมีความปลอดภัยสูง นอกจากนี้ทางโครงการยังให้บริการปรึกษาด้านรถยนต์ฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย ตลอด 24 ชั่วโมง และในด้านของราคาให้ความสำคัญกับการแจ้งราคาก่อนออกบริการ มีอัตราบริการชัดเจน และมีราคาเหมาะสม ดังนั้น กลยุทธ์ในการกำหนดราคาค่าบริการของศูนย์บริการในโครงการจะกำหนดอัตราตามระยะทาง โดยอ้างอิงแผนที่จาก Google map ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถคำนวณค่าใช้จ่ายในการบริการในแต่ละครั้งได้เอง และจัดทำป้ายราคาค่าบริการอย่างชัดเจน กำหนดค่าบริการที่คุ้มค่า ราคาถูกเมื่อเทียบกับศูนย์บริการ เพื่อให้สะดวกเพื่อให้สะดวกต่อการพิจารณาและตัดสินใจของผู้ใช้บริการ

5.3 ความเป็นไปได้ทางการเงิน

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ โดยอาศัยเครื่องมือที่ใช้วัดต่างๆ เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุนภายใต้ข้อสมมุติว่า อายุโครงการเท่ากับ 5 ปี โดยมีจำนวนเงินลงทุนในโครงการทั้งสิ้น 1,500,000 บาท (มาจากการกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์เป็นจำนวนเงิน 1,000,000 บาท และเป็นทุนจากส่วนของเจ้าของจำนวน 500,000 บาท) ซึ่งการประมาณการต้นทุนคงที่ในการลงทุนเริ่มแรกของกิจการเป็นเงินทั้งสิ้น 1,120,300 บาท และที่เหลือเป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการจำนวน 379,700 บาท มีรายได้หลักมาจากการให้บริการช่วยเหลือด้านรถยนต์ตลอดอายุโครงการเท่ากับ 18,093,900 บาท ใช้ WACC ร้อยละ 5.21 เงินดอกเบี้ยกู้ยืมร้อยละ 8 ต่อปี และใช้การคิดค่าเสื่อมราคาแบบวิธีเส้นตรง พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิของเงินลงทุน (NPV) มีค่าเท่ากับ 4,386 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) มีค่ามากกว่าร้อยละ 13.19 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) มีค่าเท่ากับ 1.0003 ทำให้โครงการนี้เป็นโครงการที่ได้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน และมีความเป็นไปได้ทางการเงิน และโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุน (Payback period) เท่ากับ 4.7 ปี ซึ่งถือว่าเป็นโครงการที่มีระยะเวลาคืนทุนในระยะเหมาะสม จึงถือว่าเป็นโครงการที่มีความน่าสนใจในการลงทุน

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคในการลงทุนทำธุรกิจเปิดศูนย์บริการช่วยเหลือฉุกเฉินบนท้องถนนในครั้งนี้ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ให้บริการ ตรวจสอบเช็ค แก๊สเบื้องต้น ไม่มีความซับซ้อนทางด้านเทคโนโลยี จึงได้ทำการศึกษาในส่วนทำเลที่ตั้ง และเครื่องมือที่จำเป็น พบว่าศูนย์บริการช่วยเหลือฉุกเฉินในโครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค กล่าวคือ การเลือกทำเลที่ตั้ง มีความเหมาะสม เนื่องจากตั้งอยู่ในแหล่งที่มีการคมนาคมสะดวกสบาย ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย ขนาดที่ตั้งมีพื้นที่เพียงพอสำหรับการใช้งาน และมีบริการสาธารณูปโภคที่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ อุปกรณ์และเครื่องมือช่างมีเพียงพอในการให้บริการ ได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ และไม่มากเกินไปจนจำเป็นช่วยลดค่าใช้จ่ายในการลงทุนของธุรกิจได้ ขั้นตอนของการให้บริการมีลำดับในการให้บริการและเวลาในการรับบริการของลูกค้าในแต่ละครั้ง ได้อย่างชัดเจน ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่จะมาใช้บริการศูนย์บริการช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉินในโครงการได้เป็นอย่างดี

