

การศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งโครงการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวสุภารัตน์ กมลสุธรรม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

พฤษภาคม 2547

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๖๕๘.๘๓๔๒
๘๘๘๓
๘.๓

การศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งโครงการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวสุภารัตน์ กมลสุขธรรม

15 ก.ย. 2547

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

พฤษภาคม 2547

๒๕๐๘๒๗ ๘.๓

สุภารัตน์ กมลสุธรรม. (2547). การศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งโครงการร้านเช่าหนังสือบนสถานี

รถไฟฟ้า BTS เพลินจิต. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งโครงการร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต โดยการวิเคราะห์ความ^(๑)เห็นไป^(๒)ได้จะแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านการตลาดและด้านการเงิน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ที่ถือบัตรรายเดือน จากข้อมูล ตั้งแต่เดือนมกราคม 2545 – มีนาคม 2546 จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ ค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Least Significant Difference (LSD)

1. ความเป็นไปได้ด้านการตลาด จะต้องใช้ผลวิจัยเรื่องการศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตาม เพศ อาชีพ อายุ รายได้ และระดับการศึกษาสูงสุด ซึ่งผลของงานวิจัยนี้จะทำให้ทราบถึงอุปสงค์ของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

ผลการศึกษาค้นคว้ามีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

1.2 ผู้โดยสารที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

1.3 ผู้โดยสารที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

1.4 ผู้โดยสารที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านราคา และด้านทำเลที่ตั้ง ไม่แตกต่างกัน ทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 แต่ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 ตามลำดับ

1.5 ผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แต่ความคิดเห็นด้านทำเลที่ตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนความคิดเห็นด้านราคา และการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.6 ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

1.7 อุปสงค์ของผู้โดยสารบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ที่สนใจใช้บริการกับร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตมีจำนวนทั้งสิ้น 67,912 คน

2. ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

ความเป็นไปได้ด้านการเงิน จะต้องสมมติฐานทางการเงินและอุปสงค์ของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต มาจัดทำงบการเงินล่วงหน้า และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินโดยใช้เครื่องมือทางการเงินประกอบด้วย NPV , ROI, Payback Period และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของโครงการ

โครงการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต จะใช้เงินลงทุน 374,200 บาท (ไม่รวมเงินค่ามัดจำพื้นที่ 66,000 บาท) อายุของโครงการมีระยะเวลา 3 ปี และมีต้นทุนค่าเสียโอกาสนำเงินไปลงทุนอย่างอื่น เท่ากับร้อยละ 7

ผลการวิเคราะห์จะมีรายละเอียดดังนี้

2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการนี้เท่ากับ 1,982,908.90 บาท ซึ่งมากกว่าศูนย์ ขณะที่อัตราผลตอบแทนเงินลงทุนสุทธิ เท่ากับ 51.29% ซึ่งมีความมากกว่า 1 และระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 7 เดือน 13 วัน ซึ่งถือว่าเร็วมาก

2.2 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน พบว่า ในปีแรกโครงการต้องมีจำนวนหนังสือที่ถูกเช่า จำนวน 206,980 เล่ม (นับหนังสือที่ถูกยืมซ้ำ) คิดเป็นจำนวนเงิน 888,390 บาทจึงจะคุ้มทุน ในปีที่สอง ต้องมีจำนวนหนังสือที่ถูกเช่า จำนวน 228,680 เล่ม (นับหนังสือที่ถูกยืมซ้ำ) คิดเป็นจำนวนเงิน 976,006 บาท และในปีสุดท้าย ต้องมีจำนวนหนังสือที่ถูกเช่า จำนวน 233,193 เล่ม คิดเป็นจำนวนเงิน 995,267 บาท

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทั้งสองด้าน พบว่าการจัดตั้งโครงการร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตเป็นโครงการที่ให้ผลตอบแทนสูงและมีความคุ้มค่าในการลงทุน

**A FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF BOOK RENTAL SERVICE AT
“PLOENCHIT” BTS STATION.**

**AN ABSTRACT
BY
SUPHARAT KAMOLSUTHAM**

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Marketing
at Srinakharinwirot University
May 2004**

Supharat Kamolsutham. (2004). *A Feasibility Study for The Establishment of Book Rental Service "Ploenchit" BTS Station*. Master thesis, M.B.A. (Marketing). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Assoc. Prof. Supada Sirikudta

The purpose of this research is to do a feasibility study for the establishment of Book Rental Service on "Ploenchit" BTS Station in 2 aspects which are Marketing and Finance.

Sample group of this study are from 400 BTS passenger who hold monthly prepaid card during January 2545 to March 2546. Data collecting by using questionnaire was applied. Statistics as percentage, arithmetic means, standard deviation and t-test (Independent Samples) were used for data analysis. One way analysis of Variance and pair comparison arranged by Least Significant Difference (LSD) were used for test of hypothesis.

1. The feasibility study on marketing

By analyzing from opinions of BTS passengers on what influence their decision to use this service which categorize into 4 aspects; Product, Price, Place and Promotion classified by sex, professional, age, earning and level of education.

This result of this study are as following:

1.1 Product, Price, Place and Promotion aspects have strong influence to their decision to use the service

1.2 Passengers with different gender has no difference in their view to be influenced by Product, Price, Location and Marketing with statistically significant difference at 0.05 level.

1.3 Passengers with different professional has no difference in their view to be influenced by Product, Price, Place and Promotion with statistically significant difference at 0.05 level

1.4 Passengers with different age has no difference in their view to be influenced by Price and Location with statistically significant difference at 0.05 level but their opinion in Product and Marketing aspects are different with statistically significant difference at 0.05 and 0.01 level accordingly.

1.5 Passengers with different earning has no difference in their view to be influenced by Product with statistically significant difference at 0.05 level but their opinion in Location aspect is different with statistically significant difference at 0.05 while their opinion in Price and Marketing are different with statistically significant difference at 0.01 level.

1.6 Passengers with education has no difference in their view to be influenced by Product, Price, Place and Promotion with statistically significant difference at 0.05 level

1.7 The demand number of BTS passengers at "Ploenchit" Station who show their interest use book rental service are 67,912

2. The feasibility study on Finance

With assumption on demands to use of book rental service at "Ploenchit" BTS Station, we can estimate the financial balance sheet in advance and analyze the financial feasibility using tools NPV, ROI, Payback Period and break event analysis.

Capital investment for Book Rental Service Project at BTS "Ploenchit" station is 374,200 Baht (excluded rental deposit 66,000 Baht) for 3 years period and cost opportunity of this project would be 7%

The results of this analysis are as following:

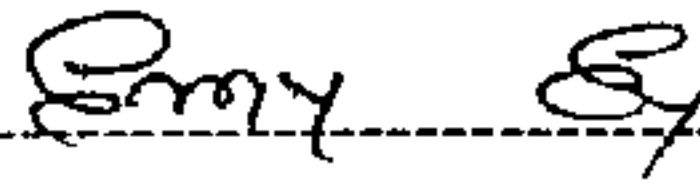
2.1 NPV will be 1,982,908.90 Baht (greater than 0) while ROI is equal to 51.29% which greater than 1 and period to break event is 7 months 13 days which is considered fast.

2.2 By analysis break event point, In the first year there must be total number of 206,980 book rent (included repeated rental in the same book) which result in 888,390 Baht. In the second year, there must be total number of 228,680 book rent (included repeated rental in the same book) which result in 995,267 Baht. In the last year, there must be total number of 233,193 book rent which result in 995,267 Baht

From the feasibility study on both aspects, this project will be a high returning rate and worthwhile to invest.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



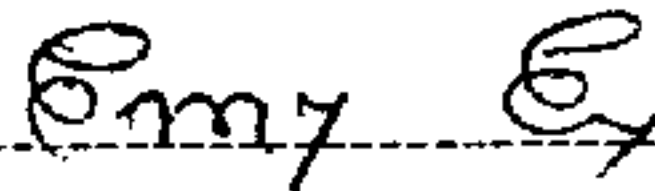
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ



ประธาน

(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)



กรรมการ

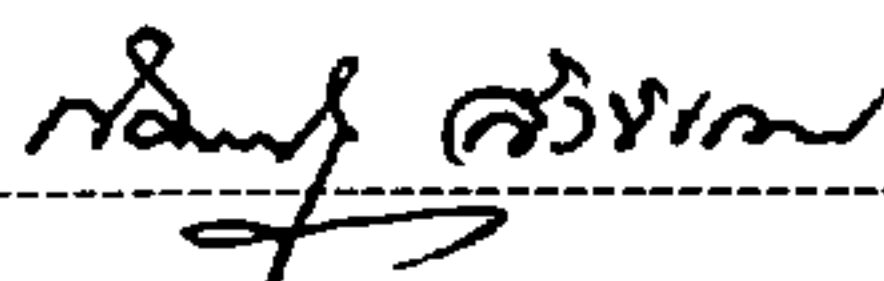
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)



กรรมการ

(อาจารย์ ดร. ศุภินญา (ดัชนาภิรมย์) ญาณสมบูรณ์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ ๒๒ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๔๗

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความกรุณาอย่างดียิ่งของ รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนควบคุม ดูแล เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้แก่ผู้วิจัยโดยตลอดมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาและความห่วงใย เอาใจใส่ ที่ท่านมีต่อศิษย์เสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และอาจารย์ศุภินญา ญาณสมบุญ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำเพิ่มเติม ที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงสารนิพนธ์นี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ของบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด ในการเอื้อเพื่อให้ข้อมูลผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ ผู้โดยสารสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลิดเพลินทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนเพื่อน ๆ ของผู้วิจัยทุกคนที่ ให้ความช่วยเหลือในการเก็บแบบสอบถาม

สุดท้ายขอขอบคุณคุณนพชัย ตั้งไตรธรรม ที่เป็นผู้ทำให้เกิดหัวข้อนี้ขึ้นมา ตลอดจนสนับสนุน ให้กำลังใจ ทำให้ผู้วิจัยทำสารนิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุภารัตน์ กมลสุธรรม

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ภูมิหลัง.....	1
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	2
	ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	3
	ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	3
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	3
	ขอบเขตการศึกษาความเป็นไปได้.....	4
	ขอบเขตการกำหนดอายุโครงการ.....	4
	ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
	กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	6
	สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	8
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
	ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	10
	ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	10
	พฤติกรรมผู้บริโภค.....	11
	รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค.....	12
	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	16
	ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	18
	ประวัติร้านเช่าหนังสือ.....	23
	การศึกษาความเป็นไปได้.....	23
	ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้.....	23
	การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ.....	24
	โครงการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต.....	27
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
3	การดำเนินศึกษาค้นคว้า.....	32
	การกำหนดแหล่งข้อมูล.....	32
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	32
	การสร้างเครื่องมือ.....	33
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3(ต่อ) การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด.....	34
การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการเงิน.....	37
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด.....	42
ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน.....	73
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	109
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	109
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	112
ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด.....	112
ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน.....	116
อภิปรายผล.....	117
ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด.....	117
ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน.....	119
ข้อเสนอแนะ.....	120
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	121
บรรณานุกรม.....	122
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	124
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม.....	128
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	129

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนผู้โดยสารที่ถือบัตรนักเรียนและบัตรผู้ใหญ่.....	1
2	รูปแบบจำลองเกี่ยวกับความกว้างและลึกของส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการจำหน่าย	19
3	จำนวนและร้อยละของเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	42
4	จำนวนและร้อยละของระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	44
5	จำนวนและร้อยละของผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือ.....	45
6	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมของผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือ.....	46
7	จำนวนและร้อยละของผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต.....	51
8	เหตุผลของผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือและไม่สนใจเช่าหนังสือกับร้านเช่าหนังสือบนสถานี รถไฟฟ้า BTS เพลินจิต.....	51
9	จำนวนและร้อยละของผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือกับร้านบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต.....	53
10	แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความถี่ร้อยละ ของผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือบนสถานี BTS เพลินจิต.....	53
11	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ	54
12	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน ร้อยละและความคิดเห็นของผู้โดยสารสถานีรถ ไฟฟ้า BTS เพลินจิตที่มีการเลือกเช่าหนังสือด้านผลิตภัณฑ์.....	55
13	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน ร้อยละและความคิดเห็นของผู้โดยสารสถานีรถ ไฟฟ้า BTS เพลินจิตที่มีการเลือกเช่าหนังสือด้านราคา.....	57
14	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน ร้อยละและความคิดเห็นของผู้โดยสารสถานีรถ ไฟฟ้า BTS เพลินจิตที่มีการเลือกเช่าหนังสือด้านทำเลที่ตั้ง.....	58
15	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน ร้อยละและความคิดเห็นของผู้โดยสารสถานีรถ ไฟฟ้า BTS เพลินจิตที่มีการเลือกเช่าหนังสือด้านการส่งเสริมการตลาด.....	59
16	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือจำแนก ตามเพศ.....	61
17	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือจำแนก ตามอาชีพ.....	62
18	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือจำแนก ตามอายุ.....	63
19	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านผลิตภัณฑ์ เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามอายุ.....	64

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
20	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านส่งเสริมการตลาด เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามอายุ.....	65
21	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือจำแนกตามรายได้.....	66
22	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านราคา เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามรายได้.....	67
23	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านทำเลที่ตั้ง เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามรายได้.....	68
24	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านส่งเสริมการตลาด เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามรายได้.....	69
25	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	70
26	ข้อเสนอแนะของผู้โดยสารสถานีไฟฟ้า BTS เพลิดจิต ที่มีการเลือกร้านเช่าหนังสือ.....	71
27	อัตราค่าเช่าหนังสือ.....	76
28	อุปสงค์การเช่าหนังสือ จากผู้โดยสารที่สนใจใช้บริการจำนวน 67,912 คนต่อเดือน.....	77
29	ประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือระยะเวลา 3 ปี.....	79
30	เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร.....	92
31	เงินลงทุนในสินทรัพย์อื่น ๆ.....	92
32	ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน.....	92
33	ประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ.....	93
34	ประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	95
35	งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า.....	97
36	งบประมาณงบดุลล่วงหน้า.....	99
37	ประมาณงบกระแสเงินสดล่วงหน้า.....	100
38	มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดของโครงการ.....	102
39	สรุปผลการประเมินโครงการทางการเงิน.....	104
40	สรุปสมมติฐาน.....	108

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดที่ 1 ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด.....	7
2 กรอบแนวคิดที่ 2 ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน.....	7
3 กรอบแนวคิดที่ 3 ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือ บน สถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต.....	8
4 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้บริโภค).....	14
5 แสดงโมเดลการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน (Five-stage model of buying process).....	15
6 แสดง Marketing Mix.....	21

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

มนุษยชาติได้ค้นคว้าสร้างความรู้สั่งสมต่อเนื่องมายาวนาน การอ่านเป็นวิธีสำคัญยิ่งที่จะเข้าสู่โลกกว้างแห่งสรรพวิทยา ทำให้เกิดปัญญามาประยุกต์ใช้ในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในทุกระดับ การเป็นสังคมการอ่านจึงเป็นพื้นฐานสำคัญเกื้อหนุนความเจริญของประเทศ โดยจะเห็นได้ว่านิสัยชอบอ่านหนังสือเมื่อมีเวลาพบเห็นได้ทั่วไปของคนในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังเช่น ประเทศญี่ปุ่นมีประชากรสามารถรู้หนังสืออ่านออกถึง 99.9% (<http://www.cia.gov/cia/publication/>) ในสังคมปัจจุบันในยุคโลกาภิวัตน์ ประชาคมโลกอยู่ในสภาพเหมือนไร้พรมแดน ข้อมูลความรู้ที่ได้จากการอ่านจากสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วโลกกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้เราก้าวทันความเปลี่ยนแปลงทั้งปวง เพราะการอ่านมากจะทำให้รอบรู้และเป็นการเปิดโลกทัศน์ที่กว้างไกล ทำให้มีความรู้รอบตัวมาก สามารถเก็บสะสมเรื่องต่าง ๆ นำมาปรับใช้กับเหตุการณ์จริงที่เจอได้

อนึ่ง เป็นที่ประจักษ์ชัดว่า สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงใฝ่รักการอ่านเป็นอย่างยิ่ง ทั้งยังได้ทรงงานด้านการส่งเสริมการอ่านอย่างต่อเนื่องยาวนานด้วยเพียรพยายาม ในวโรกาสที่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเจริญพระชนมายุ 48 พรรษา ในปีพ.ศ. 2546 ด้วยความมั่นคงในความจงรักภักดี และความมุ่งมั่นที่จะร่วมสนองพระราชดำริเรื่องการพัฒนาสังคมไทยเป็นสังคมการอ่าน ดังนั้นกระทรวงศึกษาธิการในนามภาครัฐ และสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยในนามภาคเอกชน จึงได้ร่วมแรงร่วมใจจัดงาน "สัปดาห์หนังสือนานาชาติ ครั้งที่ 1 (Bangkok International Book Fair 2003) และงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติครั้งที่ 31 ขึ้น นอกจากนี้ที่ผ่านมารัฐบาลไทยได้เล็งเห็นความสำคัญของการอ่านหนังสือและมองว่าการรับรู้ข่าวสารและความรู้จากการอ่านของคนในประเทศยังอยู่ในระดับที่น้อยเกินไป จึงได้มีความพยายามผลักดันโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับการอ่านขึ้นมากมาย เช่น โครงการ "รวมพลัง รักการอ่าน" เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนคนไทยหันมารักการอ่านหนังสือทุกประเภท แต่นั่นก็เป็นการกระตุ้นเพียงครั้งคราวเท่านั้น เพราะการซื้อหนังสือหนึ่งเล่มเมื่อผู้อ่าน ได้อ่านจบแล้วน้อยคนที่จะกลับมาอ่านซ้ำอีก ส่วนใหญ่ก็จะเก็บไว้จนเต็มบ้านแล้วก็ไม่ได้ใช้ประโยชน์ได้อีกนอกจากเก็บขึ้นหรือบริจาคให้คนอื่นไป ซึ่งกระทำเช่นนี้จะทำให้ผู้ที่รักการอ่านต้องเสียเงินต่อปีมากมายในการซื้อหนังสือมาอ่านเพียงรอบเดียวเท่านั้น ร้านเช่าหนังสือจึงน่าจะเป็นทางออกที่ดีแก่ผู้รักการอ่านหรือเป็นแนวทางส่งเสริมให้เริ่มต้นรักการอ่าน

โดยทั่วไปร้านขายหนังสือ อาทิเช่น ซีเอ็ด ดอกหญ้า แพร่พิทยา นายอินทร์ เป็นต้น จะเปิดร้านอยู่ตามห้างสรรพสินค้าหรือบริเวณใกล้มหาวิทยาลัย ซึ่งจะมีลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจำกัดอยู่เพียงผู้ที่อาศัยหรือเรียนในพื้นที่แถวนั้น หรือถ้าเป็นให้เช่าหนังสือก็จะเป็นหนังสือการ์ตูนเสียส่วนใหญ่ จะกระจายตัวตามชุมชนหรือตั้งอยู่ใกล้กับโรงเรียนมัธยม ที่มีนักเรียนมัธยมเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สำคัญ ซึ่งมีลูกค้าอยู่เพียงจำกัดในวงแคบ

โครงการจึงเล็งเห็นผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS มีจำนวนมากเพิ่มขึ้นทุกเดือน (ดังตาราง 1) และมีผู้ใช้บริการหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน นักศึกษา คนวัยทำงาน เป็นต้น จึงสนใจที่จะเปิดร้านให้เช่าหนังสือบนรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิต เพื่อความสะดวกในการเดินทางมาแวะใช้บริการการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือ ครั้งนี้ เกิดจากการเล็งเห็นถึงความสำคัญของการรักการอ่าน และใช้หนังสือที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพราะเชื่อว่าหนังสือทุกเล่มทุกประเภทย่อมให้ความรู้และแหล่งอาหารสมองที่ช่วยพัฒนาความรู้ของคน

เพื่อสนับสนุนแนวคิดดังกล่าว บริการ พัฒนาขึ้นโดยกลุ่มเอกชน สำหรับตอบสนองความต้องการของบุคคลทั่วไปโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่อยู่ในวัยทำงานซึ่งอยู่นอกระบบการศึกษาปกติซึ่งอาจเข้าถึงบริการห้องสมุดสาธารณะอื่นๆที่มีคุณภาพได้ไม่สะดวกนัก

ตาราง 1 จำนวนผู้โดยสารที่ถือบัตรนักเรียน (Student Pass) และบัตรผู้ใหญ่ (Adult Pass)

เดือนปี	Student Pass			Adult Pass		
	10 เทียว	15 เทียว	30 เทียว	10 เทียว	15 เทียว	30 เทียว
ม.ค-2545	21,914	15,405	13,773	8,317	55,445	36,143
ก.พ-2545	18,976	12,983	11,003	6,995	49,234	33,434
มี.ค-2545	22,309	13,400	13,930	7,921	54,776	37,687
เม.ย-2545	19,055	13,368	14,891	6,485	49,341	31,772
พ.ค-2545	21,417	13,597	12,717	7,556	54,382	36,850
มิ.ย-2545	25,394	18,246	19,522	8,057	56,522	40,633
ก.ค-2545	23,717	17,830	20,419	8,497	59,093	45,135
ส.ค-2545	26,188	18,933	20,902	8,830	60,676	45,664
ก.ย-2545	22,372	16,619	17,663	8,163	59,364	45,318
ต.ค-2545	23,897	14,190	15,497	8,052	58,990	46,112
พ.ย-2545	26,173	18,211	20,992	8,717	61,120	47,130
ธ.ค-2545	24,292	15,405	13,773	8,748	57,443	40,203
ม.ค-2546	24,585	17,922	18,485	9,160	64,411	47,322
ก.พ-2546	21,404	15,587	14,914	8,177	57,581	44,663
มี.ค-2546	25,086	14,860	18,038	8,790	62,406	48,793
รวม	346,779	236,556	246,519	122,465	860,784	626,859

ข้อมูลผู้โดยสารจากฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด

อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะมีการตัดสินใจในโครงการใดก็ตาม ผู้ลงทุนจะต้องพิจารณาว่า ถ้าหากลงทุนไปแล้วผลประโยชน์ที่จะได้รับผลตอบแทนคุ้มค่าหรือไม่ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วผู้ลงทุนต้องการผลตอบแทนจากการลงทุนที่สูงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ (จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. 2540 : 2) ฉะนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงภายใต้ความไม่แน่นอน การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือ จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะช่วยวิเคราะห์ในด้านการลงทุน การเตรียมความพร้อมสถานที่ อุปกรณ์ หนังสือประเภทต่าง ๆ ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผู้ลงทุนให้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจในการประเมินสถานการณ์ความเป็นไปได้ของโครงการนี้ได้อย่างถูกต้อง

