

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือ  
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา



ปทิตตา กองคำ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

พฤษภาคม 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

อาจารย์ที่ปรึกษา และคณบดีวิทยาลัยการศึกษาต่อเนื่อง ได้พิจารณาการศึกษา  
ต้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขต  
อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา” เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยพะเยา

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุธี ขวัญเงิน)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ นพรัก)

คณบดีวิทยาลัยการศึกษาต่อเนื่อง

พฤษภาคม 2555

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระ เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยาประสบความสำเร็จลุล่วงด้วยดี ด้วยความกรุณาให้ความอนุเคราะห์อย่างดียิ่งของ ผศ.สุธี ขวัญเงิน อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจสอบแก้ไขในทุกขั้นตอน อันเป็นประโยชน์จนทำให้การศึกษาอิสระฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ทางวิชาการ ให้คำแนะนำและให้กำลังใจ อันเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยพะเยา ขอกราบขอบพระคุณผู้ใช้บริการร้านหนังสือและผู้ประกอบการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์และสะดวกในการตอบแบบสอบถามแบบสัมภาษณ์ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการทำการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ บิดาและมารดา ที่คอยให้กำลังใจมาตลอดเวลาที่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยพะเยา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาอิสระในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจต่อไป

ปทิตตา กองคำ

<b>ชื่อเรื่อง</b>	การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยา
<b>ผู้ศึกษาค้นคว้า</b>	ปทิตตา กองคำ
<b>ที่ปรึกษา</b>	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุทธิ ขวัญเงิน
<b>ประเภทสารนิพนธ์</b>	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บช.ม., มหาวิทยาลัยพะเยา, 2555
<b>คำสำคัญ</b>	เศรษฐกิจพอเพียง

### บทคัดย่อ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผลการวิเคราะห์โดยใช้หลักการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จำนวน 4 ด้าน คือ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านเทคนิค การวิเคราะห์ด้านการจัดการ และการวิเคราะห์ด้านการเงิน พบว่า โครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีความเป็นไปได้ เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ เท่ากับ 5,699, 544.81 บาท ซึ่งเป็นค่าบวก นอกจากนั้นอัตราผลตอบแทนของโครงการได้เท่ากับ 11.14% ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนลดค่าที่ตั้งสมมติฐานไว้ ซึ่งเท่ากับ 11% และระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 2 ปี 6 เดือน 8 วัน

**Title** THE PURPOSE OF THE STUDY OF THE FEASIBILITY FOR INVESTMENT  
IN THE BUSINESS OF BOOK STORE IN MUANG DISTRICT, PHAYAO

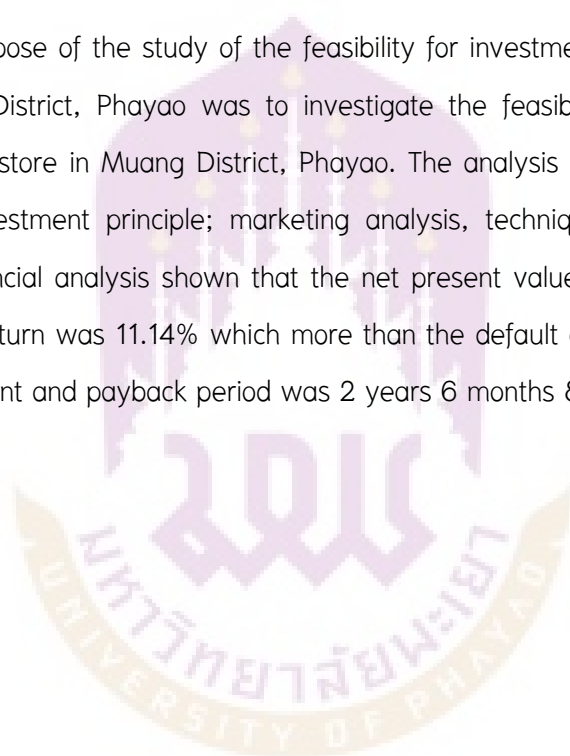
**Author** Pathita Khongkham

**Advisor** Assistant Professor Suthee Kwangern

**Academic Paper** Independent Study M.B.A., University of Phayao, 2012

### ABSTRACT

The purpose of the study of the feasibility for investment in the business of book store in Muang District, Phayao was to investigate the feasibility for investment in the business of book store in Muang District, Phayao. The analysis based on 4 aspects of the feasibility for investment principle; marketing analysis, technique analysis, management analysis and financial analysis shown that the net present value was 5,699,544.81 bath, internal rate of return was 11.14% which more than the default discounted return assumed rate was 11 percent and payback period was 2 years 6 months 8 days



## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
ขอบเขตของการวิจัย .....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	4
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย .....	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	5
ประวัติความเป็นมาของจังหวัดพะเยา .....	5
ทฤษฎีเกี่ยวกับแผนธุรกิจ .....	6
ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด .....	10
ทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนการบริหารจัดการ .....	12
ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดทำแผนการผลิต .....	14
ทฤษฎีเกี่ยวกับแผนการเงินและการวิเคราะห์ทางการเงิน .....	15
ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการความเสี่ยง.....	17
ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	18
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior) .....	21
การบริการร้านหนังสือ.....	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	33
สรุปกรอบแนวคิด .....	36
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	38
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	38

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
ชุดที่ 1 ผู้ใช้บริการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา.....	41
ชุดที่ 2 ผู้ประกอบการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา.....	52
ชุดที่ 3 ศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา .....	55
5 บทสรุป.....	69
สรุปผลการวิจัย .....	69
อภิปรายผลการวิจัย.....	72
ข้อเสนอแนะ .....	75
บรรณานุกรม.....	77
ภาคผนวก.....	79
ภาคผนวก ก แบบสอบถามผู้ใช้บริการร้านหนังสือ.....	80
ภาคผนวก ข แบบสอบถามผู้ประกอบการร้านหนังสือ .....	83
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	85

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ .....	41
2 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ .....	41
3 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา .....	42
4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพ .....	42
5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	43
6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการใช้บริการต่อเดือน .....	43
7 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามวันที่ใช้บริการ .....	44
8 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเวลาที่มาใช้บริการ .....	44
9 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ .....	45
10 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อหนังสือต่อครั้ง .....	45
11 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามหนังสือที่นิยมซื้อ .....	46
12 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ .....	47
13 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความคาดหวังด้านราคา.....	48
14 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความคาดหวังด้านช่องทางการจัดจำหน่าย .	49
15 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความด้านการส่งเสริมการตลาด .....	50
16 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความคาดหวังด้านบุคลากร .....	51
17 แสดงค่าเฉลี่ยรวมระดับความคาดหวังในการใช้บริการร้านหนังสือ .....	52
18 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามประเภทของการลงทุน .....	52
19 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น.....	53
20 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามยอดขายต่อปี .....	53
21 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระยะเวลาที่ได้เปิดดำเนินการ .....	53
22 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสาเหตุที่เปิดร้านหนังสือบริเวณนี้ .....	54
23 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย.....	54
24 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการโฆษณาทางสื่อใดบ้าง .....	54
25 แสดงยอดขายการณ์จำนวนรายได้จากการขาย .....	59
26 แสดงต้นทุนซื้อหนังสือ .....	59



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
27 แสดงค่าใช้จ่ายการส่งเสริมการตลาด.....	59
28 แสดงค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร.....	60
29 แสดงค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ.....	60
30 แสดงต้นทุนโครงการ.....	61
31 แสดงค่าปรับปรุงและตกแต่งสถานที่.....	61
32 แสดงต้นทุนอุปกรณ์สำนักงาน.....	61
33 แสดงค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน.....	62
34 แสดงค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและด้านการบริหาร.....	62
35 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	62
36 แสดงรายละเอียดของระยะเวลาชำระดอกเบี้ยและเงินต้น.....	63
37 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด.....	64
38 แสดงประมาณการงบดุล.....	65
39 แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ.....	66
40 แสดงระยะเวลาคืนทุนในโครงการ.....	68
41 แสดงผลสรุปการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ.....	68

## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 แสดงโครงสร้างของแผนในระดับต่าง ๆ ในองค์กร .....	7
2 แสดงความแตกต่างในการทำแผนในแต่ละระดับ.....	8
3 แสดงกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย .....	36
4 แสดงโครงสร้างองค์กร.....	56



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษานั้นถือเป็นเครื่องมือในการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ อีกทั้งยังเป็นตัวช่วยขับเคลื่อนในการพัฒนาประเทศชาติที่สำคัญสืบเนื่องจากนโยบายของรัฐบาล ได้มีการพัฒนาทางด้านการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เช่น มีการส่งเสริมด้านการศึกษาให้กับเด็กและเยาวชนส่งเสริมให้สถาบันการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและทรัพยากรมนุษย์ เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ คุณธรรมและจริยธรรม ส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานการศึกษาให้ทัดเทียมกับประเทศที่พัฒนาแล้ว พัฒนาให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และให้มีความรู้ทันต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบัน และมีการส่งเสริมการผลิตสื่อตำราเรียน ร้านจำหน่ายหนังสือและอุปกรณ์ทางการศึกษาจึงมีบทบาทที่สำคัญ ในการส่งเสริมการขยายตัวในด้านการศึกษา เป็นแหล่งพัฒนาความรู้ ความสามารถของเด็กและเยาวชน

ดร.ชัยยศ อิ่มสุวรรณ์ สำนักงานการศึกษานอกโรงเรียนกล่าวถึงสถานการณ์การอ่านในสังคมไทย ว่าในปี 2551 คนไทยอ่านหนังสือลดลงเป็น 66.3% จาก ปี 2548 ซึ่งเป็น 69.1% และปี 2551 คนไทยอ่านหนังสือเฉลี่ย 39 นาทีต่อวัน ลดลงจากปี 2548 ซึ่งเป็น 46 นาทีต่อวัน สถานการณ์การอ่านในสังคมไทย อัตราการซื้อหนังสือของคนไทย 2 เล่ม/ คน/ ปี หรือร้อยละ 0.22 ของรายได้ต่อหัว (ปี2550) อัตราการอ่านหนังสือของคนไทยเฉลี่ย 5 เล่มต่อคนต่อปี หนังสือที่ขายดีที่สุดในตลาด ได้แก่ หนังสือ ตำรา นิยาย เรื่องย่อละคร TV กีฬา สุขภาพ คู่มือต่าง ๆ คณะรัฐมนตรีในการประชุมเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2552 ได้มีมติ

1. กำหนดให้การอ่านเป็นวาระแห่งชาติ
2. กำหนดให้วันที่ 2 เมษายนของทุกปีเป็นวันรักการอ่าน
3. กำหนดให้ปี 2552-2561 เป็นทศวรรษแห่งการอ่าน
4. กำหนดให้มีคณะกรรมการส่งเสริมการอ่านเพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ที่มีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาเป็นประธาน เป็นกลไกขับเคลื่อนการส่งเสริมการอ่านให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

เป้าหมายการดำเนินการส่งเสริมการอ่าน

1. ประชากรวัยแรงงานที่เป็นผู้รู้หนังสือในระดับใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 97.21 เป็น 99.2

2. ประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไปที่สามารถอ่านออกเขียนได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 92.64 เป็น 95.3

3. ค่าเฉลี่ยการอ่านหนังสือเพิ่มขึ้นจากปีละ 5 เล่ม คน เป็นปีละ 10 เล่ม/ คน

4. แหล่งการอ่านได้รับการพัฒนาและเพิ่มจำนวนให้สามารถจัดบริการได้ครอบคลุมทุกตำบล/ ชุมชนอย่างทั่วถึงและมีคุณภาพ

5. การสร้างภาคีเครือข่ายการอ่านเพื่อปลูกฝังนิสัยรักการอ่านและการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน ([http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:utNXns5\\_glh8J:buriram.nfe.go.th/Index/UserFiles/File/nayobay.ppt+%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%A1%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%99&hl=th&gl=th](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:utNXns5_glh8J:buriram.nfe.go.th/Index/UserFiles/File/nayobay.ppt+%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%A1%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%99&hl=th&gl=th))

รัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการอ่าน โดยการประกาศให้การอ่านเป็นวาระแห่งชาติ อนุกรรมการสภาการศึกษา จึงได้ร่างข้อเสนอแนะนโยบายการส่งเสริมการรักการอ่าน 7 ข้อหลัก รัฐต้องเร่งส่งเสริมการสอนแบบทวิภาษาในพื้นที่ตะเข็บชายแดน เป็นต้น รศ.ทองอินทร์ วงศ์โสธร ประธานคณะอนุกรรมการสภาการศึกษา ด้านนโยบายและแผนการศึกษา กล่าวว่า จากการที่รัฐบาลได้ประกาศให้การส่งเสริมการอ่านเป็นวาระแห่งชาติ อนุกรรมการสภาการศึกษา จึงได้ร่างข้อเสนอแนะนโยบายการส่งเสริมการรักการอ่าน ดังนี้ 1.รัฐต้องเร่งส่งเสริมการสอนแบบทวิภาษาในพื้นที่ตะเข็บชายแดน 2.รัฐต้องระดมความร่วมมือเพื่อส่งเสริมนิสัยรักการอ่านในจังหวัดที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ศาสนา 3.รัฐและทุกภาคส่วนระดมความร่วมมือเพื่อขยายกิจกรรมสร้างเสริมนิสัยการอ่านอย่างยั่งยืน 4.สร้างกลไกระบบเกื้อหนุน 5.สร้างนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมนิสัยรักการอ่าน 6.นำภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม และ7.พัฒนาบทบาทครูรวมถึงปรับปรุงโรงเรียนให้เป็นแหล่งเรียนรู้มีชีวิต (<http://www.bookandreading.com/readingpromotin/>)

ในปี พ.ศ. 2520 ได้มีการแบ่งแยกจังหวัดเชียงรายออกเป็นจังหวัดใหม่อีกจังหวัดหนึ่งคือ จังหวัดพะเยา ในช่วงระยะนี้หน่วยงานภาคราชการมีความต้องการในการจัดตั้งสำนักงานต่าง ๆ และรวมถึงไปถึงทางด้านการศึกษา มีการปรับปรุงและจัดตั้งหน่วยงานที่เข้ามาควบคุมสถานศึกษา โรงเรียน วิทยาลัย รวมถึงมีการจัดตั้งมหาวิทยาลัยขึ้นในจังหวัดพะเยา จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเมื่อมีหน่วยงานต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น รวมถึงถึงความเจริญก้าวหน้าทางด้านการศึกษาในจังหวัดพะเยาก่อให้เกิดความต้องการในเรื่องของหนังสือ ตำราเรียน มีมากขึ้นตามไปด้วย

ร้านหนังสือ คือ ร้านที่จำหน่ายหนังสือประเภทต่างๆ ที่มีลิขสิทธิ์มาจากในประเทศและต่างประเทศ โดยร้านหนังสือนั้นอาจแบ่งเป็นในหลากหลายประเภท เช่น ร้านที่จำหน่ายหนังสือใหม่

และหนังสือเก่า ร้านที่จำหน่ายหนังสือในประเทศและหนังสือต่างประเทศ ฯลฯ ร้านหนังสือนี้มีประวัติความเป็นมาอันยาวนานนับหลายพันปีโดยเชื่อว่าเริ่ม ต้นมาจากประเทศในแถบยุโรป และมาสู่ยุคร้านหนังสือสมัยใหม่โดยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการพิมพ์

ธุรกิจหนังสือถือเป็นธุรกิจ SMS เป็นธุรกิจน้ำซึมบ่อทราย เป็นธุรกิจที่กำไรน้อยโอกาส ร่ำรวยในเวลาอันรวดเร็วไม่มีไม่มีพลุค กำไรครวระมาก ๆ คนที่หวังรวยเร็ว อย่าเปิดร้านหนังสือ ผู้จะเข้ามาทำร้านหนังสือต้องเป็นคนรักหนังสือ ต้องมีทุน ต้องอดทน และมีความสามารถในการบริหารธุรกิจจึงจะนำพาร้านหนังสือให้เติบโตได้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ตามแนวคิดในการวิจัยโดยใช้หลักการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จำนวน 4 ด้าน คือ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านเทคนิคการวิเคราะห์ด้านการจัดการ และการวิเคราะห์ด้านการเงิน เพื่อทราบถึงความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา และเป็นข้อมูลในการดำเนินธุรกิจร้านหนังสือให้แก่นักลงทุนหรือผู้สนใจต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

### ขอบเขตการวิจัย

#### 1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

##### 1.1 กลุ่มผู้ใช้บริการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ตามสะดวก (Convenience Sample) จำนวน 100 คน

##### 1.2 กลุ่มผู้ประกอบการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำนวน 2 ร้าน คือ

###### 1.2.1 ร้านหนังสือเหรียญทอง

###### 1.2.2 ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊ก (ห้างเทสโก้โลตัส สาขาพะเยา)

#### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยใช้หลักการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จำนวน 4 ด้าน คือ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านเทคนิค การวิเคราะห์ด้านการจัดการ และการวิเคราะห์ด้านการเงิน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้ศึกษาในเขตพื้นที่อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา

4. ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัย ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2554 ถึง มีนาคม 2555

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**การศึกษาคือความเป็นไปได้** หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินงานตามโครงการลงทุนธุรกิจร้านขายหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยพิจารณาจากการศึกษาวิเคราะห์โครงการใน 4 ด้าน คือ การวิเคราะห์ด้านการตลาดการวิเคราะห์ด้านเทคนิค การวิเคราะห์ด้านการจัดการ และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ทั้งนี้เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

**ร้านหนังสือ** หมายถึง ร้านที่จำหน่ายหนังสือประเภทต่าง ๆ ที่มีลิขสิทธิ์มาจากในประเทศและต่างประเทศ โดยร้านหนังสือนั้นอาจแบ่งเป็นในหลากหลายประเภท เช่น ร้านที่จำหน่ายหนังสือใหม่และหนังสือเก่า ร้านที่จำหน่ายหนังสือในประเทศและหนังสือต่างประเทศ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
2. เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินธุรกิจร้านหนังสือให้นักลงทุนหรือผู้สนใจ

## บทที่ 2

### เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผู้วิจัยได้เรียบเรียงลำดับหัวข้อที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของจังหวัดพะเยา
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับแผนธุรกิจ
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนการบริหารจัดการ
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดทำแผนการผลิต
6. ทฤษฎีเกี่ยวกับแผนการเงินและการวิเคราะห์ทางการเงิน
7. ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการความเสี่ยง
8. ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
9. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior)
10. การบริการร้านหนังสือ
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
12. สรุปกรอบแนวคิด

#### ประวัติความเป็นมาของจังหวัดพะเยา

พะเยา เป็นจังหวัดในภาคเหนือตอนบน มีประวัติความเป็นมาที่เก่าแก่ยาวนานไม่น้อยไปกว่าเมืองอื่น ๆ ในอาณาจักรล้านนา บริเวณที่ตั้งของจังหวัดพะเยาในปัจจุบันอยู่ติดกับกว๊านพะเยา เดิมเป็นที่ตั้งของเมือง ภูกามยาว หรือ พยาว ที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อพุทธศตวรรษที่ 16 โดยมีผู้ปกครองคือ พ่อขุนงำเมือง ภายหลังมีการเปลี่ยนแปลงอำนาจ และตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของอาณาจักรล้านนา เมื่อถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ เมืองพะเยาอยู่ภายใต้การปกครองของจังหวัดเชียงราย ในฐานะ อำเภอพะเยา และเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ. 2520 อำเภอพะเยาได้ยกฐานะขึ้นเป็นจังหวัดพะเยา นับเป็นจังหวัดที่ 72 ของประเทศไทย

จังหวัดพะเยา เป็นจังหวัดชายแดน ตั้งอยู่ทางภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย มีเขตระหว่างเส้นรุ้งที่ 18 องศา 44 ลิปดาเหนือ ถึง 19 องศา 44 ลิปดาเหนือ และเส้นแวงที่ 99 องศา 40 ลิปดาตะวันออก ถึง 100 องศา 40 ลิปดาตะวันออก โดยมีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ ติดเขต อ.พาน อ.ป่าแดด อ.เทิง จังหวัดเชียงราย

ทิศใต้ ติดเขต อ.งาว จ.ลำปาง และ อ. สอง จ.แพร่

ทิศตะวันออก ติดเขต แขวงไชยบุรี สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และอ.ท่าวังผา  
อ.บ้านหลวง อ.สองแคว จ.น่าน

ทิศตะวันตก ติดเขต อ.งาว อ.วังเหนือ จ.ลำปาง

### การปกครอง

ประกอบด้วย 9 อำเภอ คือ อ.เมืองพะเยา อ.เชียงคำ อ.เชียงม่วน อ.ปง อ.ดอกคำใต้  
อ.จุน อ.แม่ใจ อ.ภูซาง และอ.ภูกามยาว แบ่งเป็น 68 ตำบล 805 หมู่บ้าน

การปกครองท้องถิ่น

1. องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง
2. เทศบาลเมือง 1 แห่ง
3. เทศบาลตำบล 11 แห่ง
4. องค์การบริหารส่วนตำบล 59 แห่ง

### การศึกษา

มีสถานศึกษา จำนวน 347 แห่ง (<http://th.wikipedia.org/wiki/จังหวัดพะเยา>)

### ทฤษฎีเกี่ยวกับแผนธุรกิจ

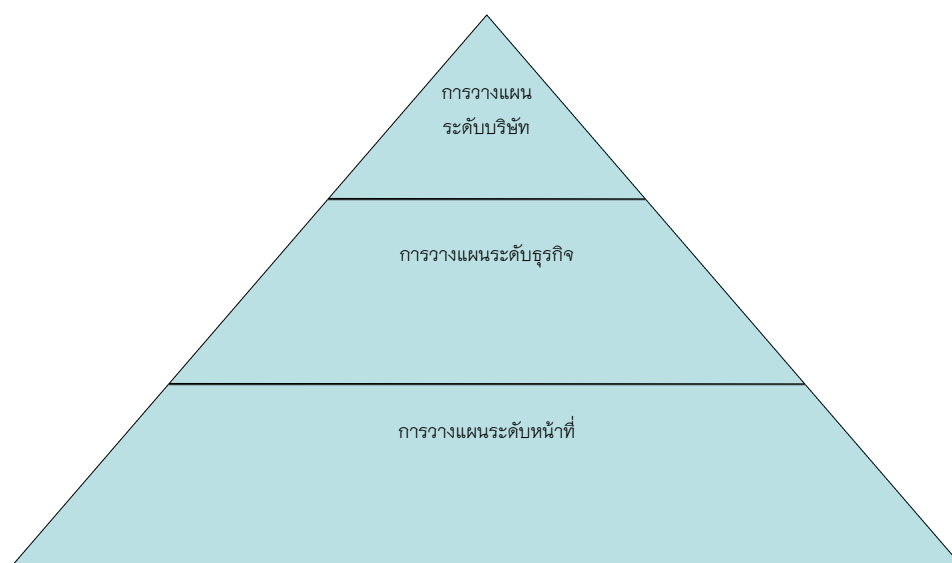
แผนธุรกิจ หมายถึง การกำหนดกรอบแนวคิด หรือแนวทางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจ คำถามข้อแรกของผู้ประกอบการต้องตอบตัวเองให้ได้ก็คือ ผู้ประกอบการต้องการทำธุรกิจเพื่ออะไร (วิชิต อุ๋น, 2551)

ผู้ประกอบการต้องมีการจัดทำแผนธุรกิจหลัก 3 ประการคือ

1. กำหนดอนาคตด้วยแผนธุรกิจ เพื่อแปลงแนวคิดให้มาเป็นแผนธุรกิจ และจะได้กำหนดเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างมืออาชีพ
2. แผนธุรกิจ เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการรู้จักใช้เงิน หาเงิน และบริหารจัดการการเงินอย่างเหมาะสมกับสถานภาพของธุรกิจ นอกจากนี้ สามารถทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจเห็นแนวทางในการดำเนินงานของท่านได้อย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนมากขึ้น
3. แผนธุรกิจเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความชัดเจนในการทำงาน คือ รู้ว่าทำอะไร เมื่อไร และอย่างไร

ในการวางแผนผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงระดับต่าง ๆ ในการวางแผน โดยทั่วไปประกอบด้วย 3 ระดับ คือ





ภาพ 1 แสดงโครงสร้างของแผนในระดับต่าง ๆ ในองค์กร

ที่มา: วิชิต คู่อ้น, 2549

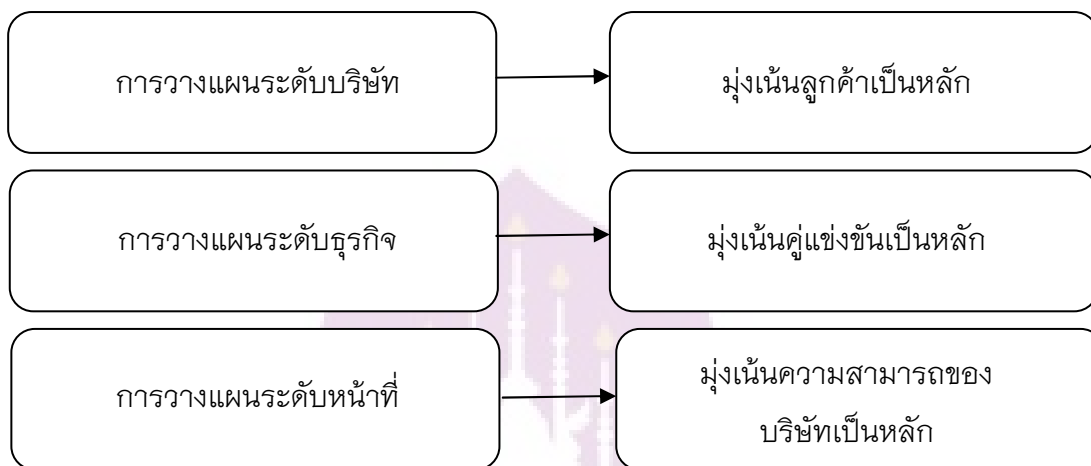
การวางแผนในระดับบริษัท (Corporate Strategy) เป็นการวางแผนโดยเน้นจากลักษณะโดยรวมขององค์กร ซึ่งจะพิจารณาจุดมุ่งหมายขององค์กรเป็นหลัก การวางแผนกลยุทธ์ระดับบริษัทเป็นการตัดสินใจของผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการของบริษัท ในการกำหนดแนวนโยบาย กฎระเบียบ แบบแผนการปฏิบัติขององค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยการวางแผนในระดับนี้จะมุ่งให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นสำคัญ

การวางแผนในระดับธุรกิจ (Business Strategy) เป็นการวางแผนเพื่อการตัดสินใจเพื่อปรับปรุงและพัฒนาการแข่งขันของกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในตำแหน่งที่ดีขึ้น ในอุตสาหกรรม การกำหนดกลยุทธ์ในระดับธุรกิจ (Strategic Business Unit: SBU) เป็นการกำหนดการ

วางแผนเชิงกลยุทธ์ในระดับนี้ จะมีเป้าหมายเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าและบริการของบริษัทมากกว่าคู่แข่ง ดังนั้น การวางแผนในระดับนี้จึงเน้นการแข่งขันเพื่อการได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งนั่นเอง

การวางแผนในระดับหน้าที่ (Functional Strategy) เป็นการวางแผนกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาและการนำทรัพยากรในบริษัทมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตามหน้าที่และฝ่ายต่าง ๆ ของบริษัท เช่น ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ ฝ่ายการผลิต และฝ่ายการเงิน เป็นต้น

โดยทั่วไป หากผู้ประกอบการเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดกลางที่เราเรียกว่า ธุรกิจ (SMEs) การจัดทำแผนส่วนใหญ่เราจะเน้นที่แผนในระดับหน้าที่ แต่อย่างไรก็ตาม เราสามารถดำเนินการจัดทำแผนได้ทั้ง 3 ระดับ โดยทั้ง 3 ระดับผู้ประกอบการจะดำเนินการในการจัดทำแผนในประเด็นที่แตกต่างกัน ดังแสดงในภาพ 2



ภาพ 2 แสดงความแตกต่างในการทำแผนในแต่ละระดับ

ขั้นตอนในการจัดทำแผนธุรกิจ มีดังนี้

1. จัดเก็บข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นในการจัดทำแผนทั้งข้อมูลที่เป็นข้อมูลที่มีอยู่แล้ว และที่ต้องหาเพิ่มเติม โดยข้อมูลเหล่านี้ ได้แก่

1.1 ข้อมูลของบริษัทที่ได้ดำเนินการตลอดปี ไม่ว่าจะเป็นผลการดำเนินงานทางการตลาด การบริหารจัดการ การผลิต หรือการเงิน

1.2 ข้อมูลของสภาพการแข่งขัน ลูกค้า หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งจากข้อมูล que เก็บรวบรวมไว้แล้ว หรือจากการวิจัย

2. ประชุมทีมงานให้ทีมงานแต่ละฝ่ายจัดทำรายงานประจำปี เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของแต่ละฝ่าย ในขั้นตอนนี้จะทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา

3. จัดทำแผนธุรกิจ โดยขั้นตอนในการจัดทำแผนธุรกิจเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย 9 ขั้นตอนในการวิเคราะห์ ดังนี้

- ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ภาพรวมของกิจการ
- ขั้นตอนที่ 2 การสร้างทางเลือกและการกำหนดแนวทางในการทำแผนธุรกิจ
- ขั้นตอนที่ 3 การจัดทำแผนการตลาด
- ขั้นตอนที่ 4 การจัดทำแผนบริหารจัดการ
- ขั้นตอนที่ 5 การจัดทำแผนการผลิต
- ขั้นตอนที่ 6 การจัดทำแผนการเงิน
- ขั้นตอนที่ 7 การจัดทำแผนปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์
- ขั้นตอนที่ 8 การจัดทำแผนฉุกเฉินและการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ
- ขั้นตอนที่ 9 การจัดทำบทสรุปสำหรับผู้บริหาร

#### การจัดทำแผนธุรกิจและความเป็นไปได้ของโครงการ

1. แผนการตลาด ทำให้เห็นโอกาส ช่องทาง ความคิดในการสร้างผลกำไรทางธุรกิจ ช่วยให้การบริหารเงินทุนหมุนเวียนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ธุรกิจเดินหน้าได้อย่างราบรื่น นอกจากนี้การจัดทำ การวิจัยทางการตลาด หรือการสำรวจตลาด มีส่วนช่วยให้ได้วิเคราะห์ และตัดสินใจเพื่อการลงทุน หรือเพื่อปรับปรุงสินค้าและบริการ

2. แผนการบริหารจัดการ เพื่อให้มองเห็นภาพรวมในการบริหารงานและการจัดการทรัพยากรบุคคล

3. แผนการผลิตสินค้าและบริการ ช่วยให้การดำเนินการต่าง ๆ บรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้

4. แผนการเงิน เป็นการวางกลไกให้ธุรกิจดำเนินไปได้ด้วยดี เมื่อพิจารณาสิ่งเหล่านี้ จะเห็นว่า แผนธุรกิจมีความสำคัญมาก เพราะเป็นเครื่องมือเพื่อนำไปใช้ในการขอกู้ยืมลงทุน จากบุคคล หรือสถาบันการเงิน การที่สถาบันการเงินจะดูเพื่อจะอนุมัติเงินกู้ยืมนั้น จะพิจารณา จากความเป็นไปได้ของโครงการ หรือมีสินทรัพย์หรือรายได้เพียงพอชำระหนี้ทั้งระบบหรือไม่ หัวใจของการทำธุรกิจทุกประเภทนั้นจำเป็นต้องมีการศึกษาข้อมูลขั้นพื้นฐานก่อน จากนั้นจะดู ความพร้อมในเรื่องเงินลงทุน ความถนัดในการทำธุรกิจ และสภาพแวดล้อมก่อนการตัดสินใจ ทำมีเช่นนั้นผลสุดท้ายธุรกิจอาจล้มเหลว ต้องขาดทุนหรือมีหนี้สินตามมา

ชัยยศ สันติวงษ์ (2539, หน้า 16) ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ อุตสาหกรรมโดยทั่วไป จะมีกิจกรรมหลักหรือหน้าที่หลัก 3 กิจกรรม คือ กิจกรรมการตลาด ด้านเทคนิค (ผลิต) และด้านการเงิน ผลของกิจกรรมดังกล่าวจะสรุปหรือสะท้อนออกมาให้เห็น เป็นรูปแบบของงบล่วงหน้าในโครงการ โดยพิจารณาที่ผลตอบแทนจากการลงทุน และความเสี่ยง ว่าคุ้มกับเงินลงทุนและความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่

บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2543) ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการลงทุนตามโครงการลงทุน เพราะเป็นขั้นตอนที่จะต้องวิเคราะห์ให้ได้คำตอบว่า ควรจะลงทุนตามโครงการนั้น ๆ หรือไม่ โดยในการวิเคราะห์จะแบ่งออกได้เป็น 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการองค์การ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน

### ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาด ที่มีการควบคุมได้ซึ่งธุรกิจสามารถใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (Kotler, 1997, p. 98)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งจะประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ กิจกรรม องค์การ หรือบุคคล ในการกำหนด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย

1.1 การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน หมายถึง การดำเนินการในเรื่องของการออกแบบชุดความแตกต่างที่มีความหมายให้การเสนอของบริษัทมีความโดดเด่นแตกต่างจากการเสนอของคู่แข่ง

1.2 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นกิจกรรมในการกำหนดข้อเสนอและภาพลักษณ์ของบริษัท เพื่อเข้าครอบครองตำแหน่งทางการแข่งขันที่โดดเด่นและมีมูลค่า/ คุณค่าให้อยู่ในจิตใจของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

1.3 กลยุทธ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติที่มีลักษณะที่เด่นและแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเป็นลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งได้แก่

1.3.1 ผลิตภัณฑ์ ประโยชน์พื้นฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อสินค้าโดยตรง

1.3.2 รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้อันประกอบด้วย คุณภาพ รูปร่างลักษณะ รูปแบบ การบรรจุหีบห่อ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3.3 ผลิตภัณฑ์ควบผลประโยชน์หรือบริการเพิ่มเติมที่ลูกค้าได้รับหลังจากการซื้อสินค้านั้น

1.3.4 ผลิตรภัณฑ์ที่คาดหวัง สิ่งที่ถูกค้าคาดว่าจะได้รับจาก การซื้อ และการใช้  
ผลิตรภัณฑ์

1.3.5 ศักยภาพผลิตรภัณฑ์ มีลักษณะริเริ่มที่สามารถตอบสนองความต้องการ  
ของลูกค้าได้

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตรภัณฑ์ที่แสดงออกในรูปของตัวเงิน ราคาคือ  
ต้นทุนของลูกค้า ดังนั้นผู้บริโภคมักจะทำการเปรียบเทียบมูลค่าของผลิตรภัณฑ์กับราคา หากมูลค่า  
ของผลิตรภัณฑ์มีสูงกว่าราคา ก็จะตัดสินใจซื้อผลิตรภัณฑ์นั้น เพราะฉะนั้นในการกำหนดกลยุทธ์  
ด้านราคาจะต้องคำนึงถึง

2.1 การยอมรับของลูกค้า โดยต้องสร้างมูลค่าของผลิตรภัณฑ์ให้สูงกว่าราคา  
ผลิตรภัณฑ์นั้น ๆ

2.2 ต้นทุนของสินค้า รวมถึงค่าใช้จ่ายและกำไรของผู้ผลิต

2.3 ลักษณะการแข่งขัน

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่าย  
ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตรภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตรภัณฑ์ถูกเปลี่ยนไปยังตลาด  
ในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง และผู้บริโภค

3.2 การกระจายตัวสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัว  
ผลิตรภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การบริหาร  
สินค้าคงเหลือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการประสานงานให้เกิดต้นทุนใน การจัดจำหน่าย  
ต่ำสุดโดยมีระดับการให้บริการลูกค้าที่เหมาะสมและมุ่งหวังกำไร ในการกระจายตัวสินค้า  
ซึ่งสามารถสรุปหน้าที่ได้ดังนี้

3.2.1 การคาดคะเนยอดขาย เป็นการประมาณยอดขายที่เกิดขึ้นในช่วงเวลา  
หนึ่งเพราะยอดขายที่เกิดขึ้นจะเกี่ยวข้องกับการเตรียมสินค้าคงเหลือให้เหมาะสม

3.2.2 การวางแผนการจัดจำหน่าย เป็นการเตรียมงานแต่ละงานที่จะปฏิบัติ  
เกี่ยวกับการกระจายตัวสินค้า

3.2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ เป็นการจัดการให้มีผลิตรภัณฑ์ขายในตลาด  
โดยไม่ขาดแคลนและมีปริมาณที่เหมาะสม

3.2.4 การดำเนินงานเกี่ยวกับการสั่งซื้อ เป็นขั้นตอนในการจัดการตามใบสั่งซื้อ  
ของลูกค้า

3.2.5 การบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาและคุ้มครองสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดี

3.2.6 การคลังสินค้า เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดทิศทางเคลื่อนไหวของสินค้า เพื่อให้เกิดการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย

3.2.7 การจัดการวัสดุ เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้อุปกรณ์ เครื่องมือที่เหมาะสม เพื่อให้การเคลื่อนย้ายเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

3.2.8 การขนส่ง เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าว่าจะใช้วิธีไหน และอย่างไรจึงเหมาะสมและประหยัดที่สุด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ

4.1 การโฆษณา เป็นเครื่องมือที่ดีที่สุด สำหรับการสร้างรูปแบบของการติดต่อสื่อสารที่ไม่ใช้บุคคลที่ต้องจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์ เพื่อนำเสนอ และส่งเสริมความคิดของสินค้าหรือบริการ

4.2 การส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือระยะสั้นเพื่อส่งเสริมให้มีการติดตามหรือซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น เช่น คุปอง การประกวด การให้ของแจก เป็นต้น โดยบริษัทจะใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายเพื่อสร้างการตอบสนองที่เร็วให้กับข้อเสนอของผลิตภัณฑ์และเพื่อกระตุ้นยอดขาย

4.3 การประชาสัมพันธ์ เป็นแผนการที่กำหนดขึ้นมาเพื่อส่งเสริมหรือสร้างภาพพจน์ของบริษัท เนื่องจากการประชาสัมพันธ์จะมีความน่าเชื่อถือสูง เพราะข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจะมีความเป็นจริงต่อลูกค้ามาก

4.4 การขายโดยใช้พนักงานขาย จะเป็นการติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยตรงเป็นลักษณะของการเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้า โดยพนักงานขายสามารถนำเสนอสินค้าและตอบข้อซักถามให้กับลูกค้าจนเกิดความต้องการและเกิดการตัดสินใจซื้อได้มากที่สุด

4.5 การตลาดทางตรง เป็นรูปแบบการตลาดที่มีการใช้สื่อหลายรูปแบบเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น โทรศัพท์ จดหมาย เป็นต้น ซึ่งลักษณะข่าวสารที่ส่งไปสามารถเจาะให้กับผู้รับแต่ละคนได้

### ทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนการบริหารจัดการ

ผู้ประกอบการที่ดีต้องให้ความสำคัญในการบริหารคนซึ่งคนเป็นทรัพยากรที่มีค่าในองค์กร ในการวางแผนทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์มีหัวข้อหลัก ๆ ในการกำหนดแผนงานดังนี้ คือ (สมยศ นาวิการ, 2546, หน้า 35)

1. การวางแผนกำลังคน เป็นการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากรมนุษย์ในการวางแผนกำลังคน ผู้ประกอบการจะต้องร่วมคิดกับฝ่ายต่าง ๆ ในการจัดทำแผนกำลังคน

2. การจ้างงาน จะต้องเกี่ยวข้องกับการสรรหา การบรรจุและการว่าจ้างในแผนงานนี้ จะต้องเน้นที่เชิงรุก และเน้นเรื่องความยุติธรรมและความสามารถเป็นหลัก

3. การประเมินผลการปฏิบัติงาน ผู้ประกอบการควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงาน ที่เป็นระบบด้วยเครื่องมือชี้วัดที่ชัดเจน ต้องมีการกลั่นกรองที่ดีจากผู้บริหารหลาย ๆ ฝ่ายเพื่อให้เกิดความโปร่งใส

4. การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน เป็นการเพิ่มคุณค่าของชีวิตและงานให้กับพนักงาน เมื่อพนักงานเกิดการพัฒนาจะทำให้คนเกิดการเรียนรู้และสามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดแรงงานนั่นเอง

5. การวางแผนอาชีพและการเลื่อนตำแหน่ง โดยปกติผู้บริหารจะเป็นผู้กำหนดจากตัวบุคคล แต่เพื่อความเหมาะสมควรใช้ระบบคณะกรรมการ เน้นการประเมินจากศักยภาพของพนักงานอย่างเป็นระบบที่เน้นหลักความยุติธรรมและความสามารถ

6. การขึ้นเงินเดือนประจำปี ผู้ประกอบการควรมีการกำหนดงบประมาณในส่วนนี้ไว้ก่อนล่วงหน้า โดยพื้นฐานการขึ้นเงินเดือนมาจากการประเมินผลการปฏิบัติงาน ระบบการขึ้นเงินเดือนจะต้องเป็นธรรมและสามารถอธิบายได้

7. การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ โดยหลักการทั่วไปทุกบริษัทจะมีกฎหมายกำหนด โดยประกอบการต้องดูจากความต้องการของพนักงานเป็นหลัก โดยเปรียบเทียบค่าตอบแทนและสวัสดิการกับอุตสาหกรรมโดยรวม

8. วินัยและการร้องทุกข์ ผู้ประกอบการควรตรวจสอบเสมอว่าพนักงานมีความโปร่งใสในการทำงานมากน้อยเพียงใด โดยอาจศึกษาจากความผิดพลาดจากการทำงานหรือการร้องทุกข์จากลูกค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กร

9. แรงงานสัมพันธ์ ในส่วนนี้จะเน้นถึงการศึกษาถึงพฤติกรรมของคน เน้นการสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเอง อบอุ่น การทำงานไม่เครียด ทำงานเป็นทีมและเปลี่ยนแปลงแนวความคิดการทำงาน ของพนักงานให้เป็นหุ้นส่วนซึ่งกันและกัน

10. ความปลอดภัยในการทำงาน เป็นการสร้างระบบการเพิ่มความปลอดภัยให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ส่วนในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการจัดการและการบริหาร เน้น 3 หลักการ ในการทำให้บุคคลากรหรือพนักงานมีความยินดีหรือมีความสุขในการทำงาน ภายใต้อายุหลักของบริษัทยุทธศาสตร์ของตัวเอง ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้ได้แก่

10.1 กลยุทธ์ในการวางแผนการจัดการและแผนคนโดยเน้นต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งชั้น ภายใต้นโยบายของบริษัท



10.2 กลยุทธ์ในการวางแผนการจัดการและแผนคน โดยเน้นการตอบสนองของการสร้างความแตกต่างที่เหนือคู่แข่ง และภายใต้นโยบายของบริษัท

10.3 กลยุทธ์ในการวางแผนการจัดการและแผนคน โดยเน้นการตอบสนองของลูกค้าหรือพนักงานที่เหนือคู่แข่ง ภายใต้นโยบายของบริษัท

### ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดทำแผนการผลิต

ในการจัดทำแผนการผลิตและแผนการดำเนินการ (Production and Operation Plan) เป็นผู้ประกอบการต้องมีเป้าหมายหลักในการผลิตสินค้าและบริการที่ต้นทุนในการผลิตที่ต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น ดังนั้นในแผนนี้ผู้ประกอบการจะเน้นที่ต้นทุนการผลิตเป็นหลักนั่นเอง (วิชิต อุ๋อัน, 2551)

ก่อนอื่นผู้ประกอบการต้องศึกษาก่อนว่าโครงสร้างของต้นทุนการผลิตประกอบไปด้วยต้นทุนประเภทใดบ้าง โดยทั่วไปต้นทุนในการผลิตจะมี 2 ประเภท คือ

1. ต้นทุนคงที่ คือ ต้นทุนที่ผู้ประกอบการมีค่าใช้จ่ายครั้งเดียวในการเริ่มต้น เช่น เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าผู้ประกอบการจะผลิตมากหรือน้อย ต้นทุนประเภทนี้ก็ยังคงเสียเท่าเดิม

2. ต้นทุนผันแปร เป็นต้นทุนที่มีการผันแปรไปตามปริมาณการผลิต คือ ผลิตมากก็ย่อมเสียต้นทุนประเภทนี้มาก ผลิตน้อยก็เสียน้อย เช่น วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตต่าง ๆ นอกเหนือจากการวิเคราะห์ต้นทุนแล้ว ในการผลิตและการดำเนินการผู้ประกอบการต้องมีการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับระบบการผลิตของบริษัท ระบบการผลิตในที่นี้จะประกอบไปด้วย 3 ปัจจัย คือ

2.1 ปัจจัยนำเข้า (Input) ในที่นี้ก็คือปัจจัยการผลิตนั่นเอง

2.2 กระบวนการแปรสภาพ (Process) เป็นวิธีการแปรสภาพ หรือเป็นกระบวนการในการแปลงจากปัจจัยการผลิตให้เป็นผลผลิตนั่นเอง

2.3 ผลผลิต (Output) เป็นสินค้าและบริการที่ผู้ประกอบการทำการผลิตเป็นสินค้าหรือบริการของบริษัทนอกเหนือจากกระบวนการผลิตแล้ว ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในการกำหนดแผนงานปฏิบัติการในการผลิต โดยแผนงานในการผลิตประกอบด้วยหลักการต่าง ๆ 10 ประการคือ

2.3.1 คุณภาพ

2.3.2 การออกแบบสินค้าและบริการ

2.3.3 กำลังการผลิต



2.3.4 การออกแบบงานและการจัดการแรงงาน

2.3.5 สถานที่ตั้ง

2.3.6 การออกแบบผังโรงงาน

2.3.7 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

2.3.8 การจัดการสินค้าคงคลัง

2.3.9 การกำหนดตารางการผลิต

2.3.10 การบำรุงรักษาเครื่องมือเครื่องจักรอุปกรณ์

โดยแผนงานการผลิตทั้ง 10 ประการ ผู้ประกอบการควรนำกลยุทธ์หลัก ๆ มาใช้ คือ กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และในการจัดทำแผนการผลิตและการดำเนินงานสามารถกำหนดเป็นขั้นตอนย่อย ๆ ดังนี้ คือ

1. การวิเคราะห์กระบวนการผลิต
2. การกำหนดแนวคิดการผลิตและการดำเนินงาน
3. แผนปฏิบัติการการผลิตและการดำเนินการ
4. สรุปค่าใช้จ่ายในการผลิตและการปฏิบัติการ

### ทฤษฎีเกี่ยวกับแผนการเงินและการวิเคราะห์ทางการเงิน

ทฤษฎีการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ทางการเงิน ประกอบด้วย (เริงรัก จำปาเงิน, 2544, หน้า 64-66)

#### 1. การจัดทำแผนการเงิน

การจัดทำแผนการเงิน เป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสามารถทำให้ธุรกิจประเมินสถานการณ์ว่า ควรจะทำอะไรในอนาคต โดยทั่วไปสิ่งที่จะพิจารณาในส่วนของสถานะทางการเงิน คือ

1.1 แนวโน้มทางการเงินของธุรกิจในปัจจุบันเป็นเช่นไร โดยพิจารณาผลของการวิเคราะห์งบการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์งบดุล งบกำไรขาดทุน ฯลฯ

1.2 พิจารณาแนวโน้มจากหน้าที่ที่สำคัญทางการเงิน และการเงินที่มีหน้าที่หลัก ๆ 2 หน้าที่ คือ

1.2.1 การหาเงินทั้งที่จากการขายสินค้า ระดมเงินลงทุนเพิ่มหรือการกู้เงินเพื่อนำมาใช้ในการขยายกิจการ เป็นต้น

1.2.2 นำเงินที่มีอยู่ไปใช้จ่ายอะไรบ้าง (การจัดสรรทุน)

## 2. การวิเคราะห์ทางการเงิน

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำเครื่องมือทางการเงินมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อศึกษาถึงโครงการที่จัดทำขึ้นคุ้มทุนหรือไม่ โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ดังนี้

2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) หมายถึง ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปี ตลอดอายุโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ คำนวณจากสูตร

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+k)^t} - C_0$$

โดย  $B_t$  = กระแสเงินสดรับสุทธิตายปี ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่  $n$

$C_0$  = เงินจ่ายลงทุนโครงการ

$\sum_{t=1}^n$  = ผลบวกของโครงการตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่  $n$

$K$  = อัตราลดค่า

เกณฑ์ในการตัดสินใจ

1. มูลค่าปัจจุบัน (NPV) มีค่าเป็นบวก จะยอมรับโครงการ

2. มูลค่าปัจจุบัน (NPV) มีค่าเป็นลบ จะปฏิเสธโครงการ

มูลค่าปัจจุบันสุทธิที่ได้จากการคำนวณสามารถนำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจความเหมาะสมของโครงการที่จะลงทุน กล่าวคือถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าศูนย์แสดงว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า เนื่องจากโครงการที่ให้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนหรือผลประโยชน์เท่ากับ หรือมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าศูนย์แสดงว่า การลงทุนไม่คุ้มค่าเนื่องจากเป็นโครงการที่ผลตอบแทนต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ

2.2 อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal financial Rate of Return: IRR) คือ อัตราลดค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับเท่ากับมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่ายคำนวณได้โดยการหาปัจจัยลดค่าโดยประมาณจากสูตร แล้วนำไปเปิดตารางมูลค่าปัจจุบันแบบสะสม

$$C_0 = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+IRR)^t}$$

โดย  $B_t$  = กระแสเงินสดรับสุทธิตายปี ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่  $n$

$C_0$  = เงินจ่ายลงทุนในโครงการ

$$\sum_{t=1}^n = \text{ผลบวกของโครงการตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่ } n$$

$$IRR = \text{อัตราผลตอบแทนลดค่า}$$

2.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) คือ ระยะเวลา (เป็นจำนวนปี/ เดือน หรือวัน) ที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการสามารถชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอน เริ่มระยะเวลาโครงการพอดี โดยนำกระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการในแต่ละปี มาเปรียบเทียบกับเงินสดที่จ่ายลงทุนเมื่อเริ่มโครงการว่าจะใช้ระยะเวลานานเท่าใดจึงจะคุ้มทุนตอนเริ่มโครงการ วิธีนี้นิยมใช้มากในทางธุรกิจ

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน (PB)} = \frac{\text{เงินสดจ่ายลงทุน}}{\text{กระแสเงินสดรับสุทธิรายปี}}$$

### ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการความเสี่ยง

ความเสี่ยง หมายถึง โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาด ความเสียหาย การรั่วไหล ความสูญเปล่าหรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งอาจเกิดขึ้นในอนาคต และมีผลกระทบหรือ ทำให้การดำเนินงานไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ เป้าประสงค์ และเป้าหมายของ องค์การทั้งในด้านยุทธศาสตร์การปฏิบัติงาน การเงิน และการบริหาร ซึ่งอาจเป็นผลกระทบ ทางบวกด้วยก็ได้ โดยการวัดจากผลกระทบ (Impact) ที่ได้รับและโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) ของเหตุการณ์ (งานประกันคุณภาพและบริหารความเสี่ยง คณะวิทยาและวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550)

ความเสี่ยง จำแนกได้ 4 ลักษณะ

Strategic Risk คือ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องในระดับยุทธศาสตร์ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ กฎหมาย ตลาด ภาพลักษณ์ ผู้นำ ชื่อเสียง ลูกค้า เป็นต้น

1. Operational Risk คือ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องระดับปฏิบัติการ เช่น กระบวนการ เทคโนโลยี และคนในองค์กร เป็นต้น

2. Financial Risk คือ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับด้านการเงิน เช่น การผันผวนทางการเงิน สภาพคล่อง อัตราดอกเบี้ย ข้อมูลเอกสารหลักฐานทางการเงิน และการรายงานทางการเงิน บัญชี เป็นต้น

3. Hazard Risk คือ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องในด้านความปลอดภัย จากอันตรายต่อชีวิต และทรัพย์สิน เช่น การสูญเสียชีวิตและทรัพย์สินจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ และการก่อการร้าย เป็นต้น

ปัจจัยเสี่ยง หมายถึง ต้นเหตุ หรือสาเหตุที่มาของความเสียหาย ที่จะทำให้เกิดไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยต้องระบุได้ด้วยว่าเหตุการณ์นั้นจะเกิดที่ไหนเมื่อใด เกิดขึ้นได้อย่างไรและทำไม ทั้งนี้สาเหตุของความเสียหายที่ระบุ ควรเป็นสาเหตุที่แท้จริง เพื่อจะได้วิเคราะห์และกำหนดมาตรการลดความเสี่ยงในภายหลังได้อย่างถูกต้อง เมื่อหน่วยงานพิจารณาโอกาส/ ความถี่ที่จะเกิดเหตุการณ์ (Likelihood) และความรุนแรงของผลกระทบ (Impact) ของแต่ละปัจจัยเสี่ยงแล้วให้นำผลที่ได้มาพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง และผลกระทบของความเสียหายต่อหน่วยงานว่าก่อให้เกิดความเสี่ยงในระดับใด ซึ่งจะทำให้หน่วยงานทราบว่า มีความเสี่ยงใดเป็นความเสี่ยงสูงสุดที่จะต้องบริหารจัดการก่อน

การบริหารความเสี่ยง หมายถึง กระบวนการที่ใช้ในการบริหารจัดการให้โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงลดลง หรือผลกระทบของความเสียหายจากเหตุการณ์ความเสี่ยงลดลง อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ ซึ่งการจัดการความเสี่ยงมีหลายวิธี ดังนี้

1. การยอมรับความเสี่ยง (Risk Acceptation)
2. การลด/ การควบคุมความเสี่ยง (Risk Reduction)
3. การกระจายความเสี่ยง หรือการโอนความเสี่ยง (Risk Sharing)
4. การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk Avoidance)

[http://www.ex-mba.buu.ac.th/Research/Bangsaen/Ent-4-Bs/51711240/05\\_ch2.pdf](http://www.ex-mba.buu.ac.th/Research/Bangsaen/Ent-4-Bs/51711240/05_ch2.pdf)

## ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

คุณลักษณะคุณภาพการบริการ (SERVQUAL's Five Dimensions)

Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1985, pp. 41-50) ได้กำหนดคุณลักษณะคุณภาพการบริการ (SERVQUAL's Five Dimensions) เพื่อนำมาใช้ร่วมกับเครื่องมือในการวัดคุณภาพหรือ SERVQUAL ดังนั้น การพัฒนาบุคลากรมีความจำเป็นในอาชีพบริการ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนศักยภาพของบุคคล หน่วยงาน หรือองค์กร ดังนั้นการบริการที่ดีคุณภาพที่ดีจะเกิดขึ้นกับตัวบุคคล โดยอาศัยทักษะ เทคนิค กลยุทธ์ที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและอยากกลับมาใช้บริการอีกต่อไป ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประการ ประกอบด้วย

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ ควรให้บริการอย่างถูกต้อง เอาใจใส่ เป็นความคาดหวังของลูกค้าที่จะได้รับการบริการที่ไม่มี ความผิดพลาด โดยมีประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- 1.1 ควรให้บริการตามที่ให้สัญญาไว้
- 1.2 แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ
- 1.3 ควรให้บริการตรงต่อความต้องการ

- 1.4 ควรให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้
  - 1.5 พยายามให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด
2. การตอบสนอง (Responsiveness) คือ ความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการได้ทันที เนื่องจากการปล่อยให้ลูกค้ารอโดยไม่มีเหตุอันควร ทำให้เกิดความรู้สึกทางลบต่อคุณภาพบริการ ดังนั้น เมื่อเกิดข้อบกพร่องนี้ขึ้น ความสามารถที่จะแก้ไขได้โดยเร็วแบบมืออาชีพจะทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจในทางบวกให้แก่ลูกค้า สามารถปฏิบัติได้ดังนี้
- 2.1 ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว
  - 2.2 มีความยินดีที่ให้บริการเสมอ
  - 2.3 มีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ
  - 2.4 ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบก่อนถึงเวลาที่ให้บริการ หรือการเข้าพบลูกค้า
3. การให้ความมั่นใจ (Assurance) ความรู้และสุขภาพของพนักงานรวมทั้งความสามารถที่ทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจมั่นใจ คุณภาพด้านนี้จะรวมถึงความเคารพลูกค้า และการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถปฏิบัติได้ดังนี้
- 3.1 สามารถสร้างความมั่นใจได้เมื่อลูกค้ามาติดต่อ
  - 3.2 ทำให้รู้สึกไว้วางใจได้ เมื่อลูกค้ามาติดต่อ
  - 3.3 มีความสุภาพอ่อนน้อม
  - 3.4 มีความรู้ในงานที่ให้บริการอยู่
4. การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) เป็นความพยายามที่จะเข้าใจในความต้องการของลูกค้า มีการดูแลลูกค้าทั้งก่อนการขาย ระหว่างการขาย และหลังจากการขาย ดังต่อไปนี้
- 4.1 ให้ความสนใจเป็นการส่วนตัว
  - 4.2 ให้บริการอย่างเอาใจใส่
  - 4.3 ถือผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ
  - 4.4 เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า
5. การสัมผัสได้ (Tangibles) คือ ความสะอาดสวยงามทางด้านวัตถุ อุปกรณ์ บุคลากร และสิ่งที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ เนื่องด้วยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพนั้น เป็นสิ่งหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความดูแลเอาใจใส่ในรายละเอียดที่ผู้ให้บริการเปิดเผยให้เห็น เช่น
- 5.1 อุปกรณ์ที่ทันสมัย
  - 5.2 ความสะอาดทางเทคโนโลยี
  - 5.3 ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการ
  - 5.4 บุคลิกภาพแบบมืออาชีพ

### 5.5 ความสะดวกในการให้บริการ ทั้งองค์กรและผู้ให้บริการ

Shell (1975, pp. 252–268) ได้ กล่าวถึงทฤษฎีของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่ระบบย้อนกลับ ความสุขที่สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

จากการศึกษาของ Knob และ Stewart ได้อ้างถึงเรื่องความพึงพอใจของปัจเจกบุคคลว่ามีความแตกต่างกันไปตามความแปรปรวนของการตอบสนองของความพึงพอใจ มีพื้นฐานจากองค์ประกอบที่ซับซ้อน ลักษณะความพึงพอใจจะแสดงออกในรูปของอารมณ์ ซึ่งจากการศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับความ พึงพอใจที่ผ่านมาพบว่า มักมีการพิจารณาความพึงพอใจในแง่ของทัศนคติ แรงจูงใจ ความคาดหวัง การได้รับรางวัล และความสมดุลงานอารมณ์เป็นต้น

Vroom (1964, p. 99) กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น โดยทัศนคติด้านบวก จะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Rosenberg และ Holland กล่าวว่า ทัศนคติประกอบด้วยสามส่วน ส่วนที่หนึ่งเป็นความรู้สึก ความเข้าใจ กล่าวคือ เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ความนึกคิดอีกเรื่องหนึ่ง ส่วนที่สองเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์หรือความรู้สึกเกี่ยวกับอารมณ์ ส่วนที่สามเป็นเรื่องเกี่ยวกับการกระทำ หรือพฤติกรรมเป็นส่วนที่มีผลต่อการ กำหนดพฤติกรรม

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2526, หน้า 74) ให้ ความหมายว่า ความพึงพอใจ เป็นการให้ค่า ความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ เป็นต้น (<http://learners.in.th/file/bandparadise/Paradise2.doc>)

สรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนอง ตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการจะเกิดขึ้นหรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล

**ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior)**



มีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้หลายท่านด้วยกัน ได้แก่

Engle, Blackwe และMiniard กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง “กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาและการบริโภคใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมเพื่อให้กิจกรรมนั้นลุล่วง” (ธงชัย สันติวงษ์, พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด, หน้า 2549)

เสรี วงษ์มณฑา (2548, หน้า 32-46) กล่าวว่า พฤติกรรมบริโภค คือ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้

สุภาวดี บุญออก (2546) กล่าวว่า พฤติกรรมแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้การประเมินผล หรือจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ซึ่งเหตุผลที่คุณจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้คุณสามารถสร้างกลยุทธ์ที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค และความสามารถในการค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคม ได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น

#### 1. พฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541, หน้า 124-125) พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคค้นหา การซื้อ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา สชิพแมน และแคนนุก (Schiffman and Kanuk, 1988, p. 6) หรือหมายถึง การศึกษาพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ คือ

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ มีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาด ที่การทำให้ลูกค้าพอใจ ดังนั้นจึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อจัดสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

2. สาระสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าว จะอยู่ที่กิจกรรมหลัก 3 ประการคือ

##### 2.1 การจัดหา (Obtaining)

หมายถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่คนนำไปสู่การซื้อหรือได้มาซึ่งรับสินค้าและบริการมาใช้ กิจกรรมนับตั้งแต่การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งรวมไปถึงการเปรียบเทียบสินค้าและบริการแต่จนถึงการตกลงใจซื้อ ทั้งนี้ก็วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะต้องสนใจและพิจารณาด้วยพฤติกรรมอย่างไร

## 2.2 การบริโภค (Consuming)

หมายถึงการติดตามดูว่าผู้บริโภคนั้นทำการใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ ที่ไหน อย่างไร ภายใต้สถานการณ์อย่างไร รวมถึงตลอดไปถึงการดูด้วยว่า การใช้สินค้านั้นทำไปเพื่อความสุขออย่างครบเครื่องสมบูรณ์แบบ หรือเพียงเพื่อความต้องการขั้นพื้นฐานเท่านั้น

## 2.3 การกำจัดหรือทิ้ง (Disposing)

หมายถึงการติดตามดูว่า ผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการ และหีบห่อของสินค้าหมดไปอย่างไร โดยติดตามดูพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดำเนินไป และที่กระทบต่อสภาพแวดล้อมรอบตัวด้วย รวมไปถึงการดำเนินการโดยวิธีอื่นกับสินค้าหรือบริการที่ใช้แล้ว

## 3. ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อและใช้บริการของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ โดยที่เราสามารถแบ่งปัจจัยที่จะมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ออกเป็น 2 ประการ ได้แก่

### 3.1 ปัจจัยภายใน (Internal Factors)

ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล ในด้านความคิดและการแสดงออก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ หรือความปรารถนา แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทัศนคติ การรับรู้

#### 3.1.1 ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (wants) และความปรารถนา (Desires)

ความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนา เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันและสามารถใช้แทนกันได้ ซึ่งเราจะใช้คำว่าความต้องการในการสื่อความเป็นส่วนใหญ่ โดยที่ความต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคลจะเป็นจุดเริ่มต้นของความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการ คือ เมื่อเกิดความจำเป็นหรือความต้องการ ไม่ว่าจะในด้านร่างกายหรือจิตใจขึ้น บุคคลก็จะหาทางที่จะสนองความจำเป็นหรือความต้องการนั้น ๆ เราอาจจะกล่าวได้ว่า ความต้องการของมนุษย์หรือความต้องการของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์สำหรับการตลาดยุคใหม่ และเป็นปัจจัยสำคัญของแนวความคิดทางการตลาด (Market concepts)



3.1.2 แรงจูงใจ (Motive) เมื่อบุคคลเกิดปัญหาทางกายหรือในจิตใจขึ้นและหากปัญหานั้นไม่รุนแรงเขาอาจจะปล่อยวาง ไม่คิด ไม่ใส่ใจ หรือไม่ทำการตัดสินใจใด ๆ แต่หากปัญหานั้น ๆ ขยายตัวหรือเกิดความรุนแรงยิ่งขึ้น เขาก็จะเกิดแรงจูงใจในการพยายามที่จะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่เรา ต้องศึกษาถึงความต้องการ และความคิดของผู้บริโภค เพื่อที่จะสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคให้ได้

3.1.3 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาจากความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจต่าง ๆ ระยะเวลาและแสดงออกมาในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรูปแบบในการสนอง (Reaction) ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นลักษณะการตอบสนองในรูปแบบที่คงที่ต่อตัวกระตุ้นทางสภาพแวดล้อม เช่น ผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้นำจะแสดงออก หรือตอบ-สนองต่อปัญหาด้วยความมั่นใจ และกล้าแสดงความคิดเห็น มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ในขณะที่ผู้ที่ขาดความมั่นใจในตนเองไม่กล้าเสนอแนะความคิดเห็นและรับอิทธิพลจากผู้อื่นได้ง่าย จะมีลักษณะเป็นคนที่ชอบตามผู้อื่น

3.1.4 ทศนคติ (Attitude) เป็นการประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล โดยทัศนคติจะมีผลต่อพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล ดังนั้น เมื่อเราต้องการให้บุคคลใด ๆ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เราจะต้องพยายามที่จะเปลี่ยนทัศนคติของเขา ก่อน แต่ในความเป็นจริง ทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นในจิตใจ ดังนั้น การปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค ย่อมกระทำได้ง่ายกว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งต้องใช้ความเข้าใจ แรงพยายาม และระยะเวลาดำเนินการที่ยาวนาน

3.1.5 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น ก้าวแรกของการเข้าสู่ความคิดในการสร้างความต้องการแก่ผู้บริโภค คือ ต้องการให้เกิดการรับรู้ก่อน โดยการสร้างภาพพจน์ของสินค้าหรือองค์การให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นการสร้างการยอมรับได้เท่ากับเป็นการสร้างยอดขายนั่นเอง

3.1.6 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลทั้งที่เกิดจากการรับรู้และประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะยาว ดังนั้น หากมีการรับรู้ แต่ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อนข้างจะคงที่ ก็ยังไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้

### 3.2 ปัจจัยภายนอก (External Factors)

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

3.2.1 สภาพเศรษฐกิจ (Economy) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อ (purchasing power) ของผู้บริโภค ทั้งในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 ครอบครัว (Family) การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน เช่น การตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากครอบครัว ซึ่งครอบครัวจะมีผลต่อพฤติกรรมบุคคลได้สูงกว่าสถาบันอื่น ๆ เนื่องจากบุคคลจะใช้ชีวิตในวัยเด็ก ซึ่งเป็นวัยซึมซับและเรียนรู้ลักษณะอันจะก่อให้เกิดเป็นนิสัยประจำ (Habits) ของบุคคลไปตลอดชีวิต เป็นต้น

3.2.3 สังคม (Social) กลุ่มสังคมนั้น ๆ ตัวของบุคคลมีผลต่อการปรับพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นในทิศทางเดียวกัน เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หรือที่เรียกว่า กระบวนการ-การขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ค่านิยมของสังคม (Social Values) และความเชื่อ (Believes) ทำให้ต้องศึกษาถึงลักษณะของสังคม เพื่อจะทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ โดยเฉพาะบรรทัดฐาน (Norms) ที่สังคมกำหนด

3.2.4 วัฒนธรรม (Culture) เป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงาม และยอมรับปฏิบัติมา เพื่อให้สังคมดำเนินและมีพัฒนาการไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรม เพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยวัฒนธรรมเป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน (Basic values) การรับรู้ (Perception) ความต้องการ (Wants) และพฤติกรรม (Behaviors) จึงเป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิต (Lifestyles) ที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ ประกอบด้วย ค่านิยมการแสดงออก ค่านิยมในการใช้วัตถุหรือสิ่งของ หรือแม้กระทั่งวิถีคิดก็เป็นวัฒนธรรมด้วย

3.2.5 การติดต่อธุรกิจ (Business Contact) หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้าหรือบริการนั้น ๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักและพบเห็นบ่อย ๆ ก็จะมีคามคุ้นเคย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น ดังนั้นธุรกิจจึงควรเน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า (Brand Contact) นำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคได้พบเห็น ได้รู้จัก สัมผัส ได้ยิน ได้ฟังด้วยความถี่สูง การสร้างให้บุคคลเกิดการเปิดรับ (Exposure) มากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ได้ประโยชน์มากขึ้นเท่านั้น ตามหลักจิตวิทยาที่มีอยู่ว่าความคุ้นเคยนั้น ก่อให้เกิดความรัก

3.2.6 สภาพแวดล้อม (Environment) การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความปรวนแปรของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำหรือเชื้อเพลิง ผลกระทบของปรากฏการณ์ El Ninyo และ La Nina เป็นต้น ส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน

เราจะเห็นว่าปัจจัยแวดล้อมภายนอกจะมีความสำคัญและอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ เพียงแต่องค์ประกอบแต่ละตัวจะมีความรุนแรงและผลกระทบในมิติที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรที่จะต้องตื่นตัวและตระหนักถึงความสำคัญ โดยติดตามตรวจสอบและวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อสินค้าและบริการของอย่างต่อเนื่อง (<http://learners.in.th/file/genius /C2.doc>)

### การบริการร้านหนังสือ

ธุรกิจหนังสือถือเป็นธุรกิจ SMS เป็นธุรกิจน้ำซึมบ่อทราย เป็นธุรกิจที่กำไรน้อย โอกาสรักรวยในเวลาอันรวดเร็วไม่มีไม่มีพลุด กำไรครวระมาก ๆ คนที่หวังรวยเร็วอย่าเปิดร้านหนังสือ ผู้จะเข้ามาทำร้านหนังสือต้องเป็นคนรักหนังสือ ต้องมีทุน ต้องอดทน และมีความสามารถในการบริหารธุรกิจจึงจะนำพาร้านหนังสือให้เติบโตได้

**หลักการบริหารร้านหนังสือ** แบ่งเป็น 3 เรื่อง คือ การบริการคน การบริหารการซื้อ การขาย และการบริหารการเงินและการบัญชี

1. การบริการคน ธุรกิจขายหนังสือเป็นธุรกิจที่มักมีปัญหาเรื่องพนักงาน เพราะการขายหนังสือเป็นงานจำเจ น่าเบื่อ ยิ่งถ้าเป็นร้านที่ขายได้น้อยก็กำไรน้อยพนักงานยิ่งไม่มีอนาคต จึงมีการเปลี่ยนงานกันบ่อย

การบริหารคนหรือพนักงานของร้านหนังสือมีหลักเกณฑ์ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ คือ การรับสมัครพนักงาน ตำแหน่งและหน้าที่ของพนักงานร้านหนังสือ รายได้และสวัสดิการของพนักงาน การอบรมและพัฒนาพนักงาน

1.1 การรับสมัครพนักงาน การบริหารคนต้องเริ่มต้นจากการพิจารณาคัดเลือกคนช่วงรับสมัครพนักงาน เพื่อจะได้บุคคลที่เหมาะสมกับงาน มีหลักในการพิจารณาดังนี้ คือ

1.1.1 ด้านความรู้ ถ้ารับพนักงานขายไม่จำเป็นต้องวุฒิสอง ควรรับ ปวช. หรือ ปวส. พาณิชยการ ถ้าได้แผนการขายยิ่งดี แต่ถ้าเป็นตำแหน่งด้านบัญชี หรือการเงินควรจบ ปวส. หรือปริญญาตรีด้านพาณิชยการหรือบัญชี ถ้าเป็นผู้ช่วยหรือผู้จัดการร้านควรจบปริญญาตรี ถ้าวุฒิทางบริหารธุรกิจจะดีที่สุด ทุกตำแหน่งที่กล่าวมาก็อาจจะไม่ได้ตามที่ต้องการ ต้องดูด้านอื่นประกอบ

1.1.2 ประสบการณ์ในการทำงาน ทุกตำแหน่ง ถ้าผู้มีประสบการณ์ทำงานมาแล้วก็ดีกว่าไม่มีประสบการณ์ทำงานเลย โดยเฉพาะประสบการณ์ที่ตรงกับตำแหน่งหรือประสบการณ์ที่เป็นพนักงานร้านหนังสือยิ่งดี

1.1.3 ทักษะคิดต่อการขายหนังสือ ต้องเป็นคนรักหนังสือ ชอบการขายหนังสือ ซึ่งจะรู้ได้จากการสัมภาษณ์ ถ้าสัมภาษณ์แล้วมีแนวโน้มว่าผู้มาสมัครงานมาทำงานเพื่อรองานอื่นไม่ควรรับ

1.1.4 บุคลิกและการพูดจา นับเป็นเรื่องสำคัญอย่ามองข้าม โดยเฉพาะพนักงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้าได้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่เก็บเงิน แต่ถ้าเป็นพนักงานเก่าซึ่งมีอยู่แล้วผู้จัดการต้องจัดอบรมการพูดจากับลูกค้า

1.2 ตำแหน่งและหน้าที่ของพนักงานร้านหนังสือ การกำหนดตำแหน่ง และหน้าที่ของพนักงานร้านหนังสือถือเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่ง ไม่ว่าร้านหนังสือนั้น จะเป็นร้านใหญ่หรือร้านเล็ก เพราะจะทำให้งานมีระบบและไม่เกียจงานกัน แต่ร้านใหญ่ก็มีพนักงานมากหรือครบทุกตำแหน่ง ร้านเล็กก็มีพนักงานน้อยเท่าที่จำเป็น ตำแหน่งและหน้าที่ต่าง ๆ มีดังนี้

1.2.1 ผู้จัดการร้าน มีหน้าที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

- 1) กำหนดนโยบายและวางแผนงาน
- 2) ควบคุม-ดูแลการปฏิบัติงานของพนักงาน
- 3) บริหารด้านการเงินและสภาพคล่องทางการเงิน
- 4) พิจารณาความดีความชอบของพนักงาน
- 5) แก้ไขปัญหา

1.2.2 หัวหน้าฝ่ายขาย มีหน้าที่ควบคุมดูแลและวางแผนเรื่องต่อไป้การสั่งซื้อหนังสือเข้าร้าน การรับสินค้าและสต็อกสินค้า

1) การจัดหนังสือเป็นหมวดหมู่ให้หาง่าย การขายและการส่งเสริมการขาย

2) วิเคราะห์รายงานการขาย เสนอผู้จัดการ

3) แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น กรณีหนังสือหาย สั่งหนังสือไม่ทันขาย สต็อกสินค้าเกิน

1.2.3 หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน มีหน้าที่ควบคุมดูแลและวางแผนเรื่องต่อไป้

1) การเก็บเงินการขายปลีกหน้าร้านและการขายนอกร้าน

2) การนำเงินเข้าบัญชีและการจ่ายเช็คค่าสินค้า

3) จ่ายเงินเดือน ค่าล่วงเวลาและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

4) บัญชีรายรับ-รายจ่าย รายเดือน

5) เปรียบเทียบสต็อกสินค้าลูกหนี้กับมูลหนี้การค้า

#### 1.2.4 พนักงานขาย มีหน้าที่ดังนี้

- 1) บริการลูกค้า
- 2) รับสินค้า ตรวจสอบความถูกต้องของสินค้ากับใบส่งของ
- 3) ทำรายการสินค้าคืน
- 4) จัดหมวดสินค้าให้เหมาะสม
- 5) จัดหนังสือส่งชื่อเข้ามาใหม่เข้าชั้น
- 6) ตรวจสอบและจัดหนังสือที่วางผิดหมวดให้ถูกต้อง
- 7) จัดบันทึก หนังสือที่ลูกค้าถามหาเพื่อพิจารณาสั่งซื้อต่อไป
- 8) หน้าที่อื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการขายและบริการลูกค้า

#### 1.2.5 เจ้าหน้าที่เก็บเงิน (แคชเชียร์) มีหน้าที่รับเงินและทอนเงินค่าหนังสือ

#### 1.2.6 เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มีหน้าที่ดังนี้

- 1) ตรวจสอบยอดขายรายวันรักษาเงิน และนำเงินเข้าบัญชีธนาคาร
- 2) เก็บรักษาใบส่งของ ใบเสร็จรับเงิน
- 3) รับวางบิล นัดชำระเงิน จ่ายเช็ค ทำบัญชีการจ่ายเงิน
- 4) รวบรวมใบเสร็จทั้งรายรับและรายจ่ายเพื่อการเสียภาษีกลางปีและสิ้นปี
- 5) การบัญชีและการเงินอื่น ๆ

1.2.7 พนักงานอื่น ๆ ที่อาจจะมี เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย พนักงานธุรการ พนักงานทำความสะอาด ฯลฯ

1.3 รายได้และสวัสดิการของพนักงาน ธุรกิจหนังสือเป็นธุรกิจที่มีกำไรน้อย เมื่อเทียบกับการลงทุน การเติบโตของธุรกิจก็เป็นไปแบบช้า ๆ มีน้อยรายที่เติบโตแบบก้าวกระโดด ซึ่งมักจะเป็นรายที่อยู่ในย่านที่ลูกค้าเพิ่มจำนวนมากอย่างรวดเร็ว เช่น ศูนย์การค้าใหญ่ ๆ แต่การลงทุนก็สูงเช่นกัน การให้รายได้หรือสวัสดิการแก่พนักงานจึงมีอาจให้ได้มากกว่าธุรกิจอื่นอย่าง กำไรก็ดีการกำหนดรายได้หรือสวัสดิการควรยึดหลัก กำไรมาก เพิ่มให้มาก กำไรน้อย เพิ่มให้น้อย ขาดทุนไม่เพิ่ม เพื่อเป็นการจูงใจให้พนักงานพยายาม ช่วยกันทำให้ร้านมีกำไร ทั้งนี้ การพิจารณาขึ้นเงินเดือนหรือโบนัสว่าจะให้พนักงานผู้ใดได้มาก พนักงานผู้ใดได้น้อย ต้องมีเหตุผล และเป็นธรรม โดยพิจารณาตามหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

1.3.1 เวลาทำงาน คนมาทำงานมากกว่าต้องได้ผลตอบแทนที่มากกว่าคนที่มาทำงานน้อย จึงต้องมีการบันทึกเวลามาทำงาน

1.3.2 ปริมาณทำงาน คนที่มีปริมาณงานมากกว่า ต้องได้ผลตอบแทนมากกว่า คนที่มีปริมาณงานน้อยกว่า สำหรับผู้ทำงานประเภทเดียวกัน ถ้าทำงานต่างประเภทกัน ผู้บริหาร

ต้องเป็น ผู้พิจารณาเปรียบเทียบ เมื่อเป็นเช่นนี้ พนักงานทุกคนต้องบันทึกการทำงานของตนในแต่ละวัน 6 เดือนทำรายงานให้หัวหน้าฝ่ายและผู้จัดการ

1.3.3 คุณภาพงาน หัวหน้าฝ่ายหรือผู้จัดการพิจารณาจากผลที่เกิดขึ้นจากการทำงานของพนักงานทุกคน จากคำติชมของลูกค้า หรือผู้ร่วมงาน หรือหัวหน้างาน

1.3.4 ความร่วมมือในการทำงาน ทำได้โดยออกแบบ สอบถามในหมู่พนักงานกันเอง และหัวหน้างานพิจารณาประกอบ

1.4 การอบรมและพัฒนาพนักงานองค์กรการค้าทุกประเภท ต้องการให้ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง หากองค์กรโดยยอดขายเติบโตแบบธรรมชาติ สักวันการเติบโตของยอดขายจะลดลงหรือไม่เติบโตเลยสุดท้ายต้องเลิกขายไปเลย การที่จะให้ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องสิ่งที่ต้องทำอย่างหลีกเลี่ยง ไม่ได้ก็คือการเพิ่มประสิทธิภาพพนักงาน การเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงาน ร้านหนังสือ มีหลายวิธี วิธีที่สำคัญมี 2 วิธี คือ การอบรมหรือให้ความรู้แก่พนักงานกับการปรับปรุงเครื่องมือในการทำงานให้มีประสิทธิภาพขึ้น

1.4.1 การอบรมหรือให้ความรู้แก่พนักงานในประเทศไทยมีการอบรมเกี่ยวกับส่งเสริมการขายหรือพัฒนาร้านหนังสือไม่บ่อยนัก ดังนั้นหากมีการจัดขึ้นควรส่งพนักงานไปอบรมให้ตรงกับหัวข้อที่อบรม เช่น ถ้าอบรมหัวข้อ การบริหารร้านหนังสือ ควรส่งผู้จัดการหรือผู้ช่วยผู้จัดการ หรือหัวหน้าฝ่าย หรือถ้าอบรมหัวข้อ เทคนิคการขายหนังสือควรส่งพนักงานขายหรือหัวหน้าฝ่ายขายเข้าอบรม นอกจากการอบรมแล้ว การจะเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานร้านหนังสือ มีอีกวิธีหนึ่งก็คือ หาความรู้จากหนังสือ เช่น หนังสือเรื่อง การบริหารร้านหนังสือ ซึ่งสมาคมผู้จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยจัดแปลจากต้นฉบับภาษาอังกฤษ มีจำหน่ายทั่วไปและมีสมาคมผู้จัดพิมพ์หรือหนังสือเกี่ยวกับเทคนิคการขาย ซึ่งอาจจะเป็นการขายหนังสือทั่วไปมาดัดแปลงใช้ หรือถ้าท่านใดมีความรู้ภาษาอังกฤษดีก็สามารถหาหนังสือต่างประเทศซึ่งเกี่ยวกับการบริหารร้านหนังสืออ่านได้

1.4.2 การปรับปรุงเครื่องมือการทำงานให้มีประสิทธิภาพขึ้น ร้านหนังสือเป็นธุรกิจที่มีจำนวนสินค้ามากและเพิ่มขึ้นเรื่อย หากไม่ใช้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพช่วยโอกาสจะเติบโตหรือขายร้านก็จะยาก เครื่องมือที่เวลานั้นก็คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ ที่ใช้เก็บข้อมูลการซื้อ-ขาย และสแกนบาร์โคดเพื่อคิดราคา เครื่องมือเหล่านี้จะช่วยให้ การขายเร็วขึ้นและการควบคุมหรือตรวจสอบหรือรับสินค้า ส่งคืนสินค้าหรืออื่น ๆ สะดวกและรวดเร็วคุ้มค่า ถ้าคิดหรือตั้งใจแน่วแน่ที่จะทำร้านหนังสือต่อไปตลอด ต้องพิจารณาซื้อเครื่องมือดังกล่าวยิ่งเร็วยิ่งดี ยิ่งช่วงนี้ดอกเบี้ยถูก ถ้ามาซื้อก็ยังคุ้มอย่าไปคิดว่ารอให้ยอดขายมากกว่านี้อีกหนอยค่อยซื้อจึงจะคุ้มถ้าคิดเช่นนั้นร้านที่เปิดใหม่อาจจะแข่งท่านได้



## การบริการการซื้อ-การขาย

ก่อนวิกฤติเศรษฐกิจของประเทศไทยปี 2540 การผลิตหนังสือใหม่เฉลี่ยประมาณวันละ 28 ชื่อเรื่อง ในช่วงกลางปี 2545 การผลิตหนังสือใหม่ของไทยเฉลี่ยประมาณวันละ 43 ชื่อเรื่อง คิดง่าย ๆ ว่า ถ้าเฉลี่ยทั้งปีผลิตหนังสือวันละ 43 ชื่อเรื่อง จะมีหนังสือใหม่ผลิตทั้งปี 2545  $43 \times 365 = 15,695$  ชื่อเรื่อง แต่เห็นจำนวนชื่อเรื่องของหนังสือผลิตใหม่นี้แล้ว ต้องนับว่าเป็นงานหนักของหัวหน้าฝ่ายขายหรือผู้มีหน้าที่สั่งซื้อหนังสือ เข้าร้านเป็นแน่แม้ว่าการสั่งหนังสือเข้าร้านในปัจจุบัน ถ้าเป็นร้านหนังสือขนาด กลาง หรือขนาดใหญ่ก็มักจะบอกกับซัพพลายเออร์หรือสำนักพิมพ์ว่าให้ส่งหนังสือใหม่ทุกรายการอย่างละเล่ม และเมื่อเป็นเช่นนี้ก็จะเป็นภาระหนักของพนักงานจัดหนังสือเข้าชั้น เพราะจำนวนหนังสือในร้านจะมากขึ้นเรื่อย ๆ ต้องมีการคืนหนังสือที่ขายซ้ากลับให้สำนักพิมพ์ การตั้งเงื่อนไขในการสั่งหนังสือเข้าร้านของร้านหนังสือจึงมีความสำคัญต่อการขายหนังสืออย่างยิ่ง จึงขอเสนอแนวคิดในการซื้อหนังสือเข้าร้าน โดยแยกตามประเภทร้านหนังสือ เก่า-ใหม่-ใหญ่-เล็ก หมายถึงร้านหนังสือที่เป็นร้านเก่า ร้านใหม่ ร้านใหญ่และร้านเล็ก ดังนี้

### 1. เทคนิคการซื้อและขายหนังสือ

ร้านใหม่ ในปัจจุบันร้านหนังสือเปิด ใหม่มักเป็นร้านขนาดใหญ่ มีพื้นที่ตั้งแต่ 400 ตารางเมตรขึ้นไปและมักจะอยู่ในศูนย์การค้า ร้านเล็ก ๆ ไม่ค่อยมีเปิดใหม่ซึ่งผู้เขียนไม่ค่อยเห็นด้วยกับการเปิดร้าน หนังสือใหม่ขนาดเล็กพื้นที่ต่ำกว่า 100 ตารางเมตร เพราะบริหารยากและกำไรไม่ค่อยคุ้มกับการลงทุน แต่ถ้าวัดการขายหนังสือเป็นชีวิตจิตใจ มีพื้นที่อยู่แล้วและพร้อมที่จะเสี่ยงกับการขาดทุนและเลิกกิจการในที่สุดก็ทดลองเปิดร้านหนังสือขนาดเล็กได้ ขอแนะนำวิธีการสั่งซื้อหนังสือดังนี้

1.1 ร้านใหม่ขนาดเล็กพื้นที่ไม่เกิน 100 ตารางเมตรหรือตึกแถว 1 หรือ 2 ห้อง (ขนาดห้องละกว้าง 4 เมตร ยาว 12 เมตร) ร้านหนังสือที่มีพื้นที่เล็กขนาดนี้ไม่เหมาะที่จะเป็นร้านหนังสือทั่วไปควรเน้นหนังสือเฉพาะอย่าง มีหลักในการสั่งซื้อและขายหนังสือ ดังนี้

1.1.1 ซื้อ-ขายหนังสือเฉพาะประเภทให้เหมาะกับทำเล เช่น ถ้าเปิดร้านขนาดเล็กในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์ หรือบริเวณใกล้เคียง ควรขายหนังสือคอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์เป็นหลัก อย่างอื่นเป็นรอง หรือถ้าเป็นตึกแถวในสยามสแควร์ 1-2 คูหา ควรขายหนังสือคู่มือและหนังสือเด็กเป็นหลัก โดยต้องมีหนังสือคู่มือหรือหนังสือทุกรายการของทุกสำนักพิมพ์พุดง่าย ๆ คือมีครบ นักเรียนไปหาหนังสือต้องไม่ผิดหวัง และหนังสือใหม่ต้องพยายามให้มีก่อนร้านอื่น

1.1.2 นอกจากหนังสือเฉพาะอย่างแล้ว หนังสืออื่น ๆ ต้องเลือกเฉพาะที่ขายดีของแต่ละสำนักพิมพ์

1.1.3 หนังสือใหม่ต้องคัดเลือกเฉพาะที่ขายดีหรือคิดว่าน่าจะขายดี ไม่ควรให้สำนักพิมพ์ส่งหนังสือใหม่ทุกรายการ

1.1.4 หนังสือที่คิดว่าทำเลของตนไม่มี กลุ่มลูกค้า ไม่ควรนำมาวางเพราะมีที่จำกัด

1.1.5 เนื่องจากเป็นร้านเล็ก การบริการ ลูกค้าต้องให้ประทับใจทุกราย ถ้าจำเป็นต้องมีระบบสมาชิกส่วนลดสมาชิกไม่เกิน 10% หรือถ้าจะมีช่วงส่งเสริมการขาย เช่น เปิดเทอมหรือปีใหม่ ไม่ควรลดเกิน 10% ควรเก็บข้อมูลลูกค้าที่ซื้อครั้งละมาก ๆ หรือลูกค้าประจำ หรือให้เป็นสมาชิกโดยไม่คิดค่าสมัครสมาชิก

1.1.6 หลักการสั่งหนังสือเข้าร้านควรมีกำหนด เช่น สั่งทุก 15 วัน หรือ 30 วัน โดยตรวจเช็คหนังสือที่ขายได้ในรอบเวลาที่ผ่านไป โดยสั่งเท่ากับที่ขายได้ ถ้าเป็นหนังสือขายดีหนังสือหมดก่อนก็สั่งก่อน 15 หรือ 30 วันก็ได้ หนังสือที่ไม่เคลื่อนไหวเลยใน 6 เดือน ต้องทำเรื่องคืนหนังสือ

1.2 ร้านใหม่ขนาดใหญ่ การเปิดร้านใหม่ขนาดใหญ่ (400 ตารางเมตรขึ้นไป) ต้องลงทุนมาก (เกิน 10 ล้านบาทขึ้นไป) เจ้าของหรือผู้จัดการต้องมีประสบการณ์ หรือถ้าไม่มีต้องปรึกษาผู้มีประสบการณ์หรืออ่านหนังสือ การบริหารร้านหนังสือ มาก่อน หลักในการซื้อ-ขายหนังสือของร้านหนังสือใหม่ขนาดใหญ่มีดังนี้

1.2.1 การสั่งหนังสือเข้าร้านของร้านใหม่ขนาดใหญ่นับเป็นเรื่องยากเพราะสำนักพิมพ์ในเมืองไทยมี 200-300 ราย ประเภทหนังสือก็มีหลายสิบประเภทจำนวนชื่อเรื่องหนังสือมีกว่าแสนชื่อเรื่อง ผู้ที่มีหน้าที่เลือกหนังสือเข้าร้าน ควรมีวิธีการและหลักเกณฑ์ในการเลือกหนังสือเข้าร้าน ดังนี้

1) ชั้นแรกต้องหารายชื่อสำนักพิมพ์ทั้งหมด ขอรายการหนังสือมาพิจารณาเลือกเฉพาะหนังสือที่ขายดี โดยให้สำนักพิมพ์เช็ครายการหนังสือขายดีให้ พร้อมทั้งต้องสำรวจตลาดตามร้านหนังสือใหญ่ ๆ ว่าหนังสือแต่ละประเภทหนังสือ เล่มไหนหรือของสำนักพิมพ์ไหนขายดีบ้าง แล้วเลือกสั่งตามเหมาะสม

2) เน้นจุดแข็งของร้าน โดยจัดซื้อบางประเภทที่เหมาะสมกับทำเลให้ครบกว้างสัก 4-5 ประเภท เช่น เน้นหนังสือประเภทดิกส์หรือพจนานุกรม ต้องมีครบทุกแบบทุกสำนักพิมพ์หรือเน้นหนังสือประกอบการเรียน ม.ปลาย หรือ Entrance ต้องมีทุกแบบทุกสำนักพิมพ์หรือเน้นหนังสือแปลขายดีต้องมีทุกเล่ม หรือเน้นหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กขายดีต้องมีทุกเล่ม หรือเน้นหนังสือได้รับรางวัลทุกประเภทมีครบทุกเล่ม หรือเน้นหนังสือใหม่ภายใน 6 เดือน ต้องมีครบทุกเรื่องเป็นต้น



1.2.2 การสั่งหนังสือ ควรสั่งทุก 15 วัน โดยดูจากสต็อกหนังสือ รายการใดเหลือ 0, 1, 2 ต้องสั่งเข้าร้านเพื่อให้ทันขาย หรือถ้ารายการขายดีก่อนครบกำหนดสั่งให้สั่งได้ทันที

1.2.3 ผู้ขายหนังสือต้องศึกษาช่วงเวลาขาย หนังสือบางประเภท เช่น หนังสือนิทานหรือเรื่องสั้น หรือหนังสือแปล ที่ทำเป็นภาพยนตร์กำลังจะเข้าฉาย ต้องสั่งมากเป็นพิเศษ หรือหนังสือที่สื่อหนังสือพิมพ์หรือโทรทัศน์ช่วยสร้างกระแส หรือหนังสือที่มีการเปิดตัว หรือโฆษณา ต้องสั่งมากหน่อย หรือหนังสือเรียนที่มีเทอม ต้องสั่งให้ตรงเทอม และต้องสั่งก่อนเปิดเทอมสัก 15-30 วัน

1.2.4 การบริการการขาย ร้านหนังสือใหญ่ๆ ควรมีพนักงานบริการลูกค้าซึ่งคัดจากพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี ฝึกให้รู้หนังสือต่าง ๆ ในร้านเป็นอย่างดีรู้หนังสือประเภทไหนอยู่ตรงไหน รู้ว่าหนังสือประเภทใดเล่มไหนขายดี เพื่อให้คำแนะนำสำหรับลูกค้าบางคนที่ต้องการคำแนะนำ

1.2.5 การส่งเสริมการขาย นับเป็นสิ่งจำเป็นของการขายหนังสือ ถือเป็นการคืนกำไรให้แก่ลูกค้า ร้านหนังสืออาจ จะมีการลดราคาช่วงเปิดเทอมหรือปีใหม่ แต่ไม่ควรเกิน 10% หรือลูกค้าที่ซื้อมากเกิน 1,000 หรือ 2,000 บาท หรือซื้อประจำควรทำบัตรสมาชิกให้โดยไม่คิดมูลค่า

1.2.6 การคืนสินค้า หนังสือในร้าน ถ้าภายใน 6 เดือนไม่เคยอ่านไหวเลย ควรแบ่งส่งคืนสำนักพิมพ์ เพื่อหนังสือใหม่ จะได้มีที่วาง

1.2.7 หนังสือใหม่ขายดีต้องมีขายทุกเล่ม และพยายามอย่าให้ขาดช่วงเพราะจะเสียโอกาสขายเพราะคนซื้อหนังสือไม่ได้มาร้านของท่านทุกวัน ร้านเก่าขนาดเล็กร้านหนังสือขนาดเล็ก ถ้าทำไม่ประสบผลสำเร็จและพยายามปรับปรุงแล้วก็ยังไม่ดีขึ้นควรเลิกเสีย อย่าฝืนทำ เพราะจะเสียเวลาเปล่า ไปทำอย่างอื่นที่รายได้ดีกว่า แต่ถ้าทำแล้วประสบผลสำเร็จต้องค่อย ๆ ขยายร้าน อย่านำกำไรไปทำอย่างอื่น เพราะถ้าท่านทำร้านหนังสือเล็ก ๆ ได้ผล แสดงว่าท่านมีฝีมือหรือเหมาะที่จะขยายร้าน บางครั้งอาจต้องกู้ยืมเงินสถาบันการเงินก็ควรทำ เพราะช่วงนี้ดอกเบี้ยต่ำ น่าลงทุน ส่วนหลักเกณฑ์ในการซื้อการขายหนังสือก็ดูจากร้านใหม่ขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ประกอบด้วย เพราะถ้าท่านมีฝีมืออีกไม่นานท่านอาจจะเป็นร้านขนาดใหญ่ ร้านเก่าขนาดใหญ่ร้านหนังสือขนาดใหญ่ถ้าทำไม่ประสบผลสำเร็จ (ซึ่งมีน้อยมาก) ต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการบริหารไม่ควรเลิกง่าย ๆ เพราะลงทุนไปมาก นอกจากการปรับปรุงภายในร้านแล้วบางครั้งอาจต้องหาผู้บริหารที่เชี่ยวชาญการบริหาร ร้านหนังสือเข้า มาสู่สถานการณ์ ส่วนร้านขนาดใหญ่ที่พอไปได้ หรือที่ประสบผลสำเร็จอย่างยิ่ง นอกจากจะบริหารการซื้อ-ขายหนังสือตามแบบร้านใหม่ข้างต้นแล้ว ควรจะเน้นเพิ่มเติมในเรื่องต่อไปนี้

- 1) หาวิธีได้หนังสือใหม่มาขายให้เร็วที่สุด
- 2) หาหนังสือขายดีเข้าร้านให้ครบถ้วน และก่อนหมดต้องสั่งให้ทัน  
อย่าให้ขาดช่วง
- 3) การบริการต้องประทับใจลูกค้าร้านหนังสือขนาดใหญ่สมัยใหม่ มักมองไม่เห็นความสำคัญของการบริการลูกค้า จะไม่มีพนักงานบริการ ให้ลูกค้าหาหนังสือเอง
- 4) นำข้อมูลการขายในอดีตมาวิเคราะห์ เพื่อให้การสั่งซื้อหนังสือ มีประสิทธิภาพและเหมาะสม
- 5) ดูแลสต็อกให้เหมาะสม
- 6) สิ้นเดือนต้องทำรายงานสต็อกลูกหนี้ไปเปรียบเทียบกับเจ้าหนี้ โดยดูจากใบส่งของของเจ้าหนี้ที่ยังไม่ชำระเงิน

## 2. การบริหารการเงินและบัญชี มีหลักเกณฑ์ดังนี้

- 2.1 วางระบบการเก็บเงินการขายปลีกให้รัดกุม สลิปค่าหนังสือต้องออกให้ลูกค้าทุกราย เมื่อสิ้นวัน ขายได้เท่าไรต้องนำเงินเข้าบัญชีธนาคารเท่าที่ขายได้
- 2.2 ค่าใช้จ่ายภายในร้านให้จ่ายโดยเช็ค แต่ถ้าเป็นค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดจำนวนน้อยให้จ่ายโดยเงินสดสำรองที่เก็บไว้ที่เจ้าหน้าที่การเงิน
- 2.3 ค่าหนังสือให้จ่ายตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกับแต่ละสำนักพิมพ์ พยายามอย่าให้ผิดเงื่อนไข หากมีปัญหาต้องเจรจากับสำนักพิมพ์ให้เรียบร้อยอย่าให้เสียเครดิต
- 2.4 การจ่ายเงินทุกประเภทต้องมีใบเสร็จให้ถูกต้องครบถ้วนจะได้ไม่ยุ่งยากเวลาเสียภาษี
- 2.5 เมื่อสิ้นเดือนเจ้าหน้าที่บัญชีต้องทำบัญชีแสดงรายรับ-รายจ่าย เสนอผู้จัดการหรือเจ้าของ
- 2.6 ผู้จัดการหรือเจ้าของต้องบริหารสภาพคล่องทางการเงินให้มีประโยชน์สูงสุด และไม่มีปัญหาขาดสภาพคล่อง และถ้าสภาพคล่องทางการเงินเหลือ ต้องนำเงินที่เหลือไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด แต่ต้องไม่เสี่ยงหรือเตรียมเพื่อขยายร้านหรือเปิดร้านใหม่ อ่านหนังสือเสริมปัญญา เพิ่มคุณค่าความเป็นคน ([http://www.pubat.or.th/default/index.php?option=com\\_content&view=article&id=85:-sme&catid=37:articleth&Itemid=5](http://www.pubat.or.th/default/index.php?option=com_content&view=article&id=85:-sme&catid=37:articleth&Itemid=5))

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยา ผู้ทำการวิจัยได้รวบรวมผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เพื่อนำมาเป็นแนวความคิดในการศึกษาดังต่อไปนี้

เศรษฐ์ศิษย์ เขียนวิจิตร (2542) ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการระบบสำนักงานอัตโนมัติของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับ 25,174,379.68 บาท 24,738,277.64 บาท และ 24,468,357.03 บาท ตามลำดับโดยใช้อัตราส่วนลด ร้อยละ 5 ร้อยละ 8 และร้อยละ 10 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่าผลประโยชน์ที่ได้รับของโครงการ มีมูลค่ามากกว่าเงินลงทุนที่เสียไป ทั้ง 3 กรณี และโครงการจะสามารถคืนทุนได้ภายใน 3.08 ปี หรือ 3.19 ปี หรือ 3.27 ปี ตามอัตราส่วนลด ร้อยละ 5 ร้อยละ 8 และร้อยละ 10 แต่ละกรณีตามลำดับ

นายสนธยา รุจิรประเสริฐ (2543) ศึกษาความเป็นไปได้ โครงการฉีดชิ้นงานพลาสติกประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ ผลจากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการภายใต้สมมุติฐานที่กำหนด จะได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 12,163,000 บาท และได้ค่า IRR ร้อยละ 22.51 ซึ่งหมายความว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน นอกจากนี้ยังได้วิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ ซึ่งผลที่ได้แสดงดังนี้

กรณีปริมาณขายเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 10

NPV = 2,423,000 บาท IRR = 17.35%

กรณีต้นทุนการผลิตผันแปรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

NPV = (3,520,000) บาท IRR = 14.01%

ปริมาณขายลดลงร้อยละ 10 และต้นทุนการผลิตผันแปรเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

NPV = (11,926,000) บาท IRR = 8.90%

วันทนา วงศ์ถาวรวัฒน์ (2546) ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนเปิดร้านเช่าชั่วโมง อินเทอร์เน็ต ซอยรื่นรมย์ ถนนรามคำแหง 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-29 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/ นักศึกษา มีเงินเดือนหรือรายได้ที่ได้รับโดยเฉลี่ยต่อเดือน คือ 10,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 1-2 วันต่อสัปดาห์ ช่วงเวลา 18:01-21:00 น. มีการใช้งานนาน 1-2 ชั่วโมง มีอัตราค่าบริการ 11-15 บาท และในส่วนของคุณคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มการใช้บริการของโครงการลงทุนเปิดร้านเช่าชั่วโมงอินเทอร์เน็ต ในซอยรื่นรมย์ ถนนรามคำแหง 24 ผลปรากฏว่า ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะใช้บริการของโครงการ และเมื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ย

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มการใช้บริการโดยเฉลี่ย 3.46 คาดว่าจะใช้บริการโดยเฉลี่ย สัปดาห์ละ 3.17 วัน และวันละ 2.80 ชั่วโมง ส่วนการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน พบว่า การลงทุนในโครงการนี้ เงินลงทุนมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมดเป็นเงิน 1,260,000 บาท อายุโครงการ 5 ปี โดยมีผลวิเคราะห์ดังนี้ ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 10 เดือน 6 วัน ผลตอบแทน การลงทุนของโครงการนี้ เท่ากับ 23.25 เปอร์เซ็นต์ และมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 815,322.18 บาท นอกจากนี้ยังได้ทำการวิเคราะห์ความไว เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของรายได้และ ค่าใช้จ่าย เพิ่มขึ้น และลดลง ร้อยละ 5 พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนของโครงการยังคงมีค่า มากกว่า ศูนย์ ซึ่งยังคงมากกว่าเกณฑ์การตัดสินใจ ดังนั้นโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการ ลงทุน

อณัญญา เตธัญญวรากุล (2547) ศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนโรงงานผลิต เกร็ดพลาสติกกรีไซเคิล ในจังหวัดเชียงราย พบว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากเป็น โครงการที่ให้ผลตอบแทนการลงทุนลดค่ามากกว่า 13% โดยผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ใน ด้านต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการตลาดพบว่าในปัจจุบันอุตสาหกรรมพลาสติกหันมาให้ความสนใจการใช้เกร็ดพลาสติกกรีไซเคิลมากขึ้นเนื่องจากเม็ดพลาสติกใหม่มีราคาแพงทำให้โอกาส ทางการตลาดของเกร็ดพลาสติกมีมาก ด้านเทคนิคที่ส่งผลต่อธุรกิจคือ สถานที่ตั้งควรอยู่ห่าง จากชุมชนเพื่อจะไม่เกิดปัญหาเรื่องมลภาวะ ด้านการจัดการ ด้านการเงิน

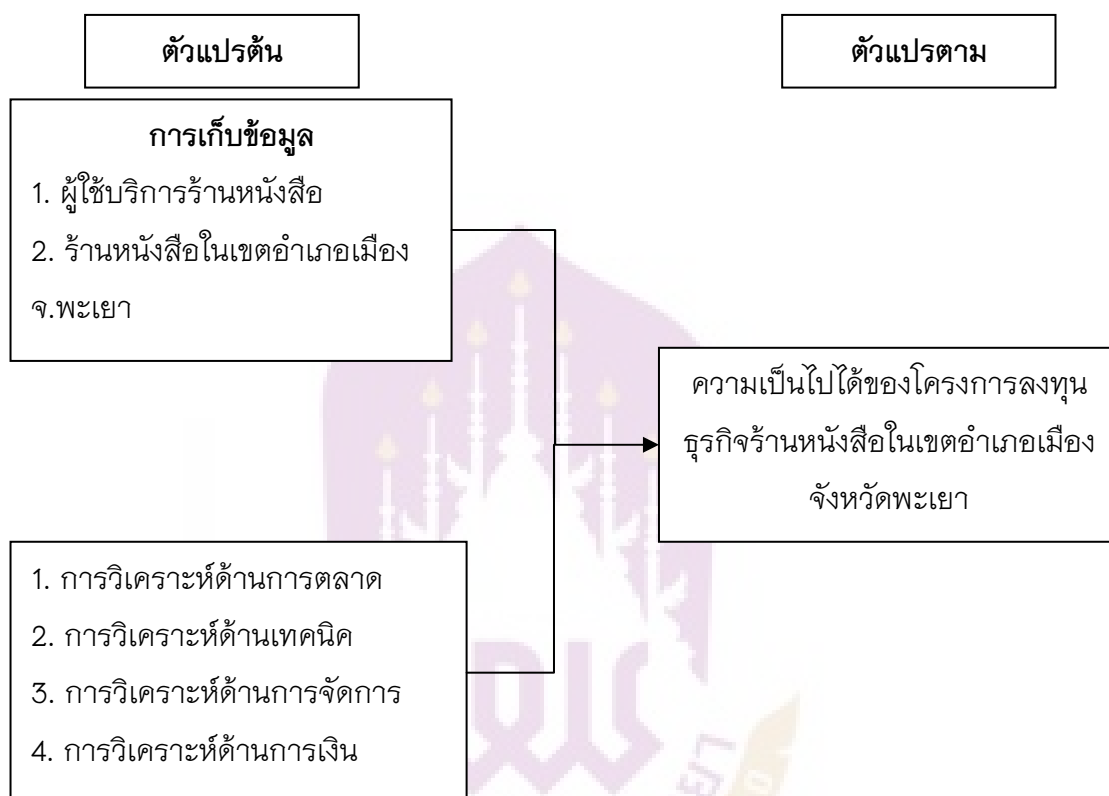
ณัฐติยา จริงจิตร (2549) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบกิจการโรงงานผลิต เม็ดพลาสติกจากขยะพลาสติกเชิงซ้อนในจังหวัดชลบุรีทำให้ได้ข้อมูลดังนี้ การจัดการขยะมูลฝอย ชุมชนของจังหวัดชลบุรีนั้นจะถูกนำมากำจัดรวม ณ ศูนย์กำจัดขยะมูลฝอยรวมจังหวัดชลบุรี ซึ่งในปัจจุบันจะทำการคัดแยกขยะประเภทต่าง ๆ ออกจากกัน โดยขยะประเภทพลาสติกที่สามารถ นำกลับมาใช้ใหม่ได้จะถูกคัดแยกออกเพื่อจำหน่ายให้กับผู้รับซื้อต่อไปโครงการมีความคุ้มค่า ทางเศรษฐกิจ อัตราคิดลดร้อยละ 12 โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 322.32 ล้านบาท ซึ่งมีค่า มากกว่าศูนย์ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนเท่ากับ 1.25 เท่า และอัตราผลตอบแทนภายใน โครงการเท่ากับร้อยละ 40.66 พบว่าโครงการยังมีความเหมาะสมในการลงทุนจากผลงานวิจัย นี้สามารถใช้เป็นกรอบตัวอย่างประกอบแนวทางในการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจผลิตเม็ดพลาสติก จากขยะพลาสติกเชิงซ้อนหรือเป็นแนวทางเบื้องต้นสำหรับธุรกิจการผลิตอื่นที่เป็นสินค้าอุตสาหกรรม ใกล้เคียงกัน โดยใช้ผลจากการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน เป็นตัวแปรสำคัญในการ ตัดสินใจ

รุ่งโรจน์ เบญจมสุทิน และคณะ (2553) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการ อพาร์ทเมนท์ให้เช่า บริเวณหลังมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ผลการศึกษาความเป็นไปได้

ทางเทคนิค พบว่า ทั้งทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อม และลักษณะการออกแบบก่อสร้างอาคาร ห้องพัก ถูกต้องตามกฎหมายควบคุมอาคารจึงมีความเป็นไปได้ในทางเทคนิค ส่วนการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด พบว่า แม้จะมีการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง แต่ด้วยจุดแข็งและกลยุทธ์การตลาดที่โครงการนี้จะนำมาใช้ จึงมีความเป็นไปได้ที่จะมีผู้เข้าพักเต็มตามจำนวนห้องพักของโครงการ เมื่อพิจารณาผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 6,345,508 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 9.65 % อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ (BCR) เท่ากับ 1.11 ระยะเวลาการคืนทุน 11 ปี 5 เดือน จุดคุ้มทุนเท่ากับ 28.30 ห้องต่อเดือน ซึ่งให้เห็นว่าโครงการนี้ให้ผลคุ้มค่าต่อการลงทุน นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ ในกรณี รายรับรวมลดลง 5 % พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 4,543,406.64 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 8.39 % และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ (BCR) เท่ากับ 1.08 และในกรณีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 5% พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 5,820,750.36 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 9.13% และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ (BCR) เท่ากับ 1.10 แสดงว่าโครงการนี้มีความคุ้มค่าเหมาะแก่การลงทุน อย่างไรก็ตามเมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวในกรณีที่มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยย้ายไปที่อื่นจะมีความอ่อนไหวต่อการลงทุนสูงและไม่คุ้มค่าที่จะลงทุนเพราะพบว่า มี มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ -11,550,090.18 บาท และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ (BCR) เท่ากับ 0.78 เท่านั้น

### สรุปกรอบแนวคิด

จากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผู้วิจัยได้สรุปกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพ 3 แสดงกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยใช้หลักการการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จำนวน 4 ด้าน การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านเทคนิค การวิเคราะห์ด้านการจัดการ และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชาชนและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ผู้ใช้บริการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sample) จำนวน 100 คน
2. ผู้ประกอบการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 2 ราย คือ ร้านหนังสือเหรียญทองและร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊ก (ห้างเทสโก้ โลตัส สาขาพะเยา)

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผู้วิจัยทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยนำเสนอข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ชุด ดังนี้

**ชุดที่ 1** ผู้ใช้บริการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมในการใช้บริการร้านหนังสือ
- ตอนที่ 3 ข้อมูลความคาดหวังในการใช้บริการร้านหนังสือ



**ชุดที่ 2** ผู้ประกอบการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

ตอนที่ 2 ข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ

**ชุดที่ 3** ศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ด้านการตลาด

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ด้านการเงิน

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ขออนุญาตขอความอนุเคราะห์จากสำนักงานการศึกษาภาคพิเศษไปยื่นให้กับผู้ประกอบการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำนวน 2 ร้าน เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูล

2. ทำการแจกแบบสอบถามแก่ผู้ใช้บริการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำนวน 100 ชุด โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตรหาดังนี้

ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตร

$$\text{สูตร} = \frac{n}{N} \times 100$$

เมื่อ  $n$  แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงเดียว

$N$  แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ใช้สูตร



$$\text{สูตร } \bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ  $\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

$\sum X$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่ม

$N$  แทน จำนวนประชากร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่ใช้ในการประเมิน ดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก

2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ทางการเงิน

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

$$\sum_{t=1}^n \frac{Bt - Co}{(i+k)^t}$$

โดย  $Bt$  = กระแสเงินสดรับสุทธิรายปี ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่  $n$

$Co$  = เงินจ่ายลงทุนโครงการ

$\sum_{t=1}^n$  = ผลบวกของโครงการตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่  $n$

$K$  = อัตราลดค่า

อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal financial Rate of Return: IRR)

$$Co = \sum_{t=1}^n \frac{Bt}{(1+IRR)^t}$$

โดย  $Bt$  = กระแสเงินสดรับสุทธิรายปี ตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่  $n$

$Co$  = เงินจ่ายลงทุนในโครงการ

$\sum_{t=1}^n$  = ผลบวกของโครงการตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่  $n$

IRR = อัตราผลตอบแทนลดค่า

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผู้ศึกษาได้นำเสนอข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ชุด ดังนี้

**ชุดที่ 1 ผู้ใช้บริการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา** แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมในการใช้บริการร้านหนังสือ

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคาดหวังในการใช้บริการร้านหนังสือ

**ชุดที่ 2 ผู้ประกอบการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา** แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

ตอนที่ 2 ข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ

**ชุดที่ 3 ศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา** แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ด้านการตลาด

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ด้านการเงิน

1. ข้อสมมติฐานทางการเงิน
2. การวิเคราะห์และประเมินผลโครงการ
3. อัตราผลตอบแทนลดค่า
4. ระยะคืนเวลาทุน (Payback Period หรือ PB)

## ชุดที่ 1 ผู้ใช้บริการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	40	40
ชาย	60	60
รวม	100	100.0

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	23	23
31-40 ปี	45	45
41-50 ปี	21	21
51 ปี ขึ้นไป	11	11
รวม	100	100.0

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคืออายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21 อายุ 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าอนุปริญญา	49	49
อนุปริญญา/ ปวส.	32	32
ปริญญาตรี	18	18
ปริญญาโท	1	1
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ ปวส. จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และการศึกษา ระดับปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	21	21
ประกอบอาชีพอิสระ	29	29
ข้าราชการ	20	20
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	12
พนักงานเอกชน	9	9
อื่น ๆ	9	9
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21 อาชีพข้าราชการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 คน คิดเป็น ร้อยละ 9 อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	24	24
10,001 – 15,000 บาท	48	48
15,001 – 20,000 บาท	14	14
20,000 บาทขึ้นไป	14	14
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001–15,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมามีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมในการใช้บริการร้านหนังสือ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการใช้บริการต่อเดือน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยใช้บริการ	18	18
1 ครั้ง	48	48
2–5 ครั้ง	28	28
มากกว่า 5 ครั้ง	6	6
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านหนังสือเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาใช้บริการร้านหนังสือเดือนละ 2–5 ครั้ง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ไม่เคยใช้บริการร้านหนังสือ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามวันที่ใช้บริการ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์-วันศุกร์	28	28
วันเสาร์-วันอาทิตย์	40	40
วันหยุดราชการ/ วันหยุดนักขัตฤกษ์	22	22
ไม่กำหนดวันที่แน่นอน	10	10
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านหนังสือวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาใช้บริการวันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ใช้บริการวันหยุดราชการ/ วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 อายุ และใช้บริการไม่กำหนดวันที่แน่นอน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเวลาที่มาใช้บริการ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
09.00-12.00 น.	21	21
12.01-18.00 น.	37	37
18.01-21.00 น.	42	42
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านหนังสือเวลา 18.01-21.00 น. จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาใช้บริการร้านหนังสือเวลา 12.01-18.00 น. จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 และใช้บริการร้านหนังสือเวลา 09.00-12.00 น. จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 นาที	15	15
15-30 นาที	44	44
มากกว่า 30 นาที	41	41
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาที่ใช้บริการร้านหนังสือ 15-30 นาที จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาใช้ระยะเวลาที่ใช้บริการร้านหนังสือมากกว่า 30 นาที จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41 และใช้ระยะเวลาที่ใช้บริการร้านหนังสือน้อยกว่า 15 นาที จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อหนังสือต่อครั้ง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	11	11
100-500 บาท	50	50
มากกว่า 500 บาท	39	39
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เงินซื้อหนังสือ 100-500 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาใช้เงินซื้อหนังสือมากกว่า 500 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39 และใช้เงินซื้อหนังสือน้อยกว่า 100 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามหนังสือที่นิยมซื้อ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
--------	-------	--------

หนังสือพิมพ์	26	26
นิตยสาร-วารสาร	16	16
หนังสือแบบเรียน	7	7
คู่มือเตรียมสอบ	7	7
สารคดี-ท่องเที่ยว	7	7
เรื่องสั้น-นวนิยาย	7	7
หนังสือการ์ตูน	8	8
งานฝีมือ งานประดิษฐ์	12	12
ความรู้รอบตัว	5	5
อื่น ๆ	5	5
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อหนังสือพิมพ์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมานิยมซื้อนิตยสาร จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 นิยมซื้อหนังสืองานฝีมือ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 หนังสือการ์ตูน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 หนังสือแบบเรียน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 คู่มือเตรียมสอบ จำนวน 7 คน คิดเป็น ร้อยละ 7 สารคดี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 เรื่องสั้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ความรู้รอบตัว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

### ตอนที่ 3 ข้อมูลความคาดหวังในการใช้บริการร้านหนังสือ

ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์



ข้อคำถาม	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1		
1. หนังสือมีเนื้อหาตรงกับความต้องการ	42 (42.0)	36 (36.0)	10 (10.0)	5 (5.0)	7 (7.0)	4.31	มากที่สุด
2. หนังสือมีให้เลือกหลากหลาย	37 (37.0)	44 (44.0)	14 (14.0)	3 (3.0)	2 (2.0)	4.01	มาก
3. จำหน่ายหนังสือที่กำลังได้รับความนิยม	51 (51.0)	34 (34.0)	11 (11.0)	1 (1.0)	3 (3.0)	4.11	มาก
4. จำหน่ายหนังสือของผู้แต่งที่มีชื่อเสียงไว้บริการ	49 (49)	32 (32)	16 (16)	2 (2)	1 (1.0)	4.29	มากที่สุด
<b>รวมค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.18 อยู่ในระดับมาก</b>						

จากตาราง 12 จากการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในอำเภอเมืองจังหวัดพะเยา ด้านความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับการบริหารมากที่สุด คือ หนังสือมีเนื้อหาตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ จำหน่ายหนังสือของผู้แต่งที่มีชื่อเสียงไว้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 อยู่ในระดับมากที่สุด จำหน่ายหนังสือที่กำลังได้รับความนิยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 อยู่ในระดับมาก และหนังสือมีให้เลือกหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความคาดหวังด้านราคา

ข้อคำถาม	ระดับความคาดหวัง	ค่า	ระดับ
----------	------------------	-----	-------

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	เฉลี่ย		
	5	4	3	2	1			
1. มีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	39 (39.0)	46 (46.0)	9 (9.0)	3 (3.0)	3 (3.0)	4.15	มาก	
2. มีการลดราคาหนังสือเมื่อซื้อครบตามกำหนด	43 (47.0)	32 (32.0)	22 (22.0)	3 (3.0)	-	4.15	มาก	
3. มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	50 (50.0)	39 (39.0)	7 (7.0)	2 (2.0)	2 (2.0)	4.33	มากที่สุด	
4. ขายเป็นหนังสือตามราคาบนปกหนังสือ	40 (40.0)	38 (38.0)	20 (20.0)	2 (2.0)	-	4.16	มาก	
<b>รวมค่าเฉลี่ย</b>							<b>4.20</b>	<b>อยู่ในระดับมาก</b>

จากตาราง 13 จากการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในอำเภอเมืองจังหวัดพะเยา ด้านความคาดหวังด้านราคา พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับการบริหารมากที่สุด คือ มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ขายเป็นหนังสือตามราคาบนปกหนังสือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก มีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก และ มีการลดราคาหนังสือเมื่อซื้อครบตามกำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความคาดหวังด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อคำถาม	ระดับความคาดหวัง	ค่า	ระดับ
----------	------------------	-----	-------

	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	เฉลี่ย	
1. เดินทางสะดวก อยู่ในเขตชุมชน	52 (52.0)	32 (32.0)	7 (7.0)	5 (5.0)	4 (4.0)	4.23	มากที่สุด
2. มีสถานที่จอดรถ สะดวกสบาย	43 (43.0)	40 (40.0)	13 (13.0)	3 (3.0)	1 (1.0)	4.21	มากที่สุด
3. มีการตกแต่งร้านที่สวยงาม	47 (47.0)	32 (32.0)	18 (18.0)	1 (1.0)	2 (2.0)	4.21	มากที่สุด
4. มีการจัดหนังสือ เป็นหมวดหมู่	49 (49.0)	35 (35.0)	12 (12.0)	3 (3.0)	1 (1)	4.28	มากที่สุด
<b>รวมค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.23 อยู่ในระดับมากที่สุด</b>						

จากตาราง 14 จากการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ด้านความคาดหวังคาดหวังด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับการบริหารมากที่สุด คือ มีการจัดหนังสือเป็นหมวดหมู่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ เดินทางสะดวก อยู่ในเขตชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 อยู่ในระดับมากที่สุด มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย และ มีการตกแต่งร้านที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อความ	ระดับความคาดหวัง	ค่า	ระดับ
---------	------------------	-----	-------

	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	เฉลี่ย	
1. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ	47 (47.0)	42 (42.0)	8 (8.0)	2 (2.0)	1 (1.0)	4.32	มากที่สุด
2. มีส่วนลดหนังสือ	49 (49.0)	39 (39.0)	10 (10.0)	2 (2.0)	-	4.35	มากที่สุด
3. มีการจับฉลากชิงโชค	39 (39.0)	38 (38.0)	17 (17.0)	5 (5.0)	1 (1.0)	4.09	มาก
4. มีการบริการห่อปกหนังสือโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	52 (52.0)	35 (35.0)	10 (10.0)	3 (3.0)	-	4.36	มากที่สุด
<b>รวมค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.28 อยู่ในระดับมากที่สุด</b>						

จากตาราง 15 จากการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในอำเภอเมืองจังหวัดพะเยา ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับการบริหารมากที่สุด คือ มีการบริการห่อปกหนังสือโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มีส่วนลดหนังสือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 อยู่ในระดับมากที่สุด มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด และ มีการจับฉลากชิงโชค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความคาดหวังด้านบุคลากร

ข้อคำถาม	ระดับความคาดหวัง	ค่า	ระดับ
----------	------------------	-----	-------

	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	เฉลี่ย	
1. พนักงานมีเครื่องแบบ สวยงาม	42 (42.0)	41 (41.0)	13 (13.0)	3 (3.0)	1 (1.0)	4.20	มาก ที่สุด
2. พนักงานมีความสุภาพ	51 (51.0)	29 (29.0)	14 (14.0)	4 (4.0)	2 (2.0)	4.23	มาก ที่สุด
3. พนักงานมีความกระตือรือร้น ในการให้บริการ	50 (50.0)	35 (35.0)	11 (11.0)	3 (3.0)	1 (1.0)	4.30	มาก ที่สุด
4. พนักงานมีความรู้อธิบาย รายละเอียดหนังสือได้	44 (44.0)	38 (38.0)	16 (16.0)	2 (2.0)	-	4.24	มาก ที่สุด
<b>รวมค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.24 อยู่ในระดับมากที่สุด</b>						

จากตาราง 16 จากการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ด้านบุคลากร พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับการบริหารมากที่สุด คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้อธิบายรายละเอียดหนังสือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 อยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานมีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 อยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานมีเครื่องแบบสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยรวมระดับความคาดหวังในการใช้บริการร้านหนังสือ

ระดับการบริหาร	ค่าเฉลี่ย	ระดับมาตรฐาน
----------------	-----------	--------------

ด้านผลิตภัณฑ์ (5)	4.18	มาก
ด้านราคา (4)	4.20	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3)	4.23	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด (1)	4.28	มากที่สุด
ด้านบุคลากร (2)	4.24	มากที่สุด
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>4.23</b>	<b>อยู่ในระดับมากที่สุด</b>

จากตาราง 17 จากการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังมากที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ตามลำดับ

## ชุดที่ 2 ผู้ประกอบการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 18 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามประเภทของการลงทุน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ลงทุนเอง	1	50
ร่วมลงทุน	1	50
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 18 พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ลงทุนเอง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และร่วมลงทุน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
--------	-------	--------

1,000,001–5,000,000 บาท	1	50
5,000,000 บาทขึ้นไป	1	50
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 1,000,001–5,000,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 5,000,000 บาทขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 50

#### ตาราง 20 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามยอดขายต่อปี

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
5,000,001–10,000,000 บาท	1	50
10,000,000 บาทขึ้นไป	1	50
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 20 พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มียอดขายต่อปี 5,000,001–10,000,000 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และมียอดขายต่อปี 10,000,000 บาทขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 50

#### ตอนที่ 2 ข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ

##### ตาราง 21 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระยะเวลาที่ได้เปิดดำเนินการ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
5 – 10 ปี	1	50
10 ปีขึ้นไป	1	50
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้เปิดดำเนินการ 5–10 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเปิดดำเนินการ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 50

##### ตาราง 22 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสาเหตุที่เปิดร้านหนังสือบริเวณนี้

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้แหล่งชุมชน	1	50



อื่น ๆ	1	50
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 22 พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เปิดร้านหนังสือบริเวณใกล้แหล่งชุมชน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และสาเหตุอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 50

**ตาราง 23 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย**

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ประชาชนทั่วไป	2	100
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีประชาชนทั่วไปเป็นกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 100

**ตาราง 24 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการโฆษณาทางสื่อใดบ้าง**

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายโฆษณา	2	100
<b>รวม</b>	<b>2</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ใช้โฆษณาทางสื่อป้ายโฆษณา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 100

**ชุดที่ 3 ศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ**

**ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด**

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของโครงการคือ การบริการด้านร้านหนังสือ ดังนั้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์สู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ควรเป็นร้านหนังสือที่จำหน่ายหนังสืออย่างหลากหลาย ตรงความต้องการของลูกค้าทุกเพศทุกวัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์แบบสอบถามที่ว่า หนังสือมีเนื้อหาตรงกับความต้องการ จำหน่ายหนังสือของผู้แต่งที่มีชื่อเสียงไว้บริการ จำหน่ายหนังสือที่กำลังได้รับความนิยม และหนังสือมีให้เลือกหลากหลาย

## 2. ด้านราคา (Price)

สำหรับการตั้งราคาของหนังสือนั้น จากการวิเคราะห์แบบสอบถามที่ได้ทำการสำรวจมา พบว่า ควรมีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ขายหนังสือตามราคาบนปกหนังสือ มีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก และมีการลดราคาหนังสือเมื่อซื้อครบตามกำหนด

## 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการนำเสนอสินค้าให้แก่กลุ่มเป้าหมายนั้น เป็นการนำเสนอจากผู้ให้บริการไปสู่ผู้รับบริการโดยตรง โดยไม่ผ่านคนกลางใด ๆ เนื่องจากเป็นธุรกิจการให้บริการ และผลการวิเคราะห์แบบสอบถามที่ได้พบว่า ควรมีการจัดหนังสือเป็นหมวดหมู่ ที่ตั้งของร้านสามารถเดินทางสะดวก อยู่ในเขตชุมชน มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย และมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม

## 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เนื่องจากเป็นผู้เข้ามาใหม่ในธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยมีแผนการด้านโฆษณาและแผนการส่งเสริมการขาย ดังนี้

4.1 มีการบริการห่อปกหนังสือโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

4.2 มีการกระตุ้นยอดขายหนังสือตามฤดูที่คาดว่าจะมีประชาชนเข้ามาใช้บริการ ลดลงในฤดูฝนและฤดูหนาว เช่น ส่วนลดราคาหนังสือจากราคาปกติอีก 10%

4.3 การติดป้ายโฆษณาตามจุดที่เป็นแหล่งชุมชน เช่น ทางแยก สถานศึกษา และการติดป้ายขนาดใหญ่ด้านหน้าโครงการ

4.4 ทำการโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและสื่อวิทยุ โดยเลือกกลุ่มผู้ฟังที่เป็นประชาชนทั่วไป เพื่อกระตุ้นให้เห็นประโยชน์ของการอ่านหนังสือ เกิดความสนใจที่จะสนับสนุนเข้ามาใช้บริการ และเป็นการสื่อสารประชาสัมพันธ์ถึงที่ตั้งของร้านและบริการของร้าน

4.5 การแจกใบปลิวตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ตลาด สถานศึกษา เพื่อเป็นการสื่อให้เกิดการรับรู้อีกช่องทางหนึ่งว่ามีร้านหนังสือแห่งใหม่

4.6 มีการจับฉลากชิงโชค เช่น แจกของขวัญเนื่องในโอกาสขึ้นปีใหม่

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การเลือกสถานที่ตั้งของร้านหนังสือนั้นอยู่ติดแกวตติถนนพหลโยธิน หน้ามหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งเป็นสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาขนาดใหญ่ที่สุดของจังหวัดพะเยา เดินทางเข้าถึงร้านได้ง่าย และสะดวก โดยได้มีการกำหนดลักษณะทางด้านพื้นที่การให้บริการร้านหนังสือซึ่งจะมีขนาดพื้นที่ 300 ตารางเมตร สามารถรองรับผู้มาใช้บริการได้ 50 คน

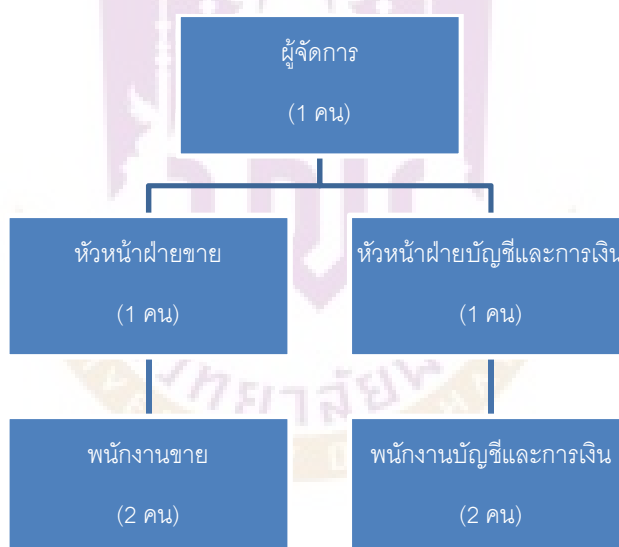
### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

#### 1. รูปแบบธุรกิจ

จัดตั้งธุรกิจในรูปแบบของกิจการเจ้าของคนเดียว โดยเปิดดำเนินการในลักษณะของร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยมีการบริหารงานในทุกด้านของธุรกิจด้วยการตัดสินใจเพียงคนเดียว โดยเริ่มประกอบกิจการโดยการลงทุนจากส่วนของผู้เจ้าของและส่วนของผู้กู้ยืมจากสถาบันการเงิน ที่อัตราส่วนเงินทุน ร้อยละ 50:50

#### 2. การจัดโครงสร้างองค์กร

เนื่องจากร้านหนังสือนี้เป็นธุรกิจขนาดกลาง จึงมีรูปแบบการจัดองค์กร ดังนี้



ภาพ 4 แสดงโครงสร้างองค์กร

จากผลการวิเคราะห์แบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีความรู้อธิบายรายละเอียดหนังสือได้ พนักงานมีความสุภาพ และพนักงานมีเครื่องแบบสวยงามดังนั้น บุคลากรของร้านจึงควรประกอบด้วย

2.1 ผู้จัดการ จำนวน 1 คน

2.2 หัวหน้าฝ่ายชาย จำนวน 1 คน

2.3 หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน จำนวน 1 คน

2.4 พนักงานขาย จำนวน 2 คน

2.5 พนักงานบัญชีและการเงิน จำนวน 2 คน

### 3. การวิเคราะห์งาน

#### 3.1 คำพรรณนาลักษณะงาน (Job Description)

##### 3.1.1 ผู้จัดการ มีหน้าที่

- 1) กำหนดนโยบายและวางแผนงาน
- 2) ควบคุม-ดูแลการปฏิบัติงานของพนักงาน
- 3) บริหารด้านการเงินและสภาพคล่องทางการเงิน
- 4) พิจารณาความดีความชอบของพนักงาน
- 5) แก้ไขปัญหา

##### 3.1.2 หัวหน้าฝ่ายขาย มีหน้าที่

- 1) การสั่งซื้อหนังสือเข้าร้าน, การรับสินค้าและสต็อกสินค้า
- 2) การจัดหนังสือเป็นหมวดหมู่ให้หาง่าย
- 3) การขายและการส่งเสริมการขาย
- 4) วิเคราะห์รายงานการขาย เสนอผู้จัดการ
- 5) แก้ไขปัญหาที่เกิด เช่น กรณีหนังสือหาย สั่งหนังสือไม่ทันขาย สต็อก

สินค้าเกิน

##### 3.1.3 หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน มีหน้าที่

- 1) การเก็บเงินการขายปลีกหน้าร้านและการขายนอกร้าน
- 2) การนำเงินเข้าบัญชีและการจ่ายเช็คค่าสินค้า
- 3) จ่ายเงินเดือน ค่าล่วงเวลาและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ
- 4) บัญชีรายรับ-รายจ่าย รายเดือน
- 5) เปรียบเทียบสต็อกสินค้าลูกหนี้กับมูลหนี้การค้า

##### 3.1.4 พนักงานขาย มีหน้าที่

- 1) รับเงินและทอนเงินค่าหนังสือ
- 2) บริการลูกค้า
- 3) รับสินค้า ตรวจสอบความถูกต้องของสินค้ากับใบส่งของ
- 4) ทำรายการสินค้าคืน

- 5) จัดหมวดหมูสินค้าให้เหมาะสม
- 6) จัดหนังสือสั่งซื้อเข้ามาใหม่เข้าชั้น
- 7) ตรวจและจัดหนังสือที่วางผิดหมวดให้ถูกต้อง
- 8) จัดบันทึก หนังสือที่ลูกค้าถามหาเพื่อพิจารณาสั่งซื้อต่อไป
- 9) หน้าที่อื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการขายและบริการลูกค้า

### 3.1.5 พนักงานบัญชีและการเงิน มีหน้าที่

- 1) ตรวจสอบยอดขายรายวันรักษาเงิน และนำเงินเข้าบัญชีธนาคาร
- 2) เก็บรักษาใบส่งของ ใบเสร็จรับเงิน
- 3) รับวางบิล นัดชำระเงิน จ่ายเช็ค ทำบัญชีการจ่ายเงิน
- 4) รวบรวมใบเสร็จทั้งรายรับและรายจ่ายเพื่อการเสียภาษีกลางปีและสิ้นปี
- 5) การบัญชีและการเงินอื่น ๆ

### 3.2 คุณสมบัติของพนักงาน (Job Specification)

3.2.1 ผู้จัดการ เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความสามารถเป็นผู้นำ สามารถวางแผนจัดการการทำงานในร้านหนังสือได้

3.2.2 หัวหน้าฝ่ายขาย เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ปวส. หรือม.6 เข้าใจระบบงานบริการ มีใจรักงานบริการและมีความกระตือรือร้นในการขาย

3.2.3 หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ปวส. หรือม.6 เข้าใจระบบการเงินและบัญชี

3.2.4 พนักงานขาย เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับ เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ปวช. หรือม.3 มีใจรักงานบริการและมีความกระตือรือร้นในการขาย

3.2.5 พนักงานบัญชีและการเงิน เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับ เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ปวช. หรือม.3

## ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

### ตาราง 25 แสดงยอดพยากรณ์จำนวนรายได้จากการขาย

รอบการขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย	10,000,000	2,000,000	14,400,000	17,280,000	20,736,000
<b>รวม</b>	<b>10,000,000</b>	<b>12,000,000</b>	<b>14,400,000</b>	<b>17,280,000</b>	<b>20,736,000</b>

หมายเหตุ: สมมติว่ามีการเพิ่มขึ้น 20% ของรายได้จากการขายทุกปี

**ตาราง 26 แสดงต้นทุนซื้อหนังสือ**

รอบการขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
มกราคม-ธันวาคม	7,000,000	8,400,000	10,080,000	12,096,000	14,515,200
<b>รวม</b>	<b>7,000,000</b>	<b>8,400,000</b>	<b>10,080,000</b>	<b>12,096,000</b>	<b>14,515,200</b>

หมายเหตุ: สมมติว่าได้ส่วนลดจากบริษัทจำหน่ายหนังสือ 30% ของรายได้จากการขายทุกปี

**ตาราง 27 แสดงค่าใช้จ่ายการส่งเสริมการตลาด**

รายการ	รายเดือน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าโฆษณา	3,500	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000
ค่าส่งเสริมการขาย		6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
<b>รวม</b>		<b>48,000</b>	<b>48,000</b>	<b>48,000</b>	<b>48,000</b>	<b>48,000</b>

หมายเหตุ: 1. ค่าโฆษณา คือ ค่าโฆษณาทางสื่อวิทยุ โดยลงเป็นรายการร่วม 1 ชั่วโมง เดือนละ 3,500 บาท โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนทั่วไป เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการมาใช้บริการ

2. ค่าส่งเสริมการขายจะจัดเป็นบางช่วงในรอบปีของโครงการเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายให้เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

**ตาราง 28 แสดงค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร**

รายการ	รายเดือน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผู้จัดการ (1 คน)	7,000	84,000	84,000	84,000	84,000	84,000
หัวหน้าฝ่ายขาย (1 คน)	6,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000
หัวหน้าฝ่ายบัญชีและ การเงิน (1 คน)	6,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000

พนักงานชาย (2 คน)	5,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
พนักงานบัญชีและการเงิน (2 คน)	5,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
<b>รวม</b>	<b>39,000</b>	<b>468,000</b>	<b>468,000</b>	<b>468,000</b>	<b>468,000</b>	<b>468,000</b>

### ตาราง 29 แสดงค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ

รายการ	รายเดือน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าห้อง 3 คูหา	30,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
ภาษีป้ายชื่อโครงการ	-	-	900	900	900	900
เงินเดือนพนักงาน	39,000	468,000	468,000	468,000	468,000	468,000
ค่าประกันสังคม	3,480	22,560	22,560	22,560	22,560	22,560
ค่าไฟฟ้า	3,000	36,000	37,800	39,690	41,675	43,759
ค่าน้ำประปา	500	6,000	6,300	6,615	6,946	7,293
ค่าโทรศัพท์	1,000	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	500	6,000	6,300	6,615	6,946	7,293
<b>รวม</b>	<b>77,480</b>	<b>910,560</b>	<b>914,460</b>	<b>917,610</b>	<b>920,919</b>	<b>924,391</b>

- หมายเหตุ:**
- เงินเดือนผู้จัดการ 1 คน เดือนละ 7,000 บาท หัวหน้าฝ่ายขาย 1 คน เดือนละ 6,000 บาท หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน 1 คน เดือนละ 6,000 บาท พนักงานชาย 2 คน เดือนละ 5,000 บาท พนักงานบัญชีและการเงิน 2 คน เดือนละ 5,000 บาท
  - ค่าประกันสังคม โดยกิจการออกให้ 4% ของเงินเดือน
  - ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าโทรศัพท์ และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด มีการเพิ่มขึ้น ปีละ 5%
  - ค่าภาษีป้ายชื่อโครงการ มีขนาด 3x5 เมตร อัตราภาษีป้าย 900 บาทต่อปี แต่ในปีที่ 1 ต้องมีการชำระภาษีป้ายก่อนการดำเนินการที่ร้อยละ 75 ซึ่งรวมเป็นค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานเรียบร้อยแล้ว

### 1. ข้อสมมติฐานทางการเงิน

#### ตาราง 30 แสดงต้นทุนโครงการ

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าปรับปรุงและตกแต่งสถานที่	370,000
ต้นทุนอุปกรณ์สำนักงาน	346,000
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	105,000



<b>รวม</b>	<b>821,000</b>
------------	----------------

**หมายเหตุ:** อาคารส่วนโครงการมูลค่า 370,000 บาท มีอายุการใช้งาน 10 ปี คิดค่าเสื่อมราคาวิธีเส้นตรง ไม่มีมูลค่าซาก ซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาอาคาร ปีละ 37,000 บาท

#### ตาราง 31 แสดงค่าปรับปรุงและตกแต่งสถานที่

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าจ้างเหมาทาสี	120,000
ค่ากั้นกระจกใสหน้าร้าน	120,000
ค่ากั้นห้องด้านหลัง 3 คูหา	90,000
ค่าติดตั้งประตูกระจกเข้า-ออก ด้านหน้า 2 บาน	40,000
<b>รวม</b>	<b>370,000</b>

#### ตาราง 32 แสดงต้นทุนอุปกรณ์สำนักงาน

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
เคาท์เตอร์ 1 ชุด	30,000
โต๊ะและเก้าอี้ทำงาน 7 ชุด	21,000
คอมพิวเตอร์ 4 ชุด	100,000
แอร์ 4 ชุด	120,000
ตู้เย็น 1 เครื่อง	60,000
โทรทัศน์ 1 เครื่อง	15,000
<b>รวม</b>	<b>346,000</b>

**หมายเหตุ:** อุปกรณ์สำนักงานตัดค่าเสื่อมราคา 5 ปีเท่า ๆ กัน ไม่มีมูลค่าซาก จะได้ค่าเสื่อมราคา 69,200 บาทต่อปี

#### ตาราง 33 แสดงค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
1. ค่าป้ายชื่อ	20,000
2. ค่าโฆษณาล่วงหน้าก่อนเปิดดำเนินการ	15,000
3. ค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม	70,000
<b>รวม</b>	<b>105,000</b>

- หมายเหตุ:** 1. ค่าโฆษณาล่วงหน้าก่อนเปิดดำเนินการ เป็นค่าใช้จ่ายรวมทั้งค่าแผ่นพับ ไปปลิว  
ป้ายโฆษณา และการโฆษณาทางสื่อวิทยุล่วงหน้าก่อนดำเนินการ 2 เดือน
2. ค่าติดต่อสื่อสารก่อนการดำเนินโครงการ เช่น ค่าจดทะเบียนการค้าในนาม  
บุคคลธรรมดา ค่าวางเงินมัดจำการเช่าห้อง ค่าติดต่อในการขออนุมัติเงินกู้  
ค่าภาษีป้ายชื่อของโครงการ

**ตาราง 34 แสดงค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและด้านการบริหาร**

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	910,560	914,460	917,610	920,919	924,391
<b>รวม</b>	<b>958,560</b>	<b>962,460</b>	<b>965,610</b>	<b>968,919</b>	<b>972,391</b>

**ตาราง 35 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน**

งบกำไรขาดทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>รายได้</b>					
รายได้จากการขายหนังสือ	10,000,000	12,000,000	14,400,000	17,280,000	20,736,000
หัก ต้นทุนขาย	7,000,000	8,400,000	10,080,000	12,096,000	14,515,200
<b>กำไรขั้นต้น (Gross Profit)</b>	<b>3,000,000</b>	<b>3,600,000</b>	<b>4,320,000</b>	<b>5,184,000</b>	<b>6,220,800</b>
<b>ค่าใช้จ่าย</b>					
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด และการบริหาร	958,560	962,460	965,610	968,919	972,391
ค่าใช้จ่ายก่อนการ ดำเนินงานตัดบัญชี	105,000				
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	37,000	37,000	37,000	37,000	37,000

**ตาราง 35 (ต่อ)**

งบกำไรขาดทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	69,200	69,200	69,200	69,200	69,200
สำนักงาน					
<b>กำไรก่อนหักดอกเบี้ย และภาษี (EBIT)</b>	<b>1,830,240</b>	<b>2,531,340</b>	<b>3,248,190</b>	<b>4,108,881</b>	<b>5,142,209</b>
ดอกเบี้ยจ่าย	330,000	264,000	198,000	132,000	66,000
<b>กำไรก่อนภาษี</b>	<b>1,500,240</b>	<b>2,267,340</b>	<b>3,050,190</b>	<b>3,976,881</b>	<b>5,076,209</b>

ภาษีเงินได้	100,000	120,000	144,000	172,800	207,360
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	1,400,240	2,147,340	2,906,190	3,804,081	4,868,849

- หมายเหตุ: 1. กิจการมีรายได้จากการขายหนังสือ
2. เงินลงทุนได้มาจาก ส่วนของเจ้าของ และ การกู้ยืมระยะยาว สัดส่วน ร้อยละ 50:50 โดยมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ คือ 11%
3. คิดภาษีรายได้โดยใช้อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาวิธีผันละสิบ (รายได้ x 0.010)

ตาราง 36 แสดงรายละเอียดของระยะเวลาชำระดอกเบี้ยและเงินต้น

ปีที่	รายละเอียดการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยเงินกู้			ดอกเบี้ย 11%
	ยอดเงินกู้ (บาท)	เงินต้นต่อปี (บาท)	ดอกเบี้ยจ่ายต่อปี (บาท)	รวมเงินต้นและดอกเบี้ย (บาท)
1	3,000,000	600,000	330,000	930,000
2	2,400,000	600,000	264,000	864,000
3	1,800,000	600,000	198,000	798,000
4	1,200,000	600,000	132,000	732,000
5	600,000	600,000	66,000	666,000
รวม		3,000,000	990,000	3,990,000

ตาราง 37 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสดของร้าน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน					
กำไรสุทธิ	1,400,240	2,147,340	2,906,190	3,804,081	4,868,849
บวก ค่าเสื่อมราคาอาคาร	37,000	37,000	37,000	37,000	37,000
บวก ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	69,200	69,200	69,200	69,200	69,200
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	330,000	264,000	198,000	132,000	66,000
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน	1,836,440	2,517,540	3,210,390	4,042,281	5,041,049

<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน</b>					
การซื้อสินทรัพย์ถาวรที่จำเป็น*	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดสุทธิจากการลงทุน</b>					
<b>ในสินทรัพย์ถาวร</b>	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินทุน</b>					
การเบิกเงินกู้	-	-	-	-	-
การจ่ายชำระเงินกู้	-	1,000,000	1,000,000	1,000,000	-
การลงทุนเรียกชำระ	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดสุทธิจากการจัดหาเงินทุน</b>	-	1,000,000	1,000,000	1,000,000	-
<b>เงินสดสุทธิ</b>	1,836,440	1,517,540	2,210,390	3,042,281	5,041,049

- หมายเหตุ: 1. สินทรัพย์ถาวรที่จำเป็นประกอบด้วย อาคารส่วนโครงการ 370,000 บาท และ อุปกรณ์สำนักงาน 346,000 บาท
2. การใช้สัดส่วนเงินลงทุน ส่วนของเจ้าของ: หนี้สิน อัตราร้อยละ 50:50 โดยใช้เงินลงทุนส่วนของเจ้าของโครงการ 3,000,000 บาท และกู้ยืม 3,000,000 บาท และจะมีการชำระเงินกู้ในปีที่ 2 ของการดำเนินโครงการ โดยชำระเงินปีละ 1,000,000 บาท ณ อัตราดอกเบี้ย 11%

ตาราง 38 แสดงประมาณการงบดุล

งบดุล	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์</b>						
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>						
เงินสด	-	1,836,440	1,517,540	2,210,390	3,042,281	5,041,049
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	-	1,836,440	1,517,540	2,210,390	3,042,281	5,041,049
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>						
อาคารโครงการสุทธิ	370,000	333,000	296,000	259,000	222,000	185,000
อุปกรณ์สำนักงานสุทธิ	346,000	276,800	207,600	138,400	69,200	-
<b>รวมสินทรัพย์ถาวร</b>	<b>716,000</b>	<b>609,800</b>	<b>503,600</b>	<b>397,400</b>	<b>291,200</b>	<b>185,000</b>
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	10,500	-	-	-	-	-
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>726,500</b>	<b>590,240</b>	<b>(206,060)</b>	<b>(64,850)</b>	<b>126,313</b>	<b>1,377,447</b>

<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>						
ดอกเบี้ยจ่ายค้างจ่าย	-	330,000	594,000	792,000	924,000	990,000
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	<b>-</b>	<b>330,000</b>	<b>594,000</b>	<b>792,000</b>	<b>924,000</b>	<b>990,000</b>
<b>หนี้สินระยะยาว</b>						
เงินกู้ยืมระยะยาว	3,000,000	3,000,000	2,000,000	1,000,000		
<b>รวมหนี้สินระยะยาว</b>	<b>3,000,000</b>	<b>3,000,000</b>	<b>2,000,000</b>	<b>1,000,000</b>		
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>3,000,000</b>	<b>3,330,000</b>	<b>2,594,000</b>	<b>1,792,000</b>	<b>924,000</b>	<b>990,000</b>
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
ส่วนของผู้ถือหุ้นชำระแล้ว	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
กำไรสะสม	-	1,400,240	3,547,580	6,453,770	10,257,851	15,126,700
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>3,000,000</b>	<b>4,400,240</b>	<b>6,547,580</b>	<b>9,453,770</b>	<b>13,257,851</b>	<b>18,126,700</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>6,000,000</b>	<b>7,730,240</b>	<b>9,141,580</b>	<b>11,245,770</b>	<b>14,181,851</b>	<b>19,116,700</b>

หมายเหตุ: จะมีการชำระเงินกู้ในปีที่ 2 ของการดำเนินโครงการ โดยชำระเงินปีละ 1,000,000 บาท ณ อัตราดอกเบี้ย 11%

## 2. การวิเคราะห์และประเมินผลโครงการ

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV)

คือ ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิ กับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ โดยคำนวณได้จากสูตร

### ตาราง 39 แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ

ข้อมูล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผลตอบแทนที่ 11% (ค่าจากตาราง PVIF)	0.9009	0.8116	0.7312	0.6587	0.5935
เงินสดสุทธิ	1,836,440	2,517,540	3,210,390	4,042,281	5,041,049
มูลค่าปัจจุบันแต่ละปี	1,654,448.8	2,043,235.46	2,347,437.17	2,662,650.49	2,991,862.58
<b>มูลค่าปัจจุบันรวม (ปีที่ 1-5)</b>	<b>11,699,544.81 - 6,000,000 = 5,699,544.81</b>				

การลงทุนในการกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ เป็นทุนในโครงการและใช้กำหนดอัตราลดค่าในการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ ต้นทุนในการกู้ยืมเงินเท่ากับ 11% ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายย่อยชั้นดีจากการคำนวณมูลค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

เท่ากับ 5,699,544.81 บาท ซึ่งเป็นค่าบวก ดังนั้น สามารถประเมินได้ว่า โครงการมีความเป็นไปได้ของการลงทุน

### 3. อัตราผลตอบแทนลดค่า

อัตราลดค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับเท่ากับมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่าย คำนวณได้โดยการหาปัจจัยลดค่าโดยประมาณจากสูตร แล้วนำไปเปิดตารางมูลค่าปัจจุบันแบบสะสม

เงินลงทุน	(6,000,000)
เงินสดสุทธิ ปีที่ 1	1,836,440
ปีที่ 2	2,517,540
ปีที่ 3	3,210,390
ปีที่ 4	4,042,281
ปีที่ 5	5,041,049

$$\begin{aligned}
 R = 11\% &= 1,836,440 (PVIF_{11\%,1}) + 2,517,540 (PVIF_{11\%,2}) + 3,210,390 (PVIF_{11\%,3}) \\
 &+ 4,042,281 (PVIF_{11\%,4}) + 5,041,049 (PVIF_{11\%,5}) \\
 &= 1,836,440(0.9009) + 2,517,540(0.8116) + 3,210,390(0.7312) \\
 &+ 4,042,281(0.6587) + 5,041,049(0.5935) \\
 &= 1,654,448.8 + 2,043,235.46 + 2,347,650.717 + 2,991,862.58 \\
 &= 11,699,544.81 - 6,000,000 = 5,699,544.81 < 6,000,000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 R = 10\% &= 1,836,440 (PVIF_{10\%,1}) + 2,517,540 (PVIF_{10\%,2}) + 3,210,390 (PVIF_{10\%,3}) \\
 &+ 4,042,281 (PVIF_{10\%,4}) + 5,041,049 (PVIF_{10\%,5}) \\
 &= 1,836,440 (0.9091) + 2,517,540 (0.8264) + 3,210,390 (0.7513) \\
 &+ 4,042,281 (0.6830) + 5,041,049 (0.6209) \\
 &= 1,669,507.604 + 2,074,452.96 + 2,411,966.007 + 2,760,877.923 \\
 &+ 3,129,987.3241 \\
 &= 13,716,293.42 - 6,000,000 = 7,716,293.42 > 6,000,000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 R = 9\% &= 1,836,440 (PVIF_{9\%,1}) + 2,517,540 (PVIF_{9\%,2}) + 3,210,390 (PVIF_{9\%,3}) \\
 &+ 4,042,281 (PVIF_{9\%,4}) + 5,041,049 (PVIF_{9\%,5}) \\
 &= 1,836,440 (0.9174) + 2,517,540 (0.8417) + 3,210,390 (0.7722) \\
 &+ 4,042,281 (0.7084) + 5,041,049 (0.6499)
 \end{aligned}$$

$$= 1,545,589.701 + 2,119,013.158 + 2,479,063.158 + 2,863,551.860$$

$$+ 3,276,177.740$$

$$= 13,828,985 - 6,000,000 = 7,828,985.58 > 6,000,000$$

พบว่า ค่า  $r$  ที่ได้อยู่ระหว่าง 9%–10%

$$10\% = 7,828,985.58$$

$$11\% = 5,699,544.81$$

$$\text{ผลต่าง} = 2,129,440.77$$

ผลต่างค่า PVIC 2,129,440.77 เกิดจากค่า  $r$  ต่างกัน 1%

ผลต่างค่า PVIC 300,455.19 เกิดจากค่า  $r$  ต่างกัน

$$= 1 * 300,455.19 / 2,129,440.77$$

$$= 0.14\%$$

$$\text{จะได้ค่า } r = 11\% + 0.14 = 11.14\%$$

จากการคำนวณได้อัตราผลตอบแทนของโครงการได้เท่ากับ 11.14% ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนลดค่าที่ตั้งสมมติฐานไว้ ซึ่งเท่ากับ 11% จึงกล่าวได้ว่า การคำนวณโดยใช้วิธีหาอัตราผลตอบแทนลดค่าพบว่า โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

#### 4. ระยะคืนเวลาทุน (Payback Period หรือ PB)

เป็นวิธีการนำกระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปีมาเปรียบเทียบกับเงินลงทุนเมื่อเริ่มโครงการว่าจะใช้ระยะเวลานานเท่าใดจึงจะคุ้มกับเงินลงทุนตอนเริ่มโครงการ การคำนวณหาระยะเวลาการคืนทุนแสดงไว้ในตาราง

ตาราง 40 แสดงระยะเวลาคืนทุนในโครงการ

ปีที่	กระแสเงินสดรับสุทธิ	ผลสะสม
1	1,836,440	1,836,440
2	2,517,540	4,353,980
3	3,210,390	7,564,370
4	4,042,281	11,606,651
5	5,041,049	16,647,700

เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ 6,000,000 บาท

เมื่อพิจารณาจากยอดสะสมของกระแสเงินสดรับสุทธิจากตารางพบว่าระยะเวลาคืนทุนอยู่ระหว่างปีที่ 2 และปีที่ 3 คำนวณโดย

ในปีที่ 3 กระแสเงินสดรับสุทธิ 3,210,390 บาท = 365 วัน

$$\text{ในปีที่ 3 กระแสเงินสดรับสุทธิ } 1,646,020 = \frac{365 \times 1,646,020}{3,210,390} = 187.14 = 188$$

$$(6,000,000 - 4,353,980)$$

ระยะเวลาที่คำนวณได้เท่ากับ 6 เดือน 8 วัน

ดังนั้น ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 2 ปี 6 เดือน 8 วัน

ตาราง 41 แสดงผลสรุปการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

เครื่องมือ	หลักเกณฑ์	ผลคำนวณ	ผลการประเมิน
1. NPV	NPV > 0	5,699,544.81	ยอมรับโครงการ
2. IRR	IRR > 11%	11.14%	ยอมรับโครงการ
3. PB	PB < 5 ปี	2 ปี 6 เดือน 8 วัน	ยอมรับโครงการ

สามารถสรุปการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการว่า โครงการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีความเป็นไปได้ทางการเงิน





## บทที่ 5

### บทสรุป

จากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผู้ศึกษาได้สรุปผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะของการวิจัย

#### สรุปผลการวิจัย

##### ผู้ใช้บริการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 100 คนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย รองลงมา เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี รองลงมา มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่ มีการศึกษาดำรงอาชีพปริญญา รองลงมา มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ส่วนใหญ่ประกอบ อาชีพอิสระ รองลงมา ประกอบอาชีพพนักงาน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท รองลงมา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการร้านหนังสือเดือนละ 1 ครั้ง รองลงมา ใช้บริการร้านหนังสือเดือนละ 2-5 ครั้ง ส่วนใหญ่ใช้บริการร้านหนังสือวันเสาร์-อาทิตย์ รองลงมา ใช้บริการวันจันทร์-ศุกร์ ส่วนใหญ่ใช้บริการร้านหนังสือเวลา 18.01-21.00 น. รองลงมา ใช้บริการร้านหนังสือเวลา 12.01-18.00 น. ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาที่ใช้บริการร้าน หนังสือ 15-30 นาที รองลงมา ใช้ระยะเวลาที่ใช้บริการร้านหนังสือ มากกว่า 30 นาที ส่วนใหญ่ ใช้เงินซื้อหนังสือ 100-500 บาท รองลงมา ใช้เงินซื้อหนังสือมากกว่า 500 บาท ส่วนใหญ่นิยม ซื้อหนังสือพิมพ์ รองลงมา นิยมซื้อนิตยสาร

นอกจากนั้น ความคาดหวังในการใช้บริการร้านหนังสือ พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังมากที่สุดคือ ด้าน การส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ตามลำดับ เมื่อจำแนกออกเป็นด้านสรุปได้ดังนี้

1. ด้านความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับการบริหารมากที่สุด คือ หนังสือมีเนื้อหาตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ จำหน่ายหนังสือของผู้แต่งที่มีชื่อเสียงไว้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 อยู่ในระดับมากที่สุด จำหน่ายหนังสือที่กำลังได้รับความนิยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 อยู่ในระดับมากและหนังสือมีให้เลือกหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2. ด้านความคาดหวังด้านราคา พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับการบริหารมากที่สุด คือ มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ขายหนังสือตามราคาบนปกหนังสือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมากมีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก และ มีการลดราคาหนังสือเมื่อซื้อครบตามกำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3. ด้านความคาดหวังด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับการบริหารมากที่สุด คือ มีการจัดหนังสือเป็นหมวดหมู่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เดินทางสะดวก อยู่ในเขตชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 อยู่ในระดับมากที่สุด มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย และ มีการตกแต่งร้านที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับการบริหารมากที่สุด คือ มีการบริการห่อปกหนังสือโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีส่วนลดหนังสือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 อยู่ในระดับมากที่สุด มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุดและมีการจับฉลากชิงโชค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5. ด้านบุคลากร พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับการบริหารมากที่สุด คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้อธิบายรายละเอียดหนังสือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 อยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานมีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 อยู่ในระดับมากที่สุด และ พนักงานมีเครื่องแบบสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

## ผู้ประกอบการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 2 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ลงทุนเองและร่วมลงทุน ใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 1,000,001–5,000,000 และ 5,000,000 บาทขึ้นไป มียอดขายต่อปี 5,000,001–10,000,000 และ 10,000,000 บาทขึ้นไป เปิดดำเนินการ 5–10 ปี และเปิดดำเนินการ 10 ปีขึ้นไป เปิดร้านหนังสือบริเวณใกล้แหล่งชุมชน และสาเหตุอื่นๆ ส่วนใหญ่มีประชาชนทั่วไป เป็นกลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่ใช้โฆษณาทางสื่อป้ายโฆษณา

## ศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

### การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

#### 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

เป็นร้านหนังสือที่จำหน่ายหนังสืออย่างหลากหลาย ตรงความต้องการของลูกค้าทุกเพศทุกวัย

#### 2. ด้านราคา (Price)

มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ขายหนังสือตามราคาบนปกหนังสือ มีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก และมีการลดราคาหนังสือเมื่อซื้อครบตามกำหนด

#### 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

มีการจัดหนังสือเป็นหมวดหมู่ ที่ตั้งของร้านสามารถเดินทางสะดวก อยู่ในเขตชุมชน มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย และมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม

#### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

มีแผนการด้านโฆษณาและแผนการส่งเสริมการขาย

### การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

การเลือกสถานที่ตั้งของร้านหนังสือนั้นอยู่ติดแถวติดถนนพหลโยธิน หน้ามหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งเป็นสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาขนาดใหญ่ที่สุดของจังหวัดพะเยา เดินทางเข้าถึงร้านได้ง่าย และสะดวก โดยได้มีการกำหนดลักษณะทางด้านพื้นที่การให้บริการร้านหนังสือ ซึ่งจะมีขนาดพื้นที่ 300 ตารางเมตร สามารถรองรับผู้มาใช้บริการได้ 50 คน

### การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

#### 1. รูปแบบธุรกิจ

จัดตั้งธุรกิจในรูปแบบของกิจการเจ้าของคนเดียว โดยเริ่มประกอบกิจการโดยการลงทุนจากส่วนของเจ้าของและส่วนของผู้กู้ยืมจากสถาบันการเงิน ที่อัตราส่วนเงินทุน ร้อยละ 50:50

## 2. การจัดโครงสร้างองค์กร

มีรูปแบบการจัดองค์กรตามสายการบังคับบัญชา

## 3. การวิเคราะห์งาน

มีคำพรรณนาลักษณะงาน คุณสมบัติของผู้ทำงาน

### การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

#### มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

การลงทุนในการกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ เป็นทุนในโครงการและใช้กำหนดอัตราลดค่าในการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ ต้นทุนในการกู้ยืมเงินเท่ากับ 11% ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยลูกค้าย่อยยั้งดีจากการคำนวณมูลค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 5,699,544.81 บาท ซึ่งเป็นค่าบวก ดังนั้น สามารถประเมินได้ว่า โครงการมีความเป็นไปได้ของการลงทุน

#### อัตราผลตอบแทนลดค่า

จากการคำนวณได้อัตราผลตอบแทนของโครงการได้เท่ากับ 11.14% ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนลดค่าที่ตั้งสมมติฐานไว้ ซึ่งเท่ากับ 11% จึงกล่าวได้ว่า การคำนวณโดยใช้วิธีหาอัตราผลตอบแทนลดค่าพบว่า โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 2 ปี 6 เดือน 8 วัน

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยา สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ด้านความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับความคาดหวังมากที่สุด คือ หนังสือมีเนื้อหาตรงกับความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับเทคนิคการซื้อขายหนังสือว่า หนังสือต้องมีครบทุกแบบทุกสำนักพิมพ์ หนังสือใหม่ขายดีต้องมีขายทุกเล่ม และพยายามอย่าให้ขาดช่วง เพราะจะเสียโอกาสขายเพราะคนซื้อหนังสือไม่ได้มาร้านทุกวัน

2. ด้านความคาดหวังด้านราคา พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับความคาดหวังมากที่สุด คือ มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ซึ่งการให้ลูกค้าสามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้เป็นการให้มูลค่าเพิ่มในการใช้สิทธิจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรในการรับบริการที่แตกต่าง ได้รับสิทธิ์ซื้อสินค้าในราคาพิเศษ ได้รับความคุ้มครองด้านประกันภัยโดยไม่ต้องซื้อ

กรมธรรม์ ได้รับของกำนัลเมื่อใช้จ่ายผ่านบัตร ตามที่ธนาคารกำหนด และการให้สิทธิประโยชน์ในรูปแบบการใช้จ่ายอื่นๆ อีกมากมาย การมีบัตรเครดิตแสดงถึงสถานะที่เป็นบุคคลที่ได้รับความไว้วางใจในเรื่องการเงิน จึงได้รับเครดิต จากธนาคารให้วงเงินสินเชื่อในการใช้จ่ายผ่านบัตรก่อน โดยที่ผู้ถือบัตรไม่จำเป็นต้องมีบัญชีกับธนาคาร หรือมีเงินฝากอยู่กับทางธนาคารแต่อย่างใด และที่สำคัญผู้ถือบัตรมีโอกาส ในการวางแผนการใช้จ่าย ได้ด้วยตนเอง กล่าวคือวางแผนการใช้จ่ายล่วงหน้า และสามารถชำระคืน ทางธนาคารได้ ในครั้งเดียวในแต่ละเดือน และยังให้ความยืดหยุ่นทางการเงินมากขึ้น โดยการให้ผ่อนชำระต่อได้อีก นอกจากนั้นผู้ถือบัตรยังมีอำนาจในการใช้จ่ายจากปกติได้สูงขึ้น 2-3 เท่าที่เคยใช้จ่ายจากเงินเดือนปกติได้ นั่นแสดงถึงมีเครดิตที่สูงกว่าการใช้เงินสด

3. ด้านความคาดหวังคาดหวังด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับความคาดหวังมากที่สุด คือ มีการจัดหนังสือเป็นหมวดหมู่ ซึ่งการจัดหมวดหมู่หนังสือ คือการจัดกลุ่มหนังสือ โดยพิจารณาจากเนื้อหาสาระของหนังสือเป็นสำคัญ หรือลักษณะการประพันธ์อย่างเดียวกันไว้ด้วยกัน โดยมีสัญลักษณ์แสดงเนื้อหา ของหนังสือแต่ละประเภทโดยจะเขียนสัญลักษณ์แทนประเภทของหนังสือไว้ที่สันหนังสือแต่ละเล่ม เพื่อจะเป็นการบอกตำแหน่งของหนังสือที่อยู่ในห้องสมุด หนังสือที่เนื้อหาเหมือนกัน หรือ คล้ายคลึงกันจะจัดวางไว้ด้วยกันหรือใกล้ ๆ กัน สามารถค้นหาหนังสือที่ต้องการได้ง่าย และประหยัดเวลา

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับความคาดหวังมากที่สุด คือ มีการบริการห่อปกหนังสือโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งลูกค้าที่ซื้อหนังสือเป็นลูกค้าที่มีความละเอียดอ่อนและรักการอ่าน ดังนั้น การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและมาใช้บริการร้านอยู่เสมอ รองลงมาคือ มีส่วนลดหนังสือ ซึ่งสอดคล้องกับเทคนิคการซื้อขายหนังสือว่าการส่งเสริมการขาย นับเป็นสิ่งจำเป็นของการขายหนังสือ ถือเป็นการค้ากำไรให้แก่ลูกค้า ร้านหนังสืออาจจะมีการลดราคาช่วงเปิดเทอมหรือปีใหม่ แต่ไม่ควรเกิน 10% หรือลูกค้าที่ซื้อไม่เกิน 1,000 หรือ 2,000 บาท หรือซื้อประจำควรทำบัตรสมาชิกให้โดยไม่คิดมูลค่า

5. ด้านบุคลากร พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อจำแนกตามระดับความคาดหวัง พบว่า เรื่องที่มีระดับความคาดหวังมากที่สุด คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้อธิบายรายละเอียดหนังสือได้ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการบริหารคนร้านหนังสือ ว่า การอบรมหรือให้

ความรู้แก่พนักงานในประเทศไทยมีการอบรมเกี่ยวกับส่งเสริมการขายหรือพัฒนาร้านหนังสือไม่บ่อยนัก ดังนั้นหากมีการจัดขึ้นควรส่งพนักงานไปอบรมให้ตรงกับหัวข้อที่อบรม เช่น ถ้าอบรมหัวข้อการบริหารร้านหนังสือ ควรส่งผู้จัดการหรือผู้ช่วยผู้จัดการ หรือหัวหน้าฝ่าย หรือถ้าอบรมหัวข้อเทคนิคการขายหนังสือควรส่งพนักงานขายหรือหัวหน้าฝ่ายขายเข้าอบรม นอกจากการอบรมแล้ว การจะเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานร้านหนังสือ มีอีกวิธีหนึ่งก็คือ หาความรู้จากหนังสือ เช่น หนังสือเรื่อง การบริหารร้านหนังสือ ซึ่งสมาคมผู้จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยจัดแปลจากต้นฉบับภาษาอังกฤษมีจำหน่ายทั่วไปและมีสมาคมผู้จัดพิมพ์หรือหนังสือเกี่ยวกับเทคนิคการขาย ซึ่งอาจจะเป็นการขายหนังสือทั่วไปมาดัดแปลงใช้ หรือถ้าท่านใดมีความรู้ภาษาอังกฤษดีก็สามารถหาหนังสือต่างประเทศซึ่งเกี่ยวกับการบริหารร้านหนังสืออ่านได้ และเทคนิคการซื้อขายหนังสือ ว่าการบริการการขาย ร้านหนังสือใหญ่ๆ ควรจะมีพนักงานบริการลูกค้า ซึ่งคัดจากพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี ฝึกให้รู้หนังสือต่าง ๆ ในร้านเป็นอย่างดี รู้หนังสือประเภทไหนอยู่ตรงไหน รู้ว่าหนังสือประเภทใดเล่มไหนขายดี เพื่อให้คำแนะนำสำหรับลูกค้าบางคนที่ต้องการคำแนะนำ

#### **ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด**

ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นร้านหนังสือที่จำหน่ายหนังสืออย่างหลากหลาย ตรงความต้องการของลูกค้าทุกเพศทุกวัย

ด้านราคา เป็นร้านหนังสือที่สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ขายหนังสือตามราคาบนปกหนังสือ มีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก และมีการลดราคาหนังสือเมื่อซื้อครบตามกำหนด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นร้านหนังสือที่มีการจัดหนังสือเป็นหมวดหมู่ ที่ตั้งของร้านสามารถเดินทางสะดวก อยู่ในเขตชุมชน มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย และมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม

ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นร้านหนังสือที่มีแผนการด้านโฆษณาและแผนการส่งเสริมการขาย

#### **ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค**

การเลือกสถานที่ตั้งของร้านหนังสือนั้นอยู่ติดแถวติดถนนพหลโยธิน หน้ามหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งเป็นสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาขนาดใหญ่ที่สุดของจังหวัดพะเยา เดินทางเข้าถึงร้านได้ง่าย และสะดวก โดยได้มีการกำหนดลักษณะทางด้านพื้นที่การให้บริการร้านหนังสือ



### ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

จัดตั้งธุรกิจในรูปแบบของกิจการเจ้าของคนเดียว โดยเริ่มประกอบกิจการโดยการลงทุนจากส่วนของเจ้าของและส่วนของผู้กู้ยืมจากสถาบันการเงิน ที่อัตราส่วนเงินทุน ร้อยละ 50:50 มีรูปแบบการจัดองค์กรตามสายการบังคับบัญชา และกำหนดลักษณะงาน คุณสมบัติของผู้ทำงาน

### ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ การลงทุนในการกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ เป็นทุนในโครงการ และใช้กำหนดอัตราลดค่าในการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ ต้นทุนในการกู้ยืมเงินเท่ากับ 11% ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยลูกค้าย่อยยั้งชั้นดีจากการคำนวณมูลค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ เท่ากับ 5,699,544.81 บาท ซึ่งเป็นค่าบวก ดังนั้น สามารถประเมินได้ว่า โครงการมีความเป็นไปได้ของการลงทุน

อัตราผลตอบแทนลดค่า จากการคำนวณได้อัตราผลตอบแทนของโครงการได้เท่ากับ 11.14% ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนลดค่าที่ตั้งสมมติฐานไว้ ซึ่งเท่ากับ 11% จึงกล่าวได้ว่าการคำนวณโดยใช้วิธีหาอัตราผลตอบแทนลดค่าพบว่า โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 2 ปี 6 เดือน 8 วัน

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยา มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การซื้อ-ขายหนังสือเฉพาะประเภทให้เหมาะกับทำเลซึ่งอยู่หน้ามหาวิทยาลัยพะเยา ที่เป็นสถาบันอุดมศึกษาแห่งเดียวในจังหวัดพะเยา ควรขายหนังสือคู่มือและหนังสือเรียนเป็นหลัก อย่างอื่นเป็นรอง โดยต้องมีหนังสือคู่มือหรือหนังสือทุกรายการของทุกสำนักพิมพ์ นิสิตไปหาหนังสือต้องไม่ผิดหวังและหนังสือใหม่ต้องพยายามให้มีก่อนร้านอื่น

2. ปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ไปประยุกต์ใช้ในแวดวงต่าง ๆ มากมาย การใช้งานอินเทอร์เน็ตคาเฟ่มีแนวโน้มและความต้องการเพิ่มสูงมากขึ้น ดังนั้น เพื่อเป็นการขยายช่องทางการบริการร้านหนังสือที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น อาจต้องแบ่งพื้นที่ร้านบางส่วนเพื่อจัดมุมสำหรับการให้บริการอินเทอร์เน็ตต่อไป

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

จากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีความคาดหวังน้อยที่สุดซึ่งสะท้อนความคิดเห็นของผู้ตอบ

แบบสอบถามที่ไม่ได้คาดหวังกับผลิตภัณฑ์หนังสือ ดังนั้น เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างและตรงกับความต้องการมากยิ่งขึ้น จึงควรที่จะทำการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้านการเปิดร้านหนังสือที่มีผลิตภัณฑ์หนังสือให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มอายุหรือกลุ่มอาชีพ เพื่อเจาะกลุ่มอายุหรือกลุ่มอาชีพให้มากยิ่งขึ้น





บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2551  
จาก, <http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=gabriel&month=05-2008&date=03&group=1&gblog=2>
- จิตติมา พรหมสาขา ณ สกลนคร และคณะ. (2549). การศึกษาลักษณะ พฤติกรรมของ  
ผู้ประกอบการและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้าน  
ขายหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม.,  
มหาวิทยาลัยนเรศวร พะเยา, พะเยา.
- ทรัพย์ศิริ เอี่ยมสิริกกุล และคณะ. (2548). การศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้ง  
สถานบริการเพื่อสุขภาพ (สปา) กรณีศึกษา: จังหวัดพะเยา. การศึกษาค้นคว้า  
ด้วยตนเอง บธ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร พะเยา, พะเยา.
- ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด. (2554). สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2551 จาก ,  
<http://library.utcc.ac.th/onlinethesis/onlinethesis/M0228313/Chapter2.pdf>
- ธงชัย สันติวงษ์. (2549). พฤติกรรมผู้ประกอบการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ:  
ประชุมช่าง.
- นงพะงา ตันศิริ และคณะ. (2550). การศึกษาความเป็นไปได้ของการเปิดสถาบัน  
สอนเทควันโดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง  
บธ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร พะเยา, พะเยา.
- แนวคิดพื้นฐานของการวิเคราะห์โครงการ. (2554). สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2551 จาก,  
<http://www.softbizplus.com/apartment/793-the-feasibility-study-of-rental-apartment-project-in-the-area-behind-the-university-of-the-thai-chamber-of-commerce>
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). การจัดการการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- รัฐกานต์ หาญชัยพงศ์ และคณะ. (2549). การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจ  
ล้างอัดฉีดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม.,  
มหาวิทยาลัยนเรศวรพะเยา, พะเยา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2547). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา  
พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก แบบสอบถามผู้ใช้บริการร้านหนังสือ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือ  
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นมาเพื่อศึกษาการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ  
ลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมในการใช้บริการร้านหนังสือ  
ตอนที่ 3 ข้อมูลความคาดหวังในการใช้บริการร้านหนังสือ

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง  ที่ท่านต้องการเลือก

1. เพศ

- ชาย  หญิง

2. อายุ

- 20-30 ปี  31-40 ปี  
 41-50 ปี  51 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- อนุปริญญา/ ปวส.  ปริญญาตรี  
 ปริญญาโท  อื่น ๆ

4. อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา  ประกอบอาชีพอิสระ  
 ข้าราชการ  พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 พนักงานเอกชน  อื่น ๆ

5. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท  10,001 – 15,000 บาท  
 15,001 – 20,000 บาท  20,000 บาทขึ้นไป



ตอนที่ 3 ข้อมูลความคาดหวังในการใช้บริการร้านหนังสือ

หัวข้อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. หนังสือมีเนื้อหาตรงกับความต้องการ					
2. หนังสือมีให้เลือกหลากหลาย					
3. จำหน่ายหนังสือที่กำลังได้รับความนิยม					
4. จำหน่ายหนังสือของผู้แต่งที่มีชื่อเสียงไว้บริการ					
<b>ความคาดหวังด้านราคา</b>					
5. มีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก					
6. มีการลดราคาหนังสือเมื่อซื้อครบตามกำหนด					
7. มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต					
8. ขายหนังสือตามราคารับปกหนังสือ					
<b>ความคาดหวังด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
9. เดินทางสะดวก อยู่ในเขตชุมชน					
10. มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย					
11. มีการตกแต่งร้านที่สวยงาม					
12. มีการจัดหนังสือเป็นหมวดหมู่					
<b>ความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
13. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ					
14. มีส่วนลดหนังสือ					
15. มีการจับฉลากชิงโชค					
16. มีการบริการห่อปกหนังสือโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย					
<b>ความคาดหวังด้านบุคลากร</b>					
17. พนักงานมีเครื่องแบบสวยงาม					
18. พนักงานมีความสุภาพ					
19. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
20. พนักงานมีความรู้อธิบายรายละเอียดหนังสือได้					

## ภาคผนวก ข แบบสอบถามผู้ประกอบการร้านหนังสือ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

**คำชี้แจง** แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นมาเพื่อศึกษาการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตอนที่ 2** ข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ

**ตอนที่ 1** เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ประเภทของการลงทุน

- ลงทุนเอง
- ร่วมลงทุน

2. เงินลงทุนเริ่มต้น

- ต่ำกว่า 1,000,000 บาท
- 1,000,001-5,000,000 บาท
- 5,000,000 ขึ้นไป

3. รายได้จากการขายต่อปี

- ต่ำกว่า 1,000,000 บาท
- 1,000,00-5,000,000 บาท
- 5,000,001-10,000,000 บาท
- 10,000,000 บาท ขึ้นไป

## ตอนที่ 2 ข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ

### 1. ระยะเวลาที่ได้เปิดดำเนินการ

- ต่ำกว่า 5 ปี
- 5 – 10 ปี
- 10 ปีขึ้นไป

### 2. สาเหตุที่เปิดร้านหนังสือบริเวณนี้

- ใกล้แหล่งชุมชน
- ใกล้โรงเรียน
- ที่จอดรถสะดวกสบาย
- อื่น ๆ

### 3. กลุ่มเป้าหมาย

- นักเรียน
- นักศึกษา
- คนทำงาน
- ประชาชนทั่วไป
- อื่น ๆ

### 4. การโฆษณาทางสื่อใดบ้าง

- ใบปลิว
- วิทยู
- หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
- ป้ายโฆษณา
- อื่น ๆ





ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า



## ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ นามสกุล	ปทิตตา กองคำ
วัน เดือน ปี เกิด	3 กันยายน พ.ศ. 2530
ที่อยู่ปัจจุบัน	38 หมู่ 12 อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย 57210
ที่ทำงานปัจจุบัน	83 หมู่ 12 อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย 57210
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	เจ้าของกิจการ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2548	ศ.บ. (สาขาเศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยนเรศวร