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด จากการเก็บแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสนใจใช้บริการมากถึงร้อยละ 84.50 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โสด และนิยมใช้รถเก๋ง เป็นส่วนใหญ่ ข้อมูลที่ได้เหล่านี้ นำไปปรับใช้ในกลยุทธ์การตลาดบริการ

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยใช้ต้นทุนเงินทุนเท่ากับร้อยละ 5.21 ในการลงทุนโครงการต้องใช้เงินทุนทั้งสิ้น 150,000 บาท จากผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน พบว่า โครงการมีระยะเวลาคืนทุน (PB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ของโครงการนี้มีความคุ้มค่าและเหมาะสมต่อการลงทุน

6. การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ

การประกอบธุรกิจศูนย์บริการช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉินในปัจจุบันให้สามารถอยู่รอดและประสบความสำเร็จได้นั้น จำเป็นจะต้องมีการพัฒนาให้ศูนย์บริการช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉินมีคุณภาพและมาตรฐานที่ดีทั้งในด้านการบริการ ร่วมกับมีการบริหารจัดการที่ดี โดยต้องมีการพัฒนารูปแบบการดำเนินงานกิจการทั้งคุณภาพในการให้บริการ อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพ ทีมช่างที่มีประสบการณ์ มีความน่าเชื่อถือ และมีบริการหลากหลาย สร้างความแตกต่างจากการบริการด้านรถยนต์ทั่วไป คือ ให้บริการไม่จำกัดพื้นที่ ผู้ใช้บริการสามารถคำนวณค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งก่อนการเรียกใช้บริการได้ และให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งมีการลงทุนสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนด้านบุคลากรซึ่งต้องใช้จำนวนเพิ่มขึ้นในการบริการต่อวัน และจากการศึกษาในครั้งนี้สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ ดังนี้

การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการช่วยเหลือฉุกเฉินด้านรถยนต์ข้างต้น สามารถนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ตามรายละเอียด ดังนี้

1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย สนใจใช้บริการของธุรกิจเอกชนที่มีความพร้อมในการให้บริการมากถึง 169 ราย ซึ่งให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการบริการช่วยเหลือทางรถยนต์ที่หลากหลาย รองลงมาคือเครื่องมือ อุปกรณ์มีความทันสมัย และมีบริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ ตามลำดับ ดังนั้น ทางโครงการจึงให้ความสำคัญในการบริการที่มีคุณภาพ

หลากหลายและครอบคลุม ซึ่งบริการของศูนย์บริการช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉินในโครงการสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

1.1) บริการซ่อมฉุกเฉิน เป็นบริการที่ช่วยเหลือรถลูกค้าในเบื้องต้นเพื่อให้สามารถเดินทางต่อไปยังจุดหมายได้โดยได้รับความสะดวกสบายมากที่สุด ซึ่งมีบริการดังต่อไปนี้ บริการเติมน้ำมันเชื้อเพลิง บริการเปลี่ยนยางอะไหล่ บริการเติมลมยาง บริการพ่วงแบตเตอรี่หรือเปลี่ยนแบตเตอรี่รถยนต์ บริการช่างกุญแจ บริการช่างตรวจเช็คเบื้องต้น ซึ่งการบริการต่างๆ เหล่านี้ ออกให้บริการโดยช่างที่มีประสบการณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยสามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นได้รวดเร็วและมีคุณภาพ สามารถให้บริการนอกพื้นที่ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และไม่จำกัดพื้นที่ในการบริการ ทำให้ศูนย์บริการช่วยเหลือฉุกเฉินในโครงการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และจากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้รถเก๋ง ยี่ห้อ โตโยต้า จดทะเบียนในปี ค.ศ. 2016 หรือ พ.ศ. 2559 มากที่สุด ทำให้ศูนย์บริการในโครงการได้เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการให้บริการแก่ลูกค้า และส่งเตรียมอุปกรณ์เครื่องมือ รวมถึงสำรองอะไหล่ ไว้ให้เพียงพอกับความต้องการ