ความมุ่งหมายของการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ที่มีต่อการเลือกใช้บริการของในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ท่าและและการส่งเสริมการขาย
2. เพื่อศึกษาอุปสงค์ในการเช่าหนังสือของผู้ใช้บริการ BTS ในสถานีเพลินจิต
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดและการเงินของโครงการจัดตั้งร้าน ที่สถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

ความสำคัญของการศึกษาวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจลงทุนสำหรับผู้สนใจธุรกิจให้เช่าหนังสือแบบใหม่ซึ่งจะสามารถชักจูงให้ผู้อ่านสนใจและรักการอ่านมากยิ่งขึ้นกับหนังสือหลากหลายรูปแบบ และเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารในการวางแผนปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด และจัดเตรียมการในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ เช่นการเตรียมหนังสือประเภทต่าง ๆ ในปริมาณที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

นอกจากนี้ ยังใช้เป็นแนวทางในการควบคุมต้นทุน ค่าใช้จ่าย และการบริหารเงินทุนของโครงการให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการลงทุนเพื่อขยายธุรกิจ ในระยะต่อไป

ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต โดยมีขอบเขตของการศึกษาดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ที่ถือบัตรรายเดือน จากข้อมูล ตั้งแต่เดือนมกราคม 2545 – มีนาคม 2546 มีผู้โดยสารถือบัตรรายเดือนรวมทั้งสิ้น 162,665 คนซึ่งประกอบด้วย

ผู้ถือบัตรนักศึกษา 10 เทียว 15 เทียว 30 เทียว จำนวน 55,324 คนต่อเดือนโดยเฉลี่ย

ผู้ถือบัตรผู้ใหญ่ 10 เทียว 15 เทียว 30 เทียว จำนวน 107,341 คนต่อเดือนโดย

เฉลี่ย

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ที่ถือบัตรรายเดือน ณ สถานีเพลินจิต ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) หลังจากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ (Yamane. 1976 : 580-581) ใช้ขนาดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ความคลาดเคลื่อน 5% อยู่ที่ประมาณ 420 คน

2. ขอบเขตการศึกษาความเป็นไปได้

2.1 ความเป็นไปได้อด้านตลาด ประกอบด้วย

2.1.1 การศึกษาอุปสงค์การเช่าหนังสือ โดยการคาดคะเนจากปริมาณการซื้อหนังสือในแต่ละเดือนของผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS

2.1.2 การศึกษาสภาพทั่วไป และการเตรียมความพร้อมในการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือ การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ คือหนังสือประเภทต่าง ๆ ราคาที่ผู้บริโภคนิยมรับ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านเช่าหนังสือ

โดยขอบเขตการศึกษาร้านนี้ จะมีส่วนของการศึกษาด้านพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้อ่านหนังสือทั้งแบบซื้อและเช่าเพื่อใช้เป็นเพียงส่วนประกอบในการศึกษาความเป็นไปได้อด้านตลาด และจะมุ่งเน้นเฉพาะผู้โดยสารที่ถือบัตรรายเดือนเท่านั้น ในแต่ละสถานี โดยผลจากการศึกษาที่ได้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเช่าหนังสือและอุปสงค์ของผู้โดยสารกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของโครงการนี้ในอนาคต

2.2 ความเป็นไปได้อด้านการเงิน ประกอบด้วย

2.2.1 การศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ

2.2.2 การวิเคราะห์งบการเงินของโครงการ ได้แก่ การจัดทำงบกำไรขาดทุน และงบดุลล่วงหน้า การประมาณการกระแสเงินสด

2.2.3 การประเมินความเป็นไปได้อของโครงการ โดยอาศัยเครื่องมือทางการเงิน ดังนี้

2.2.3.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

2.2.3.2 อัตราผลตอบแทนเงินลงทุน (Return on investment : ROI)

2.2.3.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

2.2.4 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Analysis)

3. ขอบเขตการกำหนดอายุโครงการ เนื่องจากระยะเวลาของโครงการก็คือช่วงเวลาที่โครงการยังคงให้ผลประโยชน์อยู่ และเป็นช่วงที่ทำสัญญากับบริษัท วีจีไอ จำกัด ซึ่งเป็นผู้รับสัมปทานจาก BTS นอกจากนี้ระยะโครงการยังขึ้นอยู่กับอายุทางเศรษฐกิจหรือผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่โครงการยังสามารถให้ได้ เช่น การก่อสร้างร้านค้ามีอายุการใช้งาน 10 ปี จึงกำหนดให้อายุของโครงการนี้เท่ากับ 3 ปี เพราะขึ้นอยู่กับสัญญาที่ทำกับบริษัทวีจีไอ จำกัดด้วย

ตัวแปรที่ศึกษา

การศึกษาร้านนี้ จะเป็นการศึกษาด้านความคิดเห็นของผู้โดยสาร BTS ที่ถือบัตรโดยสารรายเดือนที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านเช่าหนังสือ ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับวิเคราะห์การศึกษความเป็นไปได้อด้านการตลาดของโครงการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ซึ่งประกอบด้วยตัวแปร ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ ปี

1.3 ระดับการศึกษา

- 1.3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น
- 1.3.2 มัธยมศึกษาตอนต้น
- 1.3.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
- 1.3.4 อนุปริญญา/ปวส.
- 1.3.5 ปริญญาตรี
- 1.3.6 สูงกว่าปริญญาตรี (โปรดระบุ).....

1.4 รายได้โดยเฉลี่ย

- 1.4.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน
- 1.4.2 5,001 - 15,000 บาทต่อเดือน
- 1.4.3 15,001 - 25,000 บาทต่อเดือน
- 1.4.4 25,001 - 35,000 บาทต่อเดือน
- 1.4.5 35,001 – 45,000 บาทต่อเดือน
- 1.4.6 มากกว่า 45,000 บาทต่อเดือน

1.5 อาชีพ

- 1.5.1 รับจ้าง
- 1.5.2 ข้าราชการ
- 1.5.3 พนักงานบริษัทเอกชน
- 1.5.4 เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
- 1.5.5 นักศึกษา/นักเรียน
- 1.5.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 1.5.7

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

ผลจากการศึกษาของงานวิจัยนี้ จะทราบถึงการจัดส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมกับผู้โดยสารกลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาจากความคิดเห็นของผู้โดยสารที่ใช้บัตรรายเดือนในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ท่าเลที่ตั้งและการส่งเสริมการตลาด เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาความเป็นไปได้ด้านตลาด

ส่วนผลการศึกษาด้านอุปสงค์ของผู้โดยสารที่ถือบัตรรายเดือนที่มีความสนใจในการใช้บริการของร้านเช่าหนังสือนั้น จะวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน ซึ่งจะประกอบด้วยการศึกษาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ
- การประมาณการงบการเงิน ได้แก่ การประมาณการงบกำไรขาดทุน การประมาณการงบดุล และการประมาณการงบกระแสเงินสด
- การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ โดยอาศัยเครื่องมือทางการเงิน ได้แก่ NPV, ROI และ Payback Period
- การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Point Analysis)

โดยผลจากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินทั้งหมดนี้ จะใช้เป็นผลประกอบการพิจารณาดัดสินใจลงทุนในโครงการนี้ต่อไป

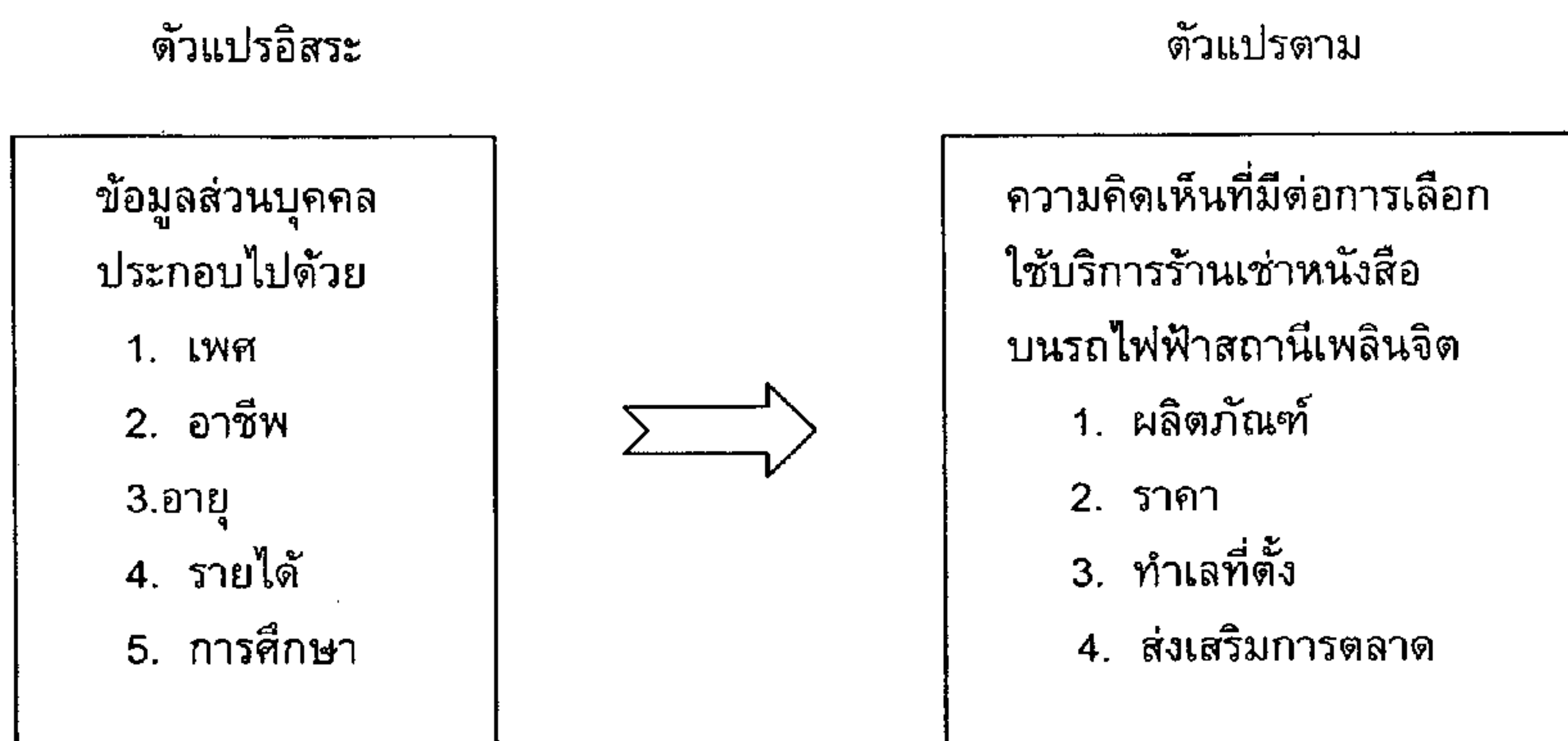
นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินตามโครงการนั้น โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาดและการเงินของโครงการเป็นหลัก เพื่อช่วยในประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้น ๆ (จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. 2540 : 2)
2. ร้านเช่าหนังสือ หมายถึง ร้านยืม/เช่าหนังสือ โดยมีการคิดอัตราค่าธรรมเนียมในการยืมและอัตราค่าเช่าหนังสือ ซึ่งมีหนังสือหลายประเภท เช่น พอร์คเก็ตบุ๊กทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ, หนังสือการ์ตูน, หนังสือนิยาย, หนังสือคอมพิวเตอร์ ฯลฯ
3. รถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิต หมายถึง บริเวณที่ผู้โดยสารลงจากชั้นชานชาลาลงมา ซึ่งอนุญาตให้ตั้งร้านค้าต่าง ๆ ได้
4. ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดทั้งด้านบวกและลบที่มีต่อรูปแบบร้านเช่าหนังสือใน 4 ด้าน คือ
 - 4.1 ผลกระทบ หมายถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายต่อประเภทหนังสือที่นำมาให้บริการ ราคาหนังสือและความสดใหม่ของหนังสือใหม่ที่นำมาให้บริการ
 - 4.2 ราคา หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อราคาค่ามัดจำ ราคาค่าสมัครสมาชิก ราคายืม/เช่าหนังสือที่นำมาให้บริการ
 - 4.3 สถานที่ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสถานที่ตั้งดำเนินงานของร้านเช่าหนังสือ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ
 - 4.4 การส่งเสริมการตลาด หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการจัดรูปแบบของที่ระลึก และลุ้นรางวัลต่างๆ เพื่อเพิ่มยอดขายและยอดขาย และจงใจให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเข้ามาใช้บริการร้านเช่าหนังสือ
5. ผู้โดยสารกลุ่มเป้าหมาย หมายถึง ผู้โดยสารที่ถือบัตรรายเดือน 10 เทียบ 15 เทียบ และ 30 เทียบ ทั้งนักศึกษา/นักเรียนและผู้ใหญ่
6. อัตราค่าเช่า หมายถึง เงินค่าธรรมเนียมที่ลูกค้าต้องเสียทุกครั้งเมื่อทำการยืมหนังสือ
7. ค่าสมาชิก หมายถึง เงินค่าสมัครเป็นสมาชิกรายปีของร้านเช่าหนังสือ ซึ่งมีอายุเพียง 1 ปี
8. ค่ามัดจำ หมายถึง เงินที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อใช้เป็นหลักประกันในการใช้บริการ ซึ่งจะคืนเต็มจำนวน เมื่อเลิกใช้บริการและถ้าลูกค้าไม่ทำหนังสือฉีกขาด หรือเสียหาย หรือสูญหาย

กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ประกอบด้วยกรอบแนวคิด ดังนี้

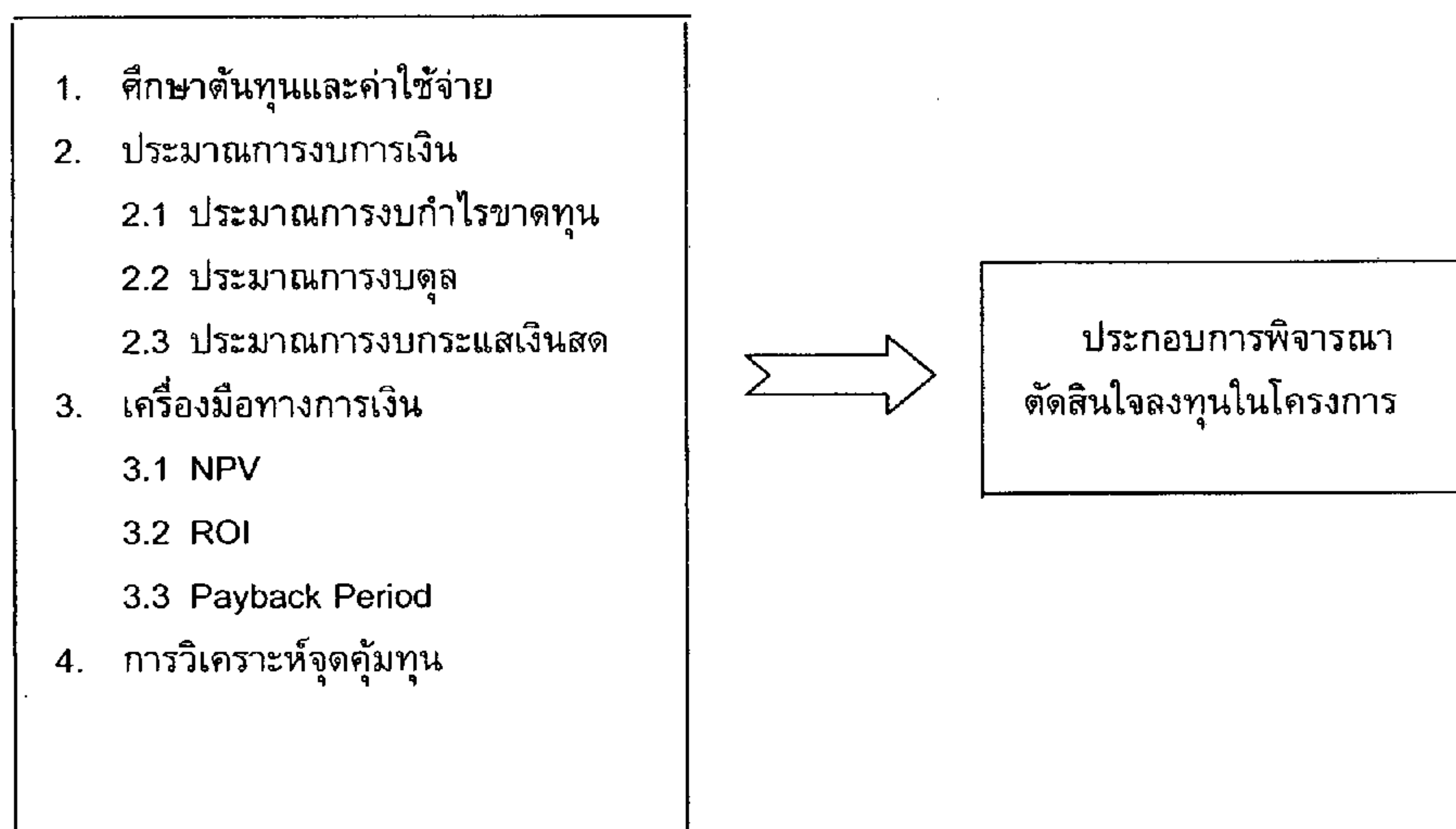
กรอบแนวคิดที่ 1 ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดที่ 1 ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

กรอบแนวคิดที่ 2 ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

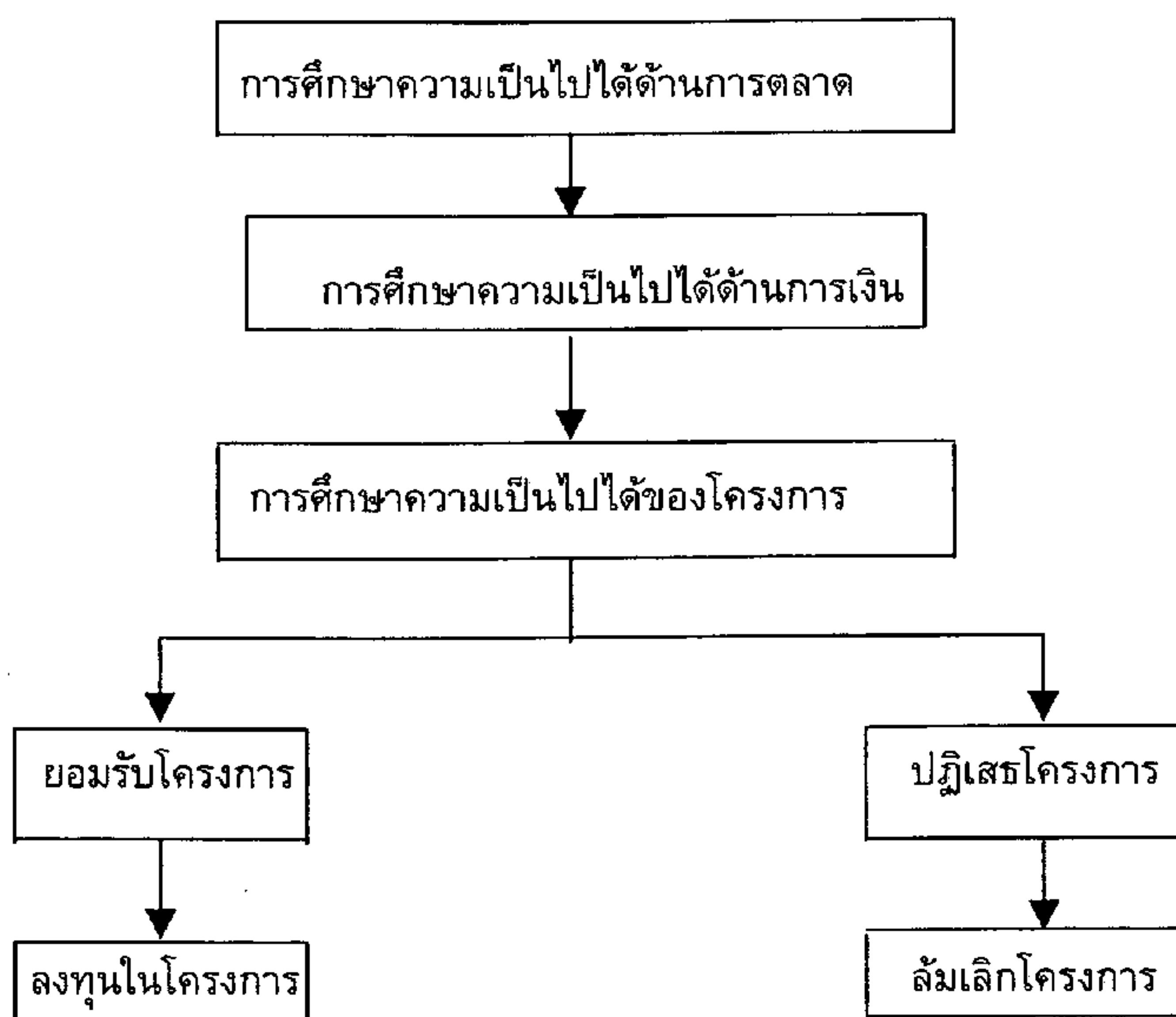
โดยอาศัยเครื่องมือทางการเงินในการวิเคราะห์และตัดสินใจ ประกอบกับงานวิจัยด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน ในโครงการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดที่ 2 ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

กรอบแนวคิดที่ 3 ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

เป็นการนำผลการวิเคราะห์จากการศึกษาความเป็นไปได้ของทางการตลาดและการเงิน ประกอบในการพิจารณาเพื่อยอมรับหรือปฏิเสธการลงทุนในโครงการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต



ภาพประกอบ 3 กรอบแนวความคิดที่ 3 ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

สมมติฐานของการศึกษาวิจัย

1. สมมติฐานในด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด
 - ผู้โดยสารกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต แตกต่างกัน
2. สมมติฐานทางการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต จะประกอบด้วยข้อสมมติฐานด้านการเงินดังนี้

 1. เงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของร้อยละ 100
 2. ค่าเสื่อมราคา (Depreciation)
 - 2.1 ค่าเสื่อมราคาของอุปกรณ์มีกำหนด 3 ปี
 - 2.2 ใช้วิธีตัดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง
 3. ค่าไฟฟ้าและสาธารณูปโภค ผันแปรตามชั่วโมงการทำงาน
 4. เงินเดือนพนักงาน มีการปรับเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี และพนักงานจะได้โบนัสปีละ 1 เดือนทุกปี

