

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลวิจัยในการจัดแบ่งประเภทของเทคโนโลยีค้าปลีกในรูปแบบต่าง ๆ

1. การแบ่งกลุ่มเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก

จากผลการสอบถามกลุ่มผู้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก พบว่า ส่วนใหญ่เสนอให้จัดแบ่งเทคโนโลยีค้าปลีกออกเป็น 3 กลุ่ม และมีการจัดเรียงอุปกรณ์ และระบบงานที่จำเป็นภายในร้านออกเป็นลำดับดังนี้

ตารางที่ 5.1

การจัดแบ่งกลุ่มเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก

อุปกรณ์เทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก		
แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
เครื่องคอมพิวเตอร์ครบชุด	เครื่องคอมพิวเตอร์ครบชุด	เครื่องคอมพิวเตอร์ครบชุด
เครื่องพิมพ์ใบเสร็จรับเงิน	เครื่องพิมพ์ใบเสร็จรับเงิน	เครื่องพิมพ์ใบเสร็จรับเงิน
เครื่องอ่านบัตรเครดิต	เครื่องอ่านบัตรเครดิต	เครื่องอ่านบัตรเครดิต
เครื่อง Scanner เพื่อการขายสินค้า	เครื่อง Scanner เพื่อการขายสินค้า	เครื่อง Scanner เพื่อการขายสินค้า
เครื่องโมเด็ม (Modem)	เครื่องโมเด็ม (Modem)	เครื่องโมเด็ม (Modem)
เครื่องสำรองไฟ (UPS)	เครื่องสำรองไฟ (UPS)	เครื่องสำรองไฟ (UPS)
	Scanner ตรวจนับ / รับสินค้า	Scanner ตรวจนับ / รับสินค้า
		เครื่อง Kiosk
		เครื่องพิมพ์สติ๊กเกอร์ Barcode
35,000	45,000	55,000

Application on Web Base ที่มีการทำงานที่แตกต่างกันตามแบบเทคโนโลยีที่เลือก		
แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
โปรแกรมการขายปลีก ณ จุดขาย Point of Sale	โปรแกรมการขายปลีก ณ จุดขาย Point of Sale	โปรแกรมการขายปลีก ณ จุดขาย Point of Sale ทำการ Interface ร่วมกับเครื่อง Kiosk - สามารถรองรับรายการส่งเสริม การขาย และรับชำระค่าสินค้าใน รูปแบบอื่น ๆ นอกจากเงินสด และ บัตรเครดิตได้ เช่น แด้มสะสม ภายในบัตรได้
โปรแกรมการจัดการด้านคลังสินค้า - ทำการนับสินค้า และบันทึกข้อมูล เข้าเครื่องคอมพิวเตอร์	โปรแกรมการจัดการด้านคลังสินค้า - ทำการนับสินค้าผ่านเครื่อง Scanner ซึ่งสามารถ Upload ข้อมูล เข้าระบบได้ทันที	โปรแกรมการจัดการด้านคลังสินค้า - ทำการนับสินค้าผ่านเครื่อง Scanner ซึ่งสามารถ Upload ข้อมูลเข้าระบบได้ทันที - พิมพ์สติ๊กเกอร์ เพื่อติดที่ Shelf และสินค้าได้อัตโนมัติ
โปรแกรมการจัดการด้านการสั่งซื้อ สินค้า - ทำการบันทึกข้อมูลเข้าเครื่อง คอมพิวเตอร์แบบ Manual	โปรแกรมการจัดการด้านการสั่งซื้อ สินค้า - ทำการบันทึกข้อมูลเข้าเครื่อง คอมพิวเตอร์แบบ Automatic	โปรแกรมการจัดการด้านการสั่งซื้อ สินค้า - ทำการบันทึกข้อมูลเข้าเครื่อง คอมพิวเตอร์แบบ Automatic

Application on Web Base ที่มีการทำงานที่เหมือนกันทั้ง 3 แบบ		
แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
โปรแกรมการจัดการด้านการเงิน และการบัญชี	โปรแกรมการจัดการด้านการเงิน และการบัญชี	โปรแกรมการจัดการด้านการเงิน และการบัญชี
โปรแกรมการจัดการด้านการ วิเคราะห์การขาย	โปรแกรมการจัดการด้านการ วิเคราะห์การขาย	โปรแกรมการจัดการด้านการ วิเคราะห์การขาย
โปรแกรมการออกแบบ และตกแต่ง ร้านสาขา	โปรแกรมการออกแบบ และตกแต่ง ร้านสาขา	โปรแกรมการออกแบบ และตกแต่ง ร้านสาขา
โปรแกรมการจัดการด้านการขาย สินค้าผ่าน Web Site	โปรแกรมการจัดการด้านการขาย สินค้าผ่าน Web Site	โปรแกรมการจัดการด้านการขาย สินค้าผ่าน Web Site
โปรแกรมการตรวจสอบสถานะ	โปรแกรมการตรวจสอบสถานะ	โปรแกรมการตรวจสอบสถานะ

สินค้าที่สั่งซื้อ	สินค้าที่สั่งซื้อ	สินค้าที่สั่งซื้อ
โปรแกรมการจัดการในข้อมูล	โปรแกรมการจัดการในข้อมูล	โปรแกรมการจัดการในข้อมูล
ข่าวสารเพื่อธุรกิจค้าปลีก	ข่าวสารเพื่อธุรกิจค้าปลีก	ข่าวสารเพื่อธุรกิจค้าปลีก
โปรแกรมการจัดการด้านการตลาด	โปรแกรมการจัดการด้านการตลาด	โปรแกรมการจัดการด้านการตลาด
โปรแกรมการจัดการด้านความพึงพอใจของลูกค้า	โปรแกรมการจัดการด้านความพึงพอใจของลูกค้า	โปรแกรมการจัดการด้านความพึงพอใจของลูกค้า
โปรแกรมการจัดการด้านทรัพยากรบุคคล	โปรแกรมการจัดการด้านทรัพยากรบุคคล	โปรแกรมการจัดการด้านทรัพยากรบุคคล
โปรแกรมการจัดการด้าน Data Mining	โปรแกรมการจัดการด้าน Data Mining	โปรแกรมการจัดการด้าน Data Mining
โปรแกรมการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	โปรแกรมการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	โปรแกรมการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์
โปรแกรมการจัดการด้านการบริหารคุณภาพ หรือ TQM	โปรแกรมการจัดการด้านการบริหารคุณภาพ หรือ TQM	โปรแกรมการจัดการด้านการบริหารคุณภาพ หรือ TQM

หมายเหตุ: โปรแกรมเหล่านี้ไม่มีการลงทุนในสาขาสมาชิกเนื่องจาก การประมวลผลทั้งหมดจะดำเนินการจากส่วนกลาง สาขาสมาชิกทำหน้าที่บันทึกข้อมูลผ่าน Web Application ที่ส่วนกลางจัดเตรียมให้ ซึ่งเมื่อผ่านกระบวนการประมวลผลเรียบร้อยแล้ว แต่ละสมาชิกสามารถดูข้อมูลได้เฉพาะของสาขาตนเองเท่านั้น ฯ

ค่าโปรแกรม (MS Windows License)		
2,700	2,700	2,700

ค่า Maintenance 3 ปี (ซึ่งมีการคิดค่าบริการเรียงลำดับดังนี้ 7%, 10% และ 15%)		
11,200	14,400	17,600

รวมการลงทุนในเทคโนโลยี		
48,900	62,100	75,300

รวมการลงทุนในเทคโนโลยีเฉลี่ยรายเดือน (36 เดือน นับตามต้นทุนด้านบัญชี)		
1,358	1,725	2,092

สรุป:

จากข้อมูลการลงทุนที่คำนวณได้ จะนำไปใช้เพื่อกำหนดค่าใช้จ่ายขั้นต่ำเริ่มต้นที่ต้องเรียกเก็บจากผู้รับบริการเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกรายเดือน โดยสามารถกำหนดค่าบริการเดือนที่ 1,500 2,000 และ 2,500 บาทตามแต่ละรูปแบบ โดยข้อมูลนี้จะนำไปสอบถามการยอมรับจากร้านค้าปลีกรายย่อยต่อไป

2. การออกแบบโครงข่ายและประโยชน์ที่ได้รับของเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก

จากผลการสอบถามกลุ่มผู้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกทั้งหมดเห็นว่าการแบ่งเทคโนโลยีค้าปลีกเป็นการสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับร้านค้าปลีกรายย่อย โดยส่วนใหญ่ต้องการแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ซึ่งให้เหตุผลประกอบว่าเป็นทางเลือกให้ร้านค้าได้เลือกเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกที่เหมาะสมได้ด้วยตนเอง โดยคำนึงถึงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องดังนี้

- ปัญหาต่าง ๆ ที่ร้านค้าปลีกรายย่อยกำลังประสบอยู่
- รายได้ในแต่ละเดือนที่สมาชิกเคยได้รับ
- รายจ่ายแต่ละเดือนที่สมาชิกต้องจ่าย
- รายได้ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจากการมีเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก
- รวมทั้งการพัฒนาความสามารถของบุคลากรภายในร้าน

โดยเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกนี้จะอยู่ในรูปแบบของอินเทอร์เน็ต Online ข้อมูลผ่านระบบโทรศัพท์ ADSL มี MS Windows เป็น Operating System ให้กับ Hardware และ Software ที่จำเป็นต้องมีภายในร้าน โดยสามารถนำมาออกแบบโครงข่ายเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของการทำงานระหว่างสำนักงานใหญ่ ร้านสาขา และตัวแทนจำหน่ายสินค้า

3. ความสัมพันธ์ของการทำงานระหว่างสำนักงานใหญ่ ตัวแทนจำหน่ายสินค้า และร้านสาขาที่มีเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก

1. **Head Office System** เป็นโปรแกรมที่ทำหน้าที่ในการจัดการงานทางด้านสำนักงานใหญ่ ทำหน้าที่ทั้งในส่วนของการส่งข้อมูลจากสำนักงานใหญ่ และรับข้อมูลจากทุกสาขาสมาชิกเพื่อนำข้อมูลมาประมวลผลในส่วนของระบบงานต่าง ๆ ที่ทางสำนักงานใหญ่พัฒนาขึ้น โดยมีระบบที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

รูปภาพที่ 5.1

การจัดการในส่วนของการส่งข้อมูลจากสำนักงานใหญ่ไปยังสาขาสมาชิก

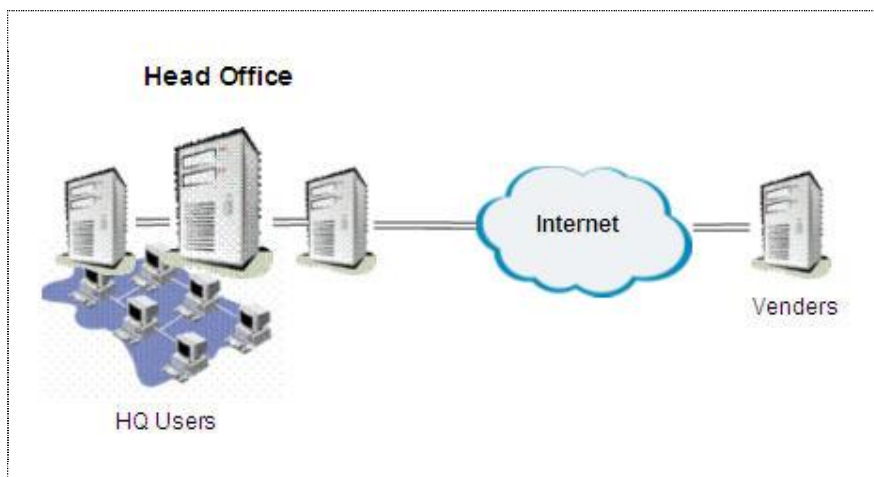


- 1.1 ระบบการจัดการสาขาสมาชิก จะเป็นการกำหนด **Configuration** และสิทธิในการเข้าใช้โปรแกรมต่าง ๆ ที่ทางสำนักงานใหญ่พัฒนาขึ้น โดยแยกตามประเภทเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกที่ร้านค้าแต่ละรายได้เลือกใช้บริการ ซึ่งรูปแบบโปรแกรมจะเป็น **Web Application** ดังนั้นร้านค้าสมาชิกที่มี **User** และ **Password** ที่ทางสำนักงานใหญ่ออกให้ก็จะสามารถเข้าใช้งานกับโปรแกรมได้ทันที
- 1.2 ระบบการจัดการสินค้า จะมีการส่ง **Item Master** จากสำนักงานใหญ่ไปยังสาขาต่าง ๆ เพื่อสร้างความสะดวกให้กับสาขาได้ขายสินค้าผ่านเครื่อง **Hand Held scanner** ได้
- 1.3 ระบบการจัดการสั่งซื้อสินค้า จะเป็นการจัดการด้านการสั่งซื้อสินค้าโดยรวมรายการสั่งซื้อสินค้าของทุกสาขา เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองกับตัวแทนขายของสินค้าแต่ละประเภทเพื่อให้ได้ซึ่งต้นทุนต่ำสุด และเป็นการตรวจสอบการสั่งซื้อสินค้าของแต่ละสาขาไม่ให้เกิดการสั่งที่มาก หรือน้อยเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายในแต่ละวัน

- 1.4 ระบบการตรวจสอบสถานะสินค้าที่สั่งซื้อ เพื่อให้สมาชิกได้รับทราบกำหนดการส่งสินค้าจากสำนักงานใหญ่ หรือตัวแทนขายสินค้า เพื่อร้านค้าจะได้จัดเตรียมพื้นที่สำหรับการเก็บสินค้านั้น ๆ และเพื่อวางแผนการส่งสินค้าในครั้งถัดไป
- 1.5 ระบบการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่จำเป็นเกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกที่ทางสำนักงานใหญ่ต้องการสื่อสารให้กับแต่ละสาขาได้ทราบ เช่น เกร็ดความรู้ทั่วไป ข่าวสารด้านธุรกิจค้าปลีก และคู่มือวิธีการใช้งานของอุปกรณ์ และ **Software** ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก
- 1.6 ระบบการจัดการยอดขาย เพื่อคำนวณหารายได้ รายจ่ายของสมาชิกทั้งหมด อีกทั้งยังสามารถคำนวณกำไรขั้นต้นในแต่ละวันของแต่ละสาขา ส่งกลับมาให้กับสาขาได้ทราบในวันถัดไป อีกทั้งยังทำหน้าที่รับข้อมูลการจัดการยอดขายที่เกิดขึ้นในแต่ละสาขาว่ามีประเภทการชำระค่าใช้จ่ายด้วยประเภทอะไรบ้าง ยอดขายรวมทั้งหมดคิดเป็นเท่าไร การเปรียบเทียบกับยอดขายที่ผ่านมา มีอัตราเพิ่มขึ้นหรือลดลงเป็นอย่างไร เพื่อวางแผนในการสร้างกลยุทธ์ทางการขายให้กับสมาชิกต่อไป
- 1.7 ระบบ **e-Commerce** เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขาย โดยการให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็น **Web Site** ของสำนักงานใหญ่ และหน่วยงานที่รับผิดชอบทำการประมวลผลเพื่อตรวจสอบรายการสินค้าที่สั่ง และค้นหาร้านค้าที่อยู่ใกล้เคียงกับที่อยู่ของลูกค้า เพื่อจัดส่งสินค้าให้ได้ตรงตามความต้องการและทันกำหนด
- 1.8 ระบบลูกหนี้ทางการค้า เพื่อทำหน้าที่ในการจัดการลูกหนี้ทั้งหมดที่มีอยู่ของทางบริษัทว่ามีอยู่จำนวนเท่าไร พร้อมกับการจัดประเภทของลูกหนี้ที่มีว่าเป็นกลุ่มใดบ้าง เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์รายได้ และบริหารลูกหนี้ทางการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างโอกาสทางการขายต่อไป
- 1.9 ระบบบัญชีและการเงิน เพื่อนำข้อมูลรายได้ของทุกสาขามาทำการบันทึกบัญชีให้ถูกต้อง อีกทั้งข้อมูลดังกล่าวยังสามารถนำเสนอให้กับกรมสรรพากรเพื่อรับรู้รายได้ของแต่ละสมาชิกในรูปแบบของภาษีซื้อ และภาษีขายของแต่ละสาขา เพื่อความถูกต้องในการดำเนินธุรกรรมทางการค้า
- 1.10 การจัดการด้าน **Data Mining** เพื่อนำข้อมูลของร้านค้าทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์เพื่อช่วยในเรื่องการตัดสินใจในการดำเนินการเพื่อสร้างศักยภาพการแข่งขันให้ร้านค้าปลีกรายย่อย

รูปภาพที่ 5.2

การจัดการในส่วนของการส่งข้อมูลจากสำนักงานใหญ่ไปยังหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง



- 1.11 ระบบการสั่งซื้อสินค้าผ่าน EDI เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการจัดซื้อสินค้าให้กับสาขาสมาชิก โดยระบบจะทำการประเมินผลทั้งในส่วนของจำนวนสินค้าที่ถูกขายในแต่ละวัน การกำหนดสินค้าต่ำสุด สูงสุดที่ต้องมีภายในร้าน โดยได้คำนึงถึงระยะเวลาที่ส่งมอบสินค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการให้การจัดซื้อสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.12 ระบบเจ้าหน้าที่ทางการค้า จะเป็นระบบที่ทำการจัดการเจ้าหน้าที่ทั้งหมดที่มีอยู่ เพื่อให้สามารถชำระหนี้ที่เกิดขึ้นได้ตรงตามกำหนด และวางแผนการชำระหนี้ได้ล่วงหน้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการทางการเงิน

ที่มาของข้อมูล: ความสำคัญของการมีเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกในส่วนการจัดการสำนักงานใหญ่

1. Ryuichi Kunitomo. Laudon, 2548, ตัวเป็นคอม ฯ หัวใจเป็นคน แปลโดย สมชาย กิตติชัยกุลกิจ, น. 226-241
2. Ronail L. Bond, 2005, *Retail in Detail*, pp. 177-184
3. Roger Cox and Paul Brittain. (2000). *Frameworks Retail Management*, pp. 22, 286-292

2. เทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกแบบที่ 1 จะมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 Hardware ซึ่งจะประกอบด้วยอุปกรณ์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1.1 เครื่องคอมพิวเตอร์ครบชุด
- 2.1.2 เครื่อง Scanner เพื่อการขายสินค้า
- 2.1.3 เครื่องอ่านบัตรเครดิต
- 2.1.4 เครื่องพิมพ์ใบเสร็จรับเงิน
- 2.1.5 เครื่องโมเด็ม (Modem)
- 2.1.6 เครื่องสำรองไฟ (UPS)

2.2 Software จะประกอบไปด้วยระบบงานต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ ดังต่อไปนี้

2.2.1 โปรแกรมการขายปลีก ณ จุดขาย Point of Sale

2.2.2 โปรแกรมการจัดการด้านคลังสินค้า

- ทำการรับ หรือคืนสินค้า ด้วยการบันทึกข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์แบบ Manual
- ทำการนับสินค้าจากการ Audit ด้วยการบันทึกข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์แบบ Manual

2.2.3 โปรแกรมการจัดการด้านการสั่งซื้อสินค้า

- ทำการบันทึกข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์แบบ Manual

2.2.4 โปรแกรมการจัดการด้านการเงิน และการบัญชี

2.2.5 โปรแกรมการจัดการด้านการวิเคราะห์การขาย

2.2.6 โปรแกรมการออกแบบ และตกแต่งร้านสาขา

2.2.7 โปรแกรมการจัดการด้านการขายสินค้าผ่าน Web Site

2.2.8 โปรแกรมการตรวจสอบสถานะสินค้าที่สั่งซื้อ

2.2.9 โปรแกรมการจัดการในข้อมูลข่าวสารเพื่อธุรกิจค้าปลีก

2.2.10 โปรแกรมการจัดการด้านการตลาด

2.2.11 โปรแกรมการจัดการด้านความพึงพอใจของลูกค้า

2.2.12 โปรแกรมการจัดการด้านทรัพยากรบุคคล

2.2.13 โปรแกรมการจัดการด้าน Data Mining

2.2.14 โปรแกรมการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

2.2.15 โปรแกรมการจัดการด้านการบริหารคุณภาพ หรือ TQM

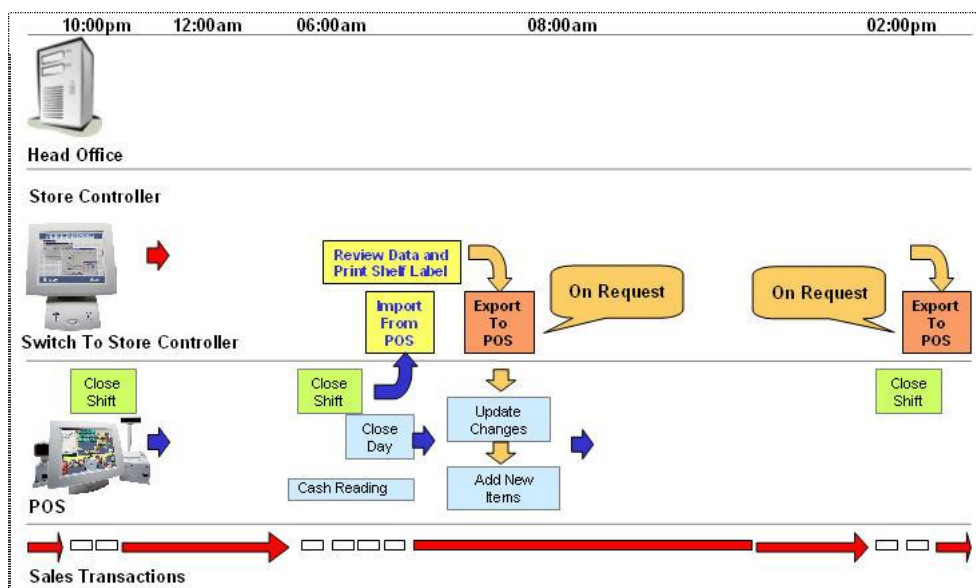
2.3 กระบวนการจัดการภายในร้านค้าปลีก มีขั้นตอนการทำงานของเทคโนโลยีในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.3.1 กระบวนการขายสินค้า

- อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง: เครื่องคอมพิวเตอร์, เครื่อง **Scanner** เพื่อการขายสินค้า, เครื่องอ่านบัตรเครดิต, เครื่องพิมพ์ใบเสร็จรับเงิน, เครื่องโมเด็ม, เครื่องสำรองไฟ
- ระบบงานที่เกี่ยวข้อง: ระบบการขายปลีก ณ จุดขาย **Point of Sale**
- ขั้นตอนการดำเนินการ

รูปภาพที่ 5.3

ความสัมพันธ์ของการทำงานระหว่างเครื่อง POS และ Store Controller



เครื่องคอมพิวเตอร์ดังกล่าวสามารถ **Switch** การทำงานออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็น **Point Of Sale** (การขายสินค้า) และส่วนที่เป็น **Store Controller** (การจัดการร้านค้า) ซึ่งมีการทำงานดังนี้

1. **POS** ทำหน้าที่ขายสินค้าที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ซึ่งจะทำงานในลักษณะของการใช้เครื่อง **Handheld Scanner** ในการสแกนไปที่ **Barcode** สินค้า เพื่อรับรู้รายการสินค้าที่ขาย พร้อมระบุจำนวนสินค้าที่ขาย เพื่อให้ระบบทำการ

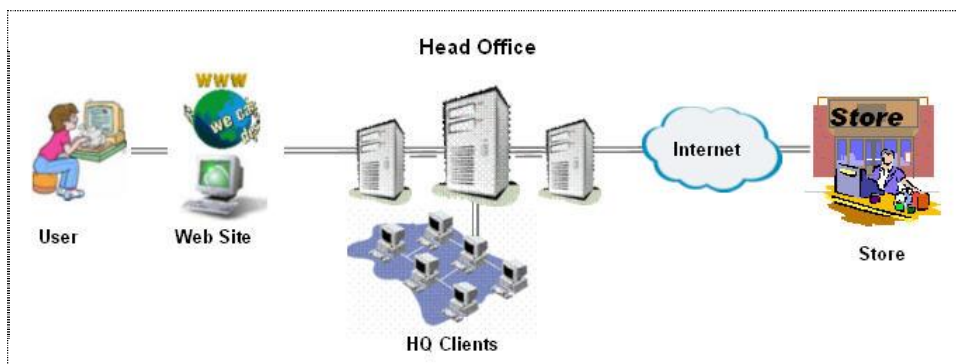
คำนวณหาราคารวมทั้งหมด พร้อมทั้งสามารถรับชำระค่าสินค้าและบริการในรูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากเงินสด ได้แก่ บัตรเครดิตของธนาคารต่าง ๆ

2. มีเครื่องโมเด็ม เพื่อทำหน้าที่ในการติดต่อรับ ส่งข้อมูลระหว่างสาขา และสำนักงานใหญ่
3. มีเครื่องสำรองไฟ เพื่อป้องกันไฟตก หรือไฟกระชาก อันเกิดจากไฟฟ้าดับ ซึ่งจะสามารถใช้งานได้ต่อไปอีกประมาณ 10-15 นาทีหลังจากไฟดับ
4. มีการปิดกะ และปิดวัน เพื่อเครื่องคอมพิวเตอร์จะทำหน้าที่ Switch เข้าหน้าจอ Store Controller เพื่อรับข้อมูลยอดขายจากโปรแกรม POS และส่งข้อมูลการปรับปรุงรายการสินค้าจากทางสำนักงานใหญ่เข้าหน้าจอของเครื่อง POS ต่อไป
5. Store Controller ทำหน้าที่ตรวจสอบยอดขาย ประเภทการชำระค่าใช้จ่าย ลูกหนี้การค้า เจ้าหนี้การค้า ภาษีซื้อ ภาษีขาย และยอดเงินขาดเกินในแต่ละวันที่ได้รับ เพื่อส่งกลับไปยังสำนักงานใหญ่ อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการรับข้อมูลการเปลี่ยนแปลง หรือเพิ่มเติมของสินค้า ราคาขาย และตัวแทนจำหน่ายสินค้า

นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นระบบ e-Commerce (ในส่วนของการรับคำสั่งซื้อจากทางสำนักงานใหญ่) เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขาย โดยลูกค้าจะสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็น Web Site ของสำนักงานใหญ่ และหน่วยงานที่รับผิดชอบในสำนักงานใหญ่จะทำการประมวลผลเพื่อตรวจสอบรายการสินค้าที่ส่ง และค้นหาร้านค้าที่ใกล้เคียงกับที่อยู่ของลูกค้า เพื่อส่งคำสั่งซื้อของทางลูกค้าไปให้กับร้านค้านั้น ๆ เพื่อจัดส่งสินค้าให้ได้ตรงตามความต้องการและทันกำหนดที่ได้ตกลงกับลูกค้า

รูปภาพที่ 5.4

การขายสินค้าผ่านระบบ e-Commerce

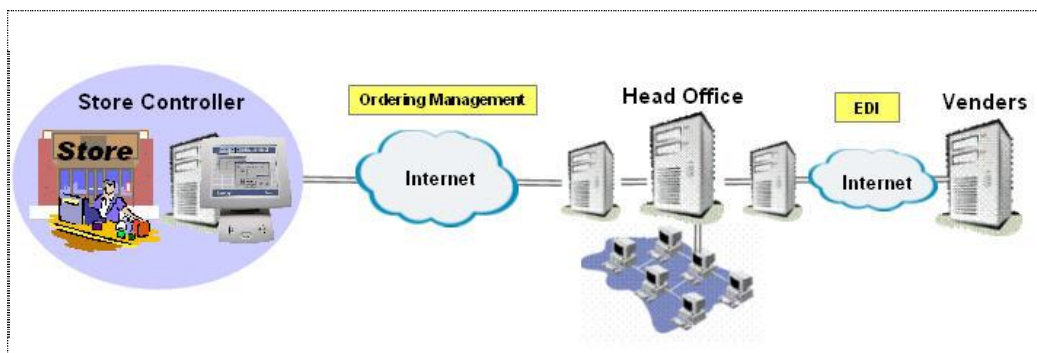


2.3.2 กระบวนการสั่งซื้อสินค้า

- อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง: เครื่องคอมพิวเตอร์
- ระบบงานที่เกี่ยวข้อง: ระบบการจัดการด้านการสั่งซื้อสินค้า และระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์
- ขั้นตอนการดำเนินการ

รูปภาพที่ 5.5

ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าโดยผ่านการบันทึกเข้าระบบการสั่งซื้อโดยตรง



สาขาสมาชิกทำการบันทึกรายการสินค้าที่ต้องการสั่งซื้อ โดยผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ในส่วนของ Store Controller โดยระบุตัวแทนขาย รายการสินค้า จำนวนสินค้า พร้อมวันที่ต้องการใช้สินค้าผ่านโปรแกรม Ordering Management

เมื่อสิ้นวันข้อมูลของทุกสาขาสมาชิกจะถูกส่งเข้ามาที่สำนักงานใหญ่ ระบบจะทำการรวมทุก **Order** เพื่อจัดส่งข้อมูลให้กับตัวแทนขายที่เกี่ยวข้อง โดยข้อมูลรายการสินค้าและจำนวนสินค้าที่สั่งจะถูกแยกส่งตามแต่ละสาขา เพื่อให้ทางตัวแทนขายจัดสินค้าและระบุแจ้งวันที่ส่งสินค้าให้กับร้านนั้น ๆ ผ่านโปรแกรม **EDI** ที่จัดทำร่วมกันระหว่างสำนักงานใหญ่และตัวแทนขายสินค้าที่เข้าร่วมโครงการ

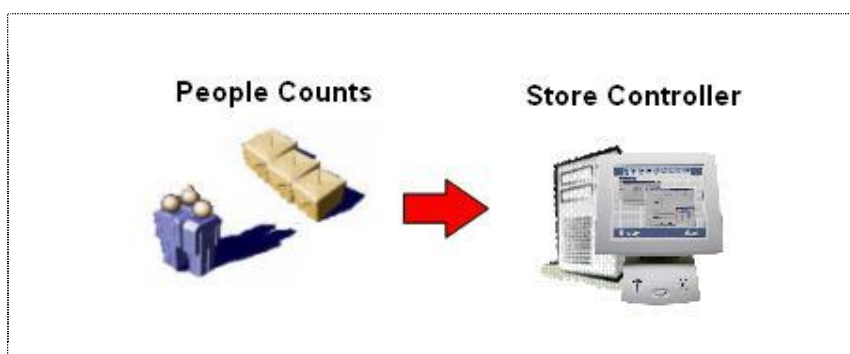
- ประโยชน์ที่ได้รับ: ร้านค้าจะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาถูก และได้รับการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน เนื่องจากการซื้อสินค้าในปริมาณที่สูงจากทางส่วนกลาง ทำให้เกิดอำนาจการต่อรองสินค้าได้

2.3.3 กระบวนการรับสินค้าเข้าร้าน

- อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง: เครื่องคอมพิวเตอร์
- ระบบงานที่เกี่ยวข้อง: ระบบการจัดการคลังสินค้าในส่วนของการรับสินค้า
- ขั้นตอนการดำเนินการ

รูปภาพที่ 5.6

ขั้นตอนการรับสินค้าเข้าร้าน



ภายหลังจากตัวแทนจำหน่ายสินค้ารับคำสั่งซื้อจากทางสำนักงานใหญ่ และได้กำหนดวัน เวลาในการจัดส่งสินค้าแจ้งผ่านระบบการตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อแล้ว เมื่อสินค้ามาส่ง พนักงานจะทำการนับสินค้าซึ่งจะต้องถูกต้องตรงกันกับใบนำส่งสินค้า หรือใบกำกับภาษีที่ทางร้านค้าตัวแทนจำหน่ายออกให้

หลังจากนั้นจะมีการบันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ ในส่วนของ **Store Controller** เพื่อให้ระบบทำการ **Update** ข้อมูลสินค้าคงเหลือให้กับสินค้าแต่ละประเภทได้อย่างถูกต้อง

- ประโยชน์ที่ได้รับ: ร้านค้าสามารถทราบจำนวนสินค้าคงเหลือได้ตลอดเวลา เมื่อทางลูกค้าถามหาก็สามารถตรวจสอบ และแจ้งให้กับลูกค้าได้ทราบทันทีว่ามีสินค้าเหลือเท่าไร และสินค้าเหล่านั้นถูกวางอยู่ที่ใด

2.3.4 กระบวนการบริหาร และจัดการคุณภาพภายในร้านค้า

- อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง: เครื่องคอมพิวเตอร์
- ระบบงานที่เกี่ยวข้อง: ระบบการจัดการด้านการวิเคราะห์การขาย, การออกแบบ และตกแต่งร้านสาขา, การจัดการในข้อมูลข่าวสารเพื่อธุรกิจค้าปลีก, การจัดการด้านการตลาด, การจัดการด้านความพึงพอใจของลูกค้า, การจัดการด้านทรัพยากรบุคคล, การจัดการด้าน **Data Mining**, การจัดการด้านการบริหารคุณภาพ
- ขั้นตอนการดำเนินการ

รูปภาพที่ 5.7

กระบวนการจัดการ และบริหารคุณภาพภายในร้านค้า



ในส่วนของ **Store Controller** จะมีระบบการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการภายในร้านให้เกิดประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มยอดขาย และพัฒนาความรู้ ความสามารถให้กับร้านค้าปลีกรายย่อยได้แข่งขันกับร้านค้าขนาดใหญ่ได้ โดยจะมีระบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. โปรแกรมการจัดการด้านการวิเคราะห์การขาย นำข้อมูลการขายที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน สัปดาห์ หรือแต่ละเดือน มาทำการวิเคราะห์รายการสินค้าที่ขายดี ขายไม่ดี ภายในร้านค้าเพื่อคัดเลือกสินค้าที่เหมาะสมต่อชุมชนและสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคสูงสุด
2. โปรแกรมการออกแบบ และตกแต่งร้านสาขา เป็น **Model** ในแบบต่าง ๆ ตามขนาดของร้านค้าปลีกที่ทางส่วนกลางทำการออกแบบให้เพื่อให้ร้านค้าเหล่านี้มีรูปแบบที่ได้มาตรฐานใกล้เคียงกัน
3. โปรแกรมการจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อธุรกิจค้าปลีก เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างส่วนกลาง และสาขาสมาชิกให้รับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องผ่านหน้าจอมพิวเตอร์ เช่น ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ทางสาขาต้องการส่งถึงสำนักงานใหญ่เพื่อขอคำแนะนำ ช่วยเหลือเพื่อให้เกิดความสามารถด้านการแข่งขันภายในร้านค้า เช่น ข้อเสนอการขายของระบบต่าง ๆ
4. การจัดการด้านการตลาด เป็นโปรแกรมเพื่อสนับสนุนการทำงานด้านการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับแต่ละท้องถิ่น ซึ่งสามารถคำนวณหาอัตราการตอบรับจากลูกค้า และต้นทุนในการดำเนินการสำหรับ **Campaign** ที่เกิดขึ้น
5. การจัดการด้านความพึงพอใจของลูกค้า เป็นโปรแกรมที่ช่วยให้ร้านค้าปลีกสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าว่าอยู่ในระดับใด เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น เช่น รายงานความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้ารับบริการในร้านค้าปลีก เพื่อนำข้อติชม หรือข้อเสนอแนะมาปรับปรุงร้านค้าให้ดียิ่งขึ้น
6. การจัดการด้านทรัพยากรบุคคล เป็นโปรแกรมเพื่อช่วยจัดการในเรื่องของการบริหารงานบุคคล ประวัติการทำงาน การควบคุมการทำงาน การจ่าย

เงินเดือน และสวัสดิการต่าง ๆ ที่ทางร้านค้ามีให้กับพนักงานภายในร้าน เพื่อดึงดูดให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อร้านค้า

7. การจัดการด้าน **Data Mining** เป็นการบริหารจัดการข้อมูลภายในร้านให้อยู่ในรูปแบบที่ทางร้านให้ความสนใจ โดยจะทำในลักษณะของการสร้างความสัมพันธ์ที่มีการเชื่อมโยงกันกับข้อมูลที่มี
8. การจัดการด้านการบริหารคุณภาพ เป็นขั้นตอนการดำเนินการภายในร้าน ที่ทางสำนักงานใหญ่กำหนดให้เพื่อสร้างมาตรฐานการยอมรับกับคนทั่วไป ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของผู้บริโภคสูงสุด

• ประโยชน์ที่ได้รับ: เพื่อพัฒนาร้านค้าปลีกรายย่อยให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกต่างชาติได้อย่างเข้มแข็ง และมีประสิทธิภาพสูงสุดในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. มีข้อมูลประวัติการขายสินค้า เพื่อให้ร้านค้าได้นำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าสูงสุด
2. มีข้อมูลเกี่ยวข้องกับการตกแต่งร้าน การจัดเรียงสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ร้านค้าตกแต่งร้านให้ดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการ
3. มีข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทางด้านธุรกิจค้าปลีกส่งให้กับร้านค้าเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับร้านค้า
4. มีข้อมูลเพื่อการจัดการส่งเสริมการขาย เพื่อตอบแทนลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งจะเป็นการรักษาลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง
5. มีข้อมูลการให้บริการลูกค้า เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน อีกทั้งยังได้รับรู้ความต้องการ หรือข้อปรับปรุงจากทางลูกค้าเพื่อนำไปพัฒนาร้านค้าต่อไป
6. มีข้อมูลการใช้ทรัพยากรบุคคลในร้าน เพื่อสร้างเสริมศักยภาพให้พนักงานสามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกอื่น ๆ ได้
7. มีข้อมูลเพื่อการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น รายงานวิเคราะห์การขาย, **Data Mining**, ข่าวสารทางธุรกิจค้าปลีก และการบริหารคุณภาพ
8. มีการบริหารร้านค้าด้วยมาตรฐาน **TQA** เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

2.4 ร้านค้าเป้าหมายที่เหมาะสมกับเทคโนโลยีในแบบที่ 1 นี้ จะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.2

ตัวอย่าง: ร้านค้าเป้าหมายที่เหมาะสมกับการใช้เทคโนโลยีค้าปลีกแบบที่ 1

คุณลักษณะร้านค้า	รายละเอียด
บ้าน หรือห้องเช่า	1-2 คูหา
ขนาดพื้นที่	24-32 ตารางเมตร
ชั้นวาง 2 ด้าน 4 ชั้น ขนาด 1,800*400*1,420 มม	1-2 ตัว
ชั้นวางด้านเดียว 4 ชั้น ขนาด 900*350*1,420 มม	1-4 ตัว
ตู้แช่สินค้า ขนาด 1,800*700*2,000 มม	1 ตู้
จำนวนสินค้าภายในร้าน	ไม่เกิน 1,500 SKUs

ที่มาของข้อมูล: “การวางแผนการใช้พื้นที่และผังร้านค้า,” โดยศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546, การบริหารการค้าปลีก, น. 8-27.

รูปภาพที่ 5.8

ตัวอย่าง: ตู้แช่ ชั้นวางสินค้าทั้งแบบ 1 ด้าน และ 2 ด้าน



2.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการมีเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกในแบบที่ 1

- คำนวณสินค้าที่ขายให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง
- คำนวณสินค้าที่ขายให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว
- สามารถออกใบเสร็จรับเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว
- สามารถสรุปยอดขาย และตรวจสอบกำไรได้ตลอดเวลาที่ต้องการ
- สามารถทราบรายละเอียดการขายสินค้าในแต่ละวันได้
- สามารถตรวจสอบรายการสินค้าที่ลูกค้าต้องการซื้อได้อย่างรวดเร็ว
- สามารถวิเคราะห์การซื้อสินค้าของคนในชุมชนได้
- สามารถวิเคราะห์อายุของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร้านได้
- สามารถทราบที่ตั้งของสินค้าภายในร้านได้
- สามารถทราบจำนวนคงเหลือของสินค้าแต่ละรายการได้
- สามารถวิเคราะห์รายการสินค้าที่ขายดีภายในร้านได้
- สามารถวิเคราะห์รายการสินค้าที่ขายไม่ดีภายในร้านได้
- สามารถทราบกำไรที่เกิดจากการขายสินค้าในแต่ละวันได้
- สามารถทราบการลงทุนด้านการขายสินค้าภายในร้านได้
- สามารถจัดการกับสินค้าภายในร้านให้มีจำนวนสินค้าคงเหลืออยู่ในระดับที่เหมาะสม
- สามารถจัดการกับสินค้าเข้า และออกจากร้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เกิดปัญหาในเรื่องของสินค้าหมดอายุ
- สามารถลดต้นทุนการสั่งซื้อสินค้า เนื่องจากเป็นการรวมกลุ่มเพื่อ สร้างอำนาจการต่อรองราคาสินค้า
- สามารถวิเคราะห์ข้อมูลการสั่งซื้อ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการส่งสินค้าในครั้งถัดไป
- สามารถรับรู้วิธีการจัดตกแต่งร้านให้มีมาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
- มีวิสัยทัศน์อันเกิดจากการติดตามข่าวสารอยู่ตลอดเวลา

- 2.6 งบประมาณด้านการเงินเพื่อการตัดสินใจ เนื่องด้วยเทคโนโลยีดังกล่าวมีค่าบริการรายเดือนอยู่ที่ 1,500 บาทต่อเดือน ดังนั้นกลยุทธ์ด้านการเงินจะต้องเพิ่มรายได้ให้กับร้านค้าครอบคลุมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการปรับเปลี่ยนร้านค้าให้มีความทันสมัยโดยใช้เทคโนโลยีค้าปลีกเข้ามาช่วย จะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.3

ตัวอย่าง: ตารางการคิดค่าโฆษณาที่จุดจำหน่ายสินค้า

กลยุทธ์การสร้างรายได้	รายได้ต่อสาขา
โฆษณาสินค้าผ่านหน้าจอ POS	100 บาทต่อเดือนต่อสินค้า
โฆษณาสินค้าบนตู้แช่ และ Shelf สินค้า	
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ด้านซ้ายและขวา	45 บาทต่อเดือนต่อ 100 มม.
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ตรงกลาง	55 บาทต่อเดือนต่อ 100 มม.
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ด้านซ้ายและขวา	35 บาทต่อเดือนต่อ 100 มม.
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ตรงกลาง	45 บาทต่อเดือนต่อ 100 มม.
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ด้านซ้ายและขวา	25 บาทต่อเดือนต่อ 100 มม.
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ตรงกลาง	35 บาทต่อเดือนต่อ 100 มม.

จากรายละเอียดดังกล่าวสามารถกำหนดกลยุทธ์การสร้างรายได้ขั้นต่ำสุด และสูงสุดจากการให้บริการภายในร้านค้าปลีกไว้ดังนี้

ตารางที่ 5.4

ตัวอย่าง: การคิดรายได้ที่เกิดจากการโฆษณาภายในร้านค้าปลีกที่ทันสมัย

กลยุทธ์การสร้างรายได้	ขั้นต่ำสุด	ขั้นสูงสุด
โฆษณาสินค้าผ่านหน้าจอ POS	400	1,000
โฆษณาสินค้าบน Shelf สินค้า 2 ด้าน (1,800*400*1,420 มม)		
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ด้านซ้ายและขวา	1,080	3,240
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ตรงกลาง	1,320	3,960
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ด้านซ้ายและขวา	420	1,260

• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ตรงกลาง	540	1,620
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ด้านซ้ายและขวา	300	900
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ตรงกลาง	420	1,260
โฆษณาสินค้าบน Shelf สินค้า 1 ด้าน (900*350*1,420 มม)		
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ด้านซ้ายและขวา	405	1,620
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ตรงกลาง	495	1,980
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ด้านซ้ายและขวา	158	630
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ตรงกลาง	203	810
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ด้านซ้ายและขวา	113	450
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ตรงกลาง	158	630
โฆษณาสินค้าบนตู้แช่ (1,800*700*2,000 มม)		
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ด้านซ้ายและขวา	203	810
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ตรงกลาง	248	990
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ด้านซ้ายและขวา	158	630
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ตรงกลาง	203	810
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ด้านซ้ายและขวา	113	450
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ตรงกลาง	158	630
รายได้รวมทั้งสิ้น	6,690	23,680

ที่มาของข้อมูล: ความสำคัญของการมีเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกแบบที่ 1 ในส่วนการจัดการสาขา

1. ทศ คนนาพร, 2551, มหัทศจรย์ เซเวน อีเลฟเว่น, น. 88-90, 119.
2. “ระบบ POS,” พีระพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์, 2546, สร้างระบบ สร้างกำไร, น. 50-61
3. Ryuichi Kunitomo. Laudon, 2548, ตัวเป็นคอม ฯ หัวใจเป็นคน แปลโดย สมชาย กิตติชัยกุลกิจ, น. 226-241
4. Roger Cox and Paul Brittain, 2000, *Frameworks Retail Management*, pp. 22, 286-292
5. James R. Ogden and Denise T. Ogden, 2005, *Retailing Integrated Retail Management*, pp. 17, 148-171

3. เทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกแบบที่ 2 จะมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

3.1 Hardware ซึ่งจะประกอบด้วยอุปกรณ์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 3.1.1 เครื่องคอมพิวเตอร์ชุด
- 3.1.2 เครื่อง Scanner เพื่อการขายสินค้า
- 3.1.3 เครื่องอ่านบัตรเครดิต
- 3.1.4 เครื่องพิมพ์ใบเสร็จรับเงิน
- 3.1.5 เครื่อง Scanner เพื่อตรวจนับ / รับสินค้า
- 3.1.6 เครื่องโมเด็ม (Modem)
- 3.1.7 เครื่องสำรองไฟ (UPS)

3.2 Software จะประกอบไปด้วยระบบงานต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ ดังต่อไปนี้

- 3.2.1 โปรแกรมการขายปลีก ณ จุดขาย Point of Sale
- 3.2.2 โปรแกรมการจัดการด้านคลังสินค้า
 - ทำการรับสินค้าผ่านเครื่อง Scanner เพื่อ Upload ข้อมูลเข้าระบบ จำนวนสินค้าก็จะทำการปรับปรุงข้อมูลทันที
 - ทำการนับสินค้าผ่านเครื่อง Scanner ซึ่งสามารถ Upload ข้อมูลที่มีการนับเปรียบเทียบกับจำนวนสินค้าคงเหลือในระบบเพื่อปรับปรุงสินค้าให้ถูกต้องตามการตรวจนับ
 - ทำการปรับปรุงรายการสินค้าทั้งในส่วนการรับ และจ่ายสินค้าแบบ Automatic
- 3.2.3 โปรแกรมการจัดการด้านการสั่งซื้อสินค้า
 - ทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านเครื่อง Scanner โดยการ Scan รายการสินค้า และระบุจำนวนสินค้าที่ต้องการสั่งลงเครื่อง Scanner แบบ Automatic
- 3.2.4 โปรแกรมการจัดการด้านการเงิน และการบัญชี
- 3.2.5 โปรแกรมการจัดการด้านการวิเคราะห์การขาย
- 3.2.6 โปรแกรมการออกแบบ และตกแต่งร้านสาขา
- 3.2.7 โปรแกรมการจัดการด้านการขายสินค้าผ่าน Web Site
- 3.2.8 โปรแกรมการตรวจสอบสถานะสินค้าที่สั่งซื้อ
- 3.2.9 โปรแกรมการจัดการในข้อมูลข่าวสารเพื่อธุรกิจค้าปลีก
- 3.2.10 โปรแกรมการจัดการด้านการตลาด

3.2.11 โปรแกรมการจัดการด้านความพึงพอใจของลูกค้า

3.2.12 โปรแกรมการจัดการด้านทรัพยากรบุคคล

3.2.13 โปรแกรมการจัดการด้าน Data Mining

3.2.14 โปรแกรมการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

3.2.15 โปรแกรมการจัดการด้านการบริหารคุณภาพ หรือ TQM

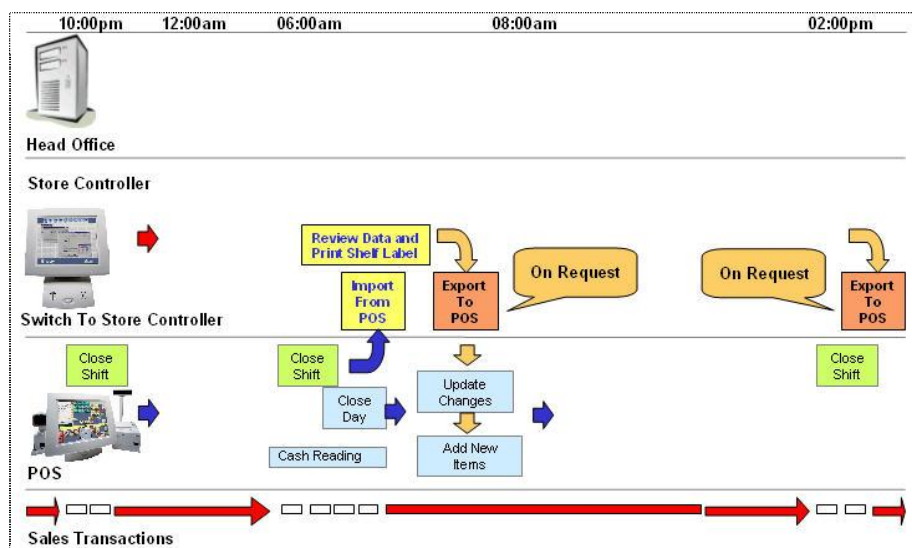
3.3 กระบวนการจัดการภายในร้านค้าปลีก มีขั้นตอนการทำงานของเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ดังต่อไปนี้

3.3.1 กระบวนการขายสินค้า

- อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง: เครื่องคอมพิวเตอร์, เครื่อง Scanner เพื่อการขายสินค้า, เครื่องอ่านบัตรเครดิต, เครื่องพิมพ์ใบเสร็จรับเงิน, เครื่องโมเด็ม, เครื่องสำรองไฟ
- ระบบงานที่เกี่ยวข้อง: ระบบการขายปลีก ณ จุดขาย Point of Sale
- ขั้นตอนการดำเนินการ

รูปภาพที่ 5.9

ความสัมพันธ์ของการทำงานระหว่างเครื่อง POS และ Store Controller



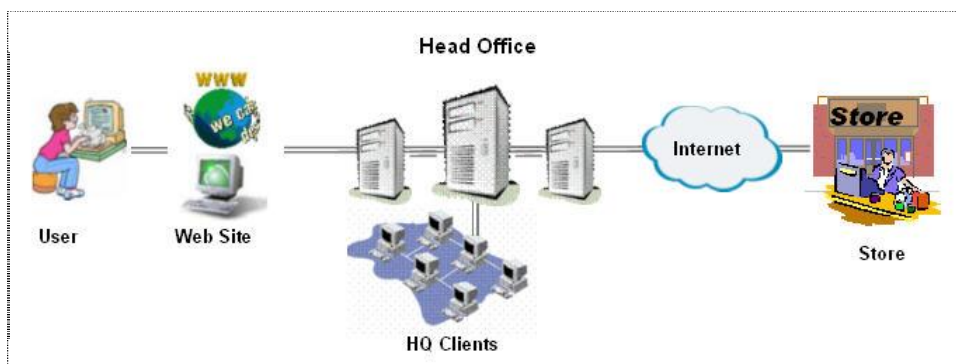
เครื่องคอมพิวเตอร์ดังกล่าวสามารถ **Switch** การทำงานออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็น **Point Of Sale** (การขายสินค้า) และส่วนที่เป็น **Store Controller** (การจัดการร้านค้า) ซึ่งมีการทำงานดังนี้

1. **POS** ทำหน้าที่ขายสินค้าที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ซึ่งทำงานในลักษณะของการใช้เครื่อง **Handheld Scanner** ทำการยิงไปที่ **Barcode** สินค้า เพื่อรับรู้รายการสินค้าที่ขาย พร้อมระบุจำนวนสินค้าที่ขาย เพื่อให้ระบบทำการคำนวณหาราคารวมทั้งหมด พร้อมทั้งสามารถรับชำระค่าสินค้าและบริการในรูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากเงินสด ได้แก่ บัตรเครดิตของธนาคารต่าง ๆ
2. มีเครื่องโมเด็ม เพื่อทำหน้าที่ในการติดต่อรับ ส่งข้อมูลระหว่างสาขา และสำนักงานใหญ่
3. มีเครื่องสำรองไฟ เพื่อป้องกันไฟตก หรือไฟกระชาก อันเกิดจากไฟฟ้าดับ ซึ่งจะสามารถใช้งานได้ต่อไปอีกประมาณ **10-15** นาทีหลังจากไฟดับ
4. มีการปิดกะ และปิดวัน เพื่อเครื่องคอมพิวเตอร์จะทำหน้าที่ **Switch** เข้าหน้าจอ **Store Controller** เพื่อรับข้อมูลยอดขายจากโปรแกรม **POS** และส่งข้อมูลสินค้าจากทางสำนักงานใหญ่เข้าหน้าจอของเครื่อง **POS** ต่อไป
5. **Store Controller** ทำหน้าที่ตรวจสอบยอดขาย ประเภทการชำระค่าใช้จ่าย ลูกหนี้การค้า เจ้าหนี้การค้า ภาษีซื้อ ภาษีขาย และยอดเงินขาดเกินในแต่ละวันที่ได้รับ เพื่อส่งกลับไปยังสำนักงานใหญ่ อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการรับข้อมูลการเปลี่ยนแปลง หรือเพิ่มเติมของสินค้า ราคาขาย และตัวแทนจำหน่ายสินค้า

นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นระบบ **e-Commerce** (ในส่วนของการรับคำสั่งซื้อจากทางสำนักงานใหญ่) เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขาย โดยลูกค้าจะสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็น **Web Site** ของสำนักงานใหญ่ และหน่วยงานที่รับผิดชอบในสำนักงานใหญ่จะทำการประมวลผลเพื่อตรวจสอบรายการสินค้าที่สั่ง และค้นหาร้านค้าที่ใกล้เคียงกับที่อยู่ของลูกค้า เพื่อส่งคำสั่งซื้อของทางลูกค้าไปให้กับร้านค้านั้น ๆ เพื่อจัดส่งสินค้าให้ได้ตรงตามความต้องการและทันกำหนดที่ได้ตกลงกับลูกค้า

รูปภาพที่ 5.10

การขายสินค้าผ่านระบบ e-Commerce

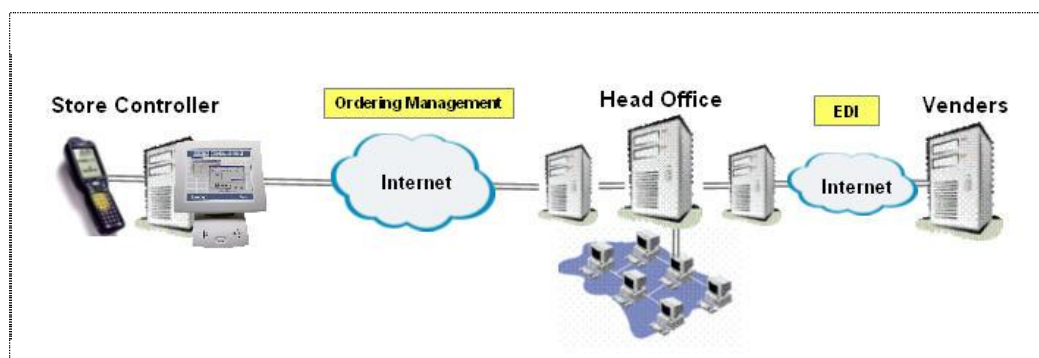


3.3.2 กระบวนการสั่งซื้อสินค้า

- อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง: เครื่องคอมพิวเตอร์, เครื่อง **Scanner** เพื่อสั่งซื้อสินค้า
- ระบบงานที่เกี่ยวข้อง: ระบบการจัดการด้านการสั่งซื้อสินค้า และระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์
- ขั้นตอนการดำเนินการ

รูปภาพที่ 5.11

ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าด้วยเครื่อง Scanner



สาขาสมาชิกทำการบันทึกรายการสินค้าที่ต้องการสั่งซื้อผ่านเครื่อง **Scanner** โดยการยิง **Barcode** สินค้า พร้อมระบุจำนวนสินค้าที่สั่งให้ครบตามต้องการ หลังจากนั้นให้ทำการ

Upload ข้อมูลโดยเชื่อมโยงกับคอมพิวเตอร์ในส่วนงานของ **Store Controller** เพื่อ **Interface** รายการสินค้าออกเป็นข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าส่งกลับไปสำนักงานใหญ่ โดยจะต้องระบุวันที่ใช้สินค้าผ่านโปรแกรม **Ordering Management** ร่วมด้วย

เมื่อสิ้นวันข้อมูลของทุกสาขาสมาชิกจะถูกส่งเข้ามาที่สำนักงานใหญ่ ระบบจะทำการรวมทุก **Order** เพื่อจัดส่งข้อมูลให้กับตัวแทนขายที่เกี่ยวข้อง โดยข้อมูลรายการสินค้าและจำนวนสินค้าที่สั่งจะถูกแยกส่งตามแต่ละสาขา เพื่อให้ทางตัวแทนขายจัดสินค้าและระบุแจ้งวันที่ส่งสินค้าให้กับร้านนั้น ๆ ผ่านโปรแกรม **EDI** ที่จัดทำร่วมกันระหว่างสำนักงานใหญ่และตัวแทนขายสินค้าที่เข้าร่วมโครงการ

- ประโยชน์ที่ได้รับ: ร้านค้าจะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาถูก และได้รับการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน เนื่องจากการซื้อสินค้าในปริมาณที่สูงจากทางส่วนกลาง ทำให้เกิดอำนาจการต่อรองสินค้าได้

นอกจากนี้การสั่งซื้อสินค้าผ่านเครื่อง **Scanner** ยังสามารถประหยัดเวลาการทำงานเมื่อเทียบกับการสั่งซื้อสินค้าที่บันทึกด้วยมือ (จากผลการทดสอบการบันทึกการสั่งซื้อสินค้ากับตัวแทนขาย 10 ราย ๆ ละ 12 รายการ พบว่าการบันทึกด้วยมือจะใช้เวลาในการบันทึกผ่านระบบ 2 ชั่วโมง แต่การบันทึกผ่านเครื่อง **Scanner** แล้วทำการ **Upload** ข้อมูลขึ้นระบบจะใช้เวลา 25 นาที)

3.3.3 กระบวนการรับสินค้าเข้าร้าน

- อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง: เครื่องคอมพิวเตอร์, เครื่อง **Scanner** เพื่อตรวจนับ / รับสินค้า
- ระบบงานที่เกี่ยวข้อง: ระบบการจัดการคลังสินค้าในส่วนของการรับสินค้า
- ขั้นตอนการดำเนินการ

รูปภาพที่ 5.12

ขั้นตอนการรับสินค้าเข้าร้านด้วยเครื่อง **Scanner**



ภายหลังจากตัวแทนจำหน่ายสินค้ารับคำสั่งซื้อจากทางสำนักงานใหญ่ และได้กำหนดวัน เวลาในการจัดส่งสินค้าแจ้งผ่านระบบการตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อแล้ว เมื่อสินค้ามาส่ง พนักงานจะทำการใช้เครื่อง **Scanner** ในการนับสินค้า (จากผลทดสอบการนับสินค้า 10 กล่องที่มีสินค้า และจำนวนที่แตกต่างกันคละกัน พบว่าการนับด้วยมือจะใช้เวลาในการตรวจนับ 3.5 ชั่วโมง แต่การบันทึกผ่านเครื่อง **Scanner** จะใช้เวลา 1.5 ชั่วโมง) หลังจากนั้นจะมีการบันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ ในส่วนของ **Store Controller** เพื่อให้ระบบทำการ **Update** ข้อมูลสินค้าคงเหลือให้กับสินค้าแต่ละประเภทได้อย่างถูกต้อง

- ประโยชน์ที่ได้รับ: ร้านค้าสามารถทราบจำนวนสินค้าคงเหลือได้ตลอดเวลา เมื่อทางลูกค้าถามหาก็สามารถตรวจสอบ และแจ้งให้กับลูกค้าได้ทราบทันทีว่ามีสินค้าเหลือเท่าไร และสินค้าเหล่านั้นถูกวางอยู่ที่ใด อีกทั้งเครื่อง **Scanner** ดังกล่าวยังสามารถช่วยลดเวลาในการนับสินค้าเพื่อนำเข้าคลังสินค้า

นอกจากนี้การ **Audit** สินค้าผ่านเครื่อง **Scanner** ยังสามารถประหยัดเวลาการทำงานเมื่อเทียบกับการ **Audit** สินค้าด้วยมือ (จากผลการทดสอบการ **Audit** รายการสินค้าไม่เกิน 3,500 SKUs ด้วยมือที่มีการใช้กำลังคน 3 คนจะใช้เวลาในการตรวจนับ 1 วัน (10 ชั่วโมง) แต่การนับผ่านเครื่อง **Scanner** 1 เครื่อง กำลังคน 2 คนจะใช้เวลา 5.5 ชั่วโมง)

3.3.4 กระบวนการบริหาร และจัดการคุณภาพภายในร้านค้า

- อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง: เครื่องคอมพิวเตอร์
- ระบบงานที่เกี่ยวข้อง: ระบบการจัดการด้านการวิเคราะห์การขาย, การออกแบบ และตกแต่งร้านสาขา, การจัดการในข้อมูลข่าวสารเพื่อธุรกิจค้าปลีก, การจัดการด้านการตลาด, การจัดการด้านความพึงพอใจของลูกค้า, การจัดการด้านทรัพยากรบุคคล, การจัดการด้าน **Data Mining**, การจัดการด้านการบริหารคุณภาพ
- ขั้นตอนการดำเนินการ

รูปภาพที่ 5.13

กระบวนการจัดการ และบริหารคุณภาพภายในร้านค้า



ในส่วนของ **Store Controller** จะมีระบบการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการภายในร้านให้เกิดประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มยอดขาย และพัฒนาความรู้ ความสามารถให้กับร้านค้าปลีกรายย่อยได้แข่งขันกับร้านค้าขนาดใหญ่ได้ โดยจะมีระบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. โปรแกรมการจัดการด้านการวิเคราะห์การขาย นำข้อมูลการขายที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน สัปดาห์ หรือแต่ละเดือน มาทำการวิเคราะห์รายการสินค้าที่ขายดี ขายไม่ดี ภายในร้านค้า เพื่อคัดเลือกสินค้าที่เหมาะสมต่อชุมชน และสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคสูงสุด
2. โปรแกรมการออกแบบ และตกแต่งร้านสาขา เป็น **Model** ในแบบต่าง ๆ ตามขนาดของร้านค้าปลีกที่ทางส่วนกลางทำการออกแบบให้ เพื่อให้ร้านค้าเหล่านี้มีรูปแบบที่ได้มาตรฐานใกล้เคียงกัน
3. โปรแกรมการจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อธุรกิจค้าปลีก เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างส่วนกลาง และสาขาสมาชิกให้รับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้า

ปลีกหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องผ่านหน้าจอมพิวเตอร์ เช่น ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ทางสาขาต้องการส่งถึงสำนักงานใหญ่เพื่อขอคำแนะนำ ช่วยเหลือเพื่อให้เกิดความสามารถด้านการแข่งขันภายในร้านค้า เช่น ข้อเสนอการใช้งานของระบบต่าง ๆ

4. การจัดการด้านการตลาด เป็นโปรแกรมเพื่อสนับสนุนการทำงานด้านการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับแต่ละท้องถิ่น ซึ่งสามารถคำนวณหาอัตราผลตอบแทนจากลูกค้า และต้นทุนในการดำเนินการสำหรับ Campaign ที่เกิดขึ้น
5. การจัดการด้านความพึงพอใจของลูกค้า เป็นโปรแกรมที่ช่วยให้ร้านค้าปลีกสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าว่าอยู่ในระดับใด เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น เช่น รายงานความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้ารับบริการในร้านค้าปลีก เพื่อนำข้อติชม หรือข้อเสนอแนะมาปรับปรุงร้านค้าให้ดียิ่งขึ้น
6. การจัดการด้านทรัพยากรบุคคล เป็นโปรแกรมเพื่อช่วยจัดการในเรื่องของการบริหารงานบุคคล ประวัติการทำงาน การควบคุมการทำงาน การจ่ายเงินเดือน และสวัสดิการต่าง ๆ ที่ทางร้านค้ามีให้กับพนักงานภายในร้าน เพื่อดึงดูดให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อร้านค้า
7. การจัดการด้าน Data Mining เป็นการบริหารจัดการข้อมูลภายในร้านให้อยู่ในรูปแบบที่ทางร้านให้ความสนใจ โดยจะทำในลักษณะของการสร้างความสัมพันธ์ที่มีการเชื่อมโยงกันกับข้อมูลที่มี
8. การจัดการด้านการบริหารคุณภาพ เป็นขั้นตอนการดำเนินการภายในร้าน ที่ทางสำนักงานใหญ่กำหนดให้เพื่อสร้างมาตรฐานการยอมรับกับคนทั่วไป ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของผู้บริโภคสูงสุด
 - ประโยชน์ที่ได้รับ: เพื่อพัฒนาร้านค้าปลีกรายย่อยให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกต่างชาติได้อย่างเข้มแข็ง และมีประสิทธิภาพสูงสุดในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้
 1. มีข้อมูลประวัติการขายสินค้า เพื่อให้ร้านค้าได้นำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าสูงสุด

2. มีข้อมูลเกี่ยวข้องกับการตกแต่งร้าน การจัดเรียงสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ร้านค้าตกแต่งร้านให้ดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการ
3. มีข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทางด้านธุรกิจค้าปลีกส่งให้กับร้านค้าเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับร้านค้า
4. มีข้อมูลเพื่อการจัดการส่งเสริมการขาย เพื่อตอบสนองลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งจะเป็นการรักษาลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง
5. มีข้อมูลการให้บริการลูกค้า เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน อีกทั้งยังได้รับรู้ความต้องการ หรือข้อปรับปรุงจากทางลูกค้าเพื่อนำไปพัฒนาร้านค้าต่อไป
6. มีข้อมูลการใช้ทรัพยากรบุคคลในร้าน เพื่อสร้างเสริมศักยภาพให้พนักงานสามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกอื่น ๆ ได้
7. มีข้อมูลเพื่อการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น รายงานวิเคราะห์การขาย, Data Mining, ข่าวสารทางธุรกิจค้าปลีก และการบริหารคุณภาพ
8. มีการบริหารร้านค้าด้วยมาตรฐาน TQA เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

3.4 ร้านค้าเป้าหมายที่เหมาะสมกับเทคโนโลยีในแบบที่ 2 นี้ จะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.5

ตัวอย่าง: ร้านค้าเป้าหมายที่เหมาะสมกับการใช้เทคโนโลยีค้าปลีกแบบที่ 2

คุณลักษณะร้านค้า	รายละเอียด
บ้าน หรือห้องเช่า	2-4 คูหา
ขนาดพื้นที่	32-64 ตารางเมตร
ชั้นวาง 2 ด้าน 4 ชั้น ขนาด 1,800*400*1,420 มม	2-4 ตัว
ชั้นวางด้านเดียว 4 ชั้น ขนาด 900*350*1,420 มม	1-4 ตัว
ตู้แช่สินค้า ขนาด 1,800*700*2,000 มม	1-2 ตู้
จำนวนสินค้าภายในร้าน	ตั้งแต่ 1,500 – 3,500 SKUs

ที่มาของข้อมูล: “การวางแผนการใช้พื้นที่และผังร้านค้า,” โดยศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546, การบริหารการค้าปลีก, น. 8-27.

รูปภาพที่ 5.14

ตัวอย่าง: การออกแบบร้านค้าปลีกรายย่อย



รูปภาพที่ 5.15

ตัวอย่าง: ตู้แช่ ชั้นวางสินค้าทั้งแบบ 1 ด้าน และ 2 ด้าน



3.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการมีเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกในแบบที่ 2

- คำนวณสินค้าที่ขายให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง
- คำนวณสินค้าที่ขายให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว
- สามารถออกไปเสริมจรับเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว
- สามารถสรุปยอดขาย และตรวจสอบกำไรได้ตลอดเวลาที่ต้องการ
- สามารถทราบรายละเอียดการขายสินค้าในแต่ละวันได้
- สามารถตรวจสอบรายการสินค้าที่ลูกค้าต้องการซื้อได้อย่างรวดเร็ว
- สามารถวิเคราะห์การซื้อสินค้าของคนในชุมชนได้
- สามารถวิเคราะห์อายุของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร้านได้
- สามารถทราบที่ตั้งของสินค้าภายในร้านได้
- สามารถทราบจำนวนคงเหลือของสินค้าแต่ละรายการได้
- สามารถวิเคราะห์รายการสินค้าที่ขายดีภายในร้านได้
- สามารถวิเคราะห์รายการสินค้าที่ขายไม่ดีภายในร้านได้
- สามารถทราบกำไรที่เกิดจากการขายสินค้าในแต่ละวันได้
- สามารถทราบการลงทุนด้านการขายสินค้าภายในร้านได้
- สามารถจัดการกับสินค้าภายในร้านให้มีจำนวนสินค้าคงเหลืออยู่ในระดับที่เหมาะสม
- สามารถจัดการกับสินค้าเข้า และออกจากร้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เกิดปัญหาในเรื่องของสินค้าหมดอายุ
- สามารถลดต้นทุนการสั่งซื้อสินค้า เนื่องจากเป็นการรวมกลุ่มเพื่อ สร้างอำนาจการต่อรองราคาสินค้า
- สามารถวิเคราะห์ข้อมูลการสั่งซื้อ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการส่งสินค้าในครั้งถัดไป
- สามารถรับรู้วิธีการจัดตกแต่งร้านให้มีมาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
- มีวิสัยทัศน์อันเกิดจากการติดตามข่าวสารอยู่ตลอดเวลา
- สามารถจัดการกับการสั่งซื้อสินค้าเข้าร้านได้อย่างรวดเร็ว
- สามารถทำการรับสินค้าเข้าร้านได้อย่างรวดเร็ว
- สามารถจัดเก็บสินค้าตามตำแหน่งที่ตั้งของสินค้านั้น ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

- สามารถตรวจนับสินค้าภายในร้านได้อย่างรวดเร็ว

3.6 งบประมาณด้านการเงินเพื่อการตัดสินใจ เนื่องด้วยเทคโนโลยีดังกล่าวมีค่าบริการรายเดือนอยู่ที่ 2,000 บาทต่อเดือน ดังนั้นกลยุทธ์ด้านการเงินจะต้องเพิ่มรายได้ให้กับร้านค้าครอบคลุมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการปรับเปลี่ยนร้านค้าให้มีความทันสมัยโดยใช้เทคโนโลยีค้าปลีกเข้ามาช่วย จะมีรายละเอียดสร้างรายได้ขั้นต่ำสุด และสูงสุดจากการให้บริการภายในร้านค้าปลีกไว้ดังนี้

ตารางที่ 5.6

ตัวอย่างการคิดรายได้ที่เกิดจากการโฆษณาภายในร้านค้าปลีกที่ทันสมัย

กลยุทธ์การสร้างรายได้	ขั้นต่ำสุด	ขั้นสูงสุด
โฆษณาสินค้าผ่านหน้าจอ POS	400	1,000
โฆษณาสินค้าบน Shelf สินค้า 2 ด้าน (1,800*400*1,420 มม)		
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ด้านซ้ายและขวา	2,160	6,480
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ตรงกลาง	2,640	7,920
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ด้านซ้ายและขวา	840	2,520
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ตรงกลาง	1,080	3,240
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ด้านซ้ายและขวา	600	1,800
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ตรงกลาง	840	2,520
โฆษณาสินค้าบน Shelf สินค้า 1 ด้าน (900*350*1,420 มม)		
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ด้านซ้ายและขวา	648	3,240
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ตรงกลาง	792	3,960
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ด้านซ้ายและขวา	252	1,260
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ตรงกลาง	324	1,620
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ด้านซ้ายและขวา	180	900
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ตรงกลาง	252	1,260
โฆษณาสินค้าบนตู้แช่ (1,800*700*2,000 มม)		
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ด้านซ้ายและขวา	324	1,620

• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ตรงกลาง	396	1,980
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ด้านซ้ายและขวา	252	1,260
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ตรงกลาง	324	1,620
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ด้านซ้ายและขวา	180	900
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ตรงกลาง	252	1,260
รายได้รวมทั้งสิ้น	12,336	45,360

ที่มาของข้อมูล: ความสำคัญของการมีเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกแบบที่ 2 ในส่วนการจัดการสาขา

1. ทศ คนนาพร, 2551, มหัทศจรย์ เซเวน อีเลฟเว่น, น. 88-90, 119.
2. บรรณานิการ EWORLD Magazine, 2549, เพิ่มพลังธุรกิจด้วยไอซีทีไฮลูชั่น. น. 122-127
3. “ระบบ POS,” พีระพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์, 2546, สร้างระบบ สร้างกำไร, น. 50-61
4. Ryuichi Kunitomo. Laudon, 2548, ตัวเป็นคอม ฯ หัวใจเป็นคน แปลโดย สมชาย กิตติชัยกุลกิจ, น. 226-241
5. James R. Ogden and Denise T. Ogden, 2005, *Retailing Integrated Retail Management*, pp. 17, 148-171
6. Roger Cox and Paul Brittain, 2000, *Frameworks Retail Management*, pp. 22, 286-292
7. Ronail L. Bond. (2005). *Retail in Detail*. Canada: Library of Congress Cataloging in Publication Data, pp. 177-184

4. เทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกแบบที่ 3 จะมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

4.1 Hardware ซึ่งจะประกอบด้วยอุปกรณ์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 4.1.1 เครื่องคอมพิวเตอร์ครบชุด
- 4.1.2 เครื่อง Scanner เพื่อการขายสินค้า
- 4.1.3 เครื่องอ่านบัตรเครดิต
- 4.1.4 เครื่องพิมพ์ใบเสร็จรับเงิน
- 4.1.5 เครื่อง Scanner เพื่อตรวจนับ / รับสินค้า
- 4.1.6 เครื่อง Kiosk
- 4.1.7 เครื่องพิมพ์สติ๊กเกอร์ Barcode
- 4.1.8 เครื่องโมเด็ม (Modem)
- 4.1.9 เครื่องสำรองไฟ (UPS)

4.2 Software จะประกอบไปด้วยระบบงานต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ ดังต่อไปนี้

4.2.1 โปรแกรมการขายปลีก ณ จุดขาย Point of Sale

- เพิ่มความสามารถการรับรายการส่งเสริมการขาย และรับชำระค่าสินค้าในรูปแบบอื่น ๆ นอกจากเงินสด และบัตรเครดิตได้ เช่น ใช้แต้มสะสมภายในบัตรแทนเงินสดได้

4.2.2 โปรแกรมการจัดการด้านคลังสินค้า

- ทำการรับสินค้าผ่านเครื่อง Scanner เพื่อ Upload ข้อมูลเข้าระบบ จำนวนสินค้าก็จะทำการปรับปรุงข้อมูลทันที
- สามารถพิมพ์สติ๊กเกอร์ เพื่อติดที่ Shelf และสินค้าได้อัตโนมัติ ซึ่งสติ๊กเกอร์ดังกล่าวสามารถใช้สำหรับการสแกนสินค้าเพื่อขายได้ อีกทั้งยังลดเวลาในการขายสินค้ากลุ่ม SME ที่ไม่มี Barcode ได้อย่างง่าย
- ทำการนับสินค้าผ่านเครื่อง Scanner ซึ่งสามารถ Upload ข้อมูลที่มีการนับเปรียบเทียบกับจำนวนสินค้าคงเหลือในระบบเพื่อปรับปรุงสินค้าให้ถูกต้องตามการตรวจนับ
- ทำการปรับปรุงรายการสินค้าทั้งในส่วนการรับ และจ่ายสินค้าแบบ Automatic

4.2.3 โปรแกรมการจัดการด้านการสั่งซื้อสินค้า

- ทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านเครื่อง **Scanner** โดยการ **Scan** รายการสินค้า และระบุจำนวนสินค้าที่ต้องการสั่งลงเครื่อง **Scanner** แบบ **Automatic**

4.2.4 โปรแกรมการจัดการด้านการเงิน และการบัญชี

4.2.5 โปรแกรมการจัดการด้านการวิเคราะห์การขาย

4.2.6 โปรแกรมการออกแบบ และตกแต่งร้านสาขา

4.2.7 โปรแกรมการจัดการด้านการขายสินค้าผ่าน **Web Site**

4.2.8 โปรแกรมการตรวจสอบสถานะสินค้าที่สั่งซื้อ

4.2.9 โปรแกรมการจัดการในข้อมูลข่าวสารเพื่อธุรกิจค้าปลีก

4.2.10 โปรแกรมการจัดการด้านการตลาด

4.2.11 โปรแกรมการจัดการด้านความพึงพอใจของลูกค้า

4.2.12 โปรแกรมการจัดการด้านทรัพยากรบุคคล

4.2.13 โปรแกรมการจัดการด้าน **Data Mining**

4.2.14 โปรแกรมการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

4.2.15 โปรแกรมการจัดการด้านการบริหารคุณภาพ หรือ **TQM**

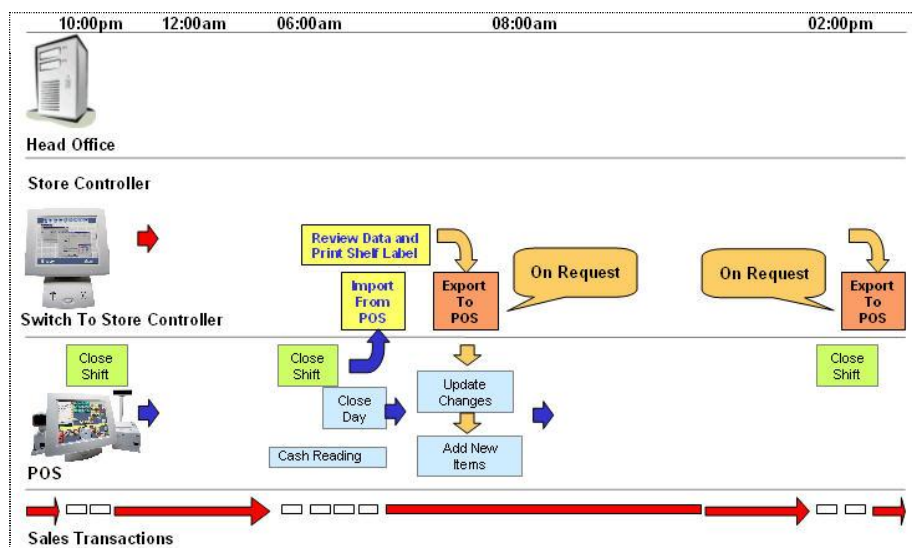
4.3 กระบวนการจัดการภายในร้านค้าปลีก มีขั้นตอนการทำงานของเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ดังต่อไปนี้

4.3.1 กระบวนการขายสินค้า

- อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง: เครื่องคอมพิวเตอร์, เครื่อง **Scanner** เพื่อการขายสินค้า, เครื่องอ่านบัตรเครดิต, เครื่องพิมพ์ใบเสร็จรับเงิน, เครื่อง **Kiosk**, เครื่องพิมพ์สติ๊กเกอร์ **Barcode** , เครื่องโมเด็ม, เครื่องสำรองไฟ
- ระบบงานที่เกี่ยวข้อง: ระบบการขายปลีก ณ จุดขาย **Point of Sale**
- ขั้นตอนการดำเนินการ

รูปภาพที่ 5.16

ความสัมพันธ์ของการทำงานระหว่างเครื่อง POS และ Store Controller



รูปภาพที่ 5.17

ความสัมพันธ์ของการทำงานเครื่อง POS, Kiosk และ Sticker Barcode



เครื่องคอมพิวเตอร์ดังกล่าวสามารถ **Switch** การทำงานออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็น **Point Of Sale** (การขายสินค้า) และส่วนที่เป็น **Store Controller** (การจัดการร้านค้า) ซึ่งมีการทำงานดังนี้

1. **POS** ทำหน้าที่ขายสินค้าที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ซึ่งทำงานในลักษณะของการใช้เครื่อง **Handheld Scanner** ทำการยิงไปที่ **Barcode** สินค้า เพื่อรับรู้รายการสินค้าที่ขาย พร้อมระบุจำนวนสินค้าที่ขาย เพื่อให้ระบบทำการ

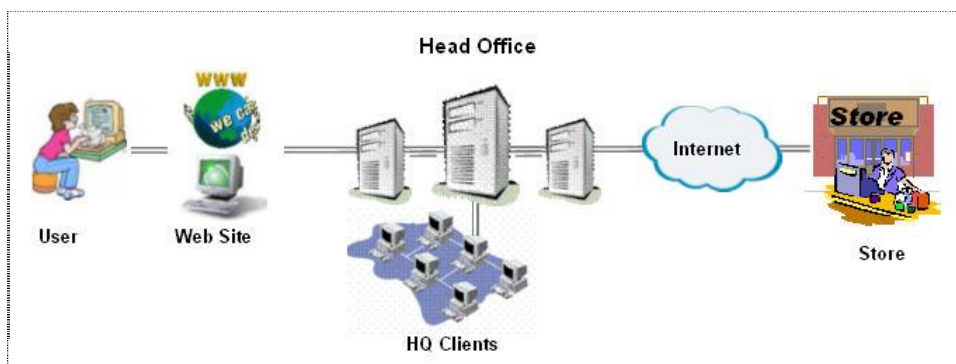
คำนวณหาราคารวมทั้งหมด พร้อมทั้งสามารถรับชำระค่าสินค้าและบริการในรูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากเงินสด ได้แก่ บัตรเครดิตของธนาคารต่าง ๆ

2. มีเครื่อง **Kiosk** จะทำงานร่วมกับโปรแกรมการขายสินค้าในส่วนของการรับชำระค่าใช้จ่าย ซึ่งเครื่องดังกล่าวนี้จะสามารถสร้างความหลากหลายให้กับการจัดโปรโมชั่นกับร้านค้าได้เพิ่มมากขึ้น เช่น การสะสมแต้มที่เกิดจากการซื้อสินค้าภายในร้านเพื่อใช้แทนเงินสดในคราวถัดไป
3. มีเครื่องพิมพ์สติ๊กเกอร์ **Barcode** จะทำงานร่วมกับโปรแกรมการจัดการสินค้าในส่วนของการกำหนดรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้มีการเชื่อมโยงกับเครื่องพิมพ์ **Barcode** ในการพิมพ์สติ๊กเกอร์ทั้งในส่วนของการติดที่ผลิตภัณฑ์และที่ติดบน **Shelf** สินค้า
4. มีเครื่องโมเด็ม เพื่อทำหน้าที่ในการติดต่อรับ ส่งข้อมูลระหว่างสาขา และสำนักงานใหญ่
5. มีเครื่องสำรองไฟ เพื่อป้องกันไฟตก หรือไฟกระชาก อันเกิดจากไฟฟ้าดับ ซึ่งจะสามารถใช้งานได้ต่อไปอีกประมาณ **10-15** นาทีหลังจากไฟดับ
6. มีการปิดกะ และปิดวัน เพื่อเครื่องคอมพิวเตอร์จะทำหน้าที่ **Switch** เข้าหน้าจอ **Store Controller** เพื่อรับข้อมูลยอดขายจากโปรแกรม **POS** และส่งข้อมูลสินค้าจากทางสำนักงานใหญ่เข้าหน้าจอของเครื่อง **POS** ต่อไป
7. **Store Controller** ทำหน้าที่ตรวจสอบยอดขาย ประเภทการชำระค่าใช้จ่าย ลูกหนี้การค้า เจ้าหนี้การค้า ภาษีซื้อ ภาษีขาย และยอดเงินขาดเกินในแต่ละวันที่ได้รับ เพื่อส่งกลับไปยังสำนักงานใหญ่ อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการรับข้อมูลการเปลี่ยนแปลง หรือเพิ่มเติมของสินค้า ราคาขาย และตัวแทนจำหน่ายสินค้า

นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นระบบ **e-Commerce** (ในส่วนของการรับคำสั่งซื้อจากทางสำนักงานใหญ่) เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขาย โดยลูกค้าจะสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็น **Web Site** ของสำนักงานใหญ่ และหน่วยงานที่รับผิดชอบในสำนักงานใหญ่จะทำการประมวลผลเพื่อตรวจสอบรายการสินค้าที่ส่ง และค้นหาร้านค้าที่ใกล้เคียงกับที่อยู่ของลูกค้า เพื่อส่งคำสั่งซื้อของทางลูกค้าไปให้กับร้านค้านั้น ๆ เพื่อจัดส่งสินค้าให้ได้ตรงตามความต้องการและทันกำหนดที่ได้ตกลงกับลูกค้า

รูปภาพที่ 5.18

การขายสินค้าผ่านระบบ e-Commerce

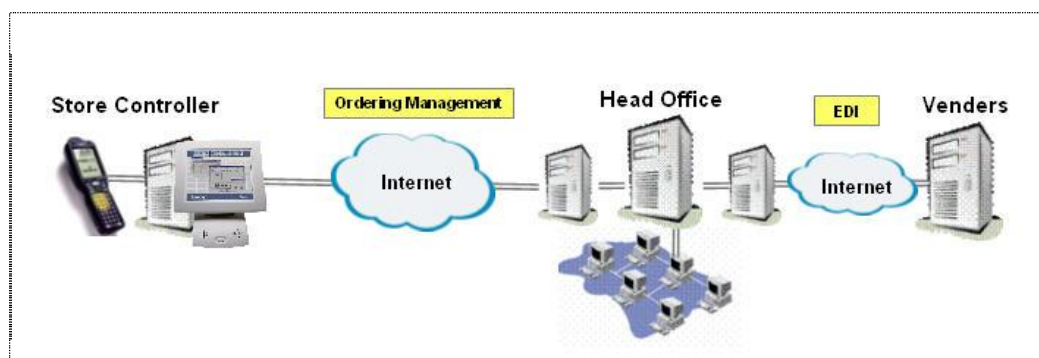


4.3.2 กระบวนการสั่งซื้อสินค้า

- อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง: เครื่องคอมพิวเตอร์, เครื่อง **Scanner** เพื่อสั่งซื้อสินค้า
- ระบบงานที่เกี่ยวข้อง: ระบบการจัดการด้านการสั่งซื้อสินค้า และระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์
- ขั้นตอนการดำเนินการ

รูปภาพที่ 5.19

ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าด้วยเครื่อง Scanner



สาขาสมาชิกทำการบันทึกรายการสินค้าที่ต้องการสั่งซื้อผ่านเครื่อง **Scanner** โดยการยิง **Barcode** สินค้า พร้อมระบุจำนวนสินค้าที่สั่งให้ครบตามต้องการ หลังจากนั้นให้ทำการ

Upload ข้อมูลโดยเชื่อมโยงกับคอมพิวเตอร์ในส่วน ของ **Store Controller** เพื่อ **Interface** รายการสินค้าออกเป็นข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าส่งกลับไปสำนักงานใหญ่ โดยจะต้องระบุวันที่ใช้สินค้าผ่านโปรแกรม **Ordering Management** ร่วมด้วย

เมื่อสิ้นวันข้อมูลของทุกสาขาสมาชิกจะถูกส่งเข้ามาที่สำนักงานใหญ่ ระบบจะทำการรวมทุก **Order** เพื่อจัดส่งข้อมูลให้กับตัวแทนขายที่เกี่ยวข้อง โดยข้อมูลรายการสินค้าและจำนวนสินค้าที่สั่งจะถูกแยกส่งตามแต่ละสาขา เพื่อให้ทางตัวแทนขายจัดสินค้าและระบุแจ้งวันที่ส่งสินค้าให้กับร้านนั้น ๆ ผ่านโปรแกรม **EDI** ที่จัดทำร่วมกันระหว่างสำนักงานใหญ่และตัวแทนขายสินค้าที่เข้าร่วมโครงการ

- ประโยชน์ที่ได้รับ: ร้านค้าจะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาถูก และได้รับการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน เนื่องจากการซื้อสินค้าในปริมาณที่สูงจากทางส่วนกลาง ทำให้เกิดอำนาจการต่อรองสินค้าได้

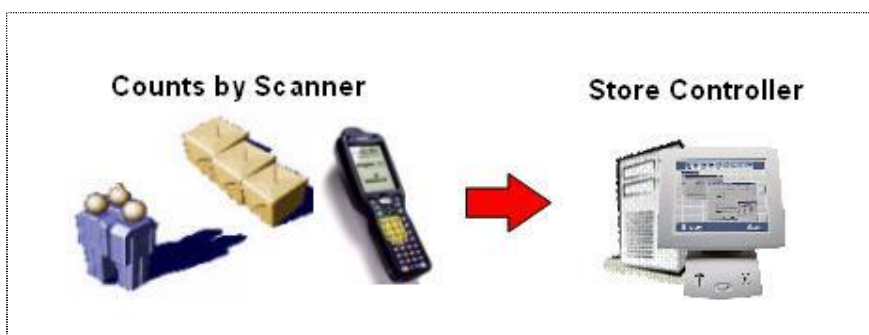
นอกจากนี้การสั่งซื้อสินค้าผ่านเครื่อง **Scanner** ยังสามารถประหยัดเวลาการทำงานเมื่อเทียบกับการสั่งซื้อสินค้าที่บันทึกด้วยมือ (จากผลการทดสอบการบันทึกการสั่งซื้อสินค้ากับตัวแทนขาย 10 ราย ๆ ละ 12 รายการ พบว่าการบันทึกด้วยมือจะใช้เวลาในการบันทึก 2 ชั่วโมง แต่การบันทึกผ่านเครื่อง **Scanner** จะใช้เวลา 25 นาที)

4.3.3 กระบวนการรับสินค้าเข้าร้าน

- อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง: เครื่องคอมพิวเตอร์, เครื่อง **Scanner** เพื่อตรวจนับ / รับสินค้า
- ระบบงานที่เกี่ยวข้อง: ระบบการจัดการคลังสินค้าในส่วนของการรับสินค้า
- ขั้นตอนการดำเนินการ

รูปภาพที่ 5.20

ขั้นตอนการรับสินค้าเข้าร้านด้วยเครื่อง **Scanner**



ภายหลังจากตัวแทนจำหน่ายสินค้ารับคำสั่งซื้อจากทางสำนักงานใหญ่ และได้กำหนดวัน เวลาในการจัดส่งสินค้าแจ้งผ่านระบบการตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อแล้ว เมื่อสินค้ามาส่ง พนักงานจะทำการใช้เครื่อง **Scanner** ในการนับสินค้า (จากผลทดสอบการนับสินค้า 10 กล่องที่มีสินค้า และจำนวนที่แตกต่างกันคละกัน พบว่าการนับด้วยมือจะใช้เวลาในการตรวจนับ 3.5 ชั่วโมง แต่การบันทึกผ่านเครื่อง **Scanner** จะใช้เวลา 1.5 ชั่วโมง) หลังจากนั้นจะมีการบันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ ในส่วนของ **Store Controller** เพื่อให้ระบบทำการ **Update** ข้อมูลสินค้าคงเหลือให้กับสินค้าแต่ละประเภทได้อย่างถูกต้อง

- ประโยชน์ที่ได้รับ: ร้านค้าสามารถทราบจำนวนสินค้าคงเหลือได้ตลอดเวลา เมื่อทางลูกค้าถามหาก็สามารถตรวจสอบ และแจ้งให้กับลูกค้าได้ทราบทันทีว่ามีสินค้าเหลือเท่าไร และสินค้าเหล่านั้นถูกวางอยู่ที่ใด อีกทั้งเครื่อง **Scanner** ดังกล่าวยังสามารถช่วยลดเวลาในการนับสินค้าเพื่อนำเข้าคลังสินค้า

นอกจากนี้การ **Audit** สินค้าผ่านเครื่อง **Scanner** ยังสามารถประหยัดเวลาการทำงานเมื่อเทียบกับการ **Audit** สินค้าด้วยมือ (จากผลการทดสอบการ **Audit** รายการสินค้าไม่เกิน 3,500 SKUs ด้วยมือที่มีการใช้กำลังคน 3 คนจะใช้เวลาในการตรวจนับ 1 วัน (10 ชั่วโมง) แต่การนับผ่านเครื่อง **Scanner** 1 เครื่อง กำลังคน 2 คนจะใช้เวลา 5.5 ชั่วโมง)

4.3.4 กระบวนการบริหาร และจัดการคุณภาพภายในร้านค้า

- อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง: เครื่องคอมพิวเตอร์
- ระบบงานที่เกี่ยวข้อง: ระบบการจัดการด้านการวิเคราะห์การขาย, การออกแบบ และตกแต่งร้านสาขา, การจัดการในข้อมูลข่าวสารเพื่อธุรกิจค้าปลีก, การจัดการด้านการตลาด, การจัดการด้านความพึงพอใจของลูกค้า, การจัดการด้านทรัพยากรบุคคล, การจัดการด้าน **Data Mining**, การจัดการด้านการบริหารคุณภาพ
- ขั้นตอนการดำเนินการ

รูปภาพที่ 5.21

กระบวนการจัดการ และบริหารคุณภาพภายในร้านค้า



ในส่วนของ **Store Controller** จะมีระบบการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการภายในร้านให้เกิดประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มยอดขาย และพัฒนาความรู้ ความสามารถให้กับร้านค้าปลีกรายย่อยได้แข่งขันกับร้านค้าขนาดใหญ่ได้ โดยจะมีระบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. โปรแกรมการจัดการด้านการวิเคราะห์การขาย นำข้อมูลการขายที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน สัปดาห์ หรือแต่ละเดือน มาทำการวิเคราะห์รายการสินค้าที่ขายดี ขายไม่ดี ภายในร้านค้า เพื่อคัดเลือกสินค้าที่เหมาะสมต่อชุมชน และสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคสูงสุด
2. โปรแกรมการออกแบบ และตกแต่งร้านสาขา เป็น **Model** ในแบบต่าง ๆ ตามขนาดของร้านค้าปลีกที่ทางส่วนกลางทำการออกแบบให้ เพื่อให้ร้านค้าเหล่านี้มีรูปแบบที่ได้มาตรฐานใกล้เคียงกัน
3. โปรแกรมการจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อธุรกิจค้าปลีก เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างส่วนกลาง และสาขาสมาชิกให้รับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้า

ปลีกหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องผ่านหน้าจอมพิวเตอร์ เช่น ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ทางสาขาต้องการส่งถึงสำนักงานใหญ่เพื่อขอคำแนะนำ ช่วยเหลือเพื่อให้เกิดความสามารถด้านการแข่งขันภายในร้านค้า เช่น ข้อเสนอการใช้งานของระบบต่าง ๆ

4. การจัดการด้านการตลาด เป็นโปรแกรมเพื่อสนับสนุนการทำงานด้านการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับแต่ละท้องถิ่น ซึ่งสามารถคำนวณหาอัตราผลตอบแทนจากลูกค้า และต้นทุนในการดำเนินการสำหรับ Campaign ที่เกิดขึ้น
5. การจัดการด้านความพึงพอใจของลูกค้า เป็นโปรแกรมที่ช่วยให้ร้านค้าปลีกสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าว่าอยู่ในระดับใด เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น เช่น รายงานความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้ารับบริการในร้านค้าปลีก เพื่อนำข้อติชม หรือข้อเสนอมาปรับปรุงร้านค้าให้ดียิ่งขึ้น
6. การจัดการด้านทรัพยากรบุคคล เป็นโปรแกรมเพื่อช่วยจัดการในเรื่องของการบริหารงานบุคคล ประวัติการทำงาน การควบคุมการทำงาน การจ่ายเงินเดือน และสวัสดิการต่าง ๆ ที่ทางร้านค้ามีให้กับพนักงานภายในร้าน เพื่อดึงดูดให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อร้านค้า
7. การจัดการด้าน Data Mining เป็นการบริหารจัดการข้อมูลภายในร้านให้อยู่ในรูปแบบที่ทางร้านให้ความสนใจ โดยจะทำในลักษณะของการสร้างความสัมพันธ์ที่มีการเชื่อมโยงกันกับข้อมูลที่มี
8. การจัดการด้านการบริหารคุณภาพ เป็นขั้นตอนการดำเนินการภายในร้าน ที่ทางสำนักงานใหญ่กำหนดให้เพื่อสร้างมาตรฐานการยอมรับกับคนทั่วไป ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของผู้บริโภคสูงสุด
 - ประโยชน์ที่ได้รับ: เพื่อพัฒนาร้านค้าปลีกรายย่อยให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกต่างชาติได้อย่างเข้มแข็ง และมีประสิทธิภาพสูงสุดในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้
 1. มีข้อมูลประวัติการขายสินค้า เพื่อให้ร้านค้าได้นำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าสูงสุด

2. มีข้อมูลเกี่ยวข้องกับการตกแต่งร้าน การจัดเรียงสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ร้านค้าตกแต่งร้านให้ดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการ
3. มีข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทางด้านธุรกิจค้าปลีกส่งให้กับร้านค้าเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับร้านค้า
4. มีข้อมูลเพื่อการจัดการส่งเสริมการขาย เพื่อตอบสนองลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งจะเป็นการรักษาลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง
5. มีข้อมูลการให้บริการลูกค้า เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน อีกทั้งยังได้รับรู้ความต้องการ หรือข้อปรับปรุงที่ได้จากทางลูกค้าเพื่อนำไปพัฒนาร้านค้าต่อไป
6. มีข้อมูลการใช้ทรัพยากรบุคคลในร้าน เพื่อสร้างเสริมศักยภาพให้พนักงานสามารถแข่งขันกับร้านค้าปลีกอื่น ๆ ได้
7. มีข้อมูลเพื่อการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น รายงานวิเคราะห์การขาย, Data Mining, ข่าวสารทางธุรกิจค้าปลีก และการบริหารคุณภาพ
8. มีการบริหารร้านค้าด้วยมาตรฐาน TQA เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

4.4 ร้านค้าเป้าหมายที่เหมาะสมกับเทคโนโลยีในแบบที่ 3 นี้ จะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.7

ตัวอย่าง: ร้านค้าเป้าหมายที่เหมาะสมกับการใช้เทคโนโลยีค้าปลีกแบบที่ 3

คุณลักษณะร้านค้า	รายละเอียด
บ้าน หรือห้องเช่า	2-4 คูหา
ขนาดพื้นที่	32-64 ตารางเมตร
ชั้นวาง 2 ด้าน 4 ชั้น ขนาด 1,800*400*1,420 มม	2-4 ตัว
ชั้นวางด้านเดียว 4 ชั้น ขนาด 900*350*1,420 มม	1-4 ตัว
ตู้แช่สินค้า ขนาด 1,800*700*2,000 มม	1-2 ตู้
จำนวนสินค้าภายในร้าน	ตั้งแต่ 1,500 – 3,500 SKUs

ที่มาของข้อมูล: “การวางแผนการใช้พื้นที่และผังร้านค้า,” โดยศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546, การบริหารการค้าปลีก, น. 8-27.

รูปภาพที่ 5.22

ตัวอย่าง: การออกแบบร้านค้าปลีกรายย่อย



รูปภาพที่ 5.23

ตัวอย่าง: ตู้แช่ ชั้นวางสินค้าทั้งแบบ 1 ด้าน และ 2 ด้าน



4.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการมีเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกในแบบที่ 3

- คำนวณสินค้าที่ขายให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง
- คำนวณสินค้าที่ขายให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว
- สามารถออกใบเสร็จรับเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว
- สามารถสรุปยอดขาย และตรวจสอบกำไรได้ตลอดเวลาที่ต้องการ
- สามารถทราบรายละเอียดการขายสินค้าในแต่ละวันได้
- สามารถตรวจสอบรายการสินค้าที่ลูกค้าต้องการซื้อได้อย่างรวดเร็ว
- สามารถวิเคราะห์การซื้อสินค้าของคนในชุมชนได้
- สามารถวิเคราะห์อายุของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร้านได้
- สามารถทราบที่ตั้งของสินค้าภายในร้านได้
- สามารถทราบจำนวนคงเหลือของสินค้าแต่ละรายการได้
- สามารถวิเคราะห์รายการสินค้าที่ขายดีภายในร้านได้
- สามารถวิเคราะห์รายการสินค้าที่ขายไม่ดีภายในร้านได้
- สามารถทราบกำไรที่เกิดจากการขายสินค้าในแต่ละวันได้
- สามารถทราบการลงทุนด้านการขายสินค้าภายในร้านได้
- สามารถจัดการกับสินค้าภายในร้านให้มีจำนวนสินค้าคงเหลืออยู่ในระดับที่เหมาะสม
- สามารถจัดการกับสินค้าเข้า และออกจากร้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เกิดปัญหาในเรื่องของสินค้าหมดอายุ
- สามารถลดต้นทุนการสั่งซื้อสินค้า เนื่องจากเป็นการรวมกลุ่มเพื่อ สร้างอำนาจการต่อรองราคาสินค้า
- สามารถวิเคราะห์ข้อมูลการสั่งซื้อ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการส่งสินค้าในครั้งถัดไป
- สามารถรับรู้วิธีการจัดตกแต่งร้านให้มีมาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
- มีวิสัยทัศน์อันเกิดจากการติดตามข่าวสารอยู่ตลอดเวลา
- สามารถจัดการกับการสั่งซื้อสินค้าเข้าร้านได้อย่างรวดเร็ว
- สามารถทำการรับสินค้าเข้าร้านได้อย่างรวดเร็ว
- สามารถจัดเก็บสินค้าตามตำแหน่งที่ตั้งของสินค้านั้น ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

- สามารถตรวจนับสินค้าภายในร้านได้อย่างรวดเร็ว
- สามารถขายสินค้า **SME** ได้ง่าย และมีประสิทธิภาพ
- สามารถเพิ่มช่องทางการรับชำระค่าใช้จ่าย และสร้างความสะดวกให้กับลูกค้าในการตรวจสอบราคา และรายละเอียดของสินค้าได้

4.6 งบประมาณด้านการเงินเพื่อการตัดสินใจ เนื่องด้วยเทคโนโลยีดังกล่าวมีค่าบริการรายเดือนอยู่ที่ 2,500 บาทต่อเดือน ดังนั้นกลยุทธ์ด้านการเงินจะต้องเพิ่มรายได้ให้กับร้านค้าครอบคลุมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการปรับเปลี่ยนร้านค้าให้มีความทันสมัยโดยใช้เทคโนโลยีค้าปลีกเข้ามาช่วย จะมีการสร้างรายได้ขั้นต่ำสุด และสูงสุดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.8

ตัวอย่าง: การคิดรายได้ที่เกิดจากการโฆษณาภายในร้านค้าปลีกที่ทันสมัย

กลยุทธ์การสร้างรายได้	ขั้นต่ำสุด	ขั้นสูงสุด
โฆษณาสินค้าผ่านหน้าจอ POS	400	1,000
โฆษณาสินค้าบน Shelf สินค้า 2 ด้าน (1,800*400*1,420 มม)		
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ด้านซ้ายและขวา	2,160	6,480
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ตรงกลาง	2,640	7,920
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ด้านซ้ายและขวา	840	2,520
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ตรงกลาง	1,080	3,240
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ด้านซ้ายและขวา	600	1,800
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ตรงกลาง	840	2,520
โฆษณาสินค้าบน Shelf สินค้า 1 ด้าน (900*350*1,420 มม)		
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ด้านซ้ายและขวา	648	3,240
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ตรงกลาง	792	3,960
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ด้านซ้ายและขวา	252	1,260
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ตรงกลาง	324	1,620
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเข่า ด้านซ้ายและขวา	180	900

• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเช่า ตรงกลาง	252	1,260
โฆษณาสินค้าบนตู้แช่ (1,800*700*2,000 มม)		
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ด้านซ้ายและขวา	324	1,620
• ชั้นบน หรือชั้นระดับสายตา ตรงกลาง	396	1,980
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ด้านซ้ายและขวา	252	1,260
• ชั้นกลาง หรือชั้นระดับเอว ตรงกลาง	324	1,620
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเช่า ด้านซ้ายและขวา	180	900
• ชั้นล่าง หรือชั้นระดับเช่า ตรงกลาง	252	1,260
รายได้รวมทั้งสิ้น	12,336	45,360

ที่มาของข้อมูล: ความสำคัญของการมีเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกแบบที่ 2 ในส่วนการจัดการสาขา

1. ทศ คนนาพร, 2551, มหัทศจรย์ เซเวน อีเลฟเว่น, น. 88-90, 119.
2. บรรณานิการ EWORLD Magazine, 2549, เพิ่มพลังธุรกิจด้วยไอซีทีโซลูชั่น. น. 122-127
3. “ระบบ POS,” พีระพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์, 2546, สร้างระบบ สร้างกำไร, น. 50-61
4. Ryuichi Kunitomo. Laudon, 2548, ตัวเป็นคอม ฯ หัวใจเป็นคน แปลโดย สมชาย กิตติชัยกุลกิจ, น. 226-241
5. James R. Ogden and Denise T. Ogden, 2005, *Retailing Integrated Retail Management*, pp. 17, 148-171
6. Roger Cox and Paul Brittain, 2000, *Frameworks Retail Management*, pp. 22, 286-292
7. Ronail L. Bond. (2005). *Retail in Detail*. Canada: Library of Congress Cataloging in Publication Data, pp. 177-184

2. สรุปผลการวิจัยในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิจัยเชิงปริมาณที่เกิดขึ้นทั้งในส่วนของกลุ่มผู้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก เจ้าของร้านค้าปลีกรายย่อย และผู้ประกอบการ สามารถนำข้อมูลมาทำการสรุปเพื่อให้เกิดความกระจ่าง และเข้าใจง่าย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มผู้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26-35 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาโท มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการ ซึ่งมีประสบการณ์การทำงานด้านธุรกิจค้าปลีกระหว่าง 5-10 ปี
2. กลุ่มตัวอย่างร้านค้าปลีกรายย่อย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 45 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีฐานะเป็นเจ้าของกิจการเปิดเป็นร้านค้าปลีกแบบติดแอร์ มีรายได้รวมน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือนสำหรับเชียงใหม่ ชลบุรี และภูเก็ต
สำหรับกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่มีรายได้รวมระหว่าง 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน
3. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 25 ปี จบการศึกษา หรือเรียนอยู่ในระดับมัธยมปลาย หรือต่ำกว่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้รวมน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน

ส่วนที่ 2 การยอมรับในรูปแบบของการจัดกลุ่มของเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกว่ามีความเหมาะสมต่อการแบ่งประเภทของร้านค้าปลีกรายย่อยของคนไทย

1. กลุ่มผู้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก ทั้งหมดเห็นว่าการแบ่งเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกเป็นการสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับร้านค้าปลีกรายย่อย โดยส่วนใหญ่แบ่งเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกออกเป็น 3 ประเภทซึ่งให้เหตุผลประกอบว่าเป็นการให้ทางเลือกร้านค้าได้เลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงค่าใช้จ่าย และปัญหาที่พบภายในร้านค้ามาเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการตัดสินใจ ซึ่งเทคโนโลยีที่ส่วนใหญ่ลงความเห็นที่จะใช้เป็นรูปแบบของอินเทอร์เน็ต Online ข้อมูลผ่านระบบโทรศัพท์ ADSL มี MS Windows เป็น Operating System ให้กับ Hardware และ Software ที่จำเป็นต้องมีภายในร้าน

ส่วนที่ 3 การยอมรับในเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกที่สามารถช่วยลดปัญหา และ สร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับร้านค้าปลีกรายย่อยของคนไทย

1. กลุ่มผู้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก ทั้งหมดเห็นด้วยว่าการจัดการทางเทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยลดปัญหา และสร้างศักยภาพให้กับร้านค้าปลีกของคนไทยได้
2. กลุ่มตัวอย่างร้านค้าปลีกรายย่อย ส่วนใหญ่ประสบปัญหาในเรื่องของการไม่ทราบที่ตั้งของสินค้า, คำนวณราคาสินค้าเป็นเวลานาน, คำนวณสินค้าไม่ถูกต้อง, ไม่ทราบสินค้าที่ลูกค้าต้องการว่ามีหรือไม่ในร้าน, ต้นทุนสินค้าสูง, สินค้าเหลือในร้านมากเกินไป, สรุปยอดขายนาน, ไม่ทราบยอดคงเหลือสินค้า, ไม่รู้จักวิธีการจัดแต่งร้าน และไม่ทราบถึงมูลค่ารวมของต้นทุนสินค้าภายในร้าน ซึ่งถือเป็น 10 ลำดับปัญหาด้าน ๆ ที่ทางร้านค้าปลีกรายย่อยประสบอยู่ หากเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกสามารถลดปัญหาเหล่านี้ได้ ทางร้านค้าส่วนใหญ่ก็สนใจที่จะเข้าร่วมการเป็นสมาชิกเพื่อการพัฒนาร้านค้าปลีกรายย่อย
3. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้า ส่วนใหญ่เห็นว่าการมีเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกในร้านค้าปลีกจะสร้างความมั่นใจให้กับพวกเขาในเรื่องของการคำนวณค่าสินค้า บริการได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็วภายในร้านค้าปลีก

อีกทั้งประสบการณ์ที่พวกเขาเคยเข้ารับบริการทั้งจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และแบบทันสมัย ทำให้พวกเขาเชื่อว่าการจัดร้านที่มีรูปแบบทันสมัยสามารถดึงดูดพวกเขาให้เข้าร้านได้ดีกว่าร้านค้าแบบดั้งเดิม ซึ่งสิ่งที่พวกเขาต้องการได้รับจากร้านค้ารูปแบบทันสมัย คือ ร้านค้าต้องจัดรายการส่งเสริมการขายให้บ่อย, มีสินค้าตอบสนองของกลุ่มเป้าหมาย, มีรูปแบบของร้านที่ดูทันสมัยได้มาตรฐาน, มีเทคโนโลยีที่เพิ่มประสิทธิภาพการขาย, มีการปรับปรุงร้านค้าอยู่ตลอดเวลา และมีเครือข่ายอยู่จำนวนมาก ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การยอมรับจากทุกฝ่ายที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบของร้านค้าปลีกรายย่อย แบบดั้งเดิมให้เป็นแบบทันสมัย

1. กลุ่มผู้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก ทุกคนเห็นว่าการเปลี่ยนรูปแบบร้านค้าให้มีความทันสมัยจะดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้านได้ โดยเขาเหล่านั้นได้เรียงลำดับความต้องการที่รับจากการมีเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกดังนี้

- a. มีเทคโนโลยีที่เพิ่มประสิทธิภาพการขาย
 - b. มีการให้บริการที่รวดเร็ว
 - c. มีรูปแบบเป็นมาตรฐาน
 - d. สร้างภาพลักษณ์ความทันสมัย
 - e. มีการจัดรายการส่งเสริมการขายบ่อย
 - f. เลือกสินค้าได้ด้วยตนเอง
 - g. สินค้ามีป้ายราคาที่ชัดเจน
 - h. มีสินค้าหลากหลาย
2. กลุ่มตัวอย่างร้านค้าปลีกรายย่อย ส่วนใหญ่เห็นว่าการเปลี่ยนรูปแบบร้านค้าให้มีความทันสมัยจะดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้านได้ โดยเขาเหล่านั้นได้เรียงลำดับความต้องการที่ได้รับจากการมีเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกดังนี้
- a. เพิ่มรายได้จากการจัดจำหน่าย
 - b. ดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ
 - c. ลดต้นทุนการดำเนินงานทางธุรกิจ
 - d. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย
 - e. เพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน
 - f. ลดการทำงานที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน
 - g. มีข้อมูลวิเคราะห์ความต้องการลูกค้า
 - h. สร้างภาพลักษณ์ความทันสมัย
3. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้า ส่วนใหญ่เห็นว่าการเปลี่ยนรูปแบบร้านค้าให้มีความทันสมัยจะดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้านได้ โดยเขาเหล่านั้นได้เรียงลำดับความต้องการที่ได้รับจากการมีเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกดังนี้
- a. เลือกสินค้าได้ด้วยตนเอง
 - b. มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย
 - c. สินค้ามีป้ายราคาที่ชัดเจน
 - d. มีสินค้าหลากหลาย
 - e. มีการให้บริการที่รวดเร็ว
 - f. มีเทคโนโลยีที่เพิ่มประสิทธิภาพการขาย
 - g. สร้างภาพลักษณ์ความทันสมัย
 - h. มีรูปแบบเป็นมาตรฐาน

โดยลูกค้าที่เคยเข้ารับบริการทั้งจากร้านค้าปลีกรายย่อยแบบดั้งเดิม แบบทันสมัยของไทย รวมทั้งแบบทันสมัยของชาวต่างชาตินั้น ต่างให้เหตุผลของการเลือกเข้ารับบริการกับร้านค้าประเภทต่าง ๆ ดังนี้

ร้านค้าปลีกรายย่อยแบบดั้งเดิมของไทยนั้น ผู้เลือกส่วนใหญ่ต้องการอนุรักษ์ร้านค้าเหล่านี้ให้คงอยู่ในสังคมไทยต่อไป

ส่วนผู้ที่เลือกร้านค้าปลีกรายย่อยแบบทันสมัยของไทย ส่วนใหญ่ต้องการได้รับการบริการที่มีมาตรฐาน และรวดเร็ว

ส่วนผู้ที่เลือกร้านค้าปลีกของชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกในเรื่องของการมีสาขา และเครือข่ายอยู่จำนวนมาก

ซึ่งหากต้องเลือกรับบริการระหว่างร้านค้าปลีกรายย่อยที่ทันสมัยของคนไทย และของต่างชาติ จะพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่จะเข้าร้านค้าปลีกที่ทันสมัยของไทยมากกว่า แต่ทั้งนี้ลูกค้าก็จะคำนึงถึงทำเลที่ตั้งว่าจะต้องอยู่ใกล้บ้านพวกเขาด้วยเช่นกัน

ส่วนที่ 5 การยอมรับในค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการลงทุนในเทคโนโลยีค้าปลีกเพื่อสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับร้านค้าปลีกรายย่อยของคนไทย

1. กลุ่มผู้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก ทั้งหมดเห็นด้วยว่าภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือในการลงทุนในเทคโนโลยีการค้าปลีกเพื่อสร้างการคงอยู่ให้กับร้านค้าปลีกรายย่อยของคนไทย และส่วนใหญ่มองว่าค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมสำหรับการเรียกเก็บค่าบริการในครั้งนี้อยู่ระหว่าง 1,500 – 2,500 บาท
2. กลุ่มตัวอย่างร้านค้าปลีกรายย่อย ส่วนใหญ่ที่จะเปลี่ยนรูปแบบจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้เป็นแบบทันสมัยนั้น เทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกจะต้องช่วยลดต้นทุน และเพิ่มรายได้ โดยร้านค้าปลีกเหล่านี้มีค่าใช้จ่าย และรายได้เฉลี่ยในแต่ละเดือนดังต่อไปนี้
 - a. ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อสินค้า ส่วนใหญ่จะมีการสั่งซื้อสินค้าเดือนละ 3 ครั้ง โดยมีค่าโทรศัพท์เฉลี่ยเดือนละ 56.25 บาท ค่าเดินทางเฉลี่ยเดือนละ 135 บาท ค่าแรงงานเฉลี่ยเดือนละ 206.75 บาท ค่าอาหารเฉลี่ยเดือนละ 105 บาท ค่าขนส่งเฉลี่ยเดือนละ 217 บาท ตามลำดับ
 - b. กำไรจากการขายสินค้า ส่วนใหญ่จะมีกำไรของแต่ละจังหวัดในแต่ละเดือนดังนี้
 - i. กรุงเทพฯ ส่วนใหญ่มีกำไรเดือนละ 5,001 – 7,500 บาท
 - ii. เชียงใหม่ และชลบุรี ส่วนใหญ่มีกำไรเดือนละ 2,501 – 5,000 บาท

iii. ภูเก็ต

ส่วนใหญ่มีกำไรเดือนละ ต่ำกว่า 2,500 บาท

C. กำไรจากการให้บริการด้านอื่น ๆ ส่วนใหญ่จะมีรายได้จากการให้บริการอื่น ๆ
เฉลี่ยเดือนละ 1,808 บาท

ซึ่งหากจะต้องมีเทคโนโลยีค้าปลีกเข้ามาช่วยสนับสนุนร้านค้าปลีกเพื่อ
สร้างศักยภาพการแข่งขันแล้วนั้น ค่าใช้จ่ายที่ยอมรับได้ในแต่ละเทคโนโลยีเป็นดังนี้

a. แบบที่ 1 ส่วนใหญ่เห็นว่า 1,500 บาทเป็นค่าบริการรายเดือนที่เหมาะสม

b. แบบที่ 2 ส่วนใหญ่เห็นว่า 2,000 บาทเป็นค่าบริการรายเดือนที่เหมาะสม

c. แบบที่ 3 ส่วนใหญ่เห็นว่า 2,500 บาทเป็นค่าบริการรายเดือนที่เหมาะสม

โดยจะเห็นว่าร้านค้าปลีกรายย่อยส่วนใหญ่จะเริ่มต้นกับการเป็นสมาชิก
ในรูปแบบของนวัตกรรมในแบบที่ 1 เนื่องจากเป็นแบบที่สามารถแก้ปัญหาหลักที่เกิด
ขึ้นกับร้านค้าปลีกรายย่อยส่วนใหญ่ของคนไทย

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1 ประสิทธิภาพของนวัตกรรมทางเทคโนโลยี สามารถทำการจัดกลุ่มสร้างความ
เหมาะสมและสร้างศักยภาพการแข่งขันที่ยั่งยืนให้กับร้านค้าปลีกรายย่อยของคนไทยได้

กลุ่มผู้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก:

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกทั้งหมด เห็นด้วยกับการ
จัดแบ่งประเภทของนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างศักยภาพการแข่งขัน
ให้กับร้านค้าปลีกรายย่อยของคนไทย

สมมติฐานข้อ 2 การนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีเข้ามาช่วยจัดการธุรกิจค้าปลีกแบบ
ดั้งเดิมให้เปลี่ยนรูปแบบที่มีความทันสมัย และเป็นมาตรฐานมากยิ่งขึ้น จะช่วยลดปัญหา และ
สร้างความเข้มแข็งในการแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้อย่างยั่งยืน

กลุ่มผู้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก:

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจค้าปลีกทั้งหมด เห็นด้วยกับการนำนวัตกรรมทาง
เทคโนโลยีเข้ามาช่วยจัดการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้เป็นร้านค้าปลีกที่ทันสมัย เพื่อนำมาช่วยลด
ปัญหา และสร้างศักยภาพในการแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้อย่างยั่งยืน

ร้านค้าปลีกรายย่อย:

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ร้านค้าปลีกรายย่อยที่มีการแยกตามเพศ สถานะ ประเภท ร้าน ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบร้านค้าให้ทันสมัย สามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้านได้ ไม่แตกต่างกัน

แต่สำหรับส่วนของอายุผู้ประกอบการพบว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบร้านแตกต่างกัน ได้แก่ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี มีการยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบร้านมากที่สุด และผู้ที่มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี มีการยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบร้านน้อยที่สุด

ลูกค้า:

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลูกค้าที่มีการแยกตามเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อความคิดเห็นในเรื่องของการมีนวัตกรรมทางเทคโนโลยีในร้านค้า จะสร้างความมั่นใจในการเข้ารับบริการจากลูกค้าที่ไม่แตกต่างกัน

และจากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลูกค้าที่มีการแยกตามเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบร้านค้าให้ทันสมัย สามารถดึงดูดพวกเขาให้เข้าร้านได้ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 3 การยอมรับของทุกฝ่ายที่จะร่วมมือเพื่อพัฒนารูจการค้าปลีกรายย่อยของไทยให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้

กลุ่มผู้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก:

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจค้าปลีกทั้งหมด เห็นด้วยหากภาครัฐสามารถเข้ามาลงทุนในนวัตกรรมทางเทคโนโลยีเพื่อให้ร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยได้สามารถแข่งขันกับชาวต่างชาติได้อย่างยั่งยืน

ร้านค้าปลีกรายย่อย:

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ร้านค้าปลีกรายย่อยที่มีการแยกตามเพศ สถานะ ประเภท ร้าน ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อความคิดเห็นในเรื่องของการยอมรับค่าใช้จ่ายในนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ที่ไม่แตกต่างกัน

3. งบประมาณการเงิน และการลงทุน

นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทำการประเมินการลงทุนเริ่มต้นของโครงการซึ่งต้องใช้เงินลงทุนจำนวนทั้งหมด **25,000,000** บาท โดยสมมติให้หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ทำหน้าที่ในการลงทุน และดำเนินการในลักษณะของรัฐวิสาหกิจขนาดย่อมซึ่งไม่มุ่งเน้นกำไร แต่สร้างโอกาสทางการแข่งขันให้กับธุรกิจรายย่อยของคนไทย

แหล่งที่มาของเงินทุน	จำนวนเงิน (บาท)
เงินลงทุนโดยภาครัฐ	25,000,000
รวม	25,000,000

1. การใช้ไปของแหล่งเงินทุนดังนี้

(1) <u>เงินทุนหมุนเวียน</u>	
1.1 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	1,050,980
รวมเงินทุนหมุนเวียน (1)	1,050,980
(2) <u>สินทรัพย์ถาวร</u>	
2.1 เครื่องถ่ายเอกสาร	55,000
2.2 เครื่องคอมพิวเตอร์	682,500
2.3 เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย	450,000
2.4 อุปกรณ์สำนักงาน	296,520
2.5 ค่าพัฒนาระบบ: JAVA Outsource	1,800,000
2.6 เงินลงทุนในนวัตกรรมทางเทคโนโลยีกับสมาชิกที่ร่วมโครงการ	19,030,000
2.7 อุปกรณ์เชื่อมต่อโครงข่ายสำนักงานใหญ่ และสาขา	500,000
รวมสินทรัพย์ถาวร (2)	22,814,020
(3) <u>รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน</u>	
3.1 ค่าตกแต่งอาคารและสถานที่	1,000,000
3.2 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท	135,000
รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน (3)	1,135,000
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น (1) + (2) + (3)	25,000,000

2. การประมาณการต้นทุนสินค้าและบริการ

1. ต้นทุนการให้บริการและต้นทุนขาย

รายละเอียด	ต้นทุนต่อปี (บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนฝ่ายพัฒนาระบบ	2,592,000	4,910,400	7,840,800	8,624,880	9,487,368
เงินเดือนฝ่ายช่างเทคนิค	504,000	1,386,000	2,286,900	2,515,590	2,767,149
เงินเดือนฝ่ายฝึกอบรม	228,000	250,800	689,700	758,670	834,537
ค่าบริการอินเทอร์เน็ตรายเดือน (ISP: TOT): สำนักงานใหญ่	120,000	150,000	187,500	234,375	292,969
ค่าบริการอินเทอร์เน็ตรายเดือน (ISP: TOT): สมาชิก	663,000	2,253,000	4,053,000	5,853,000	7,653,000
อุปกรณ์เชื่อมต่อโครงข่ายสำนักงานใหญ่ และ สาขา	66,300	159,000	180,000	180,000	180,000
เงินลงทุนในเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกกับ สมาชิกทั้ง 3 แบบ	3,806,000	12,922,000	23,242,000	33,562,000	43,882,000
รวมต้นทุนขาย	7,979,300	22,031,200	38,479,900	51,728,515	65,097,023

2. บริการให้คำปรึกษาและวางระบบการจัดการธุรกิจค้าปลีก

ค่าจ้าง	จำนวนคน	ค่าจ้างต่อวัน	จำนวนวัน	รวมเป็นเงิน
Project Manager	1	6,500	15	97,500
Senior System Analysis	4	4,500	25	450,000
Junior System Analysis	6	3,000	25	450,000
Programmer	12	2,500	32	960,000
Tester	5	2,000	10	100,000
Support	2	2,000	10	40,000
Project Manager	1	6,500	15	97,500
รวมทั้งสิ้น				2,000,000

โดยทางบริษัทฯ มีการจัดเตรียมต้นทุนภายใต้สมมติฐานการเติบโตของธุรกิจ ที่มีการจัดจ้าง **Outsource** มาช่วยในอัตราที่ลดลง **30%** ดังนี้ในแต่ละปีไว้ดังนี้

ปี	ต้นทุนต่อโครงการ	จำนวนโครงการ	รวมต้นทุน
2551	2,000,000	1	2,000,000
2552	1,400,000	1	1,400,000
2553	980,000	1	980,000
2554	686,000	1	686,000
2555	480,200	1	480,200

รวมต้นทุนการให้บริการ **Consult** และวางระบบ

ต้นทุนการให้บริการและต้นทุนขาย	ค่าใช้จ่ายต่อปี (บาท)				
	2551	2552	2553	2554	2555
ต้นทุนการให้บริการ Consult และวางระบบ	2,000,000	1,400,000	980,000	686,000	480,200

1. ประมาณการรายได้

1. รายได้จากค่าสมาชิกรายเดือน

ต้นแบบที่ 1: ร้านค้าปลีกที่ต้องการความมั่นคงทางรายได้ (1,500 บาทต่อเดือน)

ปี	จำนวนสมาชิก	ค่าธรรมเนียมต่อปี	รวมทั้งสิ้น
2551	176	18,000	3,168,000
2552	424	18,000	7,632,000
2553	480	18,000	8,640,000
2554	480	18,000	8,640,000
2555	480	18,000	8,640,000

ต้นแบบที่ 2: ร้านค้าปลีกที่เน้นเน้นความทันสมัย (2,000 บาทต่อเดือน)

ปี	จำนวนสมาชิก	ค่าธรรมเนียม	รวมทั้งสิ้น
2551	176	24,000	4,224,000
2552	424	24,000	10,176,000
2553	480	24,000	11,520,000
2554	480	24,000	11,520,000
2555	480	24,000	11,520,000

ต้นแบบที่ 3: ร้านค้าปลีกที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง (2,500 บาทต่อเดือน)

ปี	จำนวนสมาชิก	ค่าธรรมเนียม	รวมทั้งสิ้น
2551	90	30,000	2,700,000
2552	212	30,000	6,360,000
2553	240	30,000	7,200,000
2554	240	30,000	7,200,000
2555	240	30,000	7,200,000

2. รายได้หักจากกำไรขั้นต้นของสมาชิก (1,000 บาทต่อสาขาต่อเดือน)

ปี	จำนวนสมาชิก	รายได้จากขาย	รวมรายได้
2551	442	12,000	5,304,000
2552	1,502	12,000	18,024,000
2553	2,702	12,000	32,424,000
2554	3,902	12,000	46,824,000
2555	5,102	12,000	61,224,000

3. รายได้อื่นๆ (1,200 บาทต่อสาขาต่อเดือน ได้แก่ ค่า Display สินค้า, โฆษณาผ่านหน้าจอ POS, ค่าบริการชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งทางผู้วิจัยได้ประเมินรายได้ในส่วนนี้คิดเป็น 35% ของจำนวนสาขาสมาชิกทั้งหมด)

ปี	จำนวนสมาชิก	รายได้พิเศษ	รวมทั้งสิ้น
2551	155	14,400	2,227,680
2552	526	14,400	7,570,080
2553	946	14,400	13,618,080
2554	1,366	14,400	19,666,080
2555	1,786	14,400	25,714,080

4. รายได้จากเงินมัดจำอุปกรณ์ และเครื่องมือ (5,000 บาทต่อสาขาต่อเดือน)

ปี	จำนวนสมาชิก	รายได้พิเศษ	รวมทั้งสิ้น
2551	442	5,000	2,210,000
2552	1,060	5,000	5,300,000
2553	1,200	5,000	6,000,000
2554	1,200	5,000	6,000,000
2555	1,200	5,000	6,000,000

2. ประมาณการค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัทและสินทรัพย์ถาวร

1. ค่าใช้จ่ายคงที่

ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท	
ค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียนบริษัท	135,000
ค่าตกแต่งอาคารสถานที่	1,000,000

สินทรัพย์ถาวร			
อุปกรณ์สำนักงาน	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม
โต๊ะทำงาน	35	1,250	43,750
เก้าอี้ทำงาน	35	550	19,250
โทรศัพท์ตั้งโต๊ะ	35	220	7,700
เครื่องพิมพ์แบบ Multifunction (HP LaserJet 3050)	2	12,610	25,220
24 Port Switch (3Com 3CBLSG16)	4	14,900	59,600
ADSL Router (3Com 3C13630)	2	20,500	41,000
วัสดุที่เกี่ยวข้องกับการติดตั้งเครือข่าย	1	100,000	100,000
เครื่องถ่ายเอกสาร(All in One)	1	55,000	55,000
ค่า Hardware & Software	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม
Dell Laptop Computer	9	29,900	269,100
Dell Desktop Computer	26	15,900	413,400
Database Server (HP DL380R05 E5345)	2	75,000	150,000
WEB server (HP DL380R05 E5345)	2	75,000	150,000
OS Server&Client	1	150,000	150,000
อุปกรณ์เชื่อมต่อโครงข่าย สนง.ใหญ่ และสาขา	1	500,000	500,000
ค่าพัฒนาระบบ: JAVA Outsource	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม
Head Office System Web Service Platform	1	1,000,000	1,000,000
POS & Back Office	1	750,000	750,000
Software อื่นๆ เช่น File Transfer	1	50,000	50,000

เงินลงทุนในนวัตกรรมทางเทคโนโลยีกับสมาชิก ที่เข้าร่วมโครงการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม
ต้นแบบที่ 1: ร้านค้าปลีกที่ต้องการความมั่นคง ทางรายได้	176	35,000	6,160,000
ต้นแบบที่ 2: ร้านค้าปลีกที่เน้นความทันสมัย	176	45,000	7,920,000
ต้นแบบที่ 3: ร้านค้าปลีกที่พร้อมรับการ เปลี่ยนแปลง	90	55,000	4,950,000
รวมค่าใช้จ่าย			23,949,020

2. ค่าใช้จ่ายผันแปร

ค่าใช้จ่ายผันแปร	
ค่าเช่า ADSL TOT 512 Mbit	637,750
รวมค่าใช้จ่ายคงที่ และผันแปร	24,586,770

3. ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

1. ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน

ตำแหน่ง	2551	2552	2553	2554	2555
กรรมการผู้จัดการ	45,000	48,150	51,521	55,127	58,986
จำนวน	1	1	2	2	2
เงินเดือนรวม	45,000	48,150	103,041	110,254	117,972
ผู้จัดการทั่วไป	38,000	40,660	43,506	46,552	49,810
จำนวน	1	1	1	1	1
เงินเดือนรวม	38,000	40,660	43,506	46,552	49,810
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	30,000	32,100	34,347	36,751	39,324
จำนวน	1	1	1	1	1
เงินเดือนรวม	30,000	32,100	34,347	36,751	39,324

ผู้จัดการฝ่ายเทคนิค	32,000	34,240	36,637	39,201	41,945
จำนวน	1	2	2	2	2
เงินเดือนรวม	32,000	68,480	73,274	78,403	83,891
ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	30,000	32,100	34,347	36,751	39,324
จำนวน	1	1	1	1	1
เงินเดือนรวม	30,000	32,100	34,347	36,751	39,324
ผู้จัดการด้านควบคุมคุณภาพ	30,000	32,100	34,347	36,751	39,324
จำนวน	1	1	1	1	1
เงินเดือนรวม	30,000	32,100	34,347	36,751	39,324
พนักงานพัฒนาระบบ (Senior)	18,000	19,800	21,780	23,958	26,354
จำนวน	4	6	10	10	10
เงินเดือนรวม	72,000	118,800	217,800	239,580	263,538
พนักงานพัฒนาระบบ (Junior)	12,000	13,200	14,520	15,972	17,569
จำนวน	12	22	30	30	30
เงินเดือนรวม	144,000	290,400	435,600	479,160	527,076
พนักงานการตลาด	10,500	11,550	12,705	13,976	15,373
จำนวน	1	2	2	2	2
เงินเดือนรวม	10,500	23,100	25,410	27,951	30,746
พนักงานฝึกอบรม	9,500	10,450	11,495	12,645	13,909
จำนวน	2	2	5	5	5
เงินเดือนรวม	19,000	20,900	57,475	63,223	69,545
พนักงานบริการลูกค้า	8,000	8,800	9,680	10,648	11,713
จำนวน	2	6	10	10	10
เงินเดือนรวม	16,000	52,800	96,800	106,480	117,128
พนักงานช่างเทคนิค	10,500	11,550	12,705	13,976	15,373
จำนวน	4	10	15	15	15
เงินเดือนรวม	42,000	115,500	190,575	209,633	230,596
ธุรการ	6,800	7,480	8,228	9,051	9,956
จำนวน	1	2	2	2	2
เงินเดือนรวม	6,800	14,960	16,456	18,102	19,912

บัญชี	8,000	8,800	9,680	10,648	11,713
จำนวน	2	2	2	2	2
เงินเดือนรวม	16,000	17,600	19,360	21,296	23,426
บุคคล	10,500	11,550	12,705	13,976	15,373
จำนวน	1	1	1	1	1
เงินเดือนรวม	10,500	11,550	12,705	13,976	15,373
พนักงานประสานงานการสั่งซื้อ	9,500	10,450	11,495	12,645	13,909
จำนวน	2	3	5	5	5
เงินเดือนรวม	19,000	31,350	57,475	63,223	69,545
พนักงานโฆษณา, ประชาสัมพันธ์	9,000	9,900	10,890	11,979	13,177
จำนวน	1	1	1	1	1
เงินเดือนรวม	9,000	9,900	10,890	11,979	13,177
ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	569,800	960,450	1,463,408	1,600,063	1,749,705
ค่าใช้จ่ายต่อปี	6,837,600	11,525,400	17,560,894	19,200,753	20,996,462
รวมจำนวนบุคคลากร	35	60	85	85	85

หมายเหตุ:

1. เงินเดือนผู้บริหารปรับขึ้นปีละ 7%
2. เงินเดือนพนักงานปรับขึ้นปีละ 10%

โดยการปรับขึ้นเงินเดือนนั้นจะคำนวณตามค่าเฉลี่ยมาตรฐานการขึ้นเงินเดือนของบริษัททั่ว ๆ ไป และในส่วนของสวัสดิการพนักงานนั้นจะมีการทำประกันหมู่(Group Insurance Proposal) โดยได้เลือกรูปแบบที่เป็นประกันชีวิตและประกันอุบัติเหตุแบบมรณกรรมและสูญเสียอวัยวะ (แขน ขา ตา) ทุพพลภาพอย่างถาวร ซึ่งคิดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนประมาณ 250 บาทต่อปี (ราคาอ้างอิงจากบริษัท AIG) ซึ่งมีอายุผู้ประกัน 15-65 ปี

2. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

รายการค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	ค่าใช้จ่ายต่อปี (บาท)				
	2551	2552	2553	2554	2555
เงินเดือนกรรมการผู้จัดการ	540,000	577,800	1,236,492	1,323,046	1,415,660
เงินเดือนพนักงานและสวัสดิการ	5,971,100	10,468,600	15,526,772	16,998,038	18,610,892
ค่าสาธารณูปโภค	300,000	312,000	324,480	337,459	350,958
ค่าคอมมิชชั่น	221,000	530,000	600,000	600,000	600,000
ค่าเช่าสำนักงาน	1,110,000	1,110,000	1,110,000	1,110,000	1,110,000
อุปกรณ์สำนักงาน	296,520	98,510	98,510	0	0
ค่า MA เครื่องถ่ายเอกสาร	5,500	5,500	5,500	5,500	5,500
ค่าส่งเสริมการขายและโฆษณา	2,975,052	9,773,112	17,049,312	24,220,512	31,391,712
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	11,419,172	22,875,522	35,951,066	44,594,556	53,484,721

3. การประมาณการงบกำไรขาดทุน งบดุล งบกระแสเงินสด

1. ประมาณการงบกำไรขาดทุน (Base Case)

งบกำไรขาดทุน (บาท)	2551	2552	2553	2554	2555
รายได้ค่าสมาชิกรายเดือนของสมาชิก	10,092,000	34,260,000	61,620,000	88,980,000	116,340,000
รายได้หักจากกำไรขั้นต้นของสมาชิก	5,304,000	18,024,000	32,424,000	46,824,000	61,224,000
รายได้อื่น ๆ	2,227,680	7,570,080	13,618,080	19,666,080	25,714,080
รายได้จากเงินมัดจำอุปกรณ์	2,210,000	5,300,000	6,000,000	6,000,000	6,000,000
รวมรายได้	19,833,680	65,154,080	113,662,080	161,470,080	209,278,080

ต้นทุนขายและบริการ					
ต้นทุนจากบริการบริหารจัดการ					
ขนส่งสินค้า					
เงินเดือนฝ่ายพัฒนาระบบ	2,592,000	4,910,400	7,840,800	8,624,880	9,487,368
เงินเดือนฝ่ายช่างเทคนิค	504,000	1,386,000	2,286,900	2,515,590	2,767,149
เงินเดือนฝ่ายฝึกอบรม	228,000	250,800	689,700	758,670	834,537
ค่าบริการอินเทอร์เน็ตรายเดือน	663,000	2,253,000	4,053,000	5,853,000	7,653,000
(ISP: TOT): สมาชิก					
อุปกรณ์เชื่อมต่อโครงข่าย	66,300	159,000	180,000	180,000	180,000
สำนักงานใหญ่ และสาขา					
เงินลงทุนในนวัตกรรมทาง	3,806,000	12,922,000	23,242,000	33,562,000	43,882,000
เทคโนโลยีกับสมาชิกทั้ง 3 แบบ					
ค่าบริการอินเทอร์เน็ตรายเดือน	120,000	150,000	187,500	234,375	292,969
(ISP: TOT): สำนักงานใหญ่					
ต้นทุนการให้บริการ Consult และ	2,000,000	1,400,000	980,000	686,000	480,200
วางระบบ					
รวมต้นทุนขาย	9,979,300	23,431,200	39,459,900	52,414,515	65,577,223
กำไรขั้นต้น	9,854,380	41,722,880	74,202,180	109,055,565	143,700,857
ค่าใช้จ่ายในการขาย&บริหาร					
เงินเดือนผู้บริหาร	540,000	577,800	1,236,492	1,323,046	1,415,660
เงินเดือนพนักงานและสวัสดิการ	5,971,100	10,468,600	15,526,772	16,998,038	18,610,892
ค่าสาธารณูปโภค	300,000	312,000	324,480	337,459	350,958

ค่าคอมมิชชั่น	221,000	530,000	600,000	600,000	600,000
ค่าเช่าสำนักงาน	1,110,000	1,110,000	1,110,000	1,110,000	1,110,000
ค่าวัสดุสำนักงาน	296,520	98,510	98,510	0	0
ค่า MA เครื่องถ่ายเอกสาร	5,500	5,500	5,500	5,500	5,500
ค่าส่งเสริมการขายและโฆษณา	2,975,052	9,773,112	17,049,312	24,220,512	31,391,712
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท	0	0	0	0	0
ค่าตรวจสอบบัญชี	0	0	0	0	0
ค่าภาษีป้าย	0	0	0	0	0
ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	967,804	1,365,804	1,745,404	2,022,604	2,118,644
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	12,386,976	24,241,326	37,696,470	46,617,160	55,603,365
กำไรจากการดำเนินงาน	(2,532,596)	17,481,554	36,505,710	62,438,405	88,097,492
บวก รายได้อื่นๆ	0	25,291	0	0	122,052
หัก ดอกเบี้ยจ่ายเงินกู้	0	0	0	0	0
กำไรก่อนหักภาษี	(2,532,596)	17,506,845	36,505,710	62,438,405	88,219,544
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล (30%)	0	(5,252,054)	(10,951,713)	(18,731,522)	(26,465,863)
กำไรสุทธิ	(2,532,596)	12,254,792	25,553,997	43,706,884	61,753,681
งบกำไรสะสม					
กำไรสะสมต้นงวด	0	(2,532,596)	8,496,717	31,495,314	70,831,509
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(2,532,596)	12,254,792	25,553,997	43,706,884	61,753,681
หัก เงินนำส่งภาครัฐ	0	(1,225,479)	(2,555,400)	(4,370,688)	(6,175,368)
กำไรสะสมปลายงวด	(2,532,596)	8,496,717	31,495,314	70,831,509	126,409,822
กำไรขั้นต้น / ยอดขาย	0	1	1	1	1
กำไรจากการดำเนินงาน/ยอดขาย	0	0	0	0	0
กำไรสุทธิ/ยอดขาย	(12.77%)	18.81%	22.48%	27.07%	29.51%

1. ประมาณการงบดุล (Base Case)

งบดุล (บาท)	2551	2552	2553	2554	2555
สินทรัพย์					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	3,372,188	(13,628,642)	(13,440,981)	16,273,627	73,506,725
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	0	0	0	0	0
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,372,188	(13,628,642)	(13,440,981)	16,273,627	73,506,725

เครื่องถ่ายเอกสาร	55,000	55,000	55,000	55,000	55,000
หัก ค่าเสื่อมสะสมเครื่องถ่ายเอกสาร	(11,000)	(22,000)	(33,000)	(44,000)	(55,000)
เครื่องคอมพิวเตอร์	682,500	1,122,000	1,589,500	1,589,500	1,589,500
หัก ค่าเสื่อมสะสมเครื่องคอมพิวเตอร์	(136,500)	(360,900)	(678,800)	(996,700)	(1,314,600)
เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย	300,000	300,000	600,000	600,000	600,000
หัก ค่าเสื่อมสะสมเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย	(60,000)	(120,000)	(240,000)	(360,000)	(480,000)
อุปกรณ์สำนักงาน	351,520	402,020	452,520	452,520	452,520
หัก ค่าเสื่อมสะสมอุปกรณ์สำนักงาน	(70,304)	(150,708)	(241,212)	(331,716)	(422,220)
ค่าตกแต่งอาคาร	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,700,000	1,700,000
หัก ค่าเสื่อมสะสมค่าตกแต่งอาคาร	(200,000)	(400,000)	(600,000)	(940,000)	(1,280,000)
ซอฟต์แวร์ในสำนักงาน	1,950,000	3,350,000	4,330,000	5,016,000	5,496,200
หัก ค่าเสื่อมสะสมซอฟต์แวร์ในสำนักงาน	(390,000)	(1,060,000)	(1,926,000)	(2,929,200)	(4,028,440)
เงินลงทุนในนวัตกรรมทางเทคโนโลยีกับสมาชิกทั้ง 3 แบบ	19,030,000	64,610,000	116,210,000	167,810,000	219,410,000
หัก ค่าเสื่อมสะสมของนวัตกรรมทั้ง 3 แบบ	(3,806,000)	(16,728,000)	(39,970,000)	(73,532,000)	(117,414,000)
อุปกรณ์เครือข่าย	500,000	600,000	700,000	700,000	700,000
หัก ค่าเสื่อมสะสมของอุปกรณ์เครือข่าย	(100,000)	(220,000)	(360,000)	(500,000)	(640,000)
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	19,095,216	52,377,412	80,888,008	98,289,404	104,368,960
รวมสินทรัพย์	22,467,404	38,748,770	67,447,027	114,563,031	177,875,685
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
เงินกู้ยืมระยะสั้น	0	0	0	0	0
เจ้าหนี้การค้า	0	0	0	0	0
ภาษีค้างจ่าย	0	5,252,054	10,951,713	18,731,522	26,465,863
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	0	0	0	0	0
รวมหนี้สินหมุนเวียน	0	5,252,054	10,951,713	18,731,522	26,465,863

เงินกู้ธนาคาร	0	0	0	0	0
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	0	0	0	0	0
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	0	0	0	0	0
รวมหนี้สิน	0	5,252,054	10,951,713	18,731,522	26,465,863
เงินลงทุน	25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000	25,000,000
กำไรสะสม	(2,532,596)	8,496,717	31,495,314	70,831,509	126,409,822
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	22,467,404	33,496,717	56,495,314	95,831,509	151,409,822
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	22,467,404	38,748,770	67,447,027	114,563,031	177,875,685

2. ประมาณการงบกระแสเงินสด (Base Case)

งบกระแสเงินสด (บาท)	2551	2552	2553	2554	2555
กระแสเงินสดจากการดำเนินการ					
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(2,532,596)	12,254,792	25,553,997	43,706,884	61,753,681
ปรับกระทบกำไรสุทธิเป็นเงินสด					
รับ (จ่าย) จากกิจกรรมดำเนินงาน					
ค่าเสื่อมราคา	4,773,804	14,287,804	24,987,404	35,584,604	46,000,644
ภาษีจ่าย	0	0	(5,252,054)	(10,951,713)	(18,731,522)
สินทรัพย์ดำเนินงานเพิ่มขึ้น(ลดลง)					
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่นๆ	0	0	0	0	0
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่นๆ	0	0	0	0	0
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น(ลดลง)					
เจ้าหนี้การค้า	0	0	0	0	0
ภาษีค้างจ่าย	0	5,252,054	10,951,713	18,731,522	26,465,863
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	0	0	0	0	0
เงินสดรับ (จ่าย) สุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	2,241,208	31,794,649	56,241,061	87,071,296	115,488,667
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
เงินสดจ่ายซื้อทรัพย์สิน	(23,869,020)	(47,570,000)	(53,498,000)	(52,986,000)	(52,080,200)
เงินสดจ่ายก่อนการดำเนินงาน	0	0	0	0	0
เงินสดสุทธิได้มา(ใช้ไป) ในกิจกรรมลงทุน	(23,869,020)	(47,570,000)	(53,498,000)	(52,986,000)	(52,080,200)

กระแสเงินสดกิจกรรมจัดหาเงิน

เงินสดรับจากการระดมทุน (100% ของเงินลงทุน)	25,000,000	0	0	0	0
จ่ายคืนภาครัฐ	0	(1,225,479)	(2,555,400)	(4,370,688)	(6,175,368)
เงินสดสุทธิได้มา(ใช้ไป) ในกิจกรรม จัดหาเงิน	25,000,000	(1,225,479)	(2,555,400)	(4,370,688)	(6,175,368)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เพิ่มขึ้น (ลดลง)	3,372,188	(17,000,830)	187,661	29,714,608	57,233,098
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นงวด	0	3,372,188	(13,628,642)	(13,440,981)	16,273,627
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นงวด	3,372,188	(13,628,642)	(13,440,981)	16,273,627	73,506,725

4. การวิเคราะห์ทางการเงิน

1. การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนทางการเงิน	2551	2552	2553	2554	2555
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratios)					
1. อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Liquidity Ratios)	0.00	-2.59	-1.23	0.87	2.78
อัตราส่วนความสามารถในการใช้สินทรัพย์ (Activity Ratio)					
1. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets Turnover)	1.04	1.24	1.41	1.64	2.01
2. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total Assets Turnover)	0.88	1.68	1.69	1.41	1.18
อัตราส่วนความสามารถในการก่อหนี้ (Leverage Ratio)					
1. อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (Debt to Assets Ratio)	0.00%	13.55%	16.24%	16.35%	14.88%
2. อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio)	0.00%	15.68%	19.39%	19.55%	17.48%
อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร Profitability Ratios)					
1. อัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย (Gross Profit Margin)	49.69%	64.04%	65.28%	67.54%	68.67%
2. อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net Profit Margin)	-12.77%	18.81%	22.48%	27.07%	29.51%
3. อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity(ROE))	-11.27%	36.59%	45.23%	45.61%	40.79%
4. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Assets(ROA))	-11.27%	31.63%	37.89%	38.15%	34.72%

1. อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratios)

สภาพคล่องทางการเงิน จากอัตราส่วนในการชำระหนี้ระยะสั้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปีที่ 4 เป็นต้นไป จะมีสภาพคล่องทางการเงินเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากบริษัทมีการรับชำระค่าใช้จ่ายจากร้านค้าต่าง ๆ เข้ามาทำให้มีเงินสดเพียงพอต่อการหมุนเวียน และสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในการชำระหนี้ในระยะสั้นได้

2. อัตราส่วนความสามารถในการใช้สินทรัพย์ (Activity Ratio)

ประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์ที่เกิดขึ้นนั้น ได้พบว่าอัตราการเติบโตของการหมุนเวียนในสินทรัพย์ถาวร มีทิศทางที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละปี

สำหรับอัตราการเติบโตของการหมุนเวียนในสินทรัพย์รวม พบว่าปีแรกจะมีสัดส่วนของรายได้ค่อนข้างต่ำ ซึ่งมีค่าเพียง 0.88 เท่า เนื่องจากมีการลงทุนในอุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน ซึ่งไม่ได้ก่อให้เกิดยอดขายที่เพิ่มขึ้นมากนัก

3. อัตราส่วนความสามารถในการก่อหนี้ (Leverage Ratio)

เนื่องจากภาครัฐเป็นผู้ลงทุน ในปีแรกจึงไม่มีปัญหาในเรื่องของการก่อหนี้ แต่ในปีที่ 2, 3 และ 4 การก่อหนี้ และการเพิ่มเงินลงทุน (ส่วนของเจ้าของ) จะมีทิศทางที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากรายได้ที่เกิดขึ้นยังไม่เพียงพอต่อรายจ่ายที่เป็นอยู่ แต่เมื่อเข้าสู่ปีที่ 5 ทิศทางการก่อหนี้ และการลงทุนในส่วนของเจ้าของจะลดลง นั่นแสดงให้เห็นว่าภาครัฐมีความสามารถในการจัดการกับหนี้สินในอัตราส่วนที่ลดลง

4. อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratios)

ความสามารถในการทำกำไรนั้น พบว่า 1 ปีแรกมีอัตราส่วนติดลบ แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีการขาดทุนจากการดำเนินการ แต่เมื่อปีที่ 2 เป็นต้นไป บริษัทเริ่มทำกำไรได้ในอัตราค่อนข้างสูง และสูงขึ้นทุกปี นั่นแสดงให้เห็นว่าบริษัทสามารถบริหารสินทรัพย์รวมของกิจการเพื่อก่อให้เกิดกำไรได้อย่างเหมาะสม

5. การวิเคราะห์การลงทุนของโครงการ

1. การคำนวณต้นทุน (WACC)

Weight Average Cost of Capital: WACC

คำนวณได้จากสูตร

$$WACC = [Wd \times Rd \times (1-t)] + [We \times Re]$$

โดยที่

$$Wd \text{ (สัดส่วนของเงินลงทุนในส่วนของหนี้)} = 0.0$$

$$Rd \text{ (อัตราผลตอบแทนในส่วนของหนี้ หรือเท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้)} = 0.0\%$$

$$We \text{ (สัดส่วนของเงินลงทุนในส่วนของเจ้าของ)} = 100.0$$

$$Re \text{ (อัตราผลตอบแทนในส่วนของเจ้าของ/อัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ)} = 10\%$$

$$t \text{ (ภาษีเงินได้)} = 30\%$$

ผลจากการคำนวณจะได้ว่า

$$WACC = 10.000\%$$

2. การประเมินโครงการ

สำหรับการคำนวณ NPV และ IRR เพื่อการประเมินโครงการนั้น คำนวณจากกระแสเงินสดสำหรับระยะเวลา 5 ปี จากประมาณการงบการเงิน โดยมีสมมติฐานว่า กระแสเงินสดสุทธิสำหรับกิจการตั้งแต่ปีที่ 6 เป็นต้นไปคงที่ พบว่า NPV, IRR, Pay Back Period และ Discount Pay Back Period ของโครงการเป็นดังนี้

อัตราคิดลด (Discounted Rate)	10.00 %
มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด (NPV)	84,793,986
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR)	22.92%
ระยะเวลาคืนทุน (PB)	4 ปี 1.83 เดือน
ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (DPB)	4 ปี 5.25 เดือน

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า โครงการของบริษัทฯ นำลงทุน เนื่องจากค่า NPV สูงถึง 84,793,986 บาท ณ มูลค่าปัจจุบันและค่า IRR เท่ากับ 22.92% ซึ่งสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ผู้ถือหุ้นต้องการ (10.00 %) อีกทั้งระยะเวลาคืนทุนเพียง 4 ปี 1.83 เดือน

3. การวิเคราะห์งบการเงินตามแต่ละสถานการณ์ (Sensitive Analysis)

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ยอดขาย และจำนวนสมาชิกที่เพิ่มมากขึ้นหรือลดลง ซึ่งอาจทำให้เกิดสถานการณ์ต่าง ๆ ดังนี้

1. สถานการณ์การลงทุนกรณียอดขาย และสมาชิกเพิ่มขึ้น 10% (Best Case Scenario)
2. สถานการณ์การลงทุนกรณียอดขาย และสมาชิกลดลง 10% (Worst Case Scenario)

1. กรณียอดขาย และสมาชิกเพิ่มขึ้น 10% (Best Case)

ประมาณการงบกำไรขาดทุน กรณี Best Case

ปี	กำไรขั้นต้น	กำไร(ขาดทุน)จากการดำเนินงาน	กำไร(ขาดทุน)สุทธิ
2551	11,771,448	(913,033)	(913,033)
2552	47,101,388	21,880,751	15,342,732
2553	83,219,488	43,814,087	30,669,861
2554	121,641,673	72,598,462	50,818,923
2555	159,855,765	101,109,229	70,911,218

ประมาณการงบกระแสเงินสด กรณี Best Case

ปีที่	เงินสดสุทธิ(บาท)
0	(25,000,000)
1	4,991,751
2	(16,552,680)
3	2,438,648
4	34,790,547
5	65,203,124

ประมาณการงบดุล กรณี Best Case

ปี	สินทรัพย์หมุนเวียน	สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	รวมหนี้สิน	ส่วนของผู้ถือหุ้น
2551	4,991,751	19,095,216	0	24,086,967
2552	(11,560,929)	56,031,812	6,575,457	37,895,426
2553	(9,122,281)	87,764,808	13,144,226	65,498,301
2554	25,668,266	107,346,604	21,779,539	111,235,332
2555	90,871,391	114,574,560	30,390,522	175,055,428

สรุปผลจากการวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจ กรณี Best Case

WACC	10.000%
NPV	103,080,456
IRR	29.89%
PB	3 ปี 11.77 เดือน
DPB	4 ปี 2.53 เดือน

จากกรณีดังกล่าวพบว่า อัตราผลตอบแทน IRR จะมีค่าสูงคิดเป็น 29.89% อีกทั้งเมื่อพิจารณาในส่วนของการกระแสเงินสดสุทธิที่ได้รับคืนมาจากการลงทุนในโครงการ คิดเป็นระยะเวลาประมาณ 3 ปี 11.77 เดือน ซึ่งถือว่าเร็วกว่าสถานการณ์ปกติของการลงทุน

2. กรณียอดขาย และสมาชิกลดลง 10% (Worst Case)

ประมาณการงบกำไรขาดทุน กรณี Worst Case

ปี	กำไรขั้นต้น	กำไร(ขาดทุน)จากการดำเนินงาน	กำไร(ขาดทุน)สุทธิ
2551	7,937,312	(4,152,159)	(4,152,159)
2552	36,344,372	13,082,357	9,166,851
2553	65,184,872	29,197,334	20,438,134
2554	96,469,457	52,278,348	36,594,844
2555	127,545,949	75,085,755	52,596,143

ประมาณการงบกระแสเงินสด กรณี Worst Case

ปีที่	เงินสดสุทธิ(บาท)
0	(25,000,000)
1	1,752,625
2	(17,448,979)
3	(2,063,326)
4	24,638,668
5	49,263,073

ประมาณการงบดุล กรณี Worst Case

ปี	สินทรัพย์หมุนเวียน	สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	รวมหนี้สิน	ส่วนของผู้ถือหุ้น
2551	1,752,625	19,095,216	0	20,847,841
2552	(15,696,354)	48,723,012	3,928,651	29,098,007
2553	(17,759,680)	74,011,208	8,759,200	47,492,328
2554	6,878,987	89,232,204	15,683,504	80,427,687
2555	56,142,060	94,163,360	22,541,204	127,764,216

สรุปผลจากการวิเคราะห์ทางการเงินของบริษัท กรณี Worst Case

WACC	10.000%
NPV	66,507,516
IRR	15.43%
PB	4 ปี 4.41 เดือน
DPB	4 ปี 8.85 เดือน

จากกรณีดังกล่าวพบว่า อัตราผลตอบแทน IRR จะมีค่าลดลงคิดเป็น 15.43% อีกทั้งเมื่อพิจารณาในส่วนของการกระแสเงินสดสุทธิที่ได้รับคืนมาจากการลงทุนในโครงการ คิดเป็นระยะเวลาประมาณ 4 ปี 4.41 เดือน ซึ่งถือว่าช้ากว่าสถานการณ์ปกติของการลงทุน

ตารางสรุปผลทางการเงินรวมในแต่ละกรณี

	ยอดขายเปลี่ยนแปลง (%)		
	-10%	0%	10%
NPV	66,507,516	84,793,986	103,080,456
IRR	15.43%	22.92%	29.89%
Payback Period	4 ปี 4.41 เดือน	4 ปี 1.83 เดือน	3 ปี 11.77 เดือน

6. บทสรุปทางการเงิน

จากการวิเคราะห์ทางการเงินในกรณีปกติ จะได้ค่า NPV เท่ากับ 84,793,986 บาท และมี IRR = 22.92% ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการ (WACC) โดยมีระยะเวลาการคืนทุนประมาณ 4 ปี 1.83 เดือน ซึ่งเมื่อพิจารณาจากปัจจัยทั้งหมดแล้วพบว่า โครงการนี้เป็นโครงการที่น่าลงทุน

จากการทำ Sensitive Analysis จะเห็นว่าเมื่อยอดบริการเพิ่มขึ้น 10% จะทำให้ NPV ของโครงการเพิ่มขึ้นเป็น 103,080,456 บาท และมี IRR = 29.89% โดยมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 3 ปี 11.77 เดือน ซึ่งเมื่อพิจารณาจากปัจจัยทั้งหมดแล้วพบว่า โครงการนี้เป็นโครงการที่น่าลงทุน แต่อย่างไรก็ตามบริษัทจะต้องเตรียมความพร้อมทั้งทางด้านอุปกรณ์ ระบบงาน และทีมงาน เพื่อรองรับจำนวนสาขา และยอดขายที่เพิ่มมากขึ้นด้วย เป็นต้น

สำหรับกรณียอดขายลดลง 10% จะทำให้ NPV ลดลงเหลือ 66,507,516 บาท และมี IRR = 15.43% โดยมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 4 ปี 4.41 เดือน ซึ่งจะพบว่ายอดการเป็นสมาชิกของร้านค้าปลีกขายย่อยไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ ทางบริษัทจะต้องเตรียมแผนสำรองในการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นออก และกระตุ้นยอดขายกับสมาชิกที่มีอยู่ให้มีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

7. แผนฉุกเฉิน

จากที่ได้กล่าวไว้บทสรุปทางการเงิน จะเห็นว่าในการดำเนินธุรกิจ อาจมีสิ่งที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นและมากระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจได้ ซึ่งอาจส่งผลให้สถานการณ์เกิดความคลาดเคลื่อนไปจากที่เคยได้ประมาณการไว้ ดังนั้นภาครัฐจึงควรวางแผนการฉุกเฉินไว้ เพื่อรับมือกับสถานการณ์เหล่านั้น ดังนี้

1. กรณีที่ยอดสมาชิกน้อยกว่าที่คาดการณ์

หากยอดการเข้าร่วมเป็นสมาชิกที่เกิดขึ้นจริงน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ ภาครัฐจะทำการวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อประเมิณหาสาเหตุ และหาแนวทางแก้ไข โดยสาเหตุที่เป็นไปได้มีดังนี้

- ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่สนใจที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิก

แนวทางแก้ไข :

1. ภาครัฐจะใช้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกโดยการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) ได้แก่ การจัดงานสัมมนาแนะนำโครงการเพื่อให้ผู้ประกอบการได้เห็นถึงประโยชน์ของการเข้าร่วมการเป็นสมาชิก
2. ภาครัฐจัดรายการส่งเสริมการขาย มีการลดอัตราค่าเช่าอุปกรณ์ หรือลดค่าใช้จ่ายรายเดือนให้กับสมาชิกเก่า และสมาชิกใหม่
3. ภาครัฐมีการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการในรูปแบบใหม่ ๆ
4. เปลี่ยนกลุ่มทางการตลาดใหม่ เพื่อสร้างช่องทางรายได้ใหม่ขึ้นมา

- กรณีมีคู่แข่งรายใหม่เข้ามา

แนวทางแก้ไข :

1. ภาครัฐจะดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม โดยการเพิ่มกิจกรรมส่งเสริมการขาย และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยเน้นตอกย้ำในเรื่องของระดับคุณภาพที่ดีได้มาตรฐานของบริการที่ลูกค้าจะได้รับจากบริษัทฯ
2. สร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรธุรกิจเดิม และขยายพันธมิตรใหม่ เพื่อครอบคลุมช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญ ๆ และครอบคลุมพื้นที่การบริการให้มากที่สุด โดยทางบริษัทฯ จะสร้างกิจกรรมให้มีส่วนร่วมกันระหว่างพันธมิตรธุรกิจ

2. กรณีที่ต้นทุนการดำเนินการสูงกว่าที่คาดการณ์

หากต้นทุนจริงสูงกว่ารายได้ที่คาดการณ์ไว้ บริษัทฯจะทำการวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อประเมิณหาสาเหตุ และหาแนวทางแก้ไข โดยสาเหตุที่เป็นไปได้ มีดังนี้

- มีการขึ้นราคาค่าอุปกรณ์ และค่าเช่าสัญญาณเครือข่าย

แนวทางแก้ไข :

1. ลดค่าใช้จ่ายส่วนอื่นลง เช่น ค่าใช้จ่ายการขายและบริหารต่าง ๆ อาทิ ค่าสาธารณูปโภค หรือค่าอุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ โดยดูแลการใช้งานให้เหมาะสมตามความจำเป็น
2. ในกรณีที่ไม่สามารถลดค่าใช้จ่ายได้อื่นๆ ได้ อาจต้องแจ้งลูกค้าในการขอขึ้นค่าบริการ และแจ้งให้ทราบถึงเหตุผลในการขอขึ้นค่าบริการ โดยต้องดู

ความสมเหตุสมผลในการขึ้นราคาค่าบริการด้วย เนื่องจากราคาเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจใช้บริการ

3. กรณีพนักงานในตำแหน่งที่สำคัญลาออก

ในกรณีพนักงานในตำแหน่งสำคัญลาออก บริษัทฯ จะทำการวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อประเมิณหาสาเหตุ และหาแนวทางแก้ไข โดยสาเหตุที่เป็นไปได้มีดังนี้

- พนักงานได้งานใหม่ในบริษัทอื่น

แนวทางแก้ไข :

1. ทางบริษัทฯ ได้มีการจัดทำคู่มือการทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ ให้เป็นรูปแบบเป็นขั้นตอน การทำงานมาตรฐาน เพื่อให้พนักงานคนใหม่สามารถเรียนรู้และทำงานแทนพนักงานที่ลาออกได้โดยง่าย
2. บริษัทฯ จะจัดทำแบบสอบถามเพื่อทำการสอบถามเหตุผลในการลาออกของพนักงานและแสดงความคิดเห็นต่อองค์กรเพื่อนำมาปรับปรุงการจัดการองค์กรของบริษัทฯ ต่อไป

4. สรุปผลการศึกษา

กระบวนการจัดการเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก มีไว้เพื่อสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับธุรกิจค้าปลีก โดยมีการจัดลำดับความจำเป็นของการใช้เทคโนโลยี เช่น การพัฒนาระบบโดยใช้เทคโนโลยีของ **Online Platform** เพื่อลดต้นทุนด้านการลงทุนใน **Software** ของสาขาสมาชิกที่มีเพียงแค่เครื่องคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และเครื่องพิมพ์ ก็สามารถจัดการงานขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งการดำเนินโครงการดังกล่าวมีความมุ่งหวังให้ธุรกิจค้าปลีกรายย่อยยังคงอยู่คู่กับคนไทย การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในลักษณะเช่นนี้ จึงเป็นประโยชน์ในการสร้างศักยภาพการแข่งขันที่ยั่งยืนให้กับคนไทยได้ทางหนึ่ง อีกทั้งเทคโนโลยีดังกล่าวยังเป็นช่องทางของการแลกเปลี่ยนความรู้ เกิดความร่วมมือทั้งในด้านเทคโนโลยี และการกระจายความรู้จากส่วนกลางสู่ส่วนต่าง ๆ ของประเทศไทย เพื่อให้ทุกคนสามารถประกอบอาชีพสร้างชุมชนของการอยู่ดีกินดีพร้อมกับน้อมรับพระราชดำริสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง เกิดเป็นเครือข่ายชุมชนพอเพียง ที่เชื่อมโยงกันด้วยหลักไม่เบียดเบียน แบ่งปัน และช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้ในที่สุด

การมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเข้ามาช่วยสร้างความคล่องตัวในการดำเนินงาน และการวิเคราะห์ความถูกต้องของข้อมูล ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการมีเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีกจะส่งผลกระทบทั้งในด้านบวก และลบดังต่อไปนี้

ผลกระทบในด้านบวก:

1. เป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป สอดคล้องกับการปรับเปลี่ยนไปของพฤติกรรมของผู้บริโภค
2. เกิดการแข่งขันที่สมน้ำสมเนื้อกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ เนื่องจากผู้ขายมุ่งเน้นเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพให้สามารถแข่งขันในตลาดได้
3. เกิดการยอมรับ และเพิ่มจำนวนสมาชิกของร้านค้าปลีกรายย่อย หากการใช้ระบบดังกล่าวมีการใช้งานที่ง่าย และสามารถพิสูจน์ได้ว่าปลอดภัยจากการรั่วไหลของข้อมูล
4. สร้างภาพลักษณ์ให้กับร้านค้ามีความทันสมัย น่าเชื่อถือ
5. สร้างความสะดวก และความรวดเร็วในการดำเนินธุรกรรม เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายมากขึ้น

6. เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง เนื่องจากนวัตกรรมเทคโนโลยีสามารถวิเคราะห์ความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลาได้
7. สร้างรายได้เพิ่มขึ้น จากช่องทางการโฆษณา และประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านเทคโนโลยีเพื่อการค้าปลีก เช่น การโฆษณาผ่านเครื่อง **Point Of Sales** การ **Display** สินค้าภายในร้านค้า ซึ่งปัจจุบันถือเป็นช่องทางที่ตัวแทนขายสินค้ารายใหญ่ให้ความสนใจเนื่องจากเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้ชิดมากที่สุด

ผลกระทบในด้านลบ:

1. เงินลงทุนที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้งาน
2. ต้นทุนในการจ้างงาน มีเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากศักยภาพของบุคลากรที่ต้องการใช้
3. ความไม่ชำนาญในเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ต้องสูญเสียเวลาให้กับบุคลากรในการศึกษาเทคโนโลยีเหล่านั้น

ซึ่งเห็นได้ว่า หากร้านค้าปลีกรายย่อยสามารถนำเทคโนโลยีค้าปลีกเข้ามาช่วยจัดการงานภายในร้านให้เกิดประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการลดปัญหาที่เกิดขึ้น และเพิ่มรายได้ให้กับร้านค้า อีกทั้งมีการสนับสนุนจากลูกค้าในการเข้ารับบริการ จะเป็นทางหนึ่งในการสร้างการแข่งขันที่ยั่งยืนให้กับร้านค้าปลีกรายย่อยของคนไทย

5. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการร้านค้าปลีกเพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้เข้าร่วมในการให้ข้อมูล และเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกันของทุกฝ่าย เพื่อสามารถสรุปผลของการศึกษาไปสู่การพัฒนาร้านค้าปลีกรายย่อยให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้อย่างยั่งยืน
2. ควรมีการนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีในแบบต่าง ๆ มาใช้กับกลุ่มตัวอย่าง และสอบถามถึงความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้งานในนวัตกรรมเหล่านั้น
3. ควรมีการติดตามผลการวิจัยทุก ๆ 3 เดือนเพื่อเห็นการเปลี่ยนแปลง เนื่องด้วยผลการวิจัยที่ได้ นั้นมาจากช่วงเวลาหนึ่ง ๆ เท่านั้น
4. ควรมีการศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของร้านค้าปลีกรายย่อยของไทย ของต่างชาติ รวมทั้งผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไปของวิถีชีวิตของคนสมัยใหม่ และสร้างการแข่งขันที่ยั่งยืนให้กับร้านค้าปลีกรายย่อยของคนไทยได้
5. ควรมีการศึกษางานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงร้านค้าปลีกรายย่อยของคนไทย เพื่อสร้างศักยภาพการแข่งขันที่ยั่งยืนได้