1.2) บริการยกเลิกการรถ เป็นบริการต่อเนื่องจากการแก้ไขเบื้องต้นของทีมช่างหากทีมช่างไม่สามารถแก้ไขในการซ่อมฉุกเฉินได้เราสามารถ ให้บริการยกเลิกไปยังบ้านลูกค้า อู่ซ่อมหรือศูนย์บริการที่มีความพร้อมในการตรวจเช็คเพื่อให้ลูกค้าอุ่นใจ ปลอดภัย เนื่องจากบางกรณีการซ่อมฉุกเฉินมีข้อจำกัด เช่น รถลูกค้าไม่มียางอะไหล่ต้องยกเลิกการรถลูกค้าไปยังร้านยางที่ใกล้ที่สุดหรือกรณีรถลูกค้ามีไฟขึ้น โชว์แสดงความปลอดภัยในการขับเคลื่อนของรถยนต์เพื่อความปลอดภัยจึงต้องมีการยกเลิกการรถเข้าตรวจเช็คยังอู่หรือศูนย์บริการที่มีความพร้อมทางเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์เนื่องจากข้อจำกัดให้การออกบริการเราไม่สามารถนำเครื่องมือที่มีขนาดใหญ่หรือน้ำหนักมากเคลื่อนย้ายไปพร้อมกับการบริการฉุกเฉินในแต่ละครั้งได้

2) ปัจจัยด้านราคา ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่สนใจใช้บริการมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,001 ถึง 20,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ในระดับปานกลาง ดังนั้น การตั้งราคาของศูนย์บริการในโครงการ จะต้องมียุทธศาสตร์ที่เหมาะสมและถูกกว่าเมื่อเทียบกับศูนย์บริการรถยนต์ทั่วไป นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในพื้นที่เป้าหมายให้ความสำคัญกับการแจ้งราคาก่อนออกบริการมากที่สุด รองลงมาคือมีอัตราบริการชัดเจน ลูกค้าสามารถคำนวณค่าใช้จ่ายเบื้องต้นได้ และมีราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับราคาของศูนย์บริการตามลำดับ ดังนั้น ในการกำหนดราคาค่าบริการของศูนย์บริการช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉินในโครงการจะกำหนดอัตราราคาเริ่มต้นคงที่ในระยะทางไม่เกิน 30 กิโลเมตร จากนั้นคิดราคาตามระยะทาง โดยอ้างอิงจากแผนที่จาก Google map ซึ่งข้อดีคือผู้ใช้บริการสามารถคำนวณค่าใช้จ่ายในการบริการในแต่ละครั้งได้ นอกจากนี้เพื่อให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ทางโครงการได้จัดทำป้ายราคาค่าบริการอย่างชัดเจน และกำหนดค่าบริการที่คุ้มค่า ราคาถูกเมื่อเทียบกับศูนย์บริการ เพื่อให้สะดวกต่อการพิจารณาและตัดสินใจของผู้ใช้บริการ

3) ปัจจัยทางด้านสถานที่ ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในพื้นที่เป้าหมายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับร้านตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวกสามารถออกบริการได้รวดเร็วมากที่สุด รองลงมาคือมีการให้บริการไม่จำกัดพื้นที่ ไม่จำกัดระยะทาง และมีจำนวนสาขาเพียงพอ ครอบคลุมพื้นที่การให้บริการได้อย่างทั่วถึงตามลำดับ ซึ่งทางโครงการให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งมาก โดยศูนย์บริการช่วยเหลือฉุกเฉินในโครงการจะตั้งอยู่ในบริเวณที่มีการคมนาคมที่สะดวก ใกล้ถนนหลักสามารถเดินทางจากสถานที่ตั้งในโครงการไปยังจุดที่ผู้ใช้บริการแจ้งได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งผู้ใช้บริการสามารถ

ติดต่อสื่อสารกับศูนย์บริการช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉินในโครงการได้ง่ายเนื่องจากอยู่ใจกลางเมือง มีสถานที่เป็นหลักแหล่งชัดเจนและสังเกตง่ายใกล้สถานที่ราชการ พร้อมทั้งศูนย์บริการช่วยเหลือฉุกเฉินในโครงการยังมีเครือข่ายในการบริการครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดอุบลราชธานีและต่างจังหวัดที่พร้อมให้บริการ 24 ชั่วโมง ไม่มีวันหยุด

4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในพื้นที่เป้าหมายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่เคยใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อป้ายโฆษณาทำให้ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารตรงกับความ ต้องการ และมีช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย ตามลำดับ ดังนั้นในด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ศูนย์บริการช่วยเหลือฉุกเฉินในโครงการจะจัดส่วนลดสำหรับลูกค้าที่เคยใช้บริการหรือแนะนำการบริการให้ลูกค้ารายอื่น โดยสามารถแจ้งเบอร์โทรและทะเบียนรถที่ใช้บริการในครั้งก่อนหน้าทางโครงการจะมีส่วนลดค่าบริการให้ทันที นอกจากนี้ลูกค้าสามารถแจ้งบริการได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ ไลน์ เฟซบุ๊ก เพื่อความสะดวกในการบริการลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้กลุ่มลูกค้าที่สนใจใช้บริการศูนย์บริการช่วยเหลือฉุกเฉินในโครงการมีสถานโสด และส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ทางโครงการจึงมีสิทธิพิเศษ โดยมีบัตรสมาชิกสำหรับสตรี รายละเอียดในบัตรจะระบุการให้บริการในแต่ละครั้ง เมื่อครบจำนวน 5 ครั้ง สามารถตรวจเช็คความพร้อมในการใช้งานของรถยนต์ได้ฟรีตามข้อกำหนดของทางโครงการ

5) ปัจจัยด้านบุคลากร ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในพื้นที่เป้าหมายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับพนักงานสามารถให้คำแนะนำเบื้องต้นได้มากที่สุด รองลงมาคือพนักงานใช้อุปกรณ์/เครื่องมือที่เกี่ยวข้องได้อย่างคล่องแคล่วและใช้ได้อย่างปลอดภัยในการทำงาน และพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ตามลำดับ ดังนั้นทางโครงการจะเน้นให้ความสำคัญกับการให้บริการแก่ลูกค้า โดยฝึกอบรมให้ทีมช่างและพนักงานมีความรู้ความเข้าใจถึงสาเหตุ วิธีการแก้ปัญหา และการปฏิบัติงาน ก่อนเริ่มทำงานในศูนย์บริการช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉินในโครงการและในระหว่างที่ทำงานอยู่ในศูนย์บริการช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉินในโครงการเป็นระยะๆ อย่างสม่ำเสมอ และทางโครงการจะเน้นให้ทีมช่างและพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เอาใจใส่ลูกค้าเพื่อเป็นอีกจุดหนึ่งในการดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

6) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในพื้นที่เป้าหมายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของพนักงานที่ออกให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานแต่งกายสุภาพ มีเครื่องแบบของร้านชัดเจน และมีแบบฟอร์มประเมินความพึงพอใจการบริการทุกครั้ง ตามลำดับ ซึ่งทางโครงการมีชุดฟอร์มของทางช่างที่ออกบริการโดยมีชื่อร้านพร้อมทั้งชื่อช่างที่ออกบริการปีที่ชุดฟอร์มอย่างชัดเจน และทางโครงการมีแบบฟอร์มการประเมินการทำงานของช่างความพึงพอใจในการบริการ และข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ทางผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำมาทางร้านได้ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในพื้นที่เป้าหมาย

7) ปัจจัยด้านกระบวนการ ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในพื้นที่เป้าหมายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับบริการเสร็จสิ้นตามเวลาที่กำหนดมากที่สุด รองลงมาคือพนักงานออกบริการอย่างรวดเร็ว และติดต่อง่าย ราบรื่นเร็ว ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของโครงการที่เน้นในด้านความรวดเร็วในการบริการ โดยทางโครงการมีการกำหนดเวลาในการเดินทางไปถึงรถลูกค้า และเวลาในการบริการเสร็จสิ้นอย่างชัดเจน และนอกจากนี้ทางโครงการได้กำหนดขั้นตอนในการรับแจ้งงาน ส่งงาน

ไปยังช่างเพื่อประเมินงาน แข็งทึ่มช่างออกบริการอย่างรวดเร็ว ซึ่งแต่ละขั้นตอนการทำงานได้ระยะเวลาไว้อย่างชัดเจน เพื่อความรวดเร็วในการออกบริการและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในพื้นที่เป้าหมาย

บทสรุป การศึกษาความเป็นไปได้ ทางด้านเทคนิค ด้านการตลาด และด้านการเงิน ในการลงทุนเปิด ศูนย์บริการช่วยเหลือฉุกเฉินบนถนนในจังหวัดอุบลราชธานี ครั้งนี้ พบว่า มีความเป็นไปได้และคุ้มค่าต่อการลงทุน

เอกสารอ้างอิง

- กรมการขนส่งทางบก. (2560). จำนวนรถจดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์สะสม . สืบค้นจาก http://apps.dlt.go.th/statistics_web/statistics.html.
- ฐาปนา ฉันทไพศาล. (2552). การบริหาร โครงการและศึกษาความเป็นไปได้. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ดิเรกฤทธิ ศรีธรรมย์. (2551). ความเป็นไปได้ในการลงทุนของอุโมงค์รถยนต์ กรณีศึกษาบริษัท ส.รุ่งโรจน์ มอเตอร์ เซอร์วิส จำกัด. (Unpublished Master's thesis), มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). วิธีการทางสถิติสำหรับนักวิจัย เล่ม 2. กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- วิฑูรย์ อนันตศักดิ์. (2556). ความเป็นไปได้ในการเปิดศูนย์บริการดูแลรถยนต์ในเขต อำเภอป่าพอง จังหวัดขอนแก่น. (Unpublished Master's independent study), สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. กรุงเทพมหานคร.
- วิระ แสงฮวด. (2551). ได้ศึกษาความเป็นไปได้ใน โครงการลงทุนเปิด โรงกลึง กรณีศึกษา หจก. เซทเท็กซ์แมชชีนเนอรี่. (Unpublished Master's independent study), สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. กรุงเทพมหานคร.
- สราวุธ จายโจง. (2553). ความเป็นไปได้ในการติดตั้งระบบค้นหาพิกัดผ่านดาวเทียมในธุรกิจบริการรถเช่า. (Unpublished Master's independent study), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2560). สถิติการเกิดอุบัติเหตุจราจรทางบก. สืบค้นจาก <http://rvpreport.rvpeservice.com/>
- หฤทัย มีนะพันธ์. (2550). หลักการวิเคราะห์โครงการและปฏิบัติเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัญญาพร แสงปริญญา. (2552). ความเป็นไปได้ของการลงทุนซื้อรถแทรกเตอร์มาใช้ในการขนส่งทดแทนการว่าจ้างผู้รับเหมานขนส่งภายนอก กรณีศึกษาบริษัท เอ็ม. ซี. เอส. สตีล จำกัด (มหาชน). (Unpublished Master's independent study), สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, pp. 607-610.