5. ค่าทำการแนะนำร้าน
 - 5.1 ของที่ระลึกการสมัครสมาชิก 35,000 บาท
 - 5.2 ค่าทำใบปลิว/ใบสมัคร 20,000 บาท
 - 5.3 ค่าจัดทำวารสาร 10,000 บาท
 - 5.4 อุปกรณ์การจัดเก็บ 20,000 บาท
 - 5.5 ค่าพัฒนาซอฟต์แวร์ 40,000 บาท
6. ค่าเช่าสถานที่
 - 6.1 ค่าปลูกสร้างร้าน และตกแต่ง 200,000 บาท ใช้เวลา 65 วัน
 - 6.2 ค่าเช่าร้าน 11 ตารางเมตร 22,000 บาทต่อเดือน (ตร.ม.ละ 2,000 บาท)
 - 6.3 ค่าเช่ามัดจำ 3 เดือน เป็นเงิน 66,000 บาท ($22,000 \times 3$ เดือน) และค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน คิดเป็นเงิน 22,000 บาท เงินมัดจำนี้โครงการจะได้รับกลับคืนเมื่อสิ้นอายุโครงการ
7. ค่าประกันภัย 5,000 บาทต่อปี
8. ค่าภาษีโรงเรือน 14% ของค่าเช่าต่อเดือน คิดเป็น 3,080 บาท
9. อัตราเงินเพื่อไม่มีผลกระทบต่อราคาและการเปลี่ยนแปลงทางการเงินของโครงการ
10. รายได้ค่าเช่าคำนวณจากค่าเฉลี่ยอัตราค่าเช่าของหนังสือแต่ประเภทที่ผู้โดยสารสนใจมาใช้บริการ จากที่ตอบในแบบสอบถาม
11. การคำนวณ Net Present Value ใช้อัตราค่าเสียโอกาส 7% คิดจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคาร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การศึกษาเป็นไปตามลำดับขั้นตอน ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดประเด็นในการนำเสนอ ดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 1.2 พฤติกรรมผู้บริโภค
 - 1.3 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 1.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
3. ประวัติร้านเช่าหนังสือ
4. การศึกษาความเป็นไปได้
 - 4.1 ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้
 - 4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ
5. โครงการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

สิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จนั้น ธุรกิจจำเป็นต้องศึกษาถึงความต้องการของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ทราบถึงวิธีการที่จะจูงใจผู้บริโภค เริ่มตั้งแต่การเสนอผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538 : 3) ปัจจุบันผู้บริโภคมีบทบาทมากกว่าแต่ก่อน ระบบตลาดทั้งระบบจะสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมาย ถ้าเพียงแต่ผู้บริโภคได้รับความพอใจจากสินค้าและบริการนานาประเภทที่เกิดขึ้นมาโดยการคาดหมาย ซึ่งในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรง จึงทำให้ธุรกิจจำเป็นต้องศึกษาและมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของกลุ่มลูกค้า ทั้งนี้เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งได้ ตลอดจนสามารถปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของตนได้อย่างเหมาะสม

1. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ธงชัย สันติวงษ์ (2533 : 31) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ปริญ ลักษิตานนท์ (2536 : 27) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ โดยกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อน (Precede)

หมายถึงลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภค ในขณะที่ขณะหนึ่งที่ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้นมีกระบวนการทางจิตวิทยา และสังคมวิทยา ที่มีส่วนสร้างสมและขัดเกลาทัศนคติรวมทั้งค่านิยม

ธงชัย สนิตวงษ์ (2533 : 29) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีอยู่มาก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 3) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล การจัดหา การใช้ และการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2539 : 4) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่าเป็น “ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่าง ๆ เหล่านั้น” คำจำกัดความที่กล่าวมานี้ เราอาจแบ่งออกเป็นสามสำคัญได้ 3 ส่วนคือ

(1) ปฏิกริยาของบุคคล ซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเดินทางไปและกลับจากร้านค้า การจ่ายของในร้านค้า การซื้อ การขนส่งสินค้า การใช้ประโยชน์และการประเมินค่าสินค้าและบริการที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาด

(2) บุคคลเกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย (The Ultimate Consumer) เรามุ่งที่ตัวบุคคลผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อนำไปใช้บริโภคเอง และ/หรือเพื่อการบริโภคของหน่วยบริโภคต่าง ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น ครอบครัว หรือเพื่อน เราพิจารณาหน่วยบริโภคว่า รวมถึงแม่บ้านในฐานะที่เป็นตัวแทนการจัดซื้อของครอบครัว และบุคคลบางคนซื้อของขวัญให้กับผู้อื่นด้วย อย่างไรก็ตามเราไม่พิจารณาถึงการที่บุคคลทำการซื้อให้กับองค์กรธุรกิจ หรือสถาบันต่าง ๆ

อักรฤทธิ์ หอมประเสริฐ (2543 : 13) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การเลือกซื้อ เลือกใช้ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใด ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ และความปรารถนา เพื่อได้รับความพอใจสูงสุด โดยใช้ทัศนคติ และเหตุผลของแต่ละบุคคลในการตัดสินใจ

แองเกิล, แบล็คเวล และ มินนาร์ด (Engel, Blackwell and Miniard. 1993 : 5) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคล เมื่อทำประเมิน (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการใช้จ่าย (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

2. พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior)

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จะเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทำให้ทราบถึงลักษณะความต้องการที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการนั้น เพื่อที่จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

ดังนั้นเราจึงต้องศึกษาว่าสินค้าหรือบริการที่น่าเสนอขายนั้น ใครคือลูกค้าเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคจะซื้ออะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ใครมีอิทธิพลต่อการซื้อ (Who) ซื้อเมื่อไร (When) ซื้อที่ไหน (Where) และซื้ออย่างไร (How) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (who is in the target market?) เป็นการทราบถึงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์ ของกลุ่มเป้าหมายว่ามีคุณลักษณะอย่างไร

2.2 ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นการทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) เช่น ความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)

2.3 ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นการทราบถึงวัตถุประสงค์ (Objectives) ของผู้บริโภค โดยจะต้องศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล

2.4 ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) เป็นการทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ในการซื้อ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ และผู้ใช้

2.5 ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นการทราบถึงโอกาสซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน เป็นต้น

2.6 ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นการทราบถึงช่องทาง หรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อสินค้าหรือบริการ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน โรงพยาบาล เป็นต้น

2.7 ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นการทราบถึง ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกภายหลังการซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ. 2539 : 107-108)

ดังนั้น การศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับงานวิจัยนี้ มุ่งที่จะสำรวจความคิดเห็นของผู้โดยสารประจำซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย ว่าพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าหนังสืออย่างไร เช่น สนใจแนวมาใช้บริการที่สถานีเพลินจิตไหม สนใจหนังสือประเภทใดบ้าง ค่าเช่าเท่าไรจึงเหมาะสม เป็นต้น ซึ่งผลจากการศึกษาจะใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด และเพื่อใช้ปรับเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อไป

3. รูปแบบพฤติกรรมการซื้อ

รูปแบบพฤติกรรมการซื้อ หรือโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้ามาในความคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ. 2539 : 110-112)

3.1 สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้บุคคลเกิดการตอบสนองหรือตัดสินใจ ประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 สิ่งกระตุ้นภายนอก (Outside stimulus) เป็นสิ่งที่เราจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องผลิตภัณฑ์ จนเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งสิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ

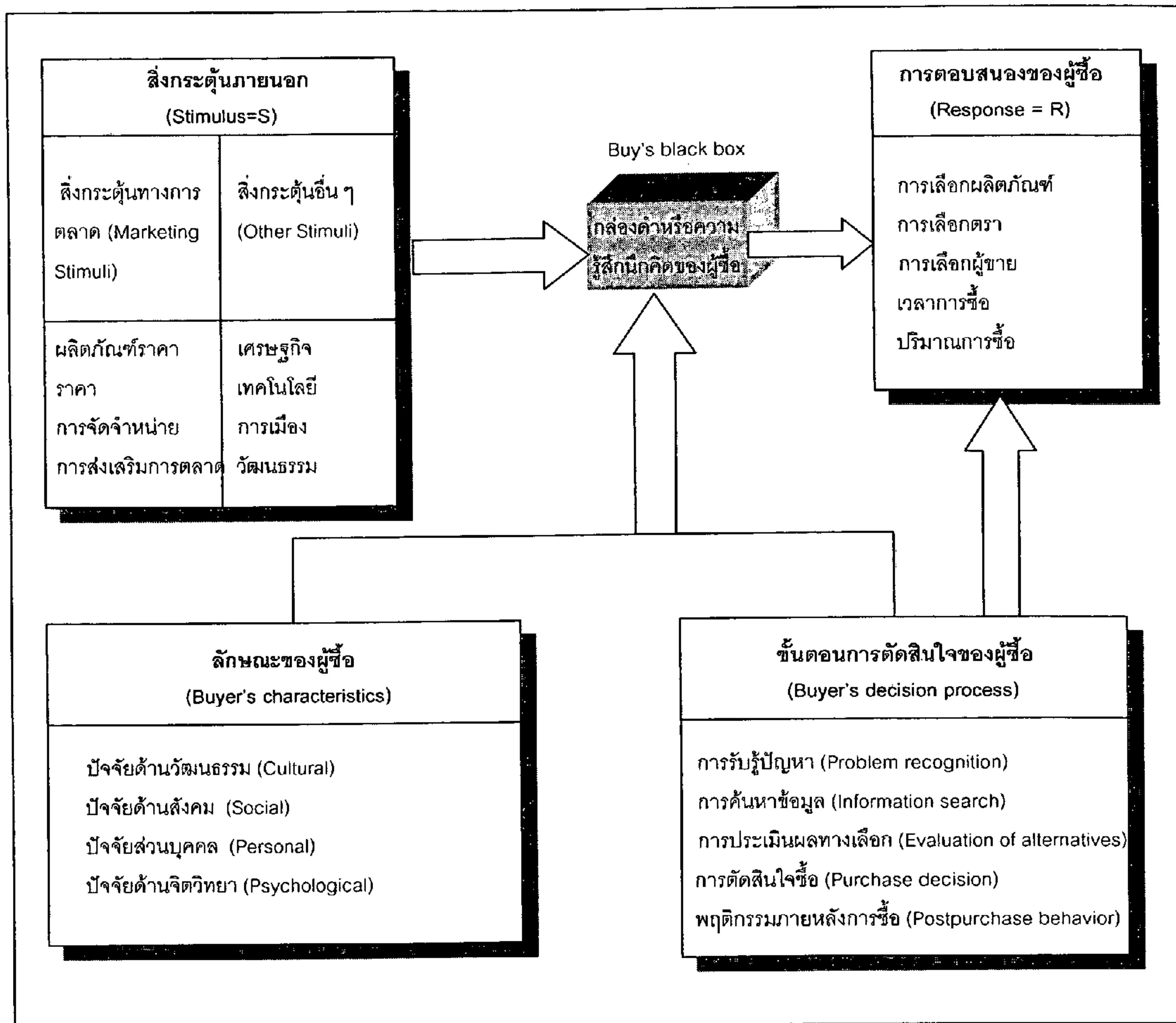
3.1.1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) ซึ่งประกอบด้วย

- สิ่งกระตุ้นทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น มีหนังสือที่ออกใหม่อยู่เสมอ มีหนังสือหลากหลายประเภทให้เลือกอ่าน
- สิ่งกระตุ้นทางด้านราคา (Price) เช่น กำหนดอัตราค่าเช่า/ยืมหนังสือ แต่ละประเภทให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- สิ่งกระตุ้นทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) เช่น อยู่ในบริเวณสถานี กลุ่มเป้าหมายสามารถเดินทางมาแวะจากสถานีใดก็ได้ แล้วเดินทางต่อไป
- สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาโดยใช้แผ่นพับ ใบปลิวแนะนำหนังสือใหม่ที่มีในร้าน ลุ้นโชคจากเลขท้ายเบอร์สมาชิก โดยมีรางวัลเป็นกล่องดิจิตอล แฟ้มเก๋ทองเที่ยว เป็นต้น

3.1.1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

- สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของกลุ่มเป้าหมาย
- สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technology) เช่น การเข้าไปเยี่ยมชม Website หรือการจองหนังสือผ่าน Website
- สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น กระทรวงศึกษาธิการในนามภาครัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของการอ่านจึงร่วมกับภาคเอกชน จัดงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ครั้งที่31 และสัปดาห์หนังสือนานาชาติครั้งที่ 1 นอกจากนี้รัฐบาลไทยจึงได้พยายามผลักดันโครงการรวมพลัง รักการอ่าน
- สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น การเชื่ออ่านว่าการอ่านหนังสือมาก ๆ จะทำให้เป็นผู้รอบรู้ มีความรู้กว้าง เป็นสิ่งดีน่าชื่นชม

3.1.2 สิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimulus) หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่เกิดขึ้นจากสัญชาตญาณหรือนิสัย กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา

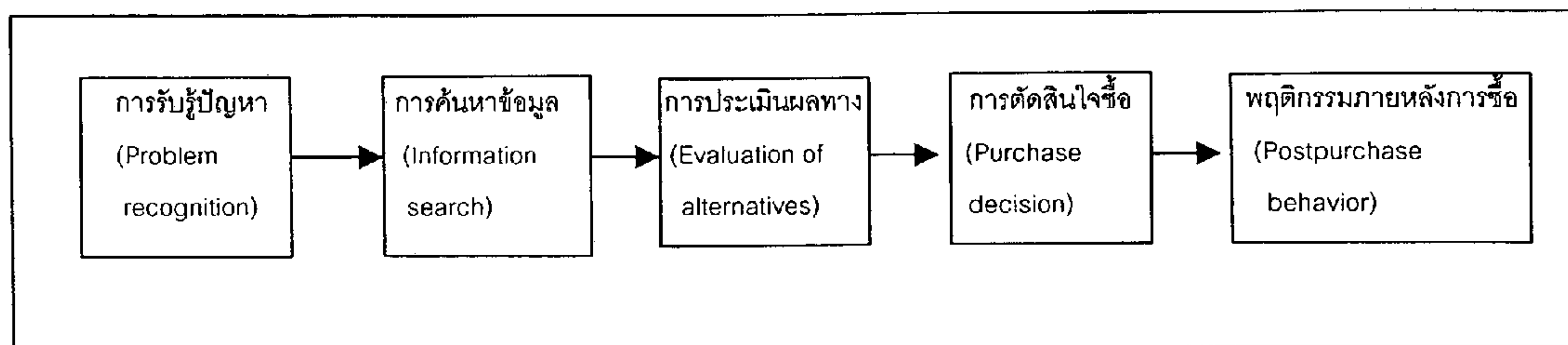


ภาพประกอบ 4 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค)

3.2 กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

3.2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factors) ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) และ ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factors) (Kotler. 1994 : 174) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เพราะจะทำให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและลักษณะของผู้บริโภค เพื่อที่จะจัดส่วนผสมทางการตลาดต่าง ๆ กระตุ้นและสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง

3.2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2539 : 48-49) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ. 2539 : 126-127)



ภาพประกอบ 5 แสดงโมเดลการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน (Five-stage model of buying process)

ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ปัญหา (Problem recognition)

เป็นการตระหนักถึงความต้องการที่เกิดขึ้น เมื่อบุคคลเกิดความรู้สึกในความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ผู้บริโภคเห็นภาพสถานะที่ปรารถนา เมื่อเปรียบเทียบกับสถานะที่เป็นจริง ณ เวลาหนึ่ง ถ้าความต้องการตื่นตัวขึ้นมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อความต้องการเกี่ยวกับภาพพจน์ของตนเอง (self-images) ของผู้บริโภค สิ่งจูงใจต่างๆ มีแนวโน้มที่จะมุ่งไปสู่วัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย โดยผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้ออาจถูกจูงใจด้วยปัจจัยต่างๆ มากมาย

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูล (Information search)

เป็นการแสวงหาข่าวสารจากภายในความทรงจำ และถ้าข่าวสารในความทรงจำไม่เพียงพอ ก็จะต้องทำการแสวงหาจากแหล่งภายนอก เช่น ครอบครัว เพื่อน สื่อโฆษณา สื่อมวลชน

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternatives)

เป็นการประเมินทางเลือกก่อนซื้อ โดยผู้บริโภคจะเกณฑ์ในการประเมินทางเลือก (Evaluation criteria) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision)

โดยทั่ว ๆ ไป ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด และการตัดสินใจของแต่ละบุคคลจะต้องมีการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องพยายามจัดหาข้อมูลและเหตุผลสนับสนุนต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงและช่วยผู้บริโภคในกาตัดสินใจ

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผลภายหลังการซื้อ (Postpurchase behavior)

หลังจากการซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ที่เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ถ้าผลิตภัณฑ์สามารถปฏิบัติงานได้เป็นไปตามที่คาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความพอใจภายหลังการซื้อ

3.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decisions) ผู้บริโภคมีการตัดสินใจประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) ตัวอย่าง การเลือกเซาหนังสือประเภทต่าง ๆ

3.3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice) ตัวอย่าง หนังสือมีหลายสำนักพิมพ์ เช่น DK ดวงกมล, อัมรินทร์ บุกส์, นานมีบุ๊คส์ เป็นต้น

3.3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) ตัวอย่าง ผู้เช่าสามารถเลือกเช่าหนังสือจากสถานที่ต่าง ๆ ที่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ที่มีมาก คือ ย่านอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ

3.3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) ตัวอย่าง ผู้เช่าจะเลือกเช่าในช่วงเย็นวันจันทร์ ถึงศุกร์ หรือวันเสาร์ – อาทิตย์

3.3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) ตัวอย่าง ผู้เช่าจะเช่าครั้งละกี่เล่ม และนานกี่วัน

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นสิ่งที่กระทำได้ยาก ดังนั้นผู้ขายจึงต้องพยายามค้นหาว่าความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในของผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ทราบถึงสาเหตุและปัจจัยที่สำคัญอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ หรือการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล และด้านจิตวิทยา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่น ๆ. 2541 : 130-141) ; (อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ. 2543 : 17-19)

4.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factors) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคล โดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่องทัศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรนั้น จะต้องอาศัยกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวและสถาบันต่าง ๆ ในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีความสนใจที่แตกต่างกัน ดังนั้นร้านเช่าหนังสือ จึงต้องเล็งเห็นถึงความต้องการของผู้เช่า ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละคน ซึ่งขึ้นอยู่กับรากฐานทางวัฒนธรรมที่หล่อหลอมกันมา โดยวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้ ดังนี้

4.1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการซื้อ และพฤติกรรมการซื้อของบุคคล เช่น ลักษณะนิสัยคนไทย ซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมจากสังคมไทยทำให้มีลักษณะเป็นคนมีน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อบุคคลทั่วไป ชอบความสนุกสนาน

4.1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) เกิดจากลักษณะพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ลักษณะของเผ่าพันธุ์ของมนุษย์ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ เชื้อชาติ ศาสนา สปีชีส์ ภูมิภาค อาชีพ ฯลฯ ที่ต่างกันออกไป ทำให้ข้อปฏิบัติทางวัฒนธรรมของคนแต่ละกลุ่มจึงมีความแตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อชีวิต ความเป็นอยู่ ความต้องการ แบบแผนการดำรงชีวิต ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมการซื้อแตกต่างกัน และภายในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

4.1.3 ชั้นทางสังคม (Social class) เป็นการแบ่งสมาชิกออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน หรือเป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคม จากระดับสูงไประดับต่ำ โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ อาชีพ รายได้ ฐานะ ชาติตระกูล ตำแหน่งงาน ฯลฯ ซึ่งการศึกษาถึงลักษณะบุคคลนี้เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดส่วนผสมทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของชนชั้นในสังคมได้อย่างถูกต้อง

โดยชั้นทางสังคมแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ชนชั้นสูง (Upper class) ชนชั้นกลาง (Middle class) ชนชั้นล่าง (Lower class) ชั้นทางสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยอาจเลื่อนไปอยู่ในชั้นสังคมที่สูงกว่า หรือเลื่อนมาอยู่ในชั้นทางสังคมที่ต่ำกว่าได้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในรายได้ อาชีพ ตำแหน่งงาน เช่น เมื่อบุคคลมีรายได้เพิ่มขึ้น ย่อมแสวงหาการบริโภคที่ดีขึ้น

4.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมสามารถแบ่งได้ดังนี้

4.2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) เป็นกลุ่มบุคคลที่เข้าไปเกี่ยวข้องและมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล กลุ่มอ้างอิงสามารถแบ่งได้ 2 ระดับคือ

4.2.1.1 กลุ่มปฐมภูมิ (primary groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท ญาติ

4.2.1.2 กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพ และร่วมสถาบัน บุคคลต่าง ๆ ในสังคม กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้านการเลือกพฤติกรรมและการดำเนินชีวิต รวมทั้งทัศนคติและแนวคิดส่วนบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นต่าง ๆ จากกลุ่มอิทธิพล

4.2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล

4.2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and Status) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มการที่จะสนใจให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย จึงต้องคำนึงใครมีบทบาท อ่านเพื่อนจะได้คุยเรื่องเดียวกับเพื่อนในกลุ่มได้ สิ่งเหล่านี้ต้องพิจารณาถึงบทบาทของแต่ละบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ

4.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ รูปแบบการดำรงชีวิต และแนวความคิดส่วนบุคคล

4.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factors) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรม การซื้อหรือใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วย

4.4.1 การจูงใจ (Motivation) เป็นสิ่งที่เกิดภายในตัวบุคคลและอาจเกิดจากผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ (Need) และตอบสนองมาในรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่ง Maslow ได้สรุปความต้องการที่ทำให้เกิดแรงจูงใจและความต้องการของมนุษย์ ตามลำดับความสำคัญ 5 ชั้น คือ

- ความต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานความอยู่รอด เช่น อาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค
- ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการความปลอดภัย
- ความต้องการด้านสังคม (Social needs) เป็นความต้องการความรักและการยอมรับ เช่น ความต้องการให้คนรอบข้าง ชื่นชมในความสำเร็จของตน
- ความต้องการยกย่อง (Esteem needs) เป็นความต้องการยกย่องส่วนตัว (Self-esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม เช่น การสอบเข้าระดับมหาวิทยาลัยของรัฐได้ ในสังคมไทยให้การยกย่องว่าเป็นผู้ที่มีความสามารถและมีโอกาสก้าวหน้าในงานสูง
- ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล เช่น การเป็นนักการเมือง นักร้อง ดาราที่มีชื่อเสียง

4.4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลตีความและรับรู้ข้อมูล เริ่มจากบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น จากประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ เห็น ได้ยิน กลิ่น สัมผัส และรส แต่ละคนจะเกิดการรับรู้ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความเชื่อ

- ลักษณะทางกายภาพของสิ่งเร้าต่าง ๆ
- ความสัมพันธ์ของสิ่งเร้ากับสิ่งแวดล้อมในขณะนั้น
- เจตนาของของแต่ละบุคคล ซึ่งบุคคลมีความต้องการ ทัศนคติ ค่านิยม และสิ่งจูงใจที่แตกต่างกัน

4.4.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และเกิดการตอบสนอง (Response) เช่น ผู้เช่าหนังสือได้รับสื่อโฆษณาจากใบปลิว เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้เช่าหนังสืออยากมาเป็นสมาชิกเพื่อได้อ่านหนังสือเล่มใหม่ ๆ เป็นต้น การเรียนรู้จะเกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทักษะ ความเชื่อ และประสบการณ์

4.4.4 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ในอดีต เช่น การอ่านหนังสือมากจะทำให้เป็นผู้ที่มีความรู้มาก

4.4.5 ทักษะ (Attitude) เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทักษะเป็นสิ่งที่มียุทธผลต่อความเชื่อ ในขณะที่ความเชื่อก็มียุทธผลต่อทักษะ โดยที่ทักษะก่อตัวขึ้นมาจากประสบการณ์ และส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงหรือชี้แนะต่อพฤติกรรม ซึ่งเป็นการประเมินความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคในแนวทางที่ชอบ ไม่ชอบ พอใจ หรือไม่พอใจ ต่อการเช่าหนังสือ ซึ่งทักษะในตัวบุคคลเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยากมีผลทำให้พฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นค่อนข้างคงที่ โดยเฉพาะทักษะที่มีเสียงชื่อเสียงของร้านเช่าหนังสือ จะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมด้านการตลาด (The Marketing Mix)

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2526 : 155-160) ได้สรุปองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด ว่าประกอบด้วยส่วนประสมทางด้านผลิตภัณฑ์ (The Product Mix) ส่วนประสมทางด้านราคา (The Price Mix) ส่วนประสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (The Place Mix) และส่วนประสมด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (The Promotion Mix) ดังรายละเอียด

ส่วนประสมทางด้านผลิตภัณฑ์ (The Product Mix) ประกอบด้วยตัวผลิตภัณฑ์ บริการที่ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ที่เป็นที่ปรารถนาของผู้บริโภค การทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งดึงดูดใจ ผู้บริหารงานทางการตลาดจะต้องทำการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ มากมายคือ การเพิ่มผลิตภัณฑ์ (Product Additions) เกี่ยวข้องกับการระบุแสดงตนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งโดยเฉพาะเพื่อที่จะผนวกเพิ่มเข้าไปในสายของผลิตภัณฑ์ การลดผลิตภัณฑ์ (Product Deletion) เกี่ยวข้องกับการประเมินค่าและการกำหนดว่าผลิตภัณฑ์หรือสายผลิตภัณฑ์ใดที่จะต้องยกเลิกหรือถอนตัวออกจากตลาด สุดท้ายคือการปรับปรุงแต่งผลิตภัณฑ์ (Product Modification) เป็นเรื่องที่จะต้องทำการตัดสินใจบ่อยที่สุด โดยอาศัยกระบวนการป้อนกลับของข่าวสาร (Feedback) จากผู้บริโภค เพื่อการปรับปรุงขึ้นมาใหม่ให้สามารถตอบสนองความปรารถนาของผู้บริโภคได้ดีกว่าเดิม

ส่วนประสมทางด้านราคา (The Price Mix) เป็นการผสมหรือการรวมระหว่างราคาเบื้องต้น (Basic Price) ตัวปรับราคา สินเชื่อ และข้อตกลงเกี่ยวกับการยึดครองและการขนส่งสินค้า ส่วนประสมทางด้านราคาแตกต่างกันไปแล้วแต่ข้อเสนอขายของบริษัท ในการสร้างส่วนประสมทางด้านราคาเริ่มต้นด้วยการพิจารณาอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ ต้นทุนเป็นปัจจัยที่สองเนื่องจากต้องกำหนดราคาสินค้าให้คุ้มกับต้นทุน และต้องคำนึงถึงกำไรขององค์กรธุรกิจ ขึ้นต่อไปก็คือจะต้องทำการตัดสินใจเกี่ยวกับปฏิภณของคู่แข่ง องค์กรประกอบของส่วนประสมทางด้านราคาอาจจะแตกต่างกันทั้งในด้านสภาพของตัวปรับราคา (Price Alterations) ข้อตกลงเกี่ยวกับสินเชื่อตลอดจนถึงราคาที่เกิดขึ้นจากการขนส่งและการจัดการสินค้า

ส่วนประสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (The Place Mix) มีส่วนร่วมที่สำคัญเป็นอย่างมากต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านอรรถประโยชน์ด้านเวลาและสถานที่ นักการตลาดจะต้องปฏิบัติการเพื่อออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายรวมทั้งกำหนดระดับการจัดจำหน่ายว่าจะให้สั้นหรือยาวเพียงใด (Degree of Directness) ประเภทของพ่อค้าคนกลาง ขอบเขตของการครอบคลุมตลาด (The Extent of Market Coverage) ตลอดจนถึงระดับความควบคุมและความร่วมมือในช่องทางการจัดจำหน่าย ในการออกแบบเครื่อง

อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษาสินค้านั้น นักการตลาดยังจะต้องทำการตัดสินใจเกี่ยวกับประเภทและทำเลที่ตั้งของเครื่องอำนวยความสะดวก

นอกจากนั้นก็ยังจะต้องทำการตัดสินใจเกี่ยวกับการควบคุมสินค้าคงคลังโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวกับการตั้งและรักษาระดับสินค้าคงคลัง และทำการตัดสินใจเกี่ยวกับเครื่องอำนวยความสะดวกในการส่งสินค้าไปให้ลูกค้าในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประเภทของพาหนะที่ใช้ในการขนส่งกับบริษัทที่จะให้ส่งสินค้า การต่อรองราคาขนส่งและค่าบริการขนส่งพิเศษ

ส่วนประสมทางการส่งเสริมการขาย (The Promotion Mix) นักการตลาดจะต้องทำการสร้างส่วนประสมทางการส่งเสริมการขายให้เข้ากับข้อเสนอขายทางการตลาดแต่ละครั้งด้วย ส่วนประสมทางการส่งเสริมการขายเป็นการผสมผสานกันระหว่างโฆษณา การเสนอขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริมการขายและกิจกรรมต่างๆ ทางด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ นักการตลาดทำการแจ้งข่าวสาร และทำการชักชวนผู้ซื้อให้ดำเนินรายการติดต่อทางการตลาด (Market Transaction) อันจะนำไปสู่การตอบสนองความพอใจให้แก่วัตถุประสงค์ของระบบการซื้อและการขาย

ตาราง 2 รูปแบบจำลองเกี่ยวกับความกว้างและลึกของส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย

ความกว้าง (Breath)		
การโฆษณา (Advertising)	ขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling)	การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
↓	↓	↓
ความลึก (Depth)		
- จดหมายตรง - หนังสือพิมพ์ - โทรทัศน์ - นิตยสาร - วิทยุ - อื่น ๆ	- ขายตามบ้าน - ขายทางโทรศัพท์ - ขายในร้านค้า - อื่นๆ	- การตั้งแสดงที่ร้านค้า - การจัดงานแสดงสินค้า - การแสดงสินค้า - ของแถม - การแข่งขันและเกมส์ต่างๆ - การลดราคาในโอกาสพิเศษต่างๆ - อื่นๆ

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2538 : 5-17) ได้สรุป ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยปัจจัย 4 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังรายละเอียด

ผลิตภัณฑ์ (Product) การตัดสินใจจะเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบต่างๆ ของตัวผลิตภัณฑ์ ชื่อตราสินค้า (Brand) บรรจุภัณฑ์ (Package) คุณภาพ ประโยชน์ใช้สอย ตลอดจนบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้น เช่น การรับประกัน การติดตั้ง การซ่อมแซม การบำรุงรักษา หรือบริการหลังการขายอื่นๆ ที่เหมาะสม

ราคา (Price) การตัดสินใจจะเกี่ยวกับการกำหนดราคาเบื้องต้นสำหรับแต่ละผลิตภัณฑ์ การกำหนดส่วนเพิ่ม (Markup) การกำหนดส่วนลดต่างๆ (Discount) แก่ลูกค้า การปรับปรุงราคา ให้สอดคล้องกับการเคลื่อนไหวของต้นทุน สอดคล้องกับลักษณะการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย สอดคล้องกับปฏิกิริยาของลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม สอดคล้องกับขั้นตอนต่างๆ ในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ราคาเป็นกลไกสำคัญที่จะสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า สามารถสร้างปฏิกิริยาจากลูกค้าได้ง่าย การยอมรับราคาที่กำหนดหรือไม่ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย มีผลต่อแผนงานต่างๆ ที่กำหนดขึ้นได้อย่างมากมาย ถึงแม้จะเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งเท่านั้นใน ส่วนประสมทางการตลาด ราคาจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจที่ผู้บริหารการตลาดจะต้องให้ความสนใจมากเป็นพิเศษ

การจัดจำหน่าย (Distribution) การตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือก สถานที่ เวลา ที่สินค้าและบริการควร จะถูกนำไปเสนอขายให้ถึงเป้าหมาย โดยบุคคลที่เหมาะสมสามารถเข้าถึงตลาดเป้าหมายนั้นๆ กิจกรรมจะตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย ตัดสินใจพัฒนาระบบการขนส่ง และจัดระบบการเก็บรักษาสินค้า เพื่อให้ สินค้าถูกนำไปเสนอขายในสถานที่ที่ลูกค้าต้องการจะซื้อและเวลาที่ลูกค้าเกิดความต้องการ

- การตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย จะตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้คนกลางหรือไม่ ถ้าจะใช้คนกลาง ประเภทใด ทำอย่างไรจึงจะได้รับความร่วมมือจากคนกลางได้ เป็นต้น

- การตัดสินใจด้านพัฒนาระบบการขนส่ง จะเกี่ยวกับวิธีการเลือกการขนส่ง ควรจะเป็นทางอากาศ รถไฟ เรือ รถยนต์ หรือทางท่อ กำหนดลักษณะการจัดส่ง ปริมาณการจัดส่ง กำหนดเส้นทาง การขนส่งเพื่อให้ได้ต้นทุนที่ต่ำที่สุด แต่มีประสิทธิภาพในการส่งสินค้าไปถึงลูกค้าในเวลาที่สุดเร็วที่สุด

- การตัดสินใจเกี่ยวกับการเก็บรักษาสินค้า จะเกี่ยวกับการกำหนดสถานที่ตั้งคลังสินค้า การกำหนดขนาดคลังสินค้า กำหนดวิธีการจัดเก็บสินค้า การเลือกใช้เครื่องมือในการขนถ่ายสินค้า เครื่องมืออำนวยความสะดวกต่างๆ กำหนดระบบการควบคุมสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกวิธีการต่างๆ ที่จะสื่อความ (Communication) กับตลาดเป้าหมายให้ทราบถึงข้อมูลต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย โดยผ่านสื่อการโฆษณา การขายโดยบุคคล การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

- การโฆษณา (Advertising) จะเกี่ยวกับการเลือกสื่อโฆษณา การพิจารณาความเหมาะสมและการพัฒนา ข่าวสารข้อมูลที่ต้องเสนอแก่ตลาดเป้าหมาย

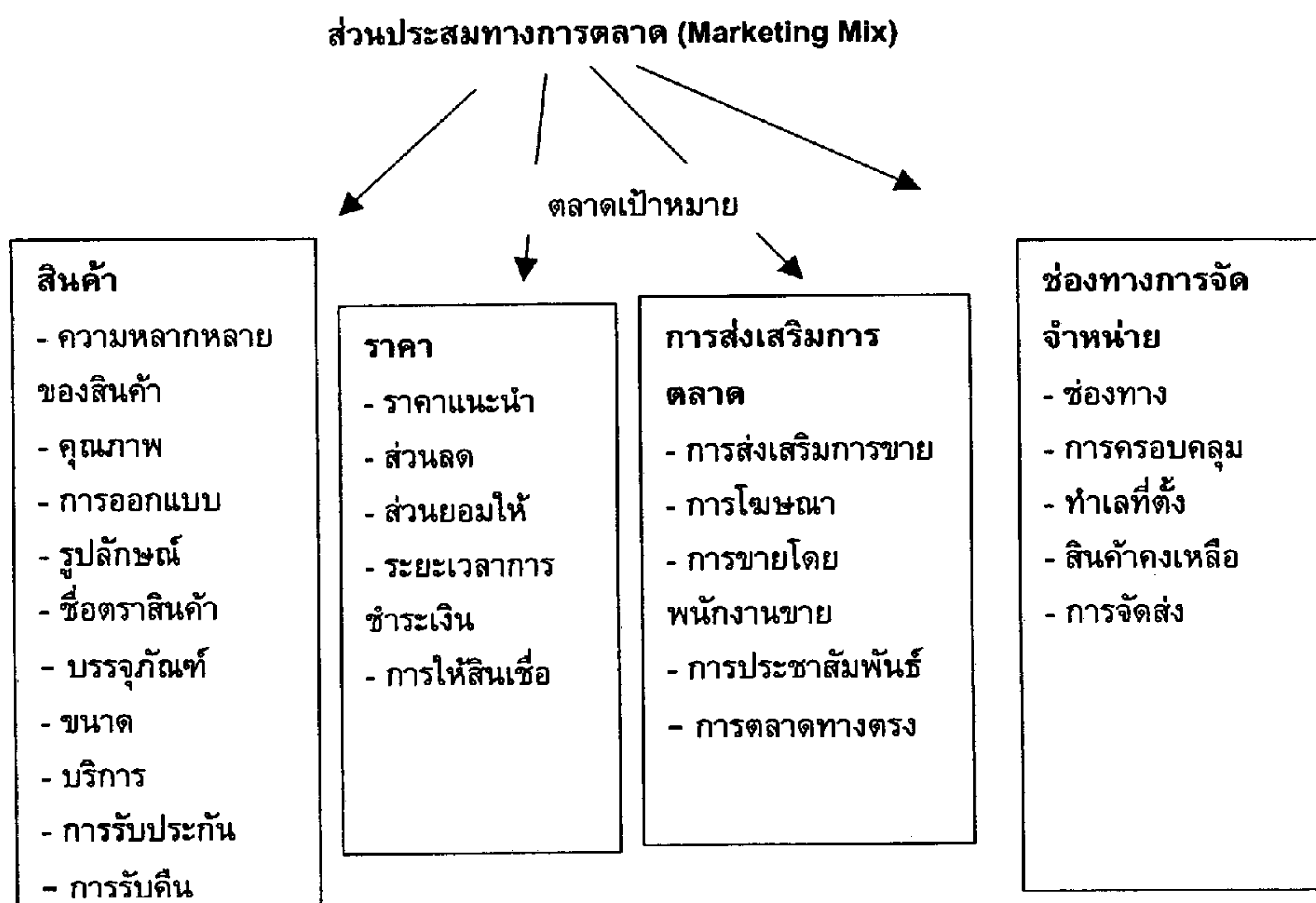
- การบริหารพนักงานขาย (Personal Selling) จะมีเรื่องสำคัญที่ต้องพิจารณา คือ การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม การจ่ายค่าตอบแทน และการนิเทศงานขาย

- การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นการเลือกกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้า (Display) การแจกตัวอย่างสินค้า (Sample) ให้ทดลองใช้ ของแถม (Premium) การลดราคา การจัดรายการชิงโชค เป็นต้น

- การประชาสัมพันธ์ (Publicity) เป็นการเสนอข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับกิจการ การสร้างภาพพจน์ที่ดีของกิจการ โดยผ่านสื่อมวลชนต่างๆ กิจกรรมจะเสียค่าใช้จ่ายเฉพาะการจัดหาอุปกรณ์ ในการสร้างข่าวเท่านั้น ซึ่ง

เป็นจำนวนที่น้อยกว่าการโฆษณา การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบรรดาผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการ

คอตเลอร์, ฟิลลิป (Kotler, Phillip. 2000 : 15) ได้สรุปแบบจำลองส่วนประสมทางการตลาดไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 6 แสดง Marketing Mix

ที่มา : Kotler, Philip. (2000). *Marketing management*. :15

ธงชัย สันติวงษ์ (2534 : 34-38) ได้สรุปว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึงการประสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย และระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ จะเห็นได้ว่าทุกปัจจัยต่างก็มีความสำคัญต่อความสำเร็จทางเป้าหมายทางการตลาดของหน่วยงาน ผลิตภัณฑ์แม้จะดีเพียงใดก็ตาม ถ้าหากว่าการจัดจำหน่ายกระต่อนกระแท่นแล้ว ความล้มเหลวย่อมจะเกิดขึ้น ความไม่ถูกต้องของส่วนประสมทางการตลาดนี้มักจะก่อปัญหาต่อธุรกิจส่วนมากกล่าวคือ หลังจากที่ใช้เงินมหาศาลไปแล้วจนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาสำเร็จแล้ว แต่ปรากฏว่าไม่สามารถสร้างสายใยการจัดจำหน่ายขึ้นมาเพื่อการจำหน่ายสินค้าดังกล่าวได้

ถ้าจะกล่าวโดยย่อโดยวิธีวิเคราะห์แบบง่าย ๆ แล้ว ส่วนประสมทางการตลาดทั้งหลายที่มีอยู่ถึง 16 อย่างอาจสามารถพิจารณาแบ่งแยกเป็นหมวดหมู่เป็น 4 ด้านสำคัญ คือ

1. **Product** หรือ ผลิตภัณฑ์ ที่จะต้องมีการพิจารณาออกแบบหรือพัฒนาขึ้นมาได้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้า ความหมายผลิตภัณฑ์จะหมายถึงแบบรูปร่างของผลิตภัณฑ์และ / หรือรวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ส่วนสำคัญที่สุดของเรื่องผลิตภัณฑ์นี้คือ การมุ่งพัฒนาให้มีสิ่งซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

ผลิตภัณฑ์แม้จะเป็นเพียงด้านเดียวของส่วนประสมทางการตลาดก็ตาม แต่นับว่ามีความสำคัญที่สุดที่ต้องหยิบขึ้นมาศึกษาหรือพิจารณาก่อน เพราะตัวผลิตภัณฑ์จะเป็นสิ่งที่ลูกค้าสนใจพิจารณามากที่สุดมากกว่าส่วนประสมการตลาดอื่นๆ

2. Place หรือสถานที่ หรือการไปให้ถึงเป้าหมาย กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ที่ดีหากไม่สามารถไปถึงทันเวลาและในสถานที่ที่ซึ่งมีความต้องการแล้ว ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ก็จะไม่มีความหมาย ดังนั้น ในด้านของสถานที่จึงต้องมีการพิจารณาถึงสถานที่ เวลาและบุคคลที่สินค้าและบริการควรจะถูกนำไปเสนอขายให้ โดยปกติการเคลื่อนตัวของสินค้าและบริการจะไม่ดำเนินไปได้ด้วยดีด้วยตัวเอง แต่จะขึ้นอยู่กับช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ มากมายเกี่ยวข้องอยู่ ทั้งสถาบันการค้าและคนกลางต่างก็เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งนักการตลาดต้องเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในทางปฏิบัติ บางครั้งอาจมีระบบการจัดจำหน่ายขั้นตอนสั้นนิดเดียว ก็จากผู้ผลิตไปถึงผู้บริโภคเลยก็ทำได้ แต่ส่วนมากแล้วการขายมักจะต้องเกี่ยวข้องกับคนกลางเสมอ

3. Promotion หรือการส่งเสริมการจัดจำหน่าย หรือการแจ้ง การบอกกล่าวและการขายความคิดความเข้าใจให้ลูกค้าได้รู้ การส่งเสริมการจัดจำหน่ายจะเกี่ยวข้องกับวิธีการต่างๆ ที่ใช้สำหรับสื่อความ (Communicate) ให้ถึงตลาดเป้าหมาย ให้ได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการว่าต้องมีจำหน่าย ณ ที่ใด ณ ระดับราคาใด

การส่งเสริมการจัดจำหน่ายจะประกอบด้วยการขายโดยพนักงานขาย (Personal selling) การขายโดยทั่วไป (Mass selling) และการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ซึ่งผู้บริหารการตลาดจะต้องพิจารณาเลือกใช้วิธีต่างๆ เหล่านี้ประกอบเข้าด้วยกัน ให้เป็นการส่งเสริมการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพที่สุด

วิธีการโฆษณา (Advertising) นับว่าเป็นแบบของการขายแบบทั่วไป (mass selling) ที่สำคัญที่สุด แต่การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) จะเป็นเครื่องมือที่พยายามใช้เสริมหรือสนับสนุนการขายตามวิธีการขายโดยพนักงานและการขายแบบทั่วไป

4. Price หรือราคา ต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสม ในเรื่องราคาดังกล่าวจะเป็นใจกลางของส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด และเป็นตัวกลไกที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดขึ้นมาได้ ในการกำหนดราคานี้จะต้องมีการพิจารณาทั้งลักษณะของการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย และปฏิกิริยาของลูกค้าต่อราคาที่แตกต่างกัน วิธีการที่เกี่ยวข้องในการกำหนดส่วนเพิ่ม (Markup) ส่วนลด (discounts) และเงื่อนไขการขาย (terms of sale) จะต้องพิจารณากำหนดให้ถูกต้อง หากลูกค้าไม่ยอมรับในเรื่องราคาเมื่อใด ปัญหา ก็จะเกิดขึ้น โดยแผนงานต่างๆ ที่กำหนดไว้แล้วจะเสียหายหมด นำไปใช้ปฏิบัติไม่ได้ ถึงแม้ว่าราคาจะเป็นเพียงส่วนเดียวของส่วนประสมทางการตลาดก็ตาม แต่ก็เป็นส่วนสำคัญที่ลูกค้าจะจ่ายออกมาเมื่อเขาได้พอใจในส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทแล้ว ราคาจึงเป็นตัวตัดสินที่สำคัญที่ผู้บริหารการตลาดต้องสนใจเป็นพิเศษ

ส่วนประสมทางการตลาดในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการจะศึกษาในเรื่องส่วนประสมทางด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องของประเภทหนังสือ ว่าหนังสือประเภทไหนเป็นแบบที่นิยม มีหนังสืออะไรวางตลาดใหม่ทุกเดือน การรักษาสภาพหนังสือให้ดูน่าอ่านอยู่เสมอ ราคาเท่าไรที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสามารถยอมรับและร้านเช่าหนังสือสามารถได้กำไรดำรงอยู่ได้ ทำเลสถานที่ตั้งมีผลต่อความสะดวกสบายในการมาใช้บริการเท่าใด การส่งเสริมการจัดจำหน่ายรูปแบบใดที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสนใจมากที่สุด

ประวัติร้านเช่าหนังสือ (www.Circulating Libraries and Video Rental Stores.htm)

ร้านหนังสือที่มีบริการให้เช่าหนังสือด้วย เริ่มเป็นที่รู้จักและให้บริการในช่วง 1720s แต่มีร้านลักษณะดังกล่าวอยู่ไม่มากนัก จากหลักฐานการโฆษณาในหนังสือพิมพ์เราพบว่าร้านที่ให้บริการเช่าหนังสืออย่างจริงจัง (Circulating Library) เกิดขึ้นในปี ค.ศ 1725 โดยเจ้าของร้านหนังสือ Allan Ramsay ใน Edinburgh

ในช่วงปี ค.ศ 1740-1750 พบหลักฐานร้านให้บริการเช่าหนังสืออย่างน้อย 9 แห่งในลอนดอน จำนวนร้านที่ให้บริการลักษณะนี้ เพิ่มขึ้นเป็น 19 แห่งในช่วงปี ค.ศ 1770-1780 และ 26 แห่งในช่วงปี ค.ศ 1790-1800 มีการประมาณกันว่าบริการร้านให้เช่าหนังสือมีไม่น้อยกว่าพันแห่งในปี 1850 ทั่วอังกฤษ

พื้นฐานของธุรกิจเช่าหนังสือเริ่มต้นจากการยืมหนังสือนิยาย โดยแรงผลักดันของธุรกิจแบบ Circulating Library นี้จะพบว่าเหมือนกันกับธุรกิจร้านเช่าวิดีโอ คือ ความสามารถในการหาได้ (Affordability) ตัวอย่างเช่น วรรณกรรมเรื่อง "Tom Jones" 1 เล่มจะมีราคามากกว่ารายได้รายสัปดาห์ของคนงานทั่วไป ชนชั้นกลางส่วนใหญ่จะไม่นิยมซื้อวรรณกรรม แต่จะอาศัยการเช่าอ่านแทน(สำหรับผู้ที่มิมีห้องหนังสือส่วนตัว มักจะเก็บหนังสือประเภทเนื้อหา อย่างเช่น ศาสนา, กฎหมาย ฯลฯ) การขยายตัวของผู้อ่านวรรณกรรม มีผลทำให้ธุรกิจประเภทนี้ขยายตัวเช่นเดียวกันบริการเช่าหนังสือมีวิวัฒนาการมาเป็นลำดับรูปแบบการคิดราคาที่หลากหลาย ร้านให้บริการบางแห่งมีประเภทสมาชิกที่หลากหลายโดยแบ่งตามจำนวนหนังสือที่เช่ายืมได้ระยะเวลา ฯลฯ

การศึกษาความเป็นไปได้

1. ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้

การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility study) มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. (2540 : 2) ได้ให้ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ว่า เป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการนั้น โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด วิศวกรรม และการเงินของโครงการเป็นหลัก ทั้งนี้ เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจของผู้ลงทุนที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้น ๆ ในการศึกษาดังกล่าวจะต้องบอกรายละเอียดและวิเคราะห์สิ่งที่จำเป็นที่เกี่ยวเนื่องกับการผลิต รวมทั้งทางเลือกอื่น ๆ ของการผลิตด้วย นอกจากนี้จะต้องระบุกำลังการผลิตและสถานที่ตั้งของโครงการที่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีในการผลิตแบบใด มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนและดำเนินกิจการเพียงไร ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนให้มากที่สุด

ไพบุลย์ อ่อนมั่ง. (2541 : 27) ได้สรุปความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ว่า เป็นการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อโครงการนั้น ๆ ก่อนเริ่มดำเนินโครงการ เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าแผนหรือโครงการจะนำไปปฏิบัติได้หรือไม่ โดยวิธีใด และหาทางเลือกที่เหมาะสมให้แผนดำเนินตามจุดมุ่งหมายได้โดยมีอุปสรรคน้อยที่สุดภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด

ประสิทธิ์ ดงยั้งศิริ. (2544 :100) ได้สรุปความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ว่า เป็นการศึกษาและจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุน (Justification) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Soundness) ของโครงการ เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดี โดยโครงการที่ดีจะได้แก่ โครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติแล้วจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลกระทบหรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ ซึ่งประกอบด้วยการศึกษาด้านตลาด ด้านเทคนิค ด้านการเงินและด้านสังคม เพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการพิจารณาก่อนตัดสินใจลงทุนในโครงการ ทั้งนี้เพื่อทำให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายลงทุนไป

2. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

2.1 ความหมายของโครงการ ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. (2540 : 2) ได้ให้ความหมายไว้ว่า โครงการคือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการ โดยมุ่งหวังที่จะได้รับผลประโยชน์ตอบแทนในอนาคตจากการลงทุนนั้น ๆ ในช่วงเวลาที่มีการลงทุน

มยุรี อนุมาราชชน (2543 : 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า โครงการ หมายถึง กลุ่มกิจกรรมที่สัมพันธ์กัน ซึ่งเป็นความพยายามจัดกิจกรรมที่มีลักษณะพิเศษอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรอย่างฉลาดที่สุดใน การดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ได้แก่ ผลประโยชน์ตอบแทนหรือผลได้อย่างใดอย่างหนึ่งในอนาคต กิจกรรมดังกล่าวต้องมีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด

ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. (2544 : 17) ได้สรุปความหมายไว้ว่า โครงการก็คือ กิจกรรมหรืองานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน เพื่อผลิตสินค้าและบริการหรือเพื่อหวังผลประโยชน์ตอบแทน กิจกรรมหรืองานดังกล่าว จะต้องเป็น หน่วยอิสระหน่วยหนึ่งที่สามารถทำการวิเคราะห์ วางแผน และบริหารงานได้ พร้อมทั้งมีลักษณะแจ้งชัดถึงจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด เมื่อวัตถุประสงค์ที่มุ่งหวังไว้สำเร็จเสร็จสิ้นลง โครงการจึงเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การจัดสรรทรัพยากร และการดำเนินงานอย่างมีระบบและระเบียบ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแหล่งที่ตั้งของโครงการ ช่วงระยะเวลาของโครงการ การผลิต การลงทุน ผลตอบแทน การจัดรูปองค์กร และการตัดการโครงการ

ดังนั้น จึงพอสรุปได้ว่า โครงการ คือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อมุ่งหวังผลประโยชน์หรือผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับในอนาคต โดยอาศัยการวางแผน จัดการ และการดำเนินงานที่เป็นอิสระ ประกอบกับการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ จนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ภายในระยะเวลาที่มีการกำหนดอย่างแน่นอน

2.2 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การตัดสินใจว่าจะลงทุนหรือดำเนินงานตามโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้น จำเป็นจะต้องอาศัยข้อมูลพื้นฐานที่เพียงพอที่ช่วยในการตัดสินใจ เพื่อช่วยในด้านการจัดสรรทรัพยากรไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ก่อนการตัดสินใจลงทุนในโครงการใดก็ตามจึงต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในด้านต่าง ๆ เสียก่อน ซึ่งจะประกอบด้วยรายละเอียด ดังต่อไปนี้ (ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. 2544 : 100-101)

2.2.1 ความเป็นได้ตลาดหรืออุปสงค์ (Market or demand feasibility)

ความเป็นไปได้ด้านการตลาดหรืออุปสงค์ เป็นการพิจารณาความต้องการของตลาดหรือผู้ที่เป็กลุ่มเป้าหมายของโครงการหรือผู้รับบริการที่มีต่อผลิตภัณฑ์/บริการของโครงการ โดยพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

2.2.1.1 ผลิตภัณฑ์/บริการ ที่โครงการก่อให้เกิดขึ้นจะสนองความต้องการของผู้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการหรือไม่

2.2.1.2 การเปลี่ยนแปลงของความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์/บริการของโครงการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลง ในอัตราอย่างน้อยเพียงใด

2.2.1.3 ความสามารถของโครงการที่จะสร้างผลิตภัณฑ์/บริการเพื่อสนองความต้องการของผู้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับบริการ

2.2.1.4 กลวิธีทางการตลาดในสภาวะการแข่งขัน รวมทั้งสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ข้อจำกัดด้านกฎหมาย ทรัพยากรธรรมชาติที่อาจกระทบต่อความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์/บริการของโครงการ (มยุรี อนุมาราชชน. 2543 : 40-41)

โดยการวิเคราะห์โครงการจะต้องเริ่มด้วยการจัดเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในอดีตในด้านราคาและปริมาณของผลิตภัณฑ์/บริการชนิดนั้น ก็จะทำให้ทราบได้ว่าขนาดอุปสงค์เป็นเช่นไรหลังจากนั้น

ทำการคาดคะเนขนาดอุปสงค์ทั้งหมดของผลิตภัณฑ์/บริการนั้น แล้วคาดคะเนปริมาณการขายที่คาดว่าจะขายได้ โดยอาจใช้วิธีคาดคะเนโดยอาศัยแนวโน้มในอดีต และการคาดคะเนโดยอาศัยแบบจำลองทางเศรษฐกิจ อันเป็นการคาดคะเนจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์/บริการชนิดนั้น

นอกจากนี้ต้องพิจารณาคู่แข่งขันที่มีอยู่เดิมทั้งในปริมาณการผลิต คุณภาพ สถานที่ตั้ง ราคา และต้นทุน เพื่อพิจารณาว่าคุณภาพผลิตภัณฑ์/บริการของโครงการเป็นอย่างไร ดีกว่าคู่แข่งหรือไม่และ ต้นทุนการผลิตสูงหรือต่ำกว่า เพื่อจะได้พิจารณาหาทางปรับปรุงให้สามารถทำการแข่งขันได้ (ประสิทธิ์ ตั้งยั้งศิริ. 2544 : 102-103)

2.2.2 ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค (Technical feasibility)

เป็นการพิจารณาความเหมาะสมด้านเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ ขนาด สถานที่ตั้ง กรรมวิธี ดำเนินการ เทคโนโลยี วิธีการก่อสร้าง รูปแบบทางเทคนิค วิธีการและมาตรการในการป้องกัน สิ่งแวดล้อม รวมทั้ง การบำรุงรักษาโครงการหลังจากโครงการยุติลง

การพิจารณาความเป็นไปได้ทางเทคนิคนี้ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องเป็นผู้วิเคราะห์ รูปแบบทางเทคนิคที่ถูกเลือกจะนำมาใช้เลือกเทคนิคการผลิตที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และการคาดคะเนต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของโครงการได้อย่างถูกต้อง ซึ่งควรเป็นเทคโนโลยีที่เหมาะสมที่สุด มีวิธีการก่อสร้างที่ใช้ต้นทุนต่ำที่สุดและความยืดหยุ่น โดยการเปรียบเทียบและการประเมินรูปแบบเทคนิคต่าง ๆ (มยุรี อนุমানราชชน. 2543 : 41-42) ; (ชัยยศ สันติวงษ์. 2539 : 73-137).

2.2.3 ความเป็นไปได้ทางการเงิน (Financial Feasibility)

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์ถึงการลงทุนและผลตอบแทนของโครงการในด้านของ เอกชนเป็นสำคัญ เพราะเป็นการวิเคราะห์ที่มุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงิน หรือความสามารถในการทำกำไรของโครงการเพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการนี้แล้วจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาทางการเงินใด ๆ ในทุกขั้นตอนของโครงการ นอกจากนั้นถ้าเป็นโครงการที่ต้องกู้ยืมเงินมาลงทุนก็จะต้องพิจารณาด้วยว่าจะมีความสามารถในการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยได้หรือไม่

โดยทั่วไปการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการจะประกอบด้วยเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (ฐาปนา จีนไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2545 : บทที่ 1-9)

2.2.3.1 การคาดคะเนค่าใช้จ่ายของโครงการ

2.2.3.2 การคาดคะเนการเงินของโครงการ

2.2.3.3 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินของโครงการ

2.2.3.4 การประเมินผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

2.2.3.5 การพิจารณาแหล่งที่มาของเงินทุนของโครงการ

2.2.3.6 การใช้คืนเงินกู้

2.2.4 ความเป็นไปได้ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Feasibility)

ปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมได้รับความสนใจมากขึ้น ทั้งนี้เพราะโครงการลงทุนที่เสนออาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือที่ในทางเศรษฐศาสตร์เรียกว่า ผลกระทบภายนอกของโครงการ (External economics) ซึ่งจะมีผลกระทบภายนอกด้านบวกหรือดี ซึ่งผลกระทบทางด้านนี้ส่วนใหญ่จะเกิดจากปัญหาด้านเทคนิคของโครงการ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทรัพยากรทางด้านกายภาพของระบบนิเวศและทรัพยากรด้านชีวภาพหรือด้านนิเวศวิทยา ซึ่งได้แก่สิ่งมีชีวิตของระบบนิเวศที่นอกเหนือจากมนุษย์ เช่นอาจมีผลกระทบต่อสุขภาพอนามัย ทำให้อากาศมีมลพิษ น้ำเน่าเสีย และมีสิ่งปฏิกูลเกิดขึ้น เป็นต้น ผลกระทบภายนอกเช่นนี้เมื่อเกิดขึ้นแล้วย่อมจะเป็นผลดีและผลเสียต่อโครงการ ซึ่งต้องนำมาคิดคำนวณเป็นผลตอบแทนและค่าใช้จ่ายของโครงการด้วย เรียกว่าผลตอบแทนและค่าใช้จ่ายทางอ้อมของโครงการ โดยเฉพาะทางค่าใช้จ่ายนั้นอาจประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ

การป้องกันแก้ไข และค่าใช้จ่ายทางเศรษฐกิจที่ทำให้ทรัพยากรเกิดการสูญเสีย เช่น ทำให้รายได้ของชาติน้อยลงด้วย เป็นต้น

ขณะเดียวกันการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมควรครอบคลุมสิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social aspects) ด้วย ทั้งนี้เนื่องจากโครงการอาจมีผลกระทบต่อกลุ่มประชากรบางส่วน เช่น กลุ่มประชากรที่มีรายได้ต่ำ กลุ่มว่างงาน และกลุ่มผู้หญิงในพื้นที่โครงการ ดังนั้น ก่อนที่จะมีการตัดสินใจลงทุนในโครงการประเภทที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงต้องทำการศึกษาด้านนี้เสียก่อนเพื่อหาหนทางป้องกัน หลีกเลี่ยง ลดหรือขจัดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น (ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. 2544 : 105-106) ; (มยุรี อนุমানราชธน. 2543 : 44)

2.2.5 ความเป็นไปได้ด้านเศรษฐกิจ (Economic feasibility)

การวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ที่ผู้วิเคราะห์โครงการจำเป็นต้องคำนึงถึง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของโครงการด้านเศรษฐกิจว่าโครงการที่กำลังพิจารณานั้นจะให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจโดยส่วนรวมของประเทศหรือไม่ เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผลการวิเคราะห์จะแสดงออกมาในรูปของผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับสูงหรือต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่จ่ายไป ถ้าผลตอบแทนที่ได้รับสูงกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนก็เป็นโครงการที่ดี และถ้าผลตอบแทนที่ได้รับต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนก็เป็นโครงการที่ไม่ดีทางเศรษฐกิจ ดังนั้นการวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจจึงมีส่วนช่วยอย่างสำคัญในการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธโครงการ (ฐาปนา ฉินไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2545 : บทที่1/8-9)

2.2.6 ความเป็นไปได้ทางสถาบัน (Institutional feasibility)

ถึงแม้ว่าจะมีการวิเคราะห์ทางด้านต่าง ๆ มาแล้ว และปรากฏว่าโครงการที่เสนอเป็นโครงการที่ดี แต่เมื่อโครงการได้รับอนุมัติก็อาจประสบความล้มเหลวและขาดทุนได้เช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากการจัดการหรือการบริหารโครงการไม่มีประสิทธิภาพ ความสำเร็จของโครงการขึ้นอยู่กับการบริหารเป็นสำคัญ ดังนั้นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ จึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สถาบันซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติและดำเนินโครงการ เช่น (ฐาปนา ฉินไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2545 : บทที่ 1-9) ; (ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. 2544 : 108-110)

- ระดับทักษะ ความรู้ ความชำนาญ หน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากร
- กระบวนการและระเบียบวิธีดำเนินงาน
- ระบบข้อมูลและการอ่านใจตัดสินใจ
- นโยบายด้านราคาและการค้าที่จะมีผลกระทบต่อเสถียรภาพโครงการ
- อื่น ๆ เช่น ระบบการบริหารและการจัดการ กระบวนการด้านการเงิน เป็นต้น

โดยที่ในแต่ละด้านของโครงการต่างมีความสัมพันธ์ต่อกัน ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงหรือมีการตัดสินใจเกี่ยวกับด้านใดด้านหนึ่งแล้ว จะมีผลกระทบไปสู่การพิจารณาหรือการตัดสินใจในด้านอื่น ๆ ด้วย ซึ่งการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านสถาบันจึงทำให้โครงการสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

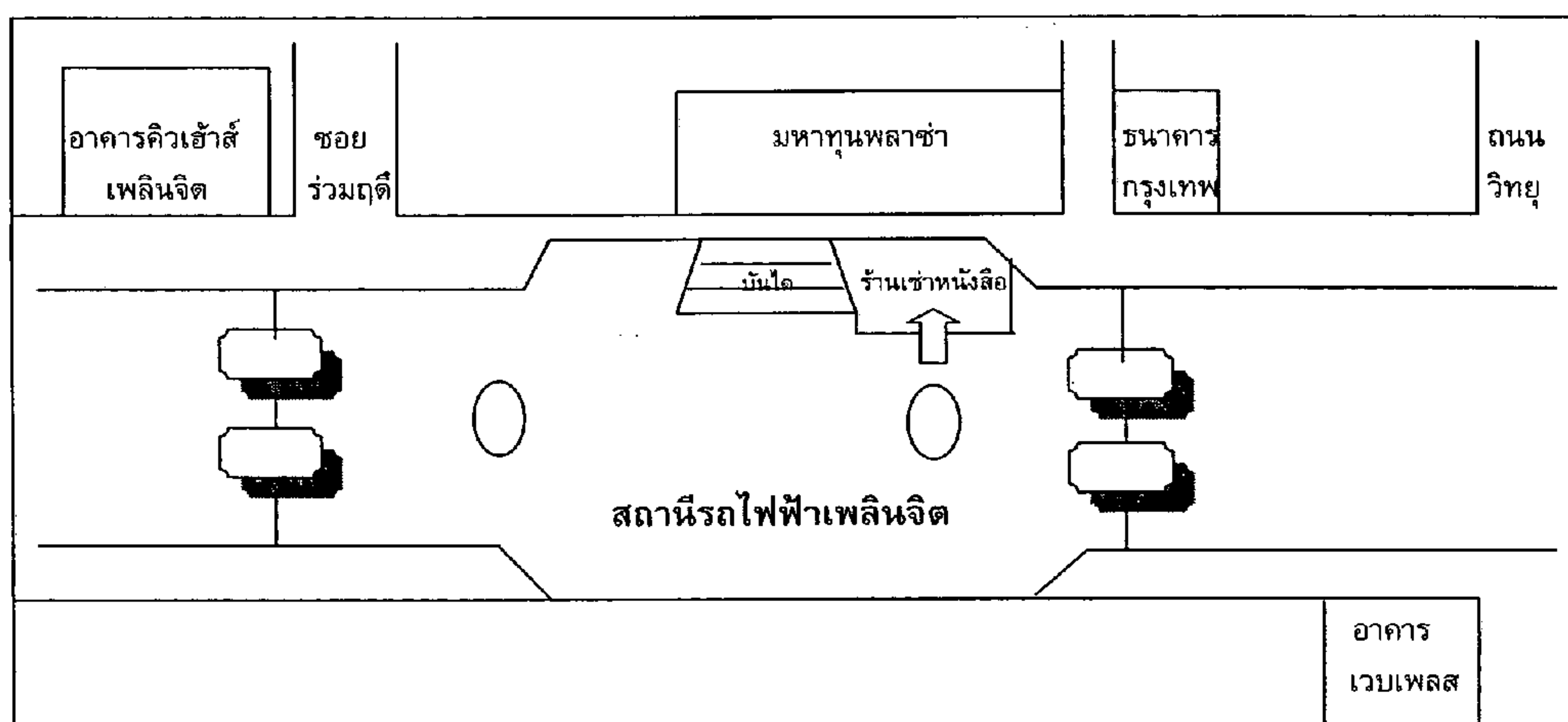
ดังนั้น การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจึงความเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ด้านการตลาด ก่อนเพื่อคาดคะเนเกี่ยวกับอุปสงค์ผลิตภัณฑ์/บริการ ต่อจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ด้านเทคนิคและสิ่งแวดล้อม หลังจากนั้นจึงเริ่มตีราคาค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนของโครงการโดยอาศัยราคาสตลาด ซึ่งเป็นการศึกษาวิเคราะห์ด้านการเงิน แล้วทำการปรับราคาสตลาด ปรับราคาค่าใช้จ่าย และผลตอบแทนบางประเภท เพื่อให้เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจตามหลักการวิเคราะห์โครงการทางเศรษฐกิจ จากนั้นจึงจัดการวิเคราะห์รูปองค์การและการจัดการโครงการ (ดังภาพประกอบ 7) (ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. 2544 : 111)

โครงการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสนับสนุนให้นักศึกษาและประชาชนทั่วไปไปรักการอ่าน
2. เพื่อส่งเสริมให้บุคคลทั่วไปได้ใช้เวลาว่างมาอ่านหนังสือมากยิ่งขึ้นเพราะ ผู้ที่อยู่ในวัยทำงานจะอยู่นอกระบบการศึกษาแล้วจะเข้าถึงบริการห้องสมุดสาธารณะอื่น ๆ ที่มีคุณภาพได้ลำบาก
3. เพื่อใช้หนังสือแต่ละเล่มให้มีประโยชน์สูงสุด มิใช่ซื้อมาอ่านเพียงครั้งเดียวแล้วเก็บขึ้น หรือทิ้งไป

ทำเลที่ตั้งโครงการบริเวณสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต



ภาพประกอบ 7 แผนที่ตั้งร้านเช่าหนังสือบริเวณสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

โครงการร้านเช่าหนังสือจะตั้งอยู่บริเวณ สถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ติดอยู่กับบันไดทางขึ้น/ลง รถไฟฟ้า และอยู่ในบริเวณด้านในสถานี ซึ่งบริเวณผู้โดยสารที่แวะมาจากสถานีอื่น ไม่ต้องหยุดบัตรออกมา สามารถใช้บริการได้ทันทีเพียงเดินลงมาจากชานชลา

นอกจากนี้ในปลายมี 2547 คาดว่าจะมีผู้โดยสารเพิ่มขึ้นอีกเพราะรถไฟฟ้าได้ดินเปิดให้บริการเส้นทางอื่น เชื่อมต่อกัน ซึ่งคาดว่าจะมีผู้เช่าหนังสือเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้โดยสารที่ใช้บริการโดยตัวโดยสารรายเดือน แบบ 10 เที่ยว 15 เที่ยว และ 30 เที่ยว ทั้งบัตรนักศึกษา/นักเรียนและบัตรผู้ใหญ่

โดยอุปสงค์ของผู้บริโภคที่สนใจเช่าหนังสือ จะได้จากแบบสอบถามที่ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้ผู้โดยสารที่ถือตั๋วประจำรายเดือนทั้งนักศึกษา/นักเรียนและผู้ใหญ่ และโดยคำนวณได้จาก

อุปสงค์จำนวนผู้โดยสารที่เรียนภาควิชา :

= % ผู้สนใจเช่าหนังสือ X จำนวนผู้โดยสารใช้ตัวประจำรายเดือนทั้งนักศึกษา/นักเรียนและผู้ใหญ่จากสถิติของบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ ตั้งแต่เดือน มกราคม 2545-มีนาคม 2546

ขั้นตอนก่อนการดำเนินงาน

1. การจัดหาสถานที่ โดยติดต่อขอเช่าพื้นที่กับบริษัท วีจีไอ จำกัด บริเวณสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต และทำสัญญามัดจำค่าเช่าพื้นที่ เป็นจำนวนเงิน 66,000 บาท
2. ทำสัญญาเช่าพื้นที่ ตกลงในอัตราเดือนละ 22,000 บาท มีกำหนดระยะเวลา 3 ปี หลังจากครบกำหนดแล้ว สามารถต่อสัญญาได้ทุก 1-3 ปี

ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นที่ 1 การเตรียมสถานที่

หลังจากทำสัญญาเช่าพื้นที่ บริษัท วีจีไอ จำกัด ก็จะมาก่อสร้างร้านให้เสร็จภายใน 60-65 วัน หลังจากนั้นผู้รับเหมาตกแต่ง ก็เข้ามาทำการปรับปรุงและตกแต่งสถานที่โดยใช้เวลาประมาณ 25-30 วัน

1. การปรับปรุงตกแต่งสถานที่

- 1.1 การปรับปรุงร้านและตกแต่งภายใน มีเคาน์เตอร์วางเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง และทำชั้นวางหนังสือด้านใน และด้านข้างสูง 6 ฟุต
- 1.2 อุปกรณ์ต่าง ๆ ในร้าน มีเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง และเครื่องบาร์โค้ด Scanner 1 ชุด และโทรศัพท์ 1 เครื่อง

2. การเตรียมบุคลากรที่เกี่ยวข้องในธุรกิจร้านเช่าหนังสือ

การเตรียมบุคลากร จะประกอบด้วย ผู้บริหารร้าน ผู้จัดการร้าน ทีมพัฒนาซอฟต์แวร์ และพนักงานประจำ ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

- 2.1 ผู้บริหาร ทำหน้าที่ในการบริหารงานภายใน วางแผนการดำเนินงานและส่งเสริมการตลาด ตลอดจนวิจัยตลาดติดตามแนวโน้มของตลาดหนังสือ อนุมัติงบประมาณการสั่งซื้อหนังสือใหม่
- 2.2 ผู้จัดการร้าน ดูแลร้านประจำวัน ดัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ดูแลพนักงานประจำร้าน รายงานผลการดำเนินงานแก่ผู้บริหารแต่ละรวบรวมรายได้และค่าใช้จ่าย วางรูปแบบการจัดร้านให้ดูน่าสนใจ ดูแลลูกค้าให้คำแนะนำเกี่ยวกับหนังสือได้ โดยจ่ายค่าตอบแทนเดือนละ 9,000 บาท
- 2.3 ทีมพัฒนาซอฟต์แวร์ มีการทำเว็บไซต์ของร้านเพื่อให้สมาชิกที่สนใจสามารถติดตามข่าวสารและหนังสือใหม่ หรือทำการจองหนังสือผ่านทางเว็บไซต์ รวมถึงทำโปรแกรมบาร์โค้ด เชื่อมกับฐานข้อมูลของสมาชิก ค่าตอบแทน 30,000 บาทต่อปี ปีต่อ ๆ ไป 20,000 บาท
- 2.4 พนักงานประจำหน้าร้าน มีการจัดเรียงหนังสือ ซ่อมแซมหนังสือ และUpdate ข้อมูลหนังสือและข้อมูลสมาชิก ดูแลความสะอาดของร้าน แนะนำหนังสือและโปรโมชั่นใหม่ ๆ โดยค่าตอบแทนเดือนละ 7,000 บาท

ขั้นที่ 2 การส่งเสริมการตลาด

โครงการจะทำป้ายธงราวที่สถานีเพลินจิต และการแจกใบปลิวตามสถานที่ต่าง ๆ ก่อนทำการเปิดร้าน 1 สัปดาห์ มีการลุ้นรางวัลจากเลขท้ายของสมาชิกแต่ละท่านทุกงวด ถู๋หมายที่สลากกินแบ่งรัฐบาลออกรางวัลที่ 1 ของรางวัลได้แก่ กล้องดิจิทัล แพ็คเกจทัวร์ท่องเที่ยว เป็นต้น

ขั้นที่ 3 เปิดให้บริการ

โครงการนี้จะสมมุติกำหนดระยะเวลาในการเปิดการดำเนินการดังนี้ วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 7.00-21.30 น. และวันเสาร์อาทิตย์ เวลา 9.30 – 18.00 น. จะมีผู้จัดการร้านและพนักงานประจำร้านดูแลร้าน

อัตราค่าบริการต่าง ๆ ดังนี้

อัตราค่าเช่าหนังสือประเภทต่าง ๆ โดยคำนวณจากค่าเฉลี่ยของอัตราค่าเช่าหนังสือในแบบสอบถามของผู้โดยที่สนใจใช้บริการ ร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

ขั้นตอนการสมัคร

1. กรอกแบบฟอร์มชื่อ ที่อยู่
2. ชำระเงินพร้อมด้วยรูปถ่าย 1 นิ้ว 1 ใบ
3. รับบัตรสมาชิกพร้อมรายละเอียดเกี่ยวกับอัตราเช่า และข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิภา อภิฐานัฐติ; ชีรยุทธ หงษ์คณานุเคราะห์; ไพรัตน์ จินตบัญญัติ; กาญจนา งามเดชากิจ. (2542 : บทคัดย่อ) นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้ทำการศึกษา เรื่อง บริการให้เช่าหนังสือในบริเวณอาคารสำนักงาน ปัจจุบันพบว่าตลาดให้บริการเช่าวิดีโอได้เติบโตและพัฒนาจากอดีตอย่างมาก ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์การจัดการ และการตลาดคุณภาพของม้วนวิดีโอจากม้วนที่คุณภาพไม่ดีเป็นม้วนมาสเตอร์ที่มีคุณภาพสูง ฉะนั้น Book Bank จึงจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ เพื่อแสดงให้เห็นโอกาสทางธุรกิจของบริการให้เช่าหนังสือในอาคารสำนักงาน ซึ่งมีลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มคนทำงานที่มีกำลังซื้อสูง และมีความต้องการคุณภาพของบริการให้เช่าหนังสือที่ดีกว่าเดิม Book Bank ต้องการเงินสดเริ่มแรก 500,000 บาท ต่อการลงทุน 1 สาขา โดยจะเปิดบริการให้เช่าหนังสือสาขาแรกที่อาคารเมืองไทยภัทรคอมเพล็กซ์ วางแผนจะเปิดสาขาที่ 2 หลังจากเปิดสาขาแรก 6 เดือน และงานแผนขยายสาขาเพิ่มอีก 3 สาขา ในปีที่ 2 และอีกปีละ 5 สาขา ในปีที่ 3-5 รวมเป็นจำนวนสาขาทั้งหมด 20 สาขา ณ สิ้นปีที่ 5 โดยการมีหลายสาขาและนำระบบการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพมาใช้ ทำให้สาขาต่าง ๆ สามารถร่วมกันใช้ ทรัพยากรและลดต้นทุนรวมลง, Book Bank ตระหนักดีว่า ปริมาณหนังสือรวมที่เกิดจากการมีสาขาจำนวนมากเป็นต้นทุนที่สำคัญซึ่งอาจลดลงได้ หากมีการบริหารเวลาเช่าและคืนหนังสือจากสมาชิกได้ นั้นหมายความว่า การนำระบบ Distribution Center มาใช้จะช่วยทำให้ Book Bank ประหยัดค่าใช้จ่ายจำนวนมากในการซื้อหนังสือซ้ำเล่มกัน แต่ผลจากการวิจัยพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายในขณะที่จัดทำแผนนี้ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่ยอมรับความไม่สะดวกในการไม่ได้รับหนังสือที่ตนเองต้องการยืมทันที ดังนั้นในแผนธุรกิจฉบับนี้จึงไม่ได้รวมรูปแบบการจัดการด้วยระบบ Distribution Center ไว้

รัตนา แสงจันทร์. (2546 : 146-151) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาภาษาไทยและสังคม บริเวณถนนวิสุทธิกษัตริย์ นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ได้ศึกษาความเป็นไปได้การจัดตั้งโครงการด้านการตลาดและการเงิน ซึ่งด้านการตลาดได้ศึกษากลุ่มตัวอย่าง คือนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4-6 สังกัดกรมสามัญ เทอม 2 ปีการศึกษา 2544 จำนวน 390 คน พบว่านักเรียนที่สนใจเรียนกวดวิชาภาษาไทยและสังคม ที่จัดตั้งบริเวณถนนวิสุทธิกษัตริย์ มีจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 โดยจะเป็นผู้ที่เคยเรียนกวดวิชามาก่อนถึง ร้อยละ 32.6 ซึ่งคอร์สเรียนที่นักเรียนสนใจมาก ได้แก่ คอร์ส Intensive (สรุปเนื้อหา ม.4 – ม.6) และคอร์สตะลุยโจทย์ (10 วันก่อนเอ็นทรานซ์) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.19 และ 1.17 ตามลำดับ นักเรียนสนใจเรียนกับครูผู้สอน สูงถึงร้อยละ 84.5 มากกว่าเรียนกับวิดีโอเทป ซึ่งมีเพียงร้อยละ 15.5 และสุดท้ายมีความสนใจกวดวิชาภาษาไทยและสังคมในช่วงฤดูร้อน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และช่วงปิดเทอมเดือนตุลาคม คิดเป็นร้อยละ 32.0

ส่วนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน ใช้เครื่องมือทางการเงินเข้าช่วยพิจารณาผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ โดยอายุของโครงการ 5 ปี ต้นทุนของโครงการ (Cost of capital) เท่ากับร้อยละ 9.50 โดยผลจากการวิเคราะห์และประเมินโครงการพบว่าโครงการกวดวิชาภาษาไทยและสังคม บริเวณถนนวิสุทธิกษัตริย์ ให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 9,259,792 บาท ซึ่งมากกว่าศูนย์ ประกอบกับอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) คือ 5.84 เท่า ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) คือ ร้อยละ 131.66 ซึ่งมากกว่าต้นทุนของโครงการ (ร้อยละ 9.50) อีกทั้งระยะเวลาคืนทุนเพียง 10 เดือน ซึ่งค่อนข้างเร็วมาก ดังนั้นโครงการนี้จึงมีความคุ้มค่าหรือเหมาะสมต่อการลงทุน

ชาติชาย ตั้งอมรสุขสันต์. (2546 : บทคัดย่อ) เรื่องการวิเคราะห์ทางเลือกกระถางการลงทุนสร้างโรงงานใหม่ กับการลงทุนปรับปรุงโรงงานปัจจุบัน ของบริษัท อาตัมส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยแบ่งออกเป็น การวิเคราะห์เชิงปริมาณและการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ สำหรับการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้ดำเนินการ วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน, วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน และประเมินความเสี่ยงของโครงการ ภายใต้ปัจจัยเสี่ยง 2 ปัจจัย คือ 1) อัตราแลกเปลี่ยนที่แตกต่างกัน คือ 40, 42, 45 ต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ 2) กำลังการผลิตที่แตกต่างกัน คือ ที่กำลังการผลิตปกติ, ที่กำลังการผลิตมากกว่าปกติ 10% ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจาก “โครงการศึกษาความเป็นไปได้ของการสร้างโรงงานใหม่” ที่บริษัท อาตัมส์ ได้จัดทำขึ้นในปี พ.ศ. 2545 รวมถึงข้อมูลด้านผลการดำเนินงานจากงบการเงินของบริษัท อาตัมส์ ระหว่างปี พ.ศ. 2540 – 2545 จากข้อมูลทั้งหมดผู้วิจัยได้มวลออกมาเป็นงบการเงินโดยประมาณ ระหว่างปี พ.ศ. 2546 – 2556 เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ วิเคราะห์ความแตกต่างของอัตราส่วนทางการเงินระหว่างการสร้างโรงงานใหม่ กับการปรับปรุงโรงงานปัจจุบัน ได้ใช้วิธีการทดสอบทางสถิติ สำหรับการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัท อาตัมส์ ผลการวิจัยพบว่า การสร้างโรงงานใหม่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าการปรับปรุงโรงงานปัจจุบัน เพราะ NPV สูงสุดที่จะได้รับ เท่ากับ 72.48 ล้านบาท ระยะเวลาคืนทุน 2.86 ปี อัตราส่วนทางการเงินของสร้างโรงงานใหม่ ดีกว่าอัตราส่วนทางการเงินของการปรับปรุงโรงงานปัจจุบันสาเหตุสำคัญ คือ ความสามารถในการเพิ่มกำลังการผลิต การเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิตและการบริหารสินค้าคงคลัง และสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีจากการได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI ส่วนการประเมินความเสี่ยงของโครงการ โดยทดสอบความอ่อนไหว (Sensibility Analysis) พบว่า NPV มีความอ่อนไหวตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนดอลลาร์สหรัฐ มากกว่าการเปลี่ยนแปลงของกำลังการผลิต

จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้บริหารของบริษัท อาตัมส์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า ผู้บริหารทุกท่านได้เสนอแนวความคิดไปในทิศทางเดียวกัน คือการสร้างโรงงานใหม่สามารถเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับ

ความต้องการในอนาคต สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และประสิทธิภาพในการวางแผนการผลิตและการบริหารสินค้าคงคลัง ซึ่งผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เรื่องบริการให้เช่าหนังสือในบริเวณอาคารสำนักงาน ทำให้ทราบว่าคนวัยทำงานมีกำลังซื้อสูงและต้องการสินค้าคุณภาพดี และทำให้ทราบวิธีการลดต้นทุนซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังระบุถึงพฤติกรรมของลูกค้าเป้าหมายไม่ยอมที่จะไม่ได้หนังสือที่ต้องการยืมทันที ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรม ทัศนคติ และความคิดเห็นของบุคคลแต่ละคนแตกต่างกันไป ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้โดยสารกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการจัดตั้งโครงการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต จึงจำเป็นต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่สำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ว่าผู้โดยสารกลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ใดบ้างในแต่ละด้านอย่างไร ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้โดยสารเป้าหมายให้มากที่สุด และการศึกษาครั้งนี้ยังทำให้ทราบถึงอุปสงค์ของผู้โดยสารกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย

ในส่วนงานวิจัยงานวิจัย เรื่องศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาภาษาไทย และสังคม บริเวณถนนวิสุทธิกษัตริย์ ได้ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาความเป็นไปทางด้านการเงิน เพราะจะต้องทำการศึกษาถึงผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนในโครงการ ซึ่งต้องนำข้อมูลทั้งด้านการตลาดและการเงินมาประกอบการตัดสินใจลงทุน ดังนั้น การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนี้จึงมีจุดมุ่งหมาย เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์องค์ประกอบด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ลงทุนมีความเข้าใจและสามารถปรับตรงที่เป็นจุดบกพร่องได้ก่อนนำไปปฏิบัติจริง เพราะสามารถใช้เป็นแนวทางจัดเตรียมความพร้อมด้านเงินทุนและทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อโครงการต่อไป

งานวิจัยการวิเคราะห์ทางเลือกระหว่างการลงทุนสร้างโรงงานใหม่กับการลงทุนปรับปรุงโรงงานปัจจุบันของบริษัท อาดัมส์ (ประเทศไทย) จำกัด ช่วยเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ทางการเงินว่าควรลงทุนในโครงการร้านเช่าหนังสือหรือไม่

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือเป็นงานวิจัยที่ทำเพื่อวิเคราะห์การลงทุนในธุรกิจอีกประเภทหนึ่งซึ่งสามารถใช้เป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจการลงทุนในธุรกิจแนวเดียวกันเพื่อการตัดสินใจลงทุนที่แม่นยำ ลดความเสี่ยงและสามารถปรับปรุงข้อบกพร่องได้ก่อนเปิดดำเนินการจริง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ที่ถือบัตรรายเดือน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2545-31 มีนาคม 2546 ตัวเฉลี่ยรวมทั้งสิ้น 162,665 คน ซึ่งประกอบด้วย

ผู้ถือบัตรนักศึกษา 10 เทียบ 15 เทียบ 30 เทียบ จำนวน 55,324 คนต่อเดือนโดยเฉลี่ย

ผู้ถือบัตรผู้ใหญ่ 10 เทียบ 15 เทียบ 30 เทียบ จำนวน 107,341 คนต่อเดือนโดยเฉลี่ย

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ที่ถือบัตรรายเดือน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) หลังจากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในการเลือกผู้บริโภครายกลุ่มเป้าหมาย รวมผู้บริโภครายกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น 400 คน ความคลาดเคลื่อน 5% รวมเป็น 420 คน

โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดด้วยความเชื่อมั่น 95% ($\alpha = 0.05$) ปรากฏว่าต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่ง คำนวณหาได้จากสูตรของยามานะ (Yamane, 1976 : 580-581) โดยมีรายละเอียดดังนี้

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\&= \frac{162,665}{1 + (162,665 \times (0.05)^2)} \\&= 399.01 \approx 400 \text{ คน}\end{aligned}$$

เมื่อ	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	=	ขนาดของประชากร
	e	=	ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ มีลำดับขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ตัวรายเดือนของรถไฟฟ้า BTS เท่านั้น ทั้งตัวรายเดือนผู้ใหญ่และนักเรียน/นักศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปจัดเก็บข้อมูล ณ สถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และเส้นทางการเดินทางประจำ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามคำถามปลายปิดจำนวน 4 ข้อ และคำถามปลายเปิดจำนวน 1 ข้อ รวม 5 ข้อ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเช่าหนังสือ เป็นแบบสอบถามคำถามปลายปิดจำนวน 5 ข้อ และคำถามปลายเปิด จำนวน 4 ข้อ รวม 9 ข้อ

ตอนที่ 3 การตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าหนังสือ เป็นแบบสอบถามคำถามปลายปิด จำนวน 1 ข้อ และคำถามปลายเปิด จำนวน 6 ข้อ รวม 7 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ บริเวณสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) จำนวน 19 ข้อ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ เป็นแบบสอบถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากวิทยานิพนธ์ หนังสือจากห้องสมุดต่าง ๆ ข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ และข้อมูลจากบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

3.

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล จะประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาดนี้ จะต้องอาศัยการวิจัยโดยการออกแบบสอบถาม เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต เพื่อนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปประมาณอุปสงค์ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่สนใจใช้บริการ และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการตลาดของร้านเช่าหนังสือ

2. การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการเงิน

นำผลการวิจัยด้านการตลาดมาประกอบประกอบการวิเคราะห์ โดยใช้งบการเงินและเครื่องมือทางการเงินต่าง ๆ มาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุน

โดยประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

1. การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

จะเป็นการศึกษาในหัวข้อวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1.1 นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for Social Science)

1.2 ข้อมูลลักษณะทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และเส้นทางการเดินทาง คิดค่าเป็นค่าร้อยละ

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเช่าหนังสือ คิดเป็นค่าเฉลี่ยสำหรับข้อมูลด้านอัตราค่าเช่า

1.4 ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อร้านเช่าหนังสือ ได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ด้านความคิดเห็น โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า ดังนี้

เห็นด้วยอย่างมาก	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	คะแนน

เกณฑ์การประเมินผล สามารถแบ่งช่วงคะแนนของระดับความคิดเห็นในการเลือกร้านเช่าหนังสือ โดยวิธีคำนวณหาความกว้างของชั้น (Class Interval : I) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2542 : 29) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 I &= \text{ค่าความกว้างของชั้น} = \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{R}{k} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากการพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน สามารถแบ่งระดับความคิดเห็น ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในระดับเห็นด้วยอย่างมาก

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในระดับเห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในระดับเห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

1.5 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยการทดสอบ t - test สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม และมากกว่า 2 กลุ่ม จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

1.6 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เป็นแบบสอบถามปลายปิด นำมาแจกแจงความถี่

วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ

หลังจากการสร้างและตรวจสอบแบบสอบถามขั้นต้นเรียบร้อยแล้วจะนำแบบสอบถามดังกล่าวไปทดสอบเบื้องต้น (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟา (α -Coefficient) โดยวิธีการคำนวณของครอนบาช (Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา.2546.) ค่าอัลฟาที่จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง จากการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่าโดยภาพรวมมีค่า $\alpha = 0.7898$

ส่วนในรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า $\alpha = 0.8712$ ด้านราคา มีค่า $\alpha = 0.7501$ ด้านทำเลที่ตั้ง มีค่า $\alpha = 0.7538$ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า $\alpha = 0.7840$

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 หาค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 161)

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทนคะแนนเฉลี่ย

$\sum x_i$ แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทนขนาดกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541 : 65)

$$s = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ s คือ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$(\sum x)^2$ คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$ คือ ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n คือ จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์ α (α - Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา.2546.)

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1+(k-1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\overline{\text{covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	$\overline{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน โดยใช้ในการทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์เรื่องเพศ ใช้สูตร t - test

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทนค่าที่ใช้พิจารณาการแจกแจงแบบ t
	$\overline{X}_1, \overline{X}_2$	แทนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2, S_2^2	แทนค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1, n_2	แทนจำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.2 การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ One – Way Analysis of Variance เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สูตร กุณทลี เวชสาร. (2542 : 239-242)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อ	F	แทนค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ F- test
	MS_B	แทนค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_W	แทนค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

ที่ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (df) เท่ากับ ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ระหว่างกลุ่ม} &= k-1 \\ \text{ภายในกลุ่ม} &= N-k\end{aligned}$$

เมื่อ N คือจำนวนข้อมูลทั้งหมด
 k คือจำนวนกลุ่ม

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 333)

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$
 $r = n-k$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j
 MSE แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
 k แทนจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
 n แทนจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
 α แทนค่าความเชื่อมั่น

2. การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการเงิน

การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการเงินนี้ จะประกอบด้วย การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ การวิเคราะห์ทางการเงินและการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ และวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ซึ่งใช้เป็นเกณฑ์การตัดสินใจลงทุนเพื่อให้ทราบว่าโครงการคุ้มค่าควรแก่การลงทุนหรือไม่

2.1 การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ ประกอบด้วย

2.1.1 เงินลงทุนและค่าใช้จ่ายของโครงการ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.1.1.1 ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Investment Costs) ได้แก่

- ค่าก่อสร้างร้าน
- ค่าปรับปรุงพื้นที่และตกแต่งสถานที่
- ค่ามัดจำค่าเช่าพื้นที่
- ค่าประกันภัย
- ค่าพัฒนาซอฟต์แวร์
- ค่าของที่ระลึก
- ค่าใบปลิว ใบสมัคร

- ค่าอุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ บาร์โค้ด Scanner

2.1.1.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Costs)

- เงินเดือน ค่าจ้างพนักงาน
- ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา
- ค่าวารสาร
- ภาษีโรงเรือน
- ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน
- ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ได้แก่ ถุงใส่หนังสือ ค่าวัสดุ ฯลฯ

2.2 ผลตอบแทนของโครงการ

หมายถึง รายได้จากค่าธรรมเนียมในการเช่าหนังสือ ซึ่งคำนวณจาก

รายได้ค่าเช่า = จำนวนหนังสือที่ถูกเช่า x อัตราค่าเช่าโดยเฉลี่ยของหนังสือแต่ละประเภท

2.3 แหล่งที่มาของเงินทุน (Source of Fund)

แหล่งเงินทุนภายใน ได้จากเงินทุนของเจ้าของกิจการ

2.4 การวิเคราะห์งบการเงินของโครงการ

เป็นการประมาณการงบการเงินต่าง ๆ ได้แก่ งบกำไรขาดทุนและงบดุลล่วงหน้า และการประมาณการกระแสเงินสด

2.4.1 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า เป็นงบแสดงรายได้และค่าใช้จ่ายของกิจการ จัดทำขึ้นเพื่อแสดงผลการดำเนินงานของโครงการล่วงหน้าตลอดอายุโครงการ ว่าในแต่ละปีโครงการที่ทำคาดว่าจะได้กำไรหรือขาดทุนเท่าใด (รูปนา จีนไฟศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2545 : บทที่ 7-14) และใช้วางแผนการขาย แผนค่าใช้จ่ายในการบริหารทั่วไป และแผนการลงทุนที่ได้ทำการวิเคราะห์ไว้ (ณดา จันทรสม. 2543. : 9)

2.4.2 งบดุลล่วงหน้า จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้บริหารเห็นถึงฐานะทางการเงิน ตลอดอายุของโครงการ ซึ่งประกอบด้วย สินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น

2.4.3 ประมาณการงบกระแสเงินสด เป็นการแสดงกระแสเงินสดรับและจ่ายของโครงการ เพื่อให้ผู้บริหารสามารถวางแผนจัดหาเงินและควบคุมการใช้เงินตลอดอายุโครงการ (รูปนา จีนไฟศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2545 : บทที่ 7-15)

2.5 เกณฑ์การตัดสินใจในการลงทุน

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะใช้เครื่องมือการเงินต่าง ๆ ได้แก่ NPV, ROI และ Payback Period ในการวิเคราะห์ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ซึ่งจะมีเกณฑ์การตัดสินใจลงทุน ดังนี้ (กรวิทย์ วงศ์เนตรสว่าง. 2541 : 7-8)

2.5.1 เกณฑ์ที่มีการปรับค่าของเวลา

2.5.1.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) โดยมีหลักเกณฑ์ว่าโครงการที่มีความเหมาะสมด้านการเงินคือ NPV มากกว่าศูนย์หรือเป็นบวก แสดงว่ามีความเหมาะสมที่จะลงทุน กล่าวคือมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนรวมมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม

2.5.2 เกณฑ์ที่ไม่มีการปรับค่าของเวลา

2.5.2.1 อัตราผลตอบแทนเงินลงทุน (Return on Investment : ROI) การพิจารณาความสัมพันธ์โดยตรงของผลตอบแทนในรูปกำไรสุทธิกับเงินลงทุน และมีการคำนึงถึงกำไรตลอดอายุของโครงการ

2.5.2.2 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) เป็นการพิจารณาถึง จำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนคุ้มกับเงินลงทุน ถ้าโครงการมีระยะเวลาคืนทุนเร็ว ถือว่าเป็นโครงการที่ดีเพราะมีความปลอดภัยจากความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น

2.6 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Analysis)

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นเทคนิคที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายคงที่ ค่าใช้จ่ายผันแปรและกำไร โดยใช้เป็นเครื่องมือสำหรับกำหนดจุดรายได้ที่จะคุ้มกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดพอดี ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะพิจารณาว่าจำนวนผู้เช่าและรายได้ที่จะทำให้ถึงจุดคุ้มทุนของกิจการอยู่ ณ ระดับใด(รศ. สุพาดาสีริกุลดา. 2546 : หน้า109)

เครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงิน

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

คือ ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีตลอดอายุโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่ายออกไปภายใต้โครงการที่กำลังพิจารณา ณ อัตราที่กำหนด (เพชรี ชุมทรัพย์. 2538 : 237) หรือเป็นผลต่างระหว่างผลรวมของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิหลังหักภาษีในแต่ละปีกับเงินลงทุนเริ่มแรกเริ่มของโครงการ (Keown and others. 1996 : 318) โดยมีสูตร ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{ACF_t}{(1+k)^t} - IO$$

โดยที่ ACF_t = กระแสเงินสดสุทธิหลังหักภาษีที่เกิดขึ้นในปีที่ t
 k = อัตราส่วนลดที่เหมาะสม
 IO = เงินลงทุนแรกเริ่ม (Initial cash outlay)
 n = อายุของโครงการ

เกณฑ์การตัดสินใจยอมรับโครงการ

ถ้า $NPV \geq 0$ จะยอมรับโครงการ (Accept)

$NPV < 0$ จะปฏิเสธโครงการ (Reject)

2. อัตราผลตอบแทนเงินลงทุน (Return on Investment : ROI)

เป็นการพิจารณาความสัมพันธ์โดยตรงของผลตอบแทนในรูปกำไรสุทธิกับเงินลงทุน โครงการใดที่มีอัตราผลตอบแทนสูงเลือกโครงการนั้น และเหมาะกับการวัดผลของการลงทุนมากกว่าจะเป็นวิธีที่ใช้ในการคัดเลือกโครงการ และมีการคำนึงถึงกำไรตลอดอายุของโครงการ (จินดา ชันทอง. 2536 : 270)

$$ROI = \frac{\text{กำไรสุทธิถัวเฉลี่ย}}{\text{เงินลงทุนสุทธิถัวเฉลี่ย}}$$

3. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)

คือ จำนวนปีที่กิจการจะได้รับเงินที่ลงทุนแรกเริ่มโครงการกลับคืนมา กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือระยะเวลาที่กระแสเงินสดสะสม (Cumulative Cash flows) ของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์ โดยมีสูตร ดังนี้ (อภิชาติ พงศ์สุพัฒน์. 2543 : 246)

$$PB = \frac{\text{เงินสดจ่ายลงทุนสุทธิเริ่มโครงการ}}{\text{เงินสดรับสุทธิรายปี}}$$

เกณฑ์การตัดสินใจยอมรับโครงการ

ถ้า $PB \leq$ อายุของโครงการ จะยอมรับโครงการ (Accept)

$PB >$ อายุของโครงการ จะปฏิเสธโครงการ (Reject)

4. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Analysis) ใช้สูตร ดังนี้

(รศ. สุพาดา สิริกุดตา. 2546 : หน้า109)

$$\text{จำนวนขาย ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรส่วนเกินถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักต่อหน่วย}}$$

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโครงการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต จะประกอบด้วยผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาความเป็นไปได้ 2 ด้านคือ

1. ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด
2. ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

ดังนั้น เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้มีความเข้าใจและสื่อความหมายได้ตรงกัน ผู้วิจัยจึงใช้สัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นไปได้ด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด จะใช้ผลการวิเคราะห์ของการวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการและความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (t-distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบเอฟ (F-distribution)
SS	แทน	ผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean of squares)
P, F-Prob.	แทน	ค่าความน่าจะเป็น(Probability) สำหรับแสดงนัยสำคัญทางสถิติ
df	แทน	องศาอิสระ (Degree of freedom)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เครื่องมือทางการเงินซึ่งประกอบด้วยสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

NPV	แทน	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)
ROI	แทน	อัตราผลตอบแทนเงินลงทุน (Internal Rate of Return)
PB	แทน	ระยะเวลาคืนทุน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

การวิเคราะห์ผลการศึกษาด้านนี้ จะเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดโครงการตั้งร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อ เป็น 6 หัวข้อดังนี้

- ✓/ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ✓/ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการเช่าหนังสือของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ✓/ตอนที่ 3 การวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าหนังสือของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อร้านเช่าหนังสือของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านเช่าหนังสือ

✓/ตอนที่ 7 การวิเคราะห์อุปสงค์ในการเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ซึ่งจะอาศัยคำถามจากแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อที่ 15 โดยจะเป็นการสรุปผลปริมาณผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

ตอนที่ 8 การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาด ของร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

ซึ่งผลวิเคราะห์การศึกษความเป็นไปได้ด้านการตลาดของงานวิจัยครั้งนี้ จะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา จำนวน 400 คน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอในรูปแบบของความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 3

ตาราง 3 จำนวน ร้อยละ ของเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล		ผู้โดยสาร	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	181	45.25
	หญิง	219	54.75
	รวม	400	100.0
2. อายุ	16 - 20 ปี	73	18.25
	21 - 25 ปี	105	26.25
	26 - 30 ปี	114	28.50
	31 - 35 ปี	60	15.00
	35 ปีขึ้นไป	48	12.00
	รวม	400	100.0

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล		ผู้โดยสาร	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	6	1.50
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	66	16.50
	อนุปริญญาตรี	35	8.75
	ปริญญาตรี	252	63.00
	สูงกว่าปริญญาตรี	41	10.25
	รวม	400	100.0
4. อาชีพ	รับจ้าง	18	4.50
	ข้าราชการ	3	0.75
	พนักงานบริษัทเอกชน	284	71.00
	เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	4	1.00
	นักศึกษา	80	20.00
	อื่น	11	2.75
	รวม	400	100.0
5. รายได้	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน	63	15.75
	5,001-15,000 บาทต่อเดือน	151	37.75
	15,001-25,000 บาทต่อเดือน	100	25.00
	25,001-35,000 บาทต่อเดือน	51	12.75
	35,001-45,000 บาทต่อเดือน	16	4.00
	มากกว่า 45,000 บาทต่อเดือน	19	4.75
	รวม	400	100.0

จากตาราง 3 แสดงถึง จำนวนและร้อยละของผู้โดยสารของสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตจำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

เพศ กลุ่มผู้โดยสารที่ได้จากการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ มีเพศชายและเพศหญิง โดยเป็นเพศชาย จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 และเป็นเพศหญิง จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75

อายุ กลุ่มผู้โดยสารที่ได้จากการตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุ 16 - 20 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 อายุ 21-25 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 รองลงมาคือ อายุ 26-30 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 อายุ 31-35 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และ อายุ 36 ปีขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุด กลุ่มผู้โดยสารที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 มัธยมศึกษาตอนต้น 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 อนุปริญญาตรี 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ปริญญาตรี 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ตามลำดับ

อาชีพ กลุ่มผู้โดยสารที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม อาชีพรับจ้าง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ข้าราชการ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 284 คนคิดเป็นร้อยละ 71 เจ้าของธุรกิจ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 นักศึกษา จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 อาชีพ อื่น ๆ คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

รายได้ กลุ่มผู้โดยสาร ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ผู้โดยสารส่วนมากมีรายได้ระหว่าง 5,001-15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รายได้ 15,001-25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และ ระดับรายได้ 25,001-35,000 บาทต่อเดือน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ระดับรายได้ 35,001-45,000 บาทต่อเดือนจำนวน 16 คิดเป็นร้อยละ 4 และมากกว่า 45,000 บาทต่อเดือน จำนวน 19 คน คิดร้อยละเป็น 4.75 ตามลำดับ

ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มใหม่ของ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และ รายได้ เพื่อให้การทดสอบสมมติฐานมีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น การจัดกลุ่มใหม่มีดังตาราง 4 ดังต่อไปนี้

ตาราง 4 จำนวน ร้อยละ ของระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล		ผู้โดยสาร	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	72	18.00
	อนุปริญาตรี	35	8.75
	ปริญาตรี	252	63.00
	สูงกว่าปริญาตรี	41	10.25
	รวม	400	100.0
2. อาชีพ	รับจ้าง	18	4.50
	พนักงานบริษัทเอกชน	284	71.00
	นักศึกษา	80	20.00
	อื่นๆ ประกอบด้วย พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ข้าราชการ,เจ้าของธุรกิจ	18	4.50
	รวม	400	100
3. รายได้	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน	63	15.75
	5,001-15,000 บาทต่อเดือน	151	37.75
	15,001-25,000 บาทต่อเดือน	100	25.00
	25,001-35,000 บาทต่อเดือน	51	12.75
	มากกว่า 35,000 บาทต่อเดือน	35	8.75
	รวม	400	100

จากตาราง 4 แสดงถึง จำนวนและร้อยละของผู้โดยสารของสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตจำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ระดับการศึกษา กลุ่มผู้โดยสารที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18อนุปริญาตรี 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ปริญาตรี 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63 สูงกว่าปริญาตรีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ตามลำดับ

อาชีพ กลุ่มผู้โดยสารที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ส่วนมากมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 284 คนคิดเป็นร้อยละ 71 รองลงมาคือ นักศึกษา จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 อาชีพรับจ้างจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และอื่น ๆ คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ 11 คน อาชีพรับราชการ 3 คน และเจ้าของธุรกิจ 4 คน รวมเป็น 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

รายได้ กลุ่มผู้โดยสาร ส่วนมากมีรายได้ระหว่าง 5,001-15,000 บาท จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รายได้15,001-25,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ระดับรายได้ 25,001-35,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 และ มากกว่า 35,000 บาทต่อเดือน จำนวน 35 คน คิดร้อยละเป็น 8.75 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการเข้าหนังสือของกลุ่มผู้โดยสารเป้าหมาย

เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้โดยสารเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้โดยสารที่เคยเข้าหนังสือไม่ว่าจากร้านเช่าหนังสือใกล้บ้าน หรือร้านเช่าหนังสือที่เป็นทางผ่าน และจะศึกษาถึงความต้องการของผู้โดยสารกลุ่มเป้าหมาย บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 5 จำนวน และร้อยละ ของผู้โดยสารที่เคยเข้าหนังสือ

ผู้โดยสารที่เคยเข้าหนังสือ	ผู้โดยสาร	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยเข้าหนังสือ	223	55.75
ไม่เคยเข้าหนังสือ	177	44.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 ในจำนวนผู้โดยสารที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า มีจำนวนร้อยละ 55.75 เป็นผู้เคยเข้าหนังสือ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 223 คน และไม่เคยเข้าหนังสือ ร้อยละ 44.25 จำนวน 177 คน ตามลำดับ

ตาราง 6 จำนวน และร้อยละ พฤติกรรมของผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือ

พฤติกรรมของผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือ	ผู้โดยสาร	
	จำนวน (เล่ม)	ร้อยละ
1. ประเภทหนังสือที่เช่า (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)		
หนังสือการ์ตูน	153	36.60
หนังสือนิยาย	103	24.64
หนังสือพอร์คเก็ตบุ๊ก	62	14.83
หนังสือนิตยสารแฟชั่น	32	7.66
หนังสือท่องเที่ยว	55	13.16
อื่นๆ	13	3.11
รวม	418	100.0
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. สาเหตุสำคัญที่ท่านเช่าหนังสือ		
ไม่ยากเก็บหนังสือไว้มาก	19	8.52
ได้อ่านหนังสือใหม่	37	16.59
หนังสือราคาแพงซื้อไม่คุ้ม	54	24.22
อ่านเพียงเที่ยวเดียวไม่ได้อ่านซ้ำ	53	23.77
มีให้เลือกหลายประเภท	50	22.42
อื่น ๆ	10	4.48
รวม	223	100.0
3 นักเขียนที่ชอบ		
3.1 นักเขียนชาวต่างประเทศ		
JK Rowling	7	7
อาร์คาทา คริตส์ตี	2	2
โทริยามา อากิรา	1	1
อารากาธา	1	1
เออิจิโร โอตะ	1	1
แจคเกอลีน วินสัน	1	1
3.1 นักเขียนชาวไทย		
ทมยันตี	13	13
พนมเทียน	9	9
โสภาค สุวรรณ	6	6
โน้ต อุดม	6	6
ศรีบูรพา	5	5
มรว ศีกุทธิ์	5	5
ว.วินิจฉัยกุล	4	4
กิมย้ง	4	4
โกวเล้ง	4	4

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมของผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือ	ผู้โดยสาร	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ยาขอบ	3	3
ปราบดา หยุ่น	3	3
ไม้เมืองเดิม	3	3
กฤษณา อโศกสิน	2	2
เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์	2	2
โบตัน	2	2
ปราชญ์แสง	2	2
พล.ตร. วสิษฐ เดชกุญชร	2	2
สรจักร	2	2
จิรนนท์ พิขปรีชา	1	1
กิ่งฉัตร	1	1
คำพูน บุญทวี	1	1
จตุพล ชมพูนิช	1	1
ชาติ กอบจิตติ	1	1
ชูวิทย์	1	1
ปิยะพร ศักดิ์เกษม	1	1
พลอย จริยเวช	1	1
ไพฑูรย์ ธัญญา	1	1
สุวรรณี	1	1
รวม	100	100.00
4. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเช่าหนังสือแต่ละครั้ง		
6-15 บาท	48	21.52
16-25 บาท	79	35.43
26-35 บาท	32	14.35
36-45 บาท	7	3.14
46 บาท ขึ้นไป	57	25.56
รวม	223	100.00
5. จำนวนหนังสือที่เช่าแต่ละครั้ง		
1 เล่ม	16	7.18
2 เล่ม	86	38.57
3 เล่ม	61	27.35
4 เล่ม	28	12.56
5 เล่ม ขึ้นไป	32	14.35
รวม	223	100.00

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมของผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือ		ผู้โดยสาร	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
6.	ระยะเวลาที่เช่าโดยเฉลี่ยต่อเล่ม		
	1 วัน	35	15.70
	2 วัน	69	30.94
	3 วัน	75	33.63
	4 วัน	13	5.83
	5 วันขึ้นไป	31	13.90
	รวม	223	100.00
7.	ช่วงเวลาที่เช่าหนังสือ		
	8.30 – 5.30 จันทร์ – ศุกร์	16	7.17
	5.30 – 21.00 จันทร์ – ศุกร์	68	30.50
	9.00 – 18.00 เสาร์ – อาทิตย์	116	52.02
	แล้วแต่สะดวก	23	10.31
	รวม	223	100.00
8.	สาเหตุที่สำคัญที่สุดที่ท่านเลือกเช่าหนังสือกับร้านที่ใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน		
	ใกล้บ้าน	130	58.30
	ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา	25	11.21
	ทางผ่านที่ต้องเดินทางประจำ	44	19.73
	อัตราค่าเช่าถูก	14	6.28
	ลดราคา Promotion	4	1.79
	อื่น ๆ	6	2.69
	รวม	223	100.00
9	อัตราค่าเช่าหนังสือที่ผู้สนใจจะใช้บริการคิดว่าเหมาะสมที่จะจ่ายต่อเล่ม		
	9.1 อัตราค่าเช่าหนังสือการ์ตูน		
	1-5 บาท	137	82.04
	6-10 บาท	22	13.17
	11-15 บาท	3	1.80
	15 บาท ขึ้นไป	5	2.99
	รวม	167	100.00

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมของผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือ	ผู้โดยสาร	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
9.2 อัตราค่าเช่าหนังสือนิยาย		
1-5 บาท	77	46.10
6-10 บาท	62	37.13
11-15 บาท	16	9.58
15 บาท ขึ้นไป	12	7.19
รวม	167	100.00
9.3 อัตราค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊ก		
1-5 บาท	88	52.70
6-10 บาท	51	30.54
11-15 บาท	15	8.98
15 บาท ขึ้นไป	13	7.78
รวม	167	100.00
9.4 อัตราค่าเช่าหนังสือนิตยสาร		
1-5 บาท	87	52.10
6-10 บาท	69	41.32
11-15 บาท	6	3.59
15 บาท ขึ้นไป	5	2.99
รวม	167	100.00

จากตาราง 6 แสดงถึง จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมของผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือจำนวนทั้งสิ้น 223 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเภทหนังสือที่เช่า ผู้โดยสารส่วนมากเคยเช่าหนังสือการ์ตูน จำนวน 153 คน สูงถึงร้อยละ 36.60 และเช่าหนังสือนิยาย จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 24.64 รองลงมาคือ หนังสือพอร์คเก็ตบุ๊ก จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 14.83 หนังสือนิตยสารแฟชั่น จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.66 และมีเพียงจำนวนน้อยที่เช่าหนังสือท่องเที่ยว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.16

สาเหตุสำคัญที่เช่าหนังสือ ผู้โดยสารส่วนมากเลือกเช่าหนังสือด้วยเหตุผลว่า หนังสือราคาแพงซื้อไม่คุ้ม จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 24.22 และผู้โดยสารที่อ่านหนังสือเพียงเที่ยวเดียวไม่ได้อ่านซ้ำ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 23.77 และมีให้เลือกหลายประเภท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 22.42 และได้อ่านหนังสือใหม่ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.59 ไม่อยากเก็บหนังสือไว้มาก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.52 และอื่น ๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเช่าหนังสือแต่ละครั้ง ผู้โดยสารส่วนมากค่าใช้จ่ายในการเช่าหนังสือแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 6-15 บาท จำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 21.52 และ 16-25 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ

จำนวนหนังสือที่เช่าแต่ละครั้ง ผู้โดยสารจะเช่าหนังสือจำนวน 1 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 7.18 และจำนวน 2 เล่ม จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 38.57 ครั้งละ 3 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 27.35 ครั้งละ 4 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 12.56 และครั้งละ 5 เล่มขึ้นไป ร้อยละ 14.35

ระยะเวลาที่เช่าโดยเฉลี่ยต่อเล่ม ผู้โดยสารเช่าหนังสือโดยเฉลี่ยต่อเล่มนาน 1 วัน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 15.70 และเฉลี่ย ต่อเล่ม 2 วัน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 30.94 เช่าหนังสือโดยเฉลี่ยต่อเล่ม 3 วัน จำนวน 75 คิดเป็นร้อยละ 33.63 เช่าหนังสือต่อเล่มเฉลี่ย 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 5.83 และ เช่า 5 วันขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90

ช่วงเวลาที่เช่าหนังสือ ผู้โดยสารส่วนใหญ่ เลือกเช่าหนังสือเวลา 9.00 -18.00 เสาร์-อาทิตย์ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 52.02 และเวลา 17.30-21.00 จันทร์-ศุกร์ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และเลือกเช่าหนังสือ 8.30-17.30 น จันทร์-ศุกร์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.17 และแล้วแต่สะดวก จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10.31

สาเหตุที่สำคัญที่เลือกเช่าหนังสือกับร้านที่ใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน ผู้โดยสารส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าใกล้บ้าน จำนวน 130 คน ร้อยละ 58.30 และใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 11.21 เหตุผลว่าเป็นทางผ่านประจำ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.73 สุดท้ายคือ อัตราค่าเช่าถูก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.28 และลดราคา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.79 และอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.69

อัตราค่าเช่าหนังสือการ์ตูนที่ผู้สนใจจะใช้บริการรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตคิดว่าเหมาะสมที่จะจ่ายต่อเล่ม ในอัตราช่วง 1-5 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 82.40 ช่วงอัตรา 6-10 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 13.17 ช่วงอัตรา 11-15 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ช่วงอัตรา 15 บาทขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99

อัตราค่าเช่าหนังสือนิยายที่ผู้สนใจจะใช้บริการรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตคิดว่าเหมาะสมที่จะจ่ายต่อเล่ม ในอัตราช่วง 1-5 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 46.10 ช่วงอัตรา 6-10 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 37.13 ช่วงอัตรา 11-15 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.58 ช่วงอัตรา 15 บาทขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.19

อัตราค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กที่ผู้สนใจจะใช้บริการรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตคิดว่าเหมาะสมที่จะจ่ายต่อเล่ม ในอัตราช่วง 1-5 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 ช่วงอัตรา 6-10 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 30.54 ช่วงอัตรา 11-15 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 8.98 ช่วงอัตรา 15 บาทขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.78

อัตราค่าเช่าหนังสือนิตยสารที่ผู้สนใจจะใช้บริการรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตคิดว่าเหมาะสมที่จะจ่ายต่อเล่ม ในอัตราช่วง 1-5 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 52.10 ช่วงอัตรา 6-10 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 41.32 ช่วงอัตรา 11-15 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.59 ช่วงอัตรา 15 บาทขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99

ตาราง 7 จำนวน และร้อยละของผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

พฤติกรรมของผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือ	ผู้โดยสาร	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สนใจเช่า	167	41.75
ไม่สนใจเช่า	233	58.25
รวม	400	100.0

n = 400

จากตาราง 7 จำนวนผู้โดยสารที่ 400 คน พบว่ามีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 ที่สนใจเช่าหนังสือ ที่ร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS และไม่สนใจเช่าหนังสือ ที่ร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25

ตาราง 8 เหตุผลของผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือและไม่สนใจเช่าหนังสือกับร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

เหตุผลของผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือและไม่สนใจเช่าหนังสือ	ผู้โดยสาร	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เหตุผลสนใจเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต		
สะดวกเป็นทางผ่าน	58	40.28
ใกล้ที่ทำงาน	35	24.31
ชอบอ่านหนังสือ	23	15.97
ไม่ต้องซื้อหนังสือแพง	6	4.17
มีหนังสือหลายแนวให้เลือก	5	3.47
ทำเลดี	4	2.78
ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS อยู่แล้ว	4	2.78
ได้ความรู้คลายเครียดได้	3	2.08
ถูกกว่าซื้อเอง	3	2.08
ไม่อยากซื้อหนังสือ	2	1.39
บรรยากาศน่าจะดีอยู่ในเขตทำงาน	1	0.69
รวม	144	100.0

ตาราง 8 (ต่อ)

เหตุผลของผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือและไม่สนใจเช่าหนังสือ	ผู้โดยสาร	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. เหตุผลไม่สนใจเช่าหนังสือบนสถานรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต		
ชอบซื้อหนังสือสะสม	45	31.69
รีบ	37	26.06
ไม่ชอบอ่านหนังสือ	26	18.31
ไม่มีเวลาว่าง	20	14.08
ร้านเล็กเบียดกัน	9	6.34
อ่านจากเน็ต	3	2.11
ทำเลไม่ดี	2	1.41
รวม	142	100.0

จากตาราง 8 เหตุผลที่สนใจเช่าหนังสือบนสถานรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตอันดับหนึ่งคือ สะดวกเป็นทางผ่าน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 40.28 รองลงมาคือ ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 35 คน จำนวน 24.31 ชอบอ่านหนังสือ จำนวน 23 คน คิดเป็นจำนวน 15.97 ไม่ต้องซื้อหนังสือแพง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 มีหนังสือหลายแนวให้เลือก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.47 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78 ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS อยู่แล้ว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78 ได้ความรู้คลายเครียดได้ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.08 ถูกกว่าซื้อเอง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.08 ไม่อยากซื้อหนังสือจำนวน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.39 บรรยากาศน่าจะดีอยู่ในเขตทำงาน จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 0.69

เหตุผลที่ไม่สนใจเช่าหนังสือบนสถานรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตอันดับหนึ่งคือ ชอบซื้อหนังสือสะสม จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 31.69 รองลงมาคือ รีบ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 26.06 ไม่ชอบอ่านหนังสือจำนวน 26 คน จำนวน 18.31 ไม่มีเวลาว่างจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.08 ร้านเล็กเบียดกันจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.34 อ่านจากเน็ต จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.11 ทำเลไม่ดี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.41

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ การตัดสินใจ ใช้บริการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือกับร้านบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

พฤติกรรมของผู้โดยสาร	ผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS				รวม	
	สนใจเช่า		ไม่สนใจเช่า			
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยเช่าหนังสือที่อื่นอ่าน	121	30.25	102	25.50	223	55.75
ไม่เคยเช่าหนังสือที่อื่นอ่าน	46	11.50	131	32.75	177	44.25
	167	41.75	234	58.25	400	100.00

จากตาราง 9 ในจำนวนกลุ่มผู้โดยสารตัวอย่าง 400 คน พบว่าผู้โดยสารสนใจเช่าหนังสือกับร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้าเพลินจิตมีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 โดยจำนวนนี้เป็นผู้เคยเช่าหนังสือที่อื่นอ่านมาก่อนสูงถึงร้อยละ 30.25 และไม่เคยเช่าหนังสือที่อื่นอ่านมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 11.50

เมื่อพิจารณาผู้ที่ไม่สนใจเช่าหนังสือกับร้านเช่าหนังสือบนรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตพบว่าผู้ไม่สนใจเช่าจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 โดยในจำนวนนี้เป็นผู้ที่เคยเช่าหนังสือที่อื่นอ่านมาก่อน 25.50 และไม่เคยเช่าหนังสือที่อื่นอ่านมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 32.75

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความถี่ร้อยละ ของผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

อัตราค่าเช่าของผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือบนรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต	$\bar{X}$	SD
อัตราค่าเช่าหนังสือการ์ตูนต่อเล่ม	2.62	5.01
อัตราค่าเช่าหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กต่อเล่ม	4.10	6.86
อัตราค่าเช่าหนังสือนิยายต่อเล่ม	4.71	5.67
อัตราค่าเช่านิตยสารต่อเล่ม	4.52	5.21

n = 167

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือกับร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตซึ่งมีจำนวน 167 คน พบว่าอัตราค่า อัตราค่าเช่าหนังสือการ์ตูนต่อเล่มเฉลี่ย (บาท) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 บาท อัตราค่าเช่าหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กต่อเล่มเฉลี่ย (บาท) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 บาท อัตราค่าเช่าหนังสือนิยายต่อเล่มเฉลี่ย (บาท) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 บาท และอัตราค่าเช่านิตยสารต่อเล่ม (บาท) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 บาท

เช่าจักรยานต่อเล่มเฉลี่ย (บาท) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 บาท และอัตราค่าเช่าจักรยานต่อเล่ม (บาท) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 บาท

ตอนที่4 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้โดยสาร BTS สถานีเพลินจิตที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ

เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตที่มีต่อร้านเช่าหนังสือ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งพอสรุปผลการวิเคราะห์ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ

ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.09	0.54	เห็นด้วยมาก
ด้านราคา	4.04	0.74	เห็นด้วยมาก
ด้านทำเลที่ตั้ง	3.76	0.71	เห็นด้วยมาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.94	0.60	เห็นด้วยมาก

n = 400

จากตาราง 11 จากผลการวิเคราะห์ พบว่าความคิดเห็นของผู้โดยสารที่ใช้บริการสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.09$) ขณะที่ความคิดเห็นของผู้โดยสารที่ใช้บริการสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านราคาอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.04$) ส่วนความคิดเห็นของผู้โดยสารที่ใช้บริการสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านทำเลที่ตั้งอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.76$) และความคิดเห็นของผู้โดยสารที่ใช้บริการสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.94$)

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงมาตรฐานจำนวนร้อยละและระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ที่มีต่อการเลือกเข้าหนังสือด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกเข้าหนังสือ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น					แปลผล
			เห็นด้วยอย่างมาก	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	
(1) ด้านผลิตภัณฑ์								
1.1 ให้เข้าหนังสือใหม่ที่เพิ่งวางแผงทุกเดือน	4.26	0.780	177 (44.25%)	158 (39.5%)	56 (14%)	9 (2.25%)	-	เห็นด้วยอย่างมาก
1.2 ให้เข้าหนังสือการ์ตูน	4.14	0.815	153 (38.25%)	157 (39.25%)	82 (20.5%)	7 (1.75%)	1 (0.25%)	เห็นด้วยมาก
1.3 ให้เข้าพอดแคสต์ (ไทย/อังกฤษ) -	4.23	0.724	160 (40%)	175 (43.75%)	63 (15.75%)	2 (0.5%)	-	เห็นด้วยอย่างมาก
1.4 ให้เข้าหนังสือนิยาย	4.04	0.846	135 (33.75%)	160 (40%)	93 (23.25%)	10 (2.5%)	2 (0.5%)	เห็นด้วยมาก
1.5 ให้เข้านิตยสาร	4.08	0.817	138 (34.50%)	167 (41.60%)	88 (22%)	4 (1%)	3 (0.75%)	เห็นด้วยมาก
1.6 ให้เข้าหนังสือที่หาอ่านได้ยาก	4.32	0.838	211 (52.75%)	116 (29%)	61 (15.25%)	12 (3%)	-	เห็นด้วยอย่างมาก
1.7 ให้เข้าหนังสือราคาสูง	3.78	0.982	111 (27.75%)	133 (33.25%)	117 (29.25%)	35 (8.75%)	4 (1%)	เห็นด้วยมาก
1.8 ให้เข้าหนังสือที่ต้องใช้เวลาสะสม	3.92	0.909	129 (32.25%)	131 (32.75%)	119 (29.75%)	21 (5.25%)	-	เห็นด้วยมาก
1.9 ให้เข้าหนังสือของสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียง	3.93	0.826	114 (28.50%)	153 (38.25%)	124 (31%)	9 (2.25%)	-	เห็นด้วยมาก
1.10 ให้เข้าหนังสือที่ได้รับรางวัล เช่น รางวัลซีไรต์	4.14	0.802	155 (38.75%)	148 (37%)	93 (23.25%)	4 (1%)	-	เห็นด้วยมาก
1.11 ให้เข้าหนังสือประเภท Best Seller	4.19	0.772	161 (40.25%)	157 (39.25%)	79 (19.75%)	3 (0.75%)	-	เห็นด้วยมาก

n = 400

จากตาราง 12 สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตที่มีต่อการเลือกเข้าหนังสือด้านผลิตภัณฑ์ ได้ดังนี้

จากผลการวิเคราะห์แปลผลความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตด้านผลิตภัณฑ์พบว่าผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อด้านผลิตภัณฑ์ในระดับเห็นด้วยมากที่ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 ส่วนความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกเข้าหนังสือด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อวิเคราะห์รายชื่อจะได้ผลดังต่อไปนี้

- ให้เข้าหนังสือที่หาอ่านได้ยาก พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32
- ให้เข้าหนังสือที่เพิ่งวางแผงทุกเดือน พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26
- ให้เข้าพอร์คเก็ตบูค (ไทย/อังกฤษ) พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23
- ให้เข้าหนังสือประเภท Best Seller พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19
- ให้เข้าหนังสือการ์ตูนและให้เข้าหนังสือที่ได้รับรางวัล เช่น รางวัลซีไรต์ พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14
- ให้เข้านิตยสาร พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08
- ให้เข้าหนังสือนิยาย พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04
- ให้เข้าหนังสือของสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียง พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93
- ให้เข้าหนังสือที่ต้องใช้เวลาสะสม พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92
- ให้เข้าหนังสือราคาสูง พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

โดยส่วนใหญ่ผู้โดยสารจะมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่งที่ให้เข้าหนังสือที่หาอ่านได้ยาก เป็นอย่างแรก รองลงมา คือ ให้เข้าหนังสือที่เพิ่งวางแผงทุกเดือน และให้เข้าพอร์คเก็ตบูค (ไทย/อังกฤษ) ตามลำดับ

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนร้อยละและระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ที่มีต่อการเช่าหนังสือในด้านราคา

ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกเช่าหนังสือ	— X	S.D	ระดับความคิดเห็น					แปลผล
			เห็นด้วยอย่างมาก	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	
(2) ด้านราคา								
2.1 ราคาควรเป็นอัตราที่แข่งขันกับร้านอื่นได้	3.92	0.918	121 (30.25%)	157 (39.25%)	95 (23.75%)	24 (6%)	3 (0.75%)	เห็นด้วยมาก
2.2 ควรยกเว้นค่ามัดจำรายปี	4.16	0.910	178 (44.50%)	127 (31.75%)	76 (19%)	17 (4.25%)	2 (0.50%)	เห็นด้วยมาก
2.3 ควรยกเว้นค่าสมาชิกรายปี	4.03	0.908	144 (36.00%)	146 (36.50%)	90 (22.50%)	17 (4.25%)	3 (0.75%)	เห็นด้วยมาก
n = 400								

จากตาราง 13 สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตที่มีต่อการเลือกเช่าหนังสือด้านราคา ได้ดังนี้

จากผลการวิเคราะห์แปลผลความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตด้านราคาพบว่าผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อด้านราคาในระดับเห็นด้วยมากที่ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.04 ส่วนความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกเช่าหนังสือด้านราคา เมื่อวิเคราะห์รายชื่อจะได้ผลดังต่อไปนี้

- ควรยกเว้นค่ามัดจำรายปี พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16
- ควรยกเว้นค่าสมาชิกรายปี พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03
- ราคาควรเป็นอัตราที่แข่งขันกับร้านอื่นได้ พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

โดยส่วนใหญ่ผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างมากที่จะยกเว้นค่ามัดจำรายปี เป็นอย่างแรก รองลงมา คือ ยกเว้นค่าสมาชิกรายปี และราคาควรเป็นอัตราที่แข่งขันกับร้านอื่นได้ ตามลำดับ

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนร้อยละและระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ที่มีต่อการเข้าหนังสือในด้านทำเลที่ตั้ง

ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกเช่าหนังสือ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น					แปลผล
			เห็นด้วยอย่างมาก	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	
(3) ด้านทำเลที่ตั้ง								
3.1 สถานีเพลินจิต เป็นที่มีทำเลใกล้ที่ทำงานและแหล่งชุมชน	3.73	0.828	74 (18.50%)	163 (40.75%)	144 (36%)	17 (4.25%)	2 (0.50%)	เห็นด้วยมาก
3.2 สถานีเพลินจิต มีทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง จะอยู่สถานีไหนก็แวะมาได้	3.60	0.898	68 (17%)	162 (40.50%)	135 (33.75%)	29 (7.25%)	6 (1.50%)	เห็นด้วยมาก
3.3 ร้านเช่าหนังสือที่ทันสมัยสามารถจองหนังสือผ่านทางเว็บไซต์ได้	3.90	0.880	110 (27.50%)	168 (42%)	95 (23.75%)	27 (6.75%)	-	เห็นด้วยมาก

n = 400

จากตาราง 14 สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตที่มีต่อการเลือกเข้าหนังสือด้านทำเลที่ตั้ง ได้ดังนี้

จากผลการวิเคราะห์แปลผลความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตด้านทำเลที่ตั้ง พบว่าผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อด้านทำเลที่ตั้งในระดับเห็นด้วยมากที่ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76 ส่วนความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกเข้าหนังสือด้านทำเลที่ตั้ง เมื่อวิเคราะห์รายชื่อจะได้ผลดังต่อไปนี้

- เป็นร้านเช่าหนังสือที่ทันสมัย สามารถจองหนังสือผ่านทางเว็บไซต์ได้ พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90
- สถานีเพลินจิตเป็นที่มีทำเลใกล้ที่ทำงานและแหล่งชุมชน พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73
- สถานีเพลินจิตมีทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง จะอยู่สถานีไหนก็แวะมาได้ พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

โดยส่วนใหญ่ผู้โดยสารจะมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างมากว่าเป็นร้านเช่าหนังสือที่ทันสมัยสามารถจองหนังสือผ่านทางเว็บไซต์ได้ เป็นอย่างแรก รองลงมา คือ สถานีเพลินจิตเป็นที่ทำงานและแหล่งชุมชน และสถานีเพลินจิตมีทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง จะอยู่สถานีไหนก็แวะมาได้ ตามลำดับ

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนร้อยละและระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ที่มีต่อการเช่าหนังสือด้านการส่งเสริมการตลาด

ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกเช่าหนังสือ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น					แปลผล
			เห็นด้วยอย่างมาก	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	
(4) ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.40	0.811	44	127	191	38	-	เห็นด้วยปานกลาง
4.1 ท่านสนใจมาใช้บริการร้านเช่าหนังสือที่เห็นจากสื่อใบปลิวที่แจกบนสถานี			(11%)	(31.75%)	(47.75%)	(9.5%)		
4.2 ท่านสนใจมาใช้บริการหากลดค่าสมัครสมาชิก 30% เช่นจาก 100 บาท เหลือ 70 บาท	3.82	0.868	95	164	117	23	1	เห็นด้วยมาก
			(23.75%)	(41%)	(29.25%)	(5.75%)	(0.20%)	
4.3 การแจกรางวัลโดยลุ้นเลขท้าย 4 ตัวของรางวัลที่ 1 ในแต่ละงวดจะได้รับรางวัลเช่นกล่องดิจิตอลหรือแพ็คเกจท่องเที่ยว	4.00	0.907	142	134	105	18	1	เห็นด้วยมาก
			(35.50%)	(33.50%)	(26.25%)	(4.50%)	(0.20%)	
4.4 แนะนำหนังสือใหม่โดยจัดโชว์ให้เห็นเด่นชัดขึ้นป้าย	4.30	0.741	183	155	59	3	-	เห็นด้วยมาก
			(45.75%)	(38.75%)	(14.75%)	(0.75%)		
4.5 ส่งวารสารถึงสมาชิกทุกเดือนหรือเข้าชมข้อมูลหนังสือใหม่ในเว็บไซต์	4.14	0.791	153	152	92	3	-	เห็นด้วยมาก
			(38.25%)	(38%)	(23%)	(0.75%)		

จากตาราง 15 สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตที่มีต่อการเลือกเช่าหนังสือด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ดังนี้

จากผลการวิเคราะห์แปลผลความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดในระดับเห็นด้วยมากที่ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 ส่วนความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกเช่าหนังสือด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อวิเคราะห์รายข้อ จะได้ผลดังต่อไปนี้

- การแนะนำหนังสือใหม่โดยจัดโชว์ให้เห็นเด่นชัดขึ้นป้าย พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30
- การส่งวารสารถึงสมาชิกทุกเดือนหรือเข้าชมข้อมูลหนังสือใหม่ในเวปไซต์ พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14
- การแจกรางวัลโดยลุ้นเลขท้าย 4 ตัวของรางวัลที่ 1 ในแต่ละงวด พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00
- สนใจมาใช้บริการหากลดค่าสมัครสมาชิก 30% พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82
- ท่านสนใจมาใช้บริการจากสื่อโปสเตอร์ที่แจกบนสถานี พบว่าผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

โดยส่วนใหญ่ผู้โดยสารจะมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างมาก ว่าการส่งเสริมการตลาดเน้นที่การแนะนำหนังสือโดยจัดโชว์เด่นชัดขึ้นป้าย เป็นอย่างแรก รองลงมา คือ การส่งวารสารถึงสมาชิกทุกเดือนหรือเข้าชมข้อมูลหนังสือใหม่ในเวปไซต์ และการแจกรางวัลโดยลุ้นเลขท้าย 4 ตัวของรางวัลที่ 1 ในแต่ละงวด ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตที่มีต่อการเลือกเช่าหนังสือ

ในการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือซึ่งประกอบด้วยความคิดเห็น 4 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้ง ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ รายได้ และการศึกษา โดยการทดสอบสมมติฐานดังแสดงในตาราง 15-19

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้โดยสารกลุ่มเป้าหมายของรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

5.1 ทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้านเพศ

H_0 : ผู้โดยสารที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้โดยสารที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือแตกต่างกัน

เพศ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะให้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน วิเคราะห์ค่าแตกต่างโดยทดสอบค่าที (Independent t-test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 16

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือจำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ	เพศ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D	t	df	P
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	4.10	.57	.296	398	.43
	หญิง	4.08	.53			
2. ด้านราคา	ชาย	3.99	.76	-0.89	398	.94
	หญิง	4.06	.73			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ชาย	3.78	.70	.71	398	.58
	หญิง	3.73	.72			
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	ชาย	4.00	.59	2.057	398	.75
	หญิง	3.88	.61			

n = 400

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ เพศของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตกับความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบพบว่า ความคิดเห็นของผู้โดยสาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและด้านส่งเสริมการตลาด มีค่า Probability (p) เท่ากับ .43 ,.94 ,.58 และ .75 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือไม่แตกต่างกัน

5.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้านอาชีพ

H_0 : ผู้โดยสารที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้โดยสารที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือแตกต่างกัน

ด้านอาชีพ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังตาราง

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือจำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.649	.216	.715	.543
	ภายในกลุ่ม	396	119.722	.302		
	รวม	399	120.371			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3	3.963	1.321	2.407	.067
	ภายในกลุ่ม	396	217.325	.549		
	รวม	399	221.288			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	3	0.821	.274	.539	.656
	ภายในกลุ่ม	396	201.272	.508		
	รวม	399	202.093			
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	1.216	.405	1.109	.345
	ภายในกลุ่ม	396	144.671	.365		
	รวม	399	145.887			

n = 400

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ อาชีพของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตกับความเห็นที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ จำแนกตามอาชีพโดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบพบว่า ความคิดเห็นของผู้โดยสาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและด้านส่งเสริมการตลาด มีค่า F-Prob เท่ากับ .543 ,.067 ,.656 และ .345 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือไม่แตกต่างกัน

5.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้านอายุ

H_0 : ผู้โดยสารที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้โดยสารที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือแตกต่างกัน

ด้านอายุ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังตาราง

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือจำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4	5.179	1.295	4.440*	0.02
	ภายในกลุ่ม	395	115.191	0.292		
	รวม	399	120.371			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4	4.527	1.132	2.062	0.085
	ภายในกลุ่ม	395	216.761	0.549		
	รวม	399	221.288			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	4	4.714	1.178	2.358	0.053
	ภายในกลุ่ม	395	193.379	0.50		
	รวม	399	202.093			
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4	8.569	2.142	6.162**	0.000
	ภายในกลุ่ม	395	137.318	0.348		
	รวม	399	145.887			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ อายุของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตกับความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ จำแนกตามอายุโดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบพบว่า ความคิดเห็นