

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของการศึกษา

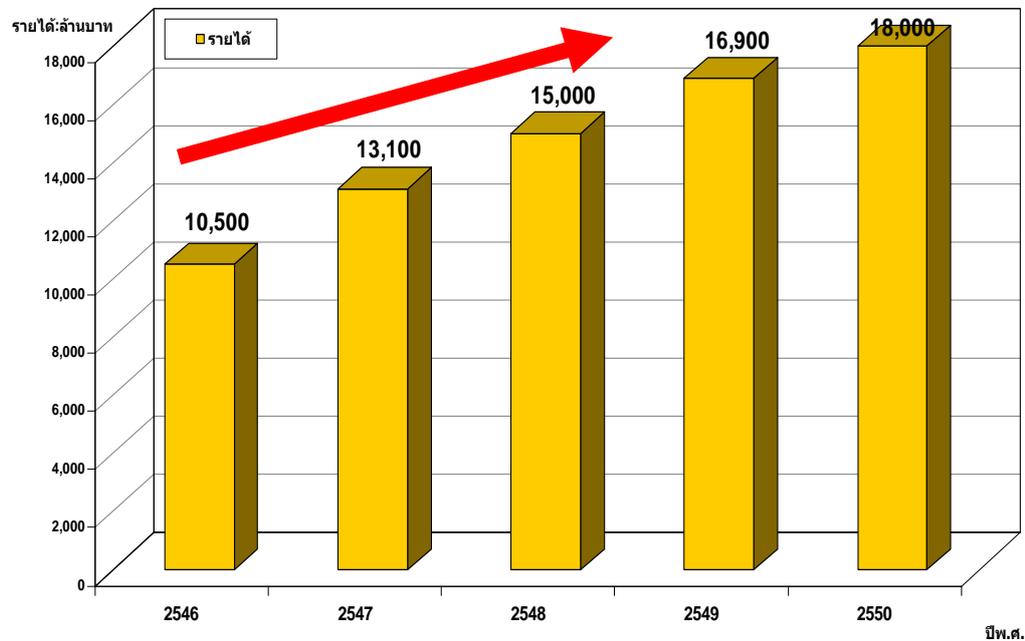
ธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือเป็นธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการสัมมนา “ทิศทางธุรกิจหนังสือปี 2551” ของสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย¹ จากข้อมูลทางธุรกิจของธุรกิจหนังสือในช่วงหลายปีที่ผ่านมาแสดงให้เห็นการเติบโตของธุรกิจหนังสือ จากยอดจำหน่ายหนังสือปี พ.ศ.2549 มียอดจำหน่ายอยู่ที่ 16,900 ล้านบาท อย่างไรก็ตามคาดว่าในปีพ.ศ.2550 จะมียอดขายรวมประมาณ 18,000² ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีพ.ศ.2549 คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 สำหรับปีพ.ศ.2551 มีการคาดการณ์ว่าธุรกิจสำนักพิมพ์จะมีอัตราเติบโตร้อยละ 7 หรือคาดว่าจะมียอดขายรวมทั้งระบบ ไม่น้อยกว่า 19,200³ ล้านบาทซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าทิศทางการจำหน่ายหนังสือซึ่งแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นสูงขึ้น เนื่องจากยอดจำหน่ายหนังสือที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี ดังภาพที่ 1.1

¹ “ทิศทางธุรกิจหนังสือปี 2551” ของสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย ณ ห้องโลดส์ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ วันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2551.

² ตัวเลขโดยประมาณ

³ ตัวเลขโดยประมาณ

ภาพที่ 1.1
ยอดรายได้การจำหน่ายหนังสือ



ที่มา : สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

ธุรกิจหนังสือเป็นธุรกิจที่มีผลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ แต่มีขนาดธุรกิจคิดเป็นน้ำหนักที่น้อยมากเมื่อเทียบกับ GDP ของประเทศ อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า ยอดจำหน่ายหนังสือสามารถทรงตัวอยู่ได้ในระดับร้อยละ 0.2 ของ GDP ได้เป็นระยะเวลาที่ต่อเนื่องกันมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การขึ้นลงของภาวะเศรษฐกิจในภาพรวม ส่งผลกระทบต่อธุรกิจหนังสือในรูปแบบความสัมพันธ์ที่ระดับคงที่ในทิศทางเดียวกัน

รายได้จากการจำหน่ายหนังสือมีทิศทางสอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือของคนไทยซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น พฤติกรรมในการซื้อหนังสือของคนไทยในปีพ.ศ.2549 มีการซื้อหนังสือ 259.93 บาทต่อคนต่อปี และในปีพ.ศ.2550 เพิ่มขึ้นเป็น 285.54 บาทต่อคนต่อปี

เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ต่อหัว 128,564 บาท⁴ พบว่าคนไทยใช้เงินซื้อหนังสือเพียงร้อยละ 0.22 ของรายได้ต่อหัวต่อปี ซึ่งต่ำมาก อาจบอกได้ว่าคนไทยยังไม่ให้ความสำคัญกับการลงทุนด้าน “ความรู้” อย่างเพียงพอ ดัง ตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1
อัตราการใช้จ่ายเงินซื้อหนังสือเมื่อเทียบกับรายได้ต่อหัว

หน่วย : บาทต่อปี

ปี	2546	2547	2548	2549	2550**
อัตราการใช้จ่าย					
การใช้จ่ายเงินซื้อหนังสือต่อคนต่อปี	166.42	210.55	239.78	259.93	285.54
รายได้ต่อหัวต่อปี*(บาทต่อคน)	93,142	101,304	109,696	144,500	128,564
อัตราการใช้จ่ายเงินซื้อหนังสือต่อรายได้ต่อหัว(ร้อยละ)	0.18	0.21	0.22	0.18	0.22

ที่มา : สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

ในตารางที่ 1.2 จำนวนร้านหนังสือจำแนกตามพื้นที่ พบว่าจำนวนร้านหนังสือมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นในทุกปี จนกระทั่งในปีพ.ศ.2549 จำนวนร้านหนังสือมีการเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดแบ่งเป็นร้านหนังสือในเขตกรุงเทพและปริมณฑลจำนวน 791 ร้าน ร้านหนังสือในเขตต่างจังหวัดจำนวน 518 ร้าน รวม 1,309 ร้าน โดยข้อมูลล่าสุดในปีพ.ศ.2550 จำนวนร้านหนังสือในประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวมากขึ้นส่งผลให้มีร้านหนังสือทั่วประเทศประมาณ 1,913 ร้าน แต่จากข้อมูลนี้ชี้ข้อสังเกตว่าการเติบโตของจำนวนร้านหนังสือในเขตกรุงเทพและปริมณฑลจะสูงกว่าในเขตต่างจังหวัด ข้อมูลนี้สะท้อนให้เห็นความขาดแคลนร้านหนังสือในพื้นที่ต่างจังหวัด ซึ่งหมายถึงโอกาสการเข้าถึงหนังสือจะลดน้อยลงสำหรับประชาชนในส่วนภูมิภาค

⁴ ข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร สำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎมนตรี และ www.Thainvest.com

*อ้างอิงรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร สำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎมนตรี และ www.Thainvest.com

**ประมาณการ

ตารางที่ 1.2
จำนวนร้านหนังสือจำแนกตามพื้นที่*

หน่วย : แห่ง

ปีพ.ศ.	ประเภทร้านหนังสือตามการบริหาร				รวม	
	กรุงเทพและ ปริมณฑล	ร้อยละ	อื่นๆ	ร้อยละ	จำนวน ทั้งหมด	ร้อยละ
2546	379	56	299	44	678	100
2547	386	51	373	49	759	100
2548	447	53	401	47	848	100
2549	791	60	518	40	1,309	100

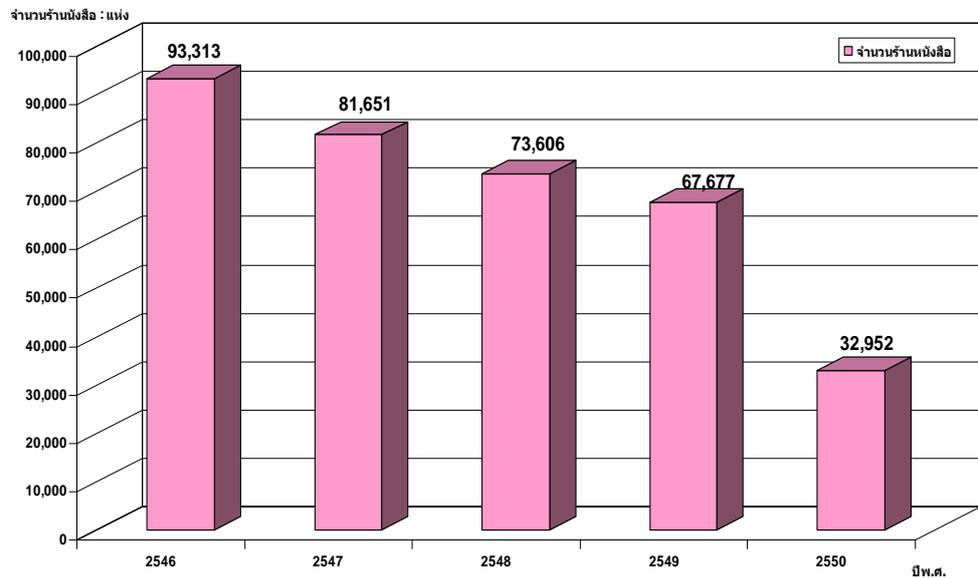
ที่มา: สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

(<http://www.pubat.or.th/info.php>)

จากภาพที่ 1.2 แผนภูมิแสดงจำนวนประชากรต่อ 1 ร้านหนังสือ ในปีพ.ศ.2549 มี

* อ้างอิงจากข้อมูลที่สุดในธุรกิจหนังสือและสิ่งพิมพ์ปีพ.ศ. 2548 และข้อมูลปีพ.ศ. 2549 ของร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์

ภาพที่ 1.2
แผนภูมิแสดงจำนวนประชากรต่อ 1 ร้านหนังสือ



ที่มา : สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

ผลจากการที่ประชาชนคนไทยโดยรวมมีการศึกษาที่สูงขึ้น ตามนโยบายส่งเสริมการศึกษาของรัฐบาล ร้านจำหน่ายหนังสือเป็นช่องทางหนึ่งที่สำคัญในการกระจายหนังสือจากสำนักพิมพ์ไปถึงมือผู้อ่าน ลักษณะของการประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือ มีโครงสร้างธุรกิจแบบต่อเนื่อง มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องและเกี่ยวเนื่องกัน สำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจจะสามารถแบ่งออกเป็น 4 ธุรกิจย่อยที่สำคัญคือ ธุรกิจสำนักพิมพ์ ธุรกิจโรงพิมพ์ ศูนย์การจัดจำหน่ายหนังสือ (สายส่ง) ธุรกิจร้านหนังสือ สามารถเขียนเป็นแผนภูมิได้ดังภาพที่ 1.3

ภาพที่ 1.3
แผนภูมิธุรกิจร้านหนังสือ

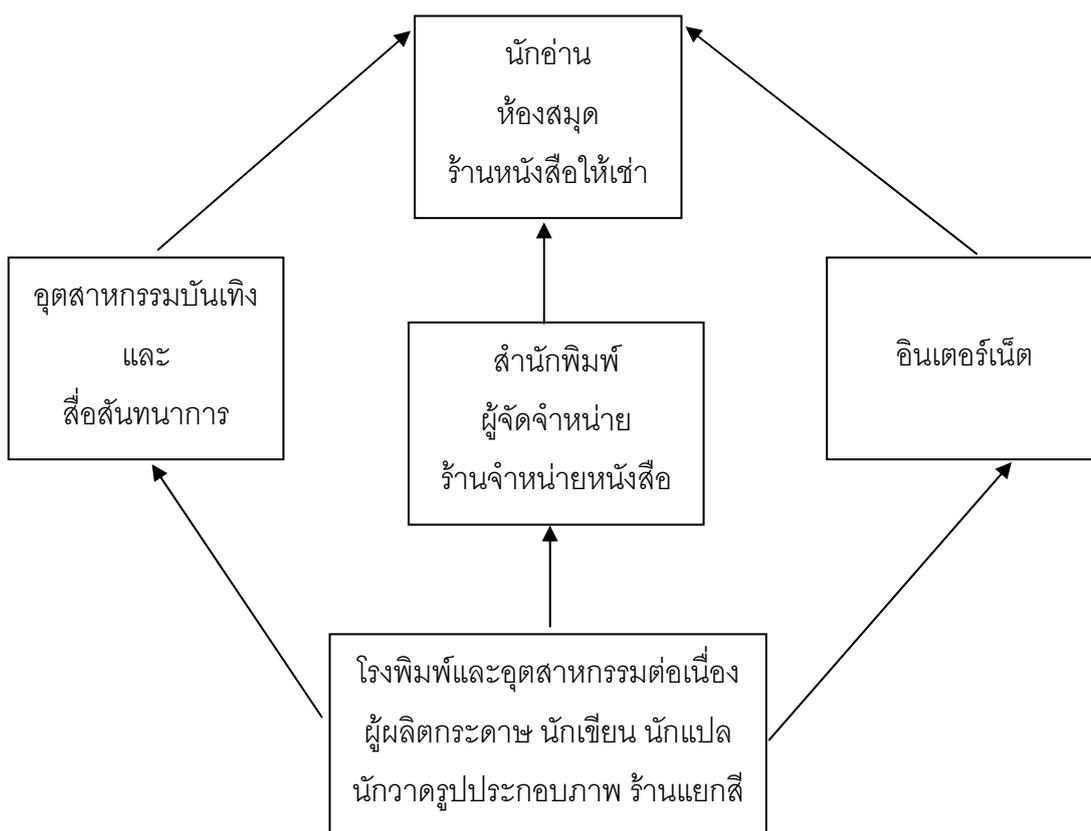
สำนักพิมพ์ → โรงพิมพ์ → สายส่ง → ร้านหนังสือ

ที่มา : สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

จากแผนภูมินี้จะเห็นได้ว่าธุรกิจหนังสือมีสำนักพิมพ์เป็นต้นน้ำของธุรกิจ การตั้งราคาหนังสือจะมีการดำเนินการจากสำนักพิมพ์ และมีร้านหนังสือเป็นธุรกิจที่อยู่ปลายน้ำ เป็นระบบการฝากขายสินค้า(หนังสือ)และให้เปอร์เซ็นต์กับทางร้านจำหน่ายหนังสือ

ร้านจำหน่ายหนังสือเป็นธุรกิจปลายน้ำและจัดเป็นธุรกิจค้าปลีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งหมายถึงเป็นองค์กรธุรกิจที่มีจุดมุ่งหมายที่จะขายสินค้าและบริการให้ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย(Final Demand) เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง โครงสร้างอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหนังสือสามารถอธิบายได้ดังภาพที่ 1.4

ภาพที่ 1.4
โครงสร้างอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหนังสือ



ที่มา : สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

จากภาพที่ 1.4 กลุ่มสำนักพิมพ์ ผู้จัดจำหน่าย และร้านจำหน่ายหนังสือ จะเป็นผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมหนังสือเล่มโดยตรง โดยมีนักวาดภาพประกอบ นักแปล นักเขียน ร้านแยกสี ผู้ผลิตกระดาษ โรงพิมพ์ และอุตสาหกรรมต่อเนื่องเป็นกลุ่มที่อยู่ในด้านอุปทาน และมีนักอ่านหรือผู้ซื้อห้องสมุด และร้านหนังสือเช่าเป็นกลุ่มที่อยู่ในด้านอุปสงค์ แต่เมื่อมองข้ามอุตสาหกรรม จะมีอุตสาหกรรมบันเทิง สื่อ และกิจกรรมสันทนาการต่างๆ ที่เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสำคัญ และสามารถส่งผลกระทบต่อธุรกิจหนังสือเล่มได้ ในขณะที่การขยายตัวอย่างรวดเร็วของอินเทอร์เน็ตจะก่อให้เกิดสินค้าทดแทนหรือทางเลือกใหม่ในการอ่าน คือ การอ่านจากอินเทอร์เน็ตแทนการอ่านจากกระดาษ พัฒนาการที่รวดเร็วของเทคโนโลยีทำให้มองข้ามสินค้าทดแทนนี้ไปไม่ได้

ในประเทศไทยสำนักพิมพ์อาจเลือกจัดจำหน่ายหนังสือเล่มไปยังช่องทางขายต่างๆ ได้ทั้งโดยตรงและผ่านผู้จัดจำหน่าย (ภาคผนวก ง) โดยทั่วไปสำนักพิมพ์ขนาดเล็กที่ขาดความชำนาญด้านการขายและการตลาด มักทำหน้าที่ผลิตหนังสือเท่านั้น ส่วนหน้าที่การขายและการตลาดอยู่ในความดูแลของผู้จัดจำหน่าย ในขณะที่สำนักพิมพ์ขนาดกลางและขนาดใหญ่เลือกจัดจำหน่ายเอง เนื่องจากความได้เปรียบจากความประหยัดต่อขนาดจากการกระจายสินค้า และประสิทธิผลด้านการตลาด ปัจจุบัน ช่องทางขายผ่านร้านสะดวกซื้อและการขายตรงผ่านอินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทมากขึ้น นอกจากนี้ในกรุงเทพมหานครงานแสดงหนังสือยังเป็นช่องทางจำหน่ายที่สำคัญของสำนักพิมพ์โดยเฉพาะสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก แต่อย่างไรก็ดีในปัจจุบันช่องทางการจำหน่ายหนังสือผ่านร้านจำหน่ายหนังสือยังเป็นช่องทางที่ใหญ่ที่สุด

ธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือมีการพัฒนาที่เปลี่ยนไปจากอดีต ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การบริการ และการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ ตลาดร้านหนังสือในเมืองไทยแบ่งออกเป็นหลายกลุ่ม ได้แก่

ร้านจำหน่ายหนังสือประเภทอิสระ (Stand Alone) เป็นร้านที่เปิดโดยลำพัง ไม่มีเครือข่ายหรือสาขา ผู้ประกอบการควบคุมดูแลร้านด้วยตนเอง

ร้านในรูปแบบสาขาหรือเชนสโตร์ (Chain Store) เป็นร้านหนังสือขนาดใหญ่ มีเครือข่ายกว้างขวาง ร้านประเภทนี้มีความได้เปรียบในเรื่องของต้นทุนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพราะมีสาขามาก ร้านสาขาส่วนใหญ่จะสร้างเอกลักษณ์เป็นของตนเอง โดยการออกแบบร้านให้ดูดี สะอาด และมีบริการหลากหลาย เช่น บริการรับจองหนังสือ บริการอินเทอร์เน็ต

นอกจากนี้ร้านจำหน่ายหนังสือยังแบ่งออกเป็น ร้านแผงลอย ซึ่งตั้งกระจายอยู่ทั่วไป ร้านประเภทนี้ใช้พื้นที่ในการขายน้อยมาก ขายเฉพาะหนังสือพิมพ์ หนังสือรายปักษ์ เช่น นิตยสาร วารสาร แต่บางร้านก็ได้นำหนังสือการ์ตูนหรือ พ็อกเก็ตบุ๊ก มาจำหน่ายให้กับลูกค้าอีกด้วย

แต่ถ้ามีการแบ่งจำนวนร้านหนังสือออกเป็นตามแบบการบริหารแล้วนั้น พบว่าทิศทางการเติบโตของร้านหนังสือเป็นการเติบโตจากร้านเครือข่ายตั้งแต่ปีพ.ศ. 2546 – 2550 ซึ่งมีการเพิ่มจำนวนมากกว่า 50 % ของตลาดหนังสือทั้งระบบ ในขณะที่เดียวกันร้านหนังสือเชิงเดี่ยว (Stand alone) ก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน สะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจหนังสือเป็นธุรกิจที่มีคนให้ความสนใจไม่น้อย ดังตารางที่ 1.3 จำนวนร้านหนังสือจำแนกตามการบริหาร

ตารางที่ 1.3
จำนวนร้านหนังสือจำแนกตามการบริหาร

หน่วย : แห่ง

ปีพ.ศ.	ประเภทร้านหนังสือตามการบริหาร				รวม
	ร้านหนังสือเครือข่าย (Chain Stores)	เพิ่มขึ้น ร้อยละ	ร้านหนังสือเชิงเดี่ยว (Stand Alone)	เพิ่มขึ้น ร้อยละ	
2546	328	-	350	-	678
2547	336	2.43	423	20.86	759
2548	441	31.25	407	- 3.78	848
2549	763	73.01	546	43.15	1,309

ที่มา: สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

<http://www.pubat.or.th/info.php>

โครงสร้างราคาหนังสือและระบบการค้า ราคาหนังสือขายปลีกในประเทศไทย ยังไม่มีกฎหมายควบคุมราคาหนังสือ ดังนั้นการแข่งขันระหว่างสำนักพิมพ์ด้วยกันเอง และการแข่งขันระหว่างร้านหนังสือด้วยกันเอง จึงมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น โดยทั่วไปส่วนลดทางการค้าที่ทางสำนักพิมพ์ต้องให้ร้านหนังสือจะอยู่ระหว่าง 25 – 35 % ระบบการค้าหนังสือโดยทั่วไปเป็นระบบฝากขาย ซึ่งร้านหนังสือจะไม่มีความเสี่ยงในการแบกรับสต็อกหนังสือในร้าน แต่ร้านหนังสือจะมีความเสี่ยงจาก

ในธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มเด็ก เป็นกลุ่มเด็กในระดับชั้นประถมศึกษา กลุ่มนี้นิยมอ่านหนังสือการ์ตูน หนังสือนิทาน หนังสืออ่านนอกเวลา พจนานุกรมฉบับชั้นประถมศึกษา หนังสือเตรียมความพร้อม เช่น แบบฝึกหัดระบายสี หนังสือภาพ

กลุ่มวัยรุ่น เป็นกลุ่มเด็กในระดับมัธยมศึกษา ถึงระดับอุดมศึกษา หนังสือที่นิยมอ่าน มีหลายแนว เช่น วรรณกรรมเยาวชน นวนิยาย หนังสือภาษาอังกฤษ หนังสือประเภทบทกลอน ความรัก ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน

กลุ่มวัยทำงาน เป็นกลุ่มที่มีรายได้มั่นคง มีอำนาจในการซื้อสูง กลุ่มนี้มีภาระหน้าที่และความรับผิดชอบทางด้านการทำงาน หนังสือที่นิยมอ่านส่วนใหญ่จึงเกี่ยวข้องกับการทำงานและการดำเนินชีวิต เช่น หนังสือความรู้เฉพาะด้าน หนังสือการบริหารจัดการ หนังสือสร้างความสำเร็จ ในหน้าที่การงาน หนังสือพิมพ์ธุรกิจ นิตยสารต่างๆ

กลุ่มวัยเกษียณอายุ เป็นกลุ่มที่เกษียณอายุการทำงาน และมีอำนาจในการซื้อค่อนข้างสูง จึงมีเวลาเพียงพอสำหรับการหากิจกรรมทำในยามว่าง หนังสือที่ได้รับความนิยม เช่น หนังสือเกี่ยวกับสุขภาพ โภชนาการ อาหาร ปรัชญา ธรรมะ การดำเนินชีวิต

ทางด้านผลิตภัณฑ์หรือหนังสือต่างๆ มีการแบ่งกลุ่มและประเภทเพื่อง่ายแก่การจัดหมวดหมู่และการหาหนังสือ การแบ่งประเภทหนังสือในร้านจำหน่ายหนังสือเป็นต่อไปนี้

นิตยสาร แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ นิตยสารในประเทศและนิตยสารต่างประเทศ โดยทั่วไปร้านจำหน่ายหนังสือนิยมจำหน่ายนิตยสารในประเทศ เนื่องจากมีราคาถูกกว่าและเป็นที่ยอมรับสำหรับผู้อ่านทุกระดับ นิตยสารมีอายุการจำหน่ายค่อนข้างสั้น เช่น 1 สัปดาห์ 15 วัน และ 1 เดือน

วารสาร เป็นสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอเนื้อหาความรู้ทางวิชาการในสาขาวิชาทั่วไป หรือเฉพาะสาขาใดสาขาหนึ่ง เช่น วารสารบริหารธุรกิจราย 3 เดือนของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยส่วนใหญ่จะมีกำหนดเผยแพร่เป็นระยะเวลาที่สม่ำเสมอ เช่น รายปักษ์ รายเดือน ราย 3 เดือน

หนังสือพิมพ์ มีหลายประเภท เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์

วรรณกรรม แบ่งออกเป็นหลายประเภท เช่น วรรณกรรมทั่วไป วรรณกรรมบันเทิง วรรณกรรมเยาวชน วรรณกรรมเรื่องสั้น นวนิยาย

หนังสือการ์ตูน แบ่งเป็น 3 ประเภทหลักๆ ได้แก่ การ์ตูนญี่ปุ่น (ชาย-หญิง) การ์ตูนสำหรับเด็ก และการ์ตูนฆ่าขันธ์ การ์ตูนแต่ละประเภทมีเนื้อหาที่แตกต่างออกไป

หนังสือเกร็ดความรู้ เป็นหนังสือที่รวบรวมเกร็ดความรู้และเคล็ดลับต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ คู่มือการจัดบ้าน การดูแลสวน การรักษาสุขภาพ การออกกำลังกาย การเลือกซื้อสมุนไพร

หนังสือแปล โดยทั่วไปหนังสือที่ได้รับความนิยมหรืออยู่ในอันดับขายดีในต่างประเทศ นักเขียนคนไทยจะนำมาแปล

หนังสือธุรกิจ หนังสือที่เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ หนังสือการตลาด การจัดการ การบัญชี เศรษฐศาสตร์ การเงิน-การธนาคาร

หนังสือวิชาการ เช่น หนังสือกฎหมาย ภาษี การเมืองการปกครอง ศาสนา ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นหนังสือแบบเรียนสำหรับนักเรียน นักศึกษา

หนังสือคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี เช่น ความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร

หนังสือทั่วไป เช่น หนังสือเด็ก ท่องเที่ยว งานอดิเรก งานฝีมือ ศิลปะ ดนตรี โหราศาสตร์และการพยากรณ์ หนังสือพระ

การประกอบธุรกิจจำหน่ายหนังสือ นอกจากจะมีการจำหน่ายหนังสือเป็นธุรกิจหลักแล้วบางร้านจะมีการประกอบธุรกิจอื่นเสริมเข้าไปด้วย จะเห็นว่าร้านจำหน่ายหนังสือในปัจจุบันอาจจะไม่ได้จำหน่ายหนังสือเพียงอย่างเดียว แต่จะมีธุรกิจเสริมอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ เป็นการทำการส่งเสริมทางการตลาดอีกวิธีหนึ่ง นั้นหมายถึงการประกอบธุรกิจหลัก คือ การจำหน่ายหนังสือ และธุรกิจรองที่มีการประกอบการขึ้นอาจได้แก่ จัดมุมจำหน่ายเครื่องเขียน อุปกรณ์การเรียน (Stationery) จัดมุมจำหน่ายอาหารว่างและเครื่องดื่ม (Coffee Conner) ได้แก่ กาแฟ ขนมปัง จัดมุมจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เช่น การ์ดอวยพร ปฏิทิน ชั้นวางหนังสือ บริการรับจองหนังสือทั้งในและต่างประเทศ บริการจัดส่งหนังสือตามบ้าน จัดมุมจำหน่ายสื่อเพื่อการบันเทิง (Home Entertainment) ได้แก่ ซีดีเพลง คาราโอเกะ วีซีดีภาพยนตร์ เหล่านี้เป็นธุรกิจเสริมที่สามารถทำควบคู่ไปกับการทำธุรกิจจำหน่ายหนังสือได้

จากการทบทวนงานวิจัยในอดีต พบว่าได้มีผู้ศึกษาโครงสร้างตลาดของธุรกิจหนังสือ แต่ยังไม่มีการศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดดำเนินธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือเชิงเดี่ยว (Stand Alone) ในชุมชน เพื่อตอบสนองและส่งเสริมการอ่านหนังสือ การเข้าถึงหนังสือแก่ประชากร อีกทั้งข้อมูลที่ได้กล่าวแล้วข้างต้นทั้งทางด้านการเพิ่มขึ้นของปริมาณยอดจำหน่ายหนังสือในทุกๆปี และ

ในสภาวะการณ์ที่การแข่งขันในธุรกิจมีมากขึ้นและรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาของเทคโนโลยีและสังคม เพื่อตอบสนองของความต้องการอ่านหนังสือและการเข้าถึงหนังสือของคนไทย จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนโครงการและศึกษาความเป็นไปได้ อย่างรอบคอบว่าจะต้องมีการพิจารณาและวิเคราะห์ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อธุรกิจ และมีการประเมินข้อมูลต่างๆ ประกอบการตัดสินใจในการลงทุนได้อย่างไร เพราะผู้ศึกษาต้องการให้บรรลุถึงแนวทางในการประกอบธุรกิจ การวางรากฐาน และพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ จากความสำคัญของการอ่านหนังสือ และทิศทางของธุรกิจหนังสือจากอดีตจนถึงปัจจุบันดังกล่าว จึงเป็นที่มาในการศึกษาวิจัยเฉพาะเรื่องฉบับนี้ผู้ศึกษามีความคิดที่จะลงทุนในธุรกิจ โดยสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือเชิงเดี่ยว(Stand Alone) เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าการลงทุนดังกล่าวจะประสบความสำเร็จ ได้รับผลตอบแทนเหมาะสมกับการลงทุน ซึ่งจะนำมาถึงผลตอบแทนสูงสุดของเงินลงทุนและความพอใจสูงสุดของผู้บริโภค โดยจะเป็นแนวทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้เห็นถึงสภาพธุรกิจ แนวทางในการปรับตัวและความเป็นไปได้ในการประกอบกิจการที่ชัดเจนขึ้น เพื่อตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจอย่างคุ้มค่าโดยเสี่ยงต่อความผิดพลาดน้อยที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

ศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยการวิเคราะห์ตลาดเพื่อประเมินรายได้จากการขาย และวิเคราะห์ต้นทุนประเภทต่างๆ ในการจัดตั้งและดำเนินกิจการ ในระยะเวลา 10 ปี โดยพิจารณาร่วมกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือ ได้แก่ พฤติกรรมผู้อ่านหนังสือ การแข่งขันในธุรกิจ

1.4 กรอบความคิดทางทฤษฎีและวิธีการศึกษา

1.4.1 กรอบความคิดทางทฤษฎี

การตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจผู้ลงทุนส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการทำกำไรในเชิงเศรษฐกิจหรือการวิเคราะห์ถึงผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการก่อนเป็นลำดับแรก ต่อมาจึงคำนึงถึงปัจจัยการผลิตต่าง ๆ เช่น วัตถุดิบ แรงงาน ทรัพยากรที่จะนำมาใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ มีดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ(Feasibility Study)

คำว่าการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) ได้มีผู้ให้ความหมายและทัศนะไว้หลากหลายประการดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ หมายถึง การศึกษาที่ต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินตามโครงการนั้น ทั้งนี้เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้นๆ⁵

ความจำเป็นที่ต้องศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนั้นเป็นผลสืบเนื่องจากความขาดแคลนในทรัพยากร เมื่อเทียบกับความต้องการในการลงทุนในโครงการต่างๆ การวิเคราะห์ผลเสีย-ผลประโยชน์ของโครงการ (Cost-Benefit Analysis) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยจัดทรัพยากรที่ขาดแคลนไปยังโครงการต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เสียค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด) และมีประสิทธิผล (ได้รับผลประโยชน์มากที่สุด) ถูกต้องตามหลักวิชาการทางเศรษฐศาสตร์ และช่วยให้ผู้วิเคราะห์โครงการสามารถตัดสินใจเลือกลงทุนในโครงการที่ดี เหมาะสมและมีคุณค่าในการปฏิบัติ⁶

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ คือ การศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด ทั้งในขอบเขตกว้างที่เรียกว่า มหาภาค และในขอบเขตที่มีรายละเอียดลึกลงไปทีเรียกว่าจุลภาค โครงการอุตสาหกรรมโดยทั่วไป จะมีกิจกรรมหลักหรือหน้าที่หลัก 3 กิจกรรม ผลของกิจกรรมดังกล่าวจะสรุป หรือสะท้อนออกมาให้เห็นในรูปของงบการเงินล่วงหน้า (Performa Financial

⁵ จันทนา จันทโร และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. การศึกษาความเป็นไปได้โครงการ ด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม. หน้า 2.

⁶ หฤทัย มีนะพันธ์. หลักการวิเคราะห์โครงการ. หน้า 22.

จากคำนิยามต่างๆดังกล่าวข้างต้นพอสรุปได้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการก็คือ การศึกษาและจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่างๆ ที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุน (Justification) ความถูกต้องสมบูรณ์ของโครงการ (Soundness) เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดี โดยโครงการที่ดีจะได้แก่ โครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเมื่อนำไปปฏิบัติแล้วจะให้ผลตอบแทนคุ้มค่าแก่การลงทุน⁷

การวิเคราะห์โครงการของรัฐและของเอกชนมีความแตกต่างกัน โดยเอกชนจะเน้นผลกำไรในรูปตัวเงิน (Money Profit) ที่ได้จากการมีโครงการในขณะที่การวิเคราะห์โครงสร้างของรัฐบาลหรือทางเศรษฐกิจ จะเน้นถึงผลกำไรทางสังคม (Social Profit) เป็นส่วนรวม ความแตกต่างในแนวความคิดเรื่องของกำไรดังกล่าวยังทำให้เกิดความแตกต่างในการตีราคาของโครงการอีกด้วย หากเป็นการวิเคราะห์โครงการของเอกชนจะมีการใช้ราคาตลาด และจะใช้ราคาเงาในการวิเคราะห์ ส่วนทางด้านโครงการของรัฐบาล การวิเคราะห์และประเมินโครงการโดยทั่วไปนั้น จะใช้หลักการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนโครงการ (Cost-Benefit Analysis) เป็นหลักในการพิจารณา โดยถ้าเป็นโครงการของรัฐบาลจะต้องนำเอาต้นทุนและผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์มาคิดด้วย เช่น ต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) และต้นทุนทางสังคม (Social Cost) เป็นต้น ส่วนการวิเคราะห์และประเมินโครงการของภาคเอกชนนั้นจะมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญของการวิเคราะห์คือ โครงการที่จัดทำมีความคุ้มค่าหรือไม่ กล่าวคือผลตอบแทนที่ได้ควรจะสูงกว่าเงินที่ได้ลงทุนไป โดยคำนึงถึงค่าเสียโอกาส ซึ่งอยู่ในรูปของอัตราส่วนลด (Discount Rate) การวิเคราะห์และประเมินโครงการของภาคเอกชนจึงเป็นการวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการ (Financial Cost Benefit Analysis)⁸

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์องค์กรธุรกิจ (Theory of the Firm)

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่นำมาใช้เป็นหลักการวิเคราะห์และตัดสินใจในองค์กรธุรกิจ ก็คือ เศรษฐศาสตร์จุลภาค เป็นทฤษฎีที่ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของปัจเจกชน ซึ่งมีบทบาทในระบบเศรษฐกิจในฐานะผู้บริโภค หรือผู้ซื้อสินค้าและบริการ และเป็นผู้ขายทรัพยากรที่นำไปใช้เป็น

⁷ ชัยยศ สันติวงศ์. ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ. หน้า 37.

⁸ ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ. การวิเคราะห์และประเมินโครงการ. หน้า 11.

การวัดผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจว่าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด ต้องอาศัยตัวชี้วัดเพื่อเปรียบเทียบผลประกอบการในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน นั่นคือผลกำไร (Profit) ซึ่งจะเป็นเครื่องบ่งชี้ประสิทธิภาพการจัดการที่เป็นมาตรฐานการคำนวณเหมือนกันในทุกองค์กรธุรกิจ ผลกำไรจึงถูกนำมาใช้วัดผลและประเมินการดำเนินงาน ใช้เป็นวัตถุประสงค์สูงสุด (Overarching Objective) ขององค์กรธุรกิจในการกำหนดกลยุทธ์และปกป้องธุรกิจ และใช้เพื่อการตัดสินใจบริหารทรัพยากรภายในองค์กรธุรกิจ นอกจากนี้ผลกำไรยังเป็นผลตอบแทนแก่ ผู้บริหารองค์กร ผู้จัดการ พนักงาน เพื่อสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นการทำงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การแสวงหากำไรสูงสุด (Profit Maximization) ได้นำมาเป็นข้อสมมุติฐานเบื้องต้น เพื่อศึกษาพฤติกรรม การตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในสภาพการแข่งขัน และใช้เป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพการ จัดสรรทรัพยากรภายในองค์กร¹⁰

ร้านจำหน่ายหนังสือจัดเป็นองค์กรธุรกิจหนึ่ง การแสวงหากำไรสูงสุดจึงเป็น วัตถุประสงค์หลักของธุรกิจเช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ ถึงแม้ร้านจำหน่ายหนังสือที่จัดตั้งขึ้นจะมี เป้าหมายอย่างอื่นด้วย เช่น การส่งเสริมวัฒนธรรมการอ่านให้แก่คนในชุมชน การเข้าถึงหนังสือ ของคนในชุมชน การเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่ชุมชน แต่เป้าหมายดังกล่าวไม่สามารถจัดเป็น วัตถุประสงค์หลักขององค์กรได้ เนื่องจากแม้จะประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจตามเป้าหมาย ดังกล่าว แต่ไม่เสมอไปที่จะทำให้ร้านจำหน่ายหนังสือที่จัดตั้งขึ้นอยู่รอดได้ การแสวงหากำไรสูงสุด จึงเป็นเพียงสิ่งเดียวที่ถือได้ว่าเป็นวัตถุประสงค์หลักขององค์กร ที่สามารถทำให้ธุรกิจอยู่รอดและ สามารถแข่งขันในตลาดได้

การที่ธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือต้องใช้กำไรเพื่อประเมินประสิทธิภาพขององค์กรธุรกิจ สามารถคำนวณได้จาก รายรับรวมทั้งหมด (Total Revenue) หักออกด้วยต้นทุนรวมทั้งหมด (Total Cost) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

⁹ สรยุทธ มีนะพันธ์. เศรษฐศาสตร์การจัดการองค์กรธุรกิจ. หน้า 9.

¹⁰ สรยุทธ มีนะพันธ์. เศรษฐศาสตร์การจัดการองค์กรธุรกิจ. หน้า 13.

$$\text{Profit} = \text{TR} - \text{TC}$$

รายรับรวม

รายรับรวม (Total Revenue) หมายถึง ผลตอบแทนที่ได้รับจากการดำเนินโครงการเปิดร้านจำหน่ายหนังสือ ซึ่งก็คือจำนวนเงินที่ได้รับจากการขายสินค้าภายในร้าน โดยใช้วิธีการทำนายอุปสงค์ของตลาด โดยการสำรวจตลาด (Survey Method) แบบสุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มประชากรเป้าหมายที่จะมาซื้อสินค้าของโครงการ และสำรวจความคิดเห็นของประชากรที่จะมาซื้อสินค้าจากร้านจำหน่ายหนังสือโดยสามารถประมาณการยอดขายได้จากการคำนวณ ดังนี้

$$\text{TR} = \text{P} \times \text{Q}$$

โดยที่ $\text{P} =$ ราคาของสินค้าหรือบริการ

$\text{Q} =$ ปริมาณสินค้าหรือบริการ

P ของการศึกษาครั้งนี้ คือ ราคาของหนังสือโดยเฉลี่ยที่ผู้ซื้อซื้อหนังสือต่อคน ซึ่งหาได้จากแบบสอบถามสัมภาษณ์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในเขตอำเภอเมือง จำนวน 300 คน หลังจากนั้นนำมาผลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยค่าหนังสือต่อคนต่อครั้ง

Q ของการศึกษาครั้งนี้ คือ จำนวนเฉลี่ยของผู้ที่มาซื้อสินค้าจากร้านจำหน่ายหนังสือของโครงการต่อวัน ซึ่งสามารถหาได้จากการคำนวณจากข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิที่ได้รับจากหน่วยงานราชการ

การประมาณการยอดขาย การศึกษาวิจัยนี้จะใช้วิธีสำรวจตลาด (Survey Method) แบบสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรเป้าหมายที่จะมาใช้บริการของโครงการโดยการนับจำนวนผู้มาใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือและนับจำนวนผู้ที่ซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน มูลค่าการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ย ซึ่งได้มาจากการทำแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประมาณการรายรับของร้านดังนี้

$$\text{ประมาณการยอดขายจำหน่ายหนังสือ(บาท/เดือน)} = \text{A} \times \text{B} \times 30\text{วัน}$$

โดยที่ $\text{A} =$ จำนวนผู้ที่ซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน ซึ่งสามารถหาข้อมูลได้จากการนับจำนวนผู้ที่ซื้อหนังสือในหนึ่งอาทิตย์และนำมาหาค่าเฉลี่ยจะได้จำนวนผู้ที่ซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยในหนึ่งวัน (คน)

$\text{B} =$ มูลค่าการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ย ซึ่งสามารถหาได้จากข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะมาใช้บริการ (บาท)

ต้นทุนรวม

ต้นทุนรวม(Total Cost) ของโครงการเปิดร้านจำหน่ายหนังสือ หมายถึง มูลค่าของปัจจัยการผลิตหรือทรัพยากรต่าง ๆ ที่เข้าไปในโครงการ ซึ่งก็คือจำนวนเงินทั้งหมดที่โครงการต้องจ่ายในการจัดหาปัจจัยการผลิต สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ๆ ตามหน้าที่ของต้นทุน

คือ ค่าใช้จ่ายทางการลงทุน (Investment Costs) และค่าใช้จ่ายทางการดำเนินงานและการบำรุงรักษา (Operating and Maintenance Costs)¹¹

1. ค่าใช้จ่ายทางการลงทุน (Investment Cost)

หมายถึง มูลค่าการใช้ปัจจัยการผลิตเพื่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกหรือเป็นฐานของการผลิตสินค้าและบริการต่อไป ซึ่งจัดเป็นต้นทุนคงที่ทั้งหมด สำหรับโครงการร้านจำหน่ายหนังสือประกอบไปด้วย

ก. ค่าตกแต่งและซ่อมแซมอาคารพาณิชย์

ข. ค่าพัฒนาระบบ เช่นค่าติดตั้งโทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น

ค. ค่าจัดซื้อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ค่าจัดซื้อโต๊ะเก้าอี้ ตู้เอกสาร ชั้นวาง

ง. ค่าวางแผนและออกแบบโดยสถาปนิก

จ. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดนับตั้งแต่การก่อตั้งกิจการถึงวันที่เริ่มดำเนินการ โดยวันที่เริ่มดำเนินการคือวันที่กิจการเริ่มมีรายได้ เช่น ค่าเช่าอาคารพาณิชย์ ค่าธรรมเนียมการก่อตั้งกิจการ เป็นต้น

2. ค่าใช้จ่ายทางการดำเนินงานและการบำรุงรักษา (Operating and Maintenance Cost)

หมายถึง มูลค่าของการใช้ทรัพยากรไปเพื่อการดำเนินงานและการบำรุงรักษาโครงการ ซึ่งก็คือจำนวนเงินที่โครงการจ่ายออกไปเพื่อดำเนินงานและการบำรุงรักษาโครงการ ทั้งนี้เพื่อให้โครงการสามารถดำเนินงานไปได้ตามปกติ ต้นทุนประเภทนี้มีทั้งต้นทุนคงที่ (จะไม่ขึ้นกับจำนวนลูกค้า) และต้นทุนผันแปร (จะขึ้นกับจำนวนลูกค้า) ค่าใช้จ่ายในประเภทนี้ของร้านจำหน่ายหนังสือโดยทั่วไปประกอบด้วย

ก. ต้นทุนค่าวัสดุดิบ (Material Cost) คือ มูลค่าของวัสดุดิบสิ้นเปลืองทุกประเภทที่ใช้ในการดำเนินงานต่าง ๆ ในร้านจำหน่ายหนังสือ ได้แก่ ค่าบรรจุภัณฑ์ ปกหนังสือ สมุดบัญชี อุปกรณ์สำนักงานต่างๆ ตรายาง สติกเกอร์Code หมึก กระดาษ หนังสือ เป็นต้น

¹¹ ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ. การวิเคราะห์และประเมินโครงการ. หน้า 201.

ข. ต้นทุนค่าแรง (Labor Cost) คือ ค่าตอบแทนต่อปัจจัยแรงงาน ได้แก่ รายจ่ายของร้านจำหน่ายหนังสือที่เกี่ยวข้องกับค่าจ้าง เงินเดือน ค่าล่วงเวลา ค่าประกันสังคม สวัสดิการต่างๆ ของพนักงาน เป็นต้น

ค. ต้นทุนด้านการบริหารและการขาย (Management Cost) เช่น เงินเดือนของผู้บริหาร ค่าภาษี ค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบธุรกิจ เป็นต้น

1.4.2 วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาใช้การวิเคราะห์ เพื่อดูว่าโครงการร้านจำหน่ายหนังสือที่จะเปิดมีความเป็นไปได้หรือไม่ โดยสามารถจำแนกการวิเคราะห์ออกได้เป็น 4 หัวข้อ คือ การวิเคราะห์ด้านการเงิน (Financial Analysis) การวิเคราะห์ด้านเทคนิค (Technical Analysis) ด้านการตลาด (Marketing Analysis) และ ด้านการบริหาร (Managerial Analysis) ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ด้านการตลาด (Market Analysis) เป็นการวิเคราะห์ที่ช่วยคลี่คลายความคิดริเริ่ม และประเมินความเป็นไปได้ของโครงการในแง่การตลาด ขั้นตอนนี้เป็นการศึกษารายละเอียดข้อมูล ที่นำไปใช้ในการพยากรณ์อุปสงค์ของตลาดเพื่อประมาณการยอดขาย สภาพการแข่งขันในตลาด การวางแผนและการกำหนดราคาในตัวเองผลิตภัณฑ์ และการกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย โดยจะทำการศึกษาถึง

1.) การวิเคราะห์อุปสงค์ คือ การวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวแปรที่นำมากำหนดความต้องการซื้อหนังสือของผู้บริโภคเพื่อนำไปสู่การแบ่งส่วนตลาดและเป้าหมายทางการตลาด ซึ่งจะประกอบไปด้วย

ก. ตัวแปรทางภูมิศาสตร์ คือ การใช้ทำเลที่ตั้งในการแบ่งตลาด

ข. ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ เป็นการอาศัยตัวแปรพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ การศึกษา ที่อยู่อาศัย เป็นต้น

ค. ตัวแปรด้านพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อหนังสือ เช่น ความถี่ในการซื้อ ประเภทหนังสือที่ซื้อ มูลค่าการซื้อ ความพอใจในการใช้บริการ เป็นต้น

2.) การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน: ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือในทำเลชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์

3.) การวางแผนการตลาดในการส่งเสริมสินค้า เช่น ประเภทของหนังสือที่เป็นที่ต้องการของตลาด

4.) การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด: ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อโครงการไว้ 4 อย่าง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (หนังสือ), ราคา, สถานที่, การส่งเสริมการตลาด

5.) การกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย: เป็นกิจกรรมการประเมินและเป็นส่วนหนึ่งของการเลือกตลาดว่าเป้าหมายทางการตลาดของโครงการเป็นอย่างไร และพิจารณาเลือกกลุ่มตลาดที่โครงการเห็นว่ามีความเป็นไปได้ทางการตลาด

2. การวิเคราะห์ด้านการบริหาร (Managerial Analysis) การวิเคราะห์ด้านการบริหาร เริ่มด้วยการประเมินทักษะ ความรู้ ความสามารถ ที่จำเป็นในการที่ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายหนังสือจะสามารถบริหารจัดการให้กิจการสามารถแข่งขันและอยู่รอดได้ จากนั้นเป็นการวิเคราะห์ถึงการจัดองค์กร รายละเอียดของการทำงานตามหน้าที่ การบริหารบุคลากร และระบบงาน

3. การวิเคราะห์ด้านเทคนิค (Technical Analysis) การวิเคราะห์ด้านเทคนิคเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการ นอกจากนี้ยังช่วยอำนวยความสะดวกในการพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากทางเลือกทางด้านเทคนิคต่างๆ ในแง่การว่าจ้างแรงงาน ความต้องการด้านเงินทุน การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคของร้านจำหน่ายหนังสือประกอบไปด้วย การกำหนดขนาดของร้าน การวิเคราะห์ถึงตัวแปรต่างๆ ที่มีผลต่อการกำหนดทำเลที่ตั้งของโครงการ การวิเคราะห์ถึงต้นทุนต่างๆ ของกิจการ พิจารณาเรื่องขนาดของกิจการและทำเลที่ตั้ง รวมถึงการวิเคราะห์ถึงการประมาณการต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของกิจการ ทั้งเงินลงทุนในการตกแต่งร้าน วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ตลอดจนค่าวัสดุดิบ ค่าจ้างแรงงาน เป็นต้น ซึ่งจะนำไปสู่การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินต่อไปสำหรับธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือ ต้นทุนหลัก ๆ คือ ต้นทุนของร้านจำหน่ายหนังสือของโครงการและต้นทุนที่เกี่ยวกับอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบกับตัวสินค้า

การวิเคราะห์ทางเทคนิคนี้จะทำการพิจารณาครอบคลุมด้านต่าง ๆ ดังนี้ คือ

- 1.) ขนาดของร้าน
- 2.) ทำเลที่ตั้งของร้าน
- 3.) การวิเคราะห์ต้นทุนของร้าน

4. การวิเคราะห์ด้านการเงิน (Financial Analysis) การวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือเริ่มจาก การกำหนดที่มาของแหล่งเงินทุนที่จะนำมาใช้ในการลงทุนโดยต้องประเมินถึงต้นทุนทางการเงิน จากนั้นจึงทำการกำหนดต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ (Cost-Benefit Identity) เพื่อใช้ในการคาดคะเนกระแสการไหลของเงินสดของโครงการ

โดยมีสมมุติฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่

ก. แหล่งของทุน เป็นการจัดสรรแหล่งที่มาของเงินลงทุน โดยโครงการนี้เป็นกิจการส่วนบุคคลจะใช้เงินลงทุนจากผู้ลงทุน 1 คน 700,000 บาท เป็นเงิน 700,000 บาท

ข. ต้นทุนทางการเงิน หรือ ค่าเสียโอกาสของเงินทุน ควรมีค่าเท่ากับอัตราดอกเบี้ยระยะยาวหรือเท่ากับดอกเบี้ยที่ได้จากการให้กู้ของธนาคารพาณิชย์

ค. ค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน การคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับต้นทุนคงที่จะคำนวณโดยวิธีเส้นตรง (Straight Line)

ง. ภาษีนิติบุคคล ส่วนภาษีนิติบุคคลของโครงการร้านจำหน่ายหนังสือจะเสียในอัตราร้อยละ 30 ของกำไรสุทธิ

จากนั้นเพื่อให้การวิเคราะห์ทางการเงินมีความละเอียดและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จะทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของโครงการโดยการวิเคราะห์ความไวของโครงการ (Sensitivity Analysis) และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Analysis) กล่าวคือ การวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงอัตราผลตอบแทนของโครงการ เนื่องจากอนาคตเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน ความผันผวนด้านสถานะแวดล้อมมีรอบด้าน ถ้าสถานการณ์บางอย่างเกิดขึ้นแปรไปมากจะมีผลกระทบต่อโครงการมากน้อยแค่ไหน ซึ่งผลการวิเคราะห์ทั้งหมดจะนำไปใช้ ประกอบการตัดสินใจว่าสมควรลงทุนในโครงการหรือไม่ เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนอาศัยการคำนวณผ่านเครื่องมือชี้วัด¹²

เกณฑ์การตัดสินใจเพื่อการลงทุนอาศัยการคำนวณผ่านเครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงิน ซึ่งรายละเอียดของเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการ มีหลักเกณฑ์และวิธีการที่ใช้ในงานศึกษาวิจัยฉบับนี้ ประกอบด้วย

1.) กระแสการไหลเวียนเงินสดของโครงการ (Cash Flow) กระแสเงินสดต่างๆ ของโครงการ (Cash Flow) ประกอบ กระแสเงินสดรับ กระแสเงินสดจ่าย และกระแสเงินสดสุทธิ เป็นต้น และเป็นการวิเคราะห์เบื้องต้นที่จะนำไปสู่การวิเคราะห์ด้านอื่นๆ ต่อไป

¹² หฤทัย มีนะพันธ์. หลักการวิเคราะห์โครงการ. หน้า 105-126.

กระแสเงินสดสุทธิ(Net Cash Flow) = กระแสเงินสดรับ – กระแสเงินสดจ่าย

2.) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-even Analysis) วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน คือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร รายรับจากการขาย และกำไร เพื่อชี้ให้เห็นถึงกำไร หรือขาดทุนที่มีผลกระทบจากจำนวนผู้บริโภคในระดับต่างๆ จุดที่ทำให้รายรับจากการขายและต้นทุนทั้งหมดเท่ากันคือ “จุดคุ้มทุน”¹³ สามารถคำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$Q = \frac{F}{P - V}$$

โดย Q = จำนวนผู้บริโภค ณ จุดคุ้มทุน
P = ค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคต่อคนต่อครั้ง
F = ต้นทุนคงที่
V = ต้นทุนแปรผันของการบริโภคต่อคน

P – V ตามสูตรข้างต้นก็คือ อัตรากำไรเบื้องต้นต่อหน่วย หรือส่วนเสียมราคา (Price Margin) ในกรณีเช่นนี้อาจสรุปได้อีกว่า จำนวนผู้บริโภคที่จุดคุ้มทุน ได้แก่ จำนวนผู้บริโภคที่ทำให้ผลกำไรเบื้องต้นเท่ากับต้นทุนคงที่

3.) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) หมายถึง ระยะเวลานับตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงขณะที่โครงการสามารถสร้างผลตอบแทนให้โดยรวมกันแล้วเท่ากับเงินลงทุนเริ่มต้นพอดี เป็นการประมาณเบื้องต้นถึงความสามารถในการสร้างผลตอบแทนและความเสี่ยงของโครงการลงทุน เป็นเกณฑ์ที่คำนึงถึงระยะเวลาที่ผลตอบแทนที่ได้จากการดำเนินงานเท่ากับค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรกของโครงการ นั่นคือจะพิจารณาจำนวนปีที่ได้รับผลประโยชน์คุ้มกับค่าใช้จ่ายในการลงทุน ดังนั้นหากดำเนินงานแล้วผลประโยชน์คุ้มกับจำนวนเงินที่ลงทุนได้รวดเร็วก็จะดี เพราะความเสี่ยงน้อยและผู้ลงทุนสามารถนำเงินที่ถอนทุนได้ไปลงทุนเพื่อหาประโยชน์ในกิจการอื่นๆ ต่อไป เป็นการแสดงถึงสภาพคล่องของการดำเนินงาน

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินสดจ่ายลงทุนสุทธิเริ่มโครงการ}}{\text{กระแสเงินสดรับสุทธิรายปี}}$$

¹³ ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ. การวิเคราะห์และประเมินโครงการ. หน้า 245.

โดย

ระยะเวลาคืนทุน คือ จำนวนปีในการดำเนินงาน

เงินสดจ่ายลงทุนสุทธิเริ่มโครงการ คือ ต้นทุนที่ใช้ไปเริ่มแรกของโครงการ

กระแสเงินสดรับสุทธิรายปี คือ ผลกำไรสุทธิหักภาษี+ดอกเบี้ย+ค่าเสื่อมราคาในแต่ละปี

ในการคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนจะไม่คำนึงถึงมูลค่าของเงินตามเวลาและกระแสผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินงานหลังระยะเวลาคืนทุน แต่จะเน้นเรื่องการคืนทุนระยะเวลายิ่งสั้นยิ่งดี

4.) การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุน หมายถึง ผลรวมของผลประโยชน์สุทธิที่ได้มีการปรับค่าของเวลาแล้ว ได้จากการนำค่ากระแสเงินสดสุทธิของแต่ละปีตลอดอายุโครงการมาเทียบให้เป็นมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิโดยใช้อัตราลด (Discount Rate) ที่กำหนด โดยคำนวณได้จากสูตรดังต่อไปนี้

$$NPV = CF_0 + \frac{CF_1}{(1+k)} + \frac{CF_2}{(1+k)^2} + \frac{CF_3}{(1+k)^3} + \dots + \frac{CF_n}{(1+k)^n}$$

หรือ

$$NPV = \sum \frac{Bt - Ct}{(1+r)^t}$$

โดย	NPV	คือ	มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์สุทธิจากโครงการ
	Bt	คือ	ผลประโยชน์จากโครงการในปีที่ t
	Ct	คือ	ค่าใช้จ่ายของโครงการปีที่ t
	t	คือ	อายุของโครงการ
	r	คือ	อัตราส่วนลด (Discount Rate) หรือค่าเสียโอกาสของเงินทุน ควรมีค่าเท่ากับอัตราดอกเบี้ยระยะยาวหรือเท่ากับดอกเบี้ยที่ได้จากการให้กู้ยืม

หลักการตัดสินใจเพื่อการลงทุนในโครงการ

ถ้า $NPV < 0$ ไม่สมควรลงทุน

$NPV = 0$ เท่าทุนคือไม่มีความแตกต่างระหว่างลงทุนไม่ลงทุน

NPV > 0 คຸ້ມค່ำก่การลง ควรลงทຸນ
 และถ່ำ NPV ยືงมำกก็แสดงว่ำโครงการลงทຸນนั้ให้ผลตอบทแหนมำก

5.) การวิเคราะห้อัตราผลตอบทแหนมำภายใน (Internal Rate of Return: IRR) อัตราผลตอบทแหนมำภายในของโครงการลงทຸນ หมายถึง อัตราส่วนลดที่ห้ให้มູลค່ำปัจจุบันของผลประโยชน้เท่ำกับมູลค່ำปัจจุบันของค່ำใช้จ่ำย อัตราดงกล่ำว คือ อัตราควำมสมำรถของเงินลงทຸนที่ห้ให้ผลประโยชน้คຸ້ມค່ำกับค່ำใช้จ่ำยเมื่อกิดเป็นมູลค່ำเท่ำกัน เกณทນั้มีลักษณะที่คล่ำยคลືงกับ NPV จะแตกต่งตรงที่เปลี่ยน r จากอัตราดอกเบື້ยใน NPV มำเป็นอัตราส่วนลดใน IRR โดยคำนวณได้จำกสูตรดงนี้

$$0 = \frac{CF_1}{(1+r)} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \frac{CF_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{CF_n}{(1+r)^n} - CF_0$$

หรือ

$$\text{IRR คือ } r \text{ ที่ทำให้ } \sum \frac{Bt - Ct}{(1+r)^t} = 0$$

โดย

IRR	คือ	อัตราผลตอบทแหนมำภายใน
Bt	คือ	ผลประโยชน้จำกโครงการในปีที่ t
Ct	คือ	ค່ำใช้จ่ำยของโครงการปีที่ t
t	คือ	อายุของโครงการ
r	คือ	อัตราส่วนลด (Discount Rate) ใน IRR

หลักการตัดสินใจเพื่อกำลงทຸนในโครงการ

ถ່ำ	IRR < r	ไม่สมควรลงทຸนและไม่ยอมรับข้อเสนอโครงการ
	IRR = r	ไม่มีความแตกต่งระหว่างลงทຸนและไม่ลงทຸน เสมอด้ว
	IRR > r	คຸ້ມค່ำก่การลงทຸนและยอมรับข้อเสนอโครงการ

และถ່ำยືง IRR > r มำก ๆ แล้ว แสดงว่ำโครงการลงทຸนยືงได้ผลตอบทแหนมำก

6.) การวิเคราะห้ควำมอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis) เป็นการวิเคราะห้การเปลี่ยนแปลงของผลตอบทแหนมำการลงทຸนอันเป็นผลตอเนื่องมำ จำกการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรต่ง ๆ เช่น รำคำขำยตอหน่วย ต้นทຸนขำยตอหน่วย ปริมาณยอดขำย ควำมผันแปรด้ำนต้นทຸนค່ำใช้จ่ำยปัจจุบันจำยการผลิต เป็นต้น

ร้านจำหน่ายหนังสือของโครงการนั้นอาจมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มากระทบและส่งผลต่อความสามารถในการอยู่รอดของโครงการ ซึ่งจะส่งผลต่อยอดขายเป็นหลักและส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงต้นทุนแปรผันของโครงการ แต่ในส่วนของต้นทุนคงที่ของโครงการนั้นทั้งในส่วนต้นทุนคงที่ก่อนการดำเนินงานและต้นทุนคงที่ระหว่างการดำเนินงานนั้นมีความแน่นอนไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงมากนักจึงขอไม่นำมาวิเคราะห์ความอ่อนไหวต่อของโครงการ การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการจะใช้เกณฑ์การตัดสินใจโดยใช้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ระยะเวลาคืนทุน เพื่อใช้พิจารณาการตัดสินใจลงทุน

1.5 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

โดยการทำสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคราย 300 ชุดเพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ ที่พัก และศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและอ่านหนังสือ ความสามารถในการซื้อหนังสือ พฤติกรรมการซื้อและการอ่านหนังสือ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เลือกผู้ตอบแบบสอบถามจากประชาชนที่มาใช้บริการร้านหนังสือที่มีอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นบริเวณใกล้เคียงกับที่ตั้งของร้าน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีความเป็นไปได้ที่จะมาใช้บริการซื้อหนังสือจากร้านจำหน่ายหนังสือของโครงการ ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1 – 20 สิงหาคม พ.ศ. 2551 นอกจากนั้นได้ทำการสัมภาษณ์ประสบการณ์ตรงจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือจำนวน 2 ราย อย่างไม่เป็นทางการ ที่มีลักษณะการดำเนินงานใกล้เคียงกับร้านของโครงการ เพื่อศึกษาเรื่องการประเมินรายได้ต้นทุนการผลิต และการบริหารจัดการร้านจำหน่ายหนังสือที่เปิดใหม่

1.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการรวบรวมข้อมูลด้านการผลิต การตลาด การเงินและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร เอกสารและรายงานทางวิชาการ บทความสิ่งพิมพ์ ทั้งจากภาครัฐราชการ, เอกชน และธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ วิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนบทวิเคราะห์และสถิติรายละเอียดจาก Website ต่าง ๆ ในระบบ Internet การสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ

1.6 ผลงานวิจัยและงานเขียนที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนงานวิจัยและงานเขียนในอดีตที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรายจำหน่ายหนังสือ มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายหนังสือ ว่างานวิจัยและงานเขียนในอดีตที่ผ่านมาได้ศึกษาในประเด็นใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจจำหน่ายหนังสือ จากการทบทวนงานวิจัยในอดีตสามารถสรุปได้ออกเป็นประเด็น ดังนี้

ด้านงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมธุรกิจหนังสือ

ศิริเพ็ญ องอาจถาวร (2542) การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการแข่งขัน และการบริหารการจัดการร้านหนังสือให้ประสบผลสำเร็จ ซึ่งจะพิจารณาจากโครงสร้างตลาด และลักษณะพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ประกอบการ เพื่อนำมาปรับปรุงเสริมสร้าง และพิจารณาในการประกอบกิจการร้านหนังสือ ของทั้งผู้ประกอบการรายเก่า และรายใหม่ที่คิดจะเข้ามาดำเนินธุรกิจนี้ ข้อมูลการศึกษาได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านหนังสือ เช่น ร้านนายอินทร์ ซีอี๊ด ดวงกมล ดอกหญ้า และร้านหนังสือทั่วไป ข้อมูลจากเอกสารต่างๆ และการเข้าร่วมฟังสัมมนาเกี่ยวกับธุรกิจหนังสือในปี 2000 ซึ่งจัดโดยชมรมผู้จัดจำหน่ายหนังสือ

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจจำหน่ายหนังสือเป็นธุรกิจปลายน้ำของธุรกิจหนังสือ ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับตั้งแต่ ธุรกิจสำนักพิมพ์ ธุรกิจโรงพิมพ์ ธุรกิจสายส่ง และธุรกิจร้านหนังสือ สำหรับโครงสร้างตลาดของร้านจำหน่ายหนังสือนับว่าเป็นแบบกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด เนื่องจากประการแรก มีผู้ประกอบการมากมาย โดยมีอยู่ประมาณ 500 รายสำหรับตลาดกรุงเทพมหานคร ประการที่สอง สินค้า คือ หนังสือ(ซึ่งมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ) แต่มีความแตกต่างกันในด้านบริการ และสถานที่ตั้งของร้าน ซึ่งทำให้สินค้ามีความแตกต่างกันบ้างในแง่ของผู้บริโภค ประการที่สาม ไม่มีความเกี่ยวพันกันระหว่างผู้ชาย ร้านหนังสือแต่ละร้านต่างดำเนินการตามการตัดสินใจของตน และประการที่สี่ การเข้าออกตลาดไม่ยากนัก เนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่มาก และไม่มีข้อกำหนดหรือกฎหมายใดที่จำกัดการตั้งร้านหนังสือ แต่ทั้งนี้โครงสร้างตลาดหนังสืออาจมีการพัฒนาในรูปแบบของการมีผู้ประกอบการที่เริ่มมีอำนาจทางการตลาดมากขึ้นจากการขยายสาขาของร้านหนังสือของตน เช่น ดอกหญ้า ดวงกมล ซีอี๊ด นายอินทร์ เป็นต้น

ส่วนพฤติกรรมการแข่งขันจะแบ่งเป็น 2 แบบ แบบแรก คือ พฤติกรรมที่ใช้ราคา ซึ่งจะใช้กับหนังสือเก่าเป็นส่วนใหญ่ ส่วนแบบที่สองคือ พฤติกรรมการแข่งขันที่มีใช้ราคา เช่น การสร้างภาพพจน์ การประชาสัมพันธ์ การสร้างระบบสมาชิก การให้ของสมนาคุณเพื่อสร้างแรงจูงใจในการดึงดูดให้คนเข้าร้าน ซึ่งการแข่งขันส่วนใหญ่จะใช้การแข่งขันแบบไม่ใช่ราคา เนื่องจากร้านหนังสือเป็นแต่เพียงผู้รับราคาตามราคาหน้าปกมาแล้ว ไม่สามารถตั้งราคาเองได้ (ยกเว้นกรณี

ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม อีกทั้งรูปแบบร้านหนังสือออนไลน์ที่เริ่มปรากฏให้เห็นชัดเจนในช่วงนี้ หรือการปรับเปลี่ยนรูปแบบของร้านให้มีขนาดเล็ก เป็นรูปแบบคีย์ออส (KIOSK) เพื่อแก้ปัญหาเรื่องพื้นที่ซึ่งหายากและมีราคาแพง อีกทั้งเพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคให้มากขึ้นและตามติดวิถีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยในการสร้างความสำเร็จในธุรกิจร้านหนังสือ จะต้องพิจารณาจากปัจจัย 4 ประการคือ 1.รูปแบบการลงทุน 2. แหล่งที่ตั้ง 3. การบริหารต้นทุน (ค่าใช้จ่าย) 4.การเพิ่มรายได้

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ผลจากการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาว่าสมควรลงทุนดำเนินธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือได้หรือไม่

1.7.2 เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญแก่ผู้สนใจที่จะนำไปตัดสินใจลงทุนธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่

1.8 คำโครงของงานวิจัยเฉพาะเรื่อง

บทที่ 1 บทนำ

- 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา
- 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา
- 1.3 ขอบเขตของการศึกษา
- 1.4 กรอบความคิดทางทฤษฎีและวิธีการศึกษา
- 1.5 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
- 1.6 ผลงานวิจัยและงานเขียนที่เกี่ยวข้อง
- 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
- 1.8 คำโครงของงานวิจัยเฉพาะเรื่อง

บทที่ 2 การวิเคราะห์ด้านการตลาด

2.1 การวิเคราะห์อุปสงค์

2.2 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน

2.3 การวางแผนการตลาด

2.4 การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด

2.5 การกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย

บทที่ 3 การวิเคราะห์ทางเทคนิคและการบริหาร

3.1 การวิเคราะห์ทางเทคนิค

3.1.1 ขนาดของร้าน

3.1.2 ท่าเลที่ตั้งของร้าน

3.2 การวิเคราะห์ทางด้านการบริหาร

3.2.1 การวิเคราะห์สมรรถนะหลักการทำงานขององค์กร

3.2.2 การจัดองค์กรและการดำเนินงานทางด้านบุคลากร

บทที่ 4 การวิเคราะห์ด้านการเงิน

4.1 สมมุติฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์

4.2 การวิเคราะห์ต้นทุนของร้าน

4.3 ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

5.2 ข้อจำกัดของการศึกษาและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปศึกษาต่อ

ภาคผนวก

บรรณานุกรม