

ความเป็นไปได้ในการลงทุนสถานีจำหน่ายแก๊ส แอลพีจี สำหรับรถยนต์
ในอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น

THE FEASIBILITY FOR INVESTMENT OF LPG STATION,
BANPHAI DISTRICT, KHON KAEN PROVINCE

กุลจิรา ชวฤทธิ์¹
ธีระ ฤทธิรอด²
วีรพล ทวีนนท์³

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนสถานีจำหน่ายแก๊ส แอลพีจี สำหรับรถยนต์ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น โดยใช้แบบสอบถาม 378 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีจำหน่ายแก๊สสำหรับรถยนต์ใน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ จากผู้ใช้รถยนต์ติดตั้งแก๊สแอลพีจี ในเขตอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการลงทุนสถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ผลการศึกษาพบว่า 1.) ด้านเทคนิค สถานีจำหน่ายแก๊ส แอลพีจี มีทำเลที่ตั้ง รูปแบบการให้บริการ และกระบวนการสั่งซื้อและรับสินค้าเป็นไปตามมาตรฐานกำหนด 2.) ด้านการจัดการ สถานีจำหน่ายแก๊ส แอลพีจี มีโครงสร้างองค์กรที่ไม่ซับซ้อน มีลักษณะการดำเนินงานแบบครอบครัว มีการกำหนดคุณสมบัติ หน้าที่ความรับผิดชอบ และอัตราค่าจ้างแรงงานของผู้ปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจน 3.) ด้านการตลาด พบว่าตั้งอยู่บนถนนทางเลี่ยงเมืองที่มีรถยนต์ผ่านค่อนข้างมากด้วยสามารถเชื่อมโยงไปยังอำเภอใกล้เคียงได้ อีกทั้งพบว่าผู้สนใจจะเข้าใช้บริการร้อยละ 48.9 4.) ด้านการเงิน สถานีจำหน่ายแก๊ส แอลพีจี ใช้เวลาคืนทุนเป็นเวลา 2 ปี 6 เดือน 4 วัน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 2,367,520 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับร้อยละ 12.48 จึงสรุปว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนเห็นควรลงทุนในโครงการนี้

คำสำคัญ: ความเป็นไปได้ แอลพีจี สถานีจำหน่ายแก๊ส

Abstract

The independent study was to examine the feasibility for investment of LPG station for automobiles in Banphai district, Khon kaen Province. The data were collected from 378 completed questionnaires which concerning about the 7 factors affecting the decision making to use gas station for automobiles namely product, price, place, marketing promotion, personnel, processing and physical evidences. The feasibility for investment of LPG in 4 aspects such as technical, management, marketing, and finance were also analyzed. The study found that 1) Technical; LPG station with good location and service model will be set to the standard, 2) Management; the organization structure of LPG station are not complicated with responsibility and labor wage of workers are clearly determined. 3) Marketing; 48.9% of respondents decided to use LPG station 4) Financial; the payback period (PB) will be 2 years 6 months and 4 days, net present value (NPV) was 2,367,520 Baht, internal rate of return (IRR) was 12.48% . It concluded that the investment of this project was feasible.

Keywords : Feasibility, LPG, LPG Station

¹ นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² รองศาสตราจารย์ คณะเภสัชศาสตร์

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ และ อ.ที่ปรึกษา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

เนื่องจากสถานการณ์ราคาน้ำมันในอดีตที่ผ่านมามีความผันผวนและมีแนวโน้มที่สูงขึ้นมีผลทำให้ปริมาณความต้องการใช้พลังงานทดแทนอย่างอื่นมาใช้ทดแทนน้ำมันเป็นเชื้อเพลิง เช่น แก๊ส LPG มีปริมาณที่สูงขึ้นไปด้วย ทั้งภาคอุตสาหกรรม ภาคการขนส่ง และภาคครัวเรือน [1] อีกทั้งราคาแก๊สแอลพีจี ยังมีราคาต่ำกว่าเชื้อเพลิงชนิดอื่น รัฐบาลเองก็พยายามส่งเสริมให้ประชาชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงหันมาใช้พลังงานทดแทน เพื่อลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ ช่วยลดต้นทุนให้กับภาคการขนส่ง ภาคอุตสาหกรรม และอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น เป็นอำเภอที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจ มีการคมนาคมที่สะดวก อาณาเขตติดต่ออำเภอใกล้เคียงหลายอำเภอ อีกทั้งยังอยู่ในเส้นทางคมนาคมที่สำคัญสำหรับการค้าระหว่างประเทศหลังจากการเข้าร่วมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งยังมีปริมาณรถยนต์ที่ติดตั้งระบบแก๊สแอลพีจีในจังหวัดขอนแก่น 17,681 คัน ในปี 2557 [2] และทำเลที่ตั้งที่ผู้ศึกษาสนใจยังมีจำนวนสถานีที่ให้บริการแก๊สแอลพีจีจำนวนน้อย

จากความเป็นมาที่กล่าวทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจในธุรกิจสถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจี จึงทำการศึกษาโครงการลงทุนสถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจี สำหรับรถยนต์เพื่อประกอบการตัดสินใจในความเป็นไปได้ของโครงการ รวมทั้งผลกระทบในอนาคตทางโครงการไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนสถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจีสำหรับรถยนต์ ในอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น โดยทำการศึกษา 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค ด้านการเงิน

วิธีดำเนินงาน

1. ด้านการตลาด

ผู้ศึกษาใช้การวิเคราะห์ข้อมูล 2 ด้าน คือ การวิเคราะห์สถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อโครงการ(SWOT) และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ [3] สถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจี สำหรับรถยนต์ ในอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น โดยแบ่งการศึกษาเป็น 8 ขั้นตอนดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ที่ใช้รถยนต์ในอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 27,017 คน ที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานขนส่งจังหวัดขอนแก่น โดยใช้ตารางเครซี่และมอร์แกน [4] ในการหากลุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 378 ราย

ตัวแปรที่ศึกษา ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจี โดยใช้ 7P's [5]

รูปแบบการศึกษา ใช้รูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ(Rating Scale) มีทั้งหมด 2 ส่วน

เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจี สำหรับรถยนต์ในอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น

การสร้างเครื่องมือในการศึกษา โดยดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ จากนั้นทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาเพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามด้วยตนเอง ระหว่างเดือน ธันวาคม 2557 ถึงเดือน มีนาคม 2558

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistics Package for the Social Sciences) ในการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าทางสถิติ ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจี ใช้เกณฑ์กำหนดค่าน้ำหนักของความคิดเห็น 5 ระดับ

สถิติที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. ด้านเทคนิค ผู้ศึกษาทำการศึกษา 3 ด้าน

2.1 ท่าเลที่ตั้ง

2.2 รูปแบบการให้บริการ การวางแผนภายในสถานีจำหน่ายแก๊ส

2.3 กระบวนการสั่งซื้อและรับสินค้า

3. ด้านการจัดการ ผู้ศึกษาทำการศึกษาข้อมูล 4 ด้าน คือ ด้านโครงสร้างองค์กร ลักษณะการดำเนินงานของสถานีบริการ คุณสมบัติและหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงาน และอัตราค่าจ้างแรงงาน

4. ด้านการเงิน ผู้ศึกษาทำการศึกษาข้อมูล 4 ด้าน คือ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย

4.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback period หรือ PB) หมายถึง ระยะเวลาที่ผู้ลงทุนจะได้รับเงินที่ลงทุนกลับคืนมา

ระยะเวลาคืนทุน = เงินลงทุน - กระแสเงินสดรับรายปีสะสมไปเรื่อยๆ จนเงินลงทุนมีค่าเป็นศูนย์

วิธีนี้เหมาะสำหรับกิจการที่ต้องการสภาพคล่อง เป็นการลงทุนที่มีการแข่งขัน และความเสี่ยงสูง การตัดสินใจโดยวิธีนี้ บริษัทต้องกำหนดระยะเวลาการคืนทุนที่ต้องการไว้ ถ้าระยะเวลาคืนทุนของโครงการที่ถูกพิจารณาเร็วกว่าระยะเวลาคืนทุนที่กำหนด ก็ควรตัดสินใจลงทุน

ข้อดี คือ ง่าย สะดวกในการคำนวณ และเป็นที่เข้าใจง่าย

ข้อเสีย คือ ไม่ให้ความสำคัญต่อกระแสเงินสดที่ได้รับหลังคืนทุนแล้ว และไม่ได้พิจารณาถึงค่าของเงินที่แตกต่างกันระหว่างกระแสเงินสดที่รับในขณะนี้กับกระแสเงินสดที่จะได้รับในอนาคต

4.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value หรือ NPV) คือ ผลรวมของค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ (ทั้งกระแสเงินสดรับและกระแสเงินสดจ่าย) ในแต่ละปีตลอดอายุโครงการ หรือผลต่างระหว่างค่าปัจจุบันรวมของกระแสเงินสดรับสุทธิทั้งโครงการกับค่าปัจจุบันของเงินลงทุน

การประเมินโครงการด้วยวิธีค่าปัจจุบันสุทธิ หากคำนวณค่าปัจจุบันสุทธิได้ค่าเป็นบวกควรลงทุนในโครงการนั้น และควรปฏิเสธโครงการลงทุน ถ้ามีค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ

4.3 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal rate of return) คือ อัตราส่วนลดที่ทำให้ผลรวมของค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิตลอดโครงการ มีค่าเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรกพอดี

การประเมินโครงการด้วยวิธีอัตราผลตอบแทนของโครงการ หากอัตราผลตอบแทนของโครงการสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการหรือต้นทุนเงินทุน ก็ควรลงทุน แต่ถ้าได้น้อยกว่า ก็ควรปฏิเสธโครงการลงทุน

4.4 อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit cost ratio : B/C ratio) คือ เกณฑ์ที่แสดงอัตราส่วน

ระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการค่าใช้จ่ายในที่นี้ คือ ค่าใช้จ่ายทางต้นทุน (Capital) และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและบำรุงรักษา

$$B/C = \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนทั้งหมด}}{\text{มูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายทั้งหมด}}$$

ผลการศึกษา

1. ด้านการตลาด

การวิเคราะห์สถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อโครงการ

การวิเคราะห์จุดแข็ง มีทำเลที่ตั้งที่มีการคมนาคมสะดวก ตั้งอยู่ในเขตอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น

การวิเคราะห์จุดอ่อน เป็นสถานี่บริการแห่งใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก และยังขาดประสบการณ์ในการทำ

ธุรกิจ

การวิเคราะห์โอกาส ผู้คนหันมาให้ความสนใจพลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิงเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากมีราคาค่อนข้างถูกกว่า การติดตั้งมีความทันสมัยและปลอดภัยมากขึ้น

การวิเคราะห์ภาวะคุกคาม มีขั้นตอนในการอนุญาตหลายขั้นตอน อีกทั้งรัฐบาลปรับราคาแก๊สแอลพีจีให้ลอยตัว

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจี สำหรับรถยนต์ ในอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น จากผลการศึกษาพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 68.5 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 41.3 อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 39.2 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 36.2 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 31.2 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 64.3 ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ร้อยละ 42.9 ระยะทางที่เดินทางต่อวัน 51-100 กิโลเมตร ร้อยละ 31.2 ยอดค่าใช้จ่ายเติมแก๊สต่อครั้ง 201-300 บาท ร้อยละ 69.8 ความถี่ในการเข้าใช้บริการ 4-5 วัน/ครั้ง ร้อยละ 75.7 สิ่งอำนวยความสะดวกอยากให้มีห้องน้ำ ร้อยละ 66.9 ของสมนาคุณเป็นน้ำดื่ม ร้อยละ 48.9 จะไปใช้บริการหากมีการเปิดสถานีบริการแห่งใหม่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจีสำหรับรถยนต์ จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มากที่สุดคือ ด้านกายภาพ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

เมื่อนำมาพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านกายภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถานที่บริการสะอาด สวยงามร่มรื่น และมีสัญลักษณ์การค้าที่จำง่าย

ด้านราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีดังต่อไปนี้ คือ ราคาถูกกว่าน้ำมันเชื้อเพลิงช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายอยู่ระดับมากที่สุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานีมีความสะดวกใกล้ที่พัก/ที่ทำงาน เป็นทางผ่าน สถานที่ดูทันสมัยเป็นสัดส่วน มีห้องน้ำสะอาด

ด้านบุคลากร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานบริการแต่งกาย

สุภาพ ให้บริการด้วยความสุภาพ และใส่ใจเรื่องความปลอดภัย

ด้านกระบวนการ ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก คือ การปฏิบัติตามขั้นตอนการให้บริการอย่างถูกต้อง มีความรวดเร็ว

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีดังต่อไปนี้ คือ ความเชื่อมั่นด้านคุณภาพแก๊สเหลวอยู่ในระดับมาก และกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก คือ การให้ของสมนาคุณ การมีส่วนร่วมในชุมชน การโฆษณาผ่านสื่อท้องถิ่น มีป้ายบอกชัดเจน และมีการแจกคู่มือส่วนลด

2. ด้านเทคนิค

ทำเลที่ตั้ง สถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจีสำหรับรถยนต์ ตั้งอยู่บนถนนหมายเลข 23(ถนนแจ้งสนิท บ้านไผ่-บรป่า)เนื้อที่ประมาณ 3 งาน การคมนาคมสะดวกใกล้แหล่งชุมชนเข้าออกสะดวกสบายเชื่อมโยงไปยังอำเภอใกล้เคียง มีป้ายบอกตำแหน่งระยะทางก่อนที่จะถึงสถานีบริการ

รูปแบบการให้บริการ มีผู้บริการ 2 ถึง 4 หัวจ่ายแบบมือจับ และมีระบบฉุกเฉินเพื่อความปลอดภัย พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจปฏิบัติตามขั้นตอนการให้บริการ สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย

ด้านกระบวนการสั่งซื้อ สามารถโทรสั่งหรือทางโทรสารเพื่อส่งสินค้า และทำการตรวจสอบสินค้า ซึ่งบริษัทตัวแทนจำหน่ายแก๊ส อยู่ไม่ไกลจากสถานีจำหน่ายแก๊สแห่งนี้จึงทำให้มีความสะดวกรวดเร็วในการขนส่งแก๊สเหลว

3. ด้านการจัดการ

3.1 การจัดการด้านโครงสร้างองค์กร สถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจี เป็นแบบเจ้าของคนเดียวไม่ซับซ้อน มีการจัดการโครงสร้างองค์กรขนาดเล็กเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการบริหารงาน โดยจัดให้มี ผู้จัดการสถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจีจำนวน 1 คน พนักงานบริการ 6 คนแบ่งเป็น 3 ช่วงๆละ 2 คนพนักงานบัญชี 3 คนแบ่งเป็น 3 ช่วงๆละ 1 คน และแม่บ้าน 1 คน

3.2 ลักษณะการดำเนินงานภายในแบ่งเป็นช่วงๆ คือในช่วงแรกเวลา 8.00-16.00 น. ช่วงที่สองเวลา 16.00 – 24.00 น. และช่วงเวลา 24.00 – 8.00 น. ในวันรุ่งขึ้น

3.3 คุณสมบัติและหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน จะมีเลือกคัดสรรและสัมภาษณ์เพื่อคัดเลือกบุคลากรเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีการจ้างงานในอัตราที่เหมาะสม แต่ละตำแหน่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจน ส่วนอัตราค่าจ้างจะกำหนดตามวุฒิการศึกษา ความสามารถและประสบการณ์

4. ด้านการเงิน

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของการลงทุนสถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจีสำหรับรถยนต์ในอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น จากการตั้งสมมุติฐานทางการเงินการประมาณรายรับรายจ่ายที่เกิดขึ้น พบว่าโครงการใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 6,335,000 บาท มีแหล่งเงินทุน 2 แห่งคือจากเงินทุนส่วนตัว 68.43% จำนวน 4,335,000 บาท และเงินกู้จากแหล่งเงิน 31.57% จำนวน 2,000,000 บาท ระยะเวลาของโครงการ 5 ปี NPV เท่ากับ 2,367,520 บาท ค่า IRR 12.48% ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 6 เดือน 4 วัน อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย 2.08 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

สรุป

ด้านการตลาด สรุป มีความเป็นไปได้ เนื่องจากการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก ประชาชนให้ความสนใจหันมาใช้พลังงานทดแทนมากขึ้น ด้วยว่ามีราคาต่ำกว่าน้ำมันเชื้อเพลิงถึงแม้ว่านโยบายของรัฐบาลจะมีผลกระทบใน

กรณีทีป่ล่อยล่อยตัวราคาแก๊สแอลพีจี

ด้านเทคนิค สรุปว่า มีความเป็นไปได้ เนื่องจากสถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจีสำหรับรถยนต์แห่งนี้ มีทำเลที่ตั้งอยู่บนถนนแจ้งสนิท(บ้านไผ่-บรปือ) มีเส้นทางคมนาคมสะดวกเชื่อมโยงอำเภอใกล้เคียง ใกล้หมู่บ้านและชุมชน อีกทั้งยังมีปริมาณสถานีจำหน่ายแก๊สแอลพีจีจำนวนน้อย

ด้านการจัดการ สรุปว่า มีความเป็นไปได้ เนื่องจากระบบการจัดการภายในองค์กรเป็นแบบเจ้าของคนเดียวไม่มีความซับซ้อนทำให้การบริหารจัดการง่ายและรวดเร็ว มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจน มีการคัดเลือกบุคลากรให้เหมาะสมกับหน้าที่ตำแหน่งงานและอัตราค่าตอบแทนเหมาะสม

ด้านการเงิน สรุปว่า มีความเป็นไปได้ เนื่องจากโครงการใช้ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 6 เดือน 4 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 2,367,520 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 12.48 % และอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายเท่ากับ 2.08 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 ตามเกณฑ์ที่กำหนด

เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน. 2554. เอกสารประกอบองค์ความรู้ เรื่อง นโยบายการปรับโครงสร้างราคาก๊าซปิโตรเลียมเหลว. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงพลังงาน.
- [2] กรมการขนส่งทางบก กองแผนงาน สถิติการขนส่ง. (2557) สถิติจำนวนรถจำแนกตามชนิดเชื้อเพลิง. ค้นเมื่อ 18มกราคม 2558 , จาก <http://www.dit.go.th>
- [3] อุดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ(2551). การบริหารการตลาด (ฉบับมาตรฐาน).พิมพ์ครั้งที่ 3.กรุงเทพ:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [4] ชีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี:สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี
- [5] ธนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ. 2547. การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สันแ็ด็ดดูเคชั่น อินโด ไชน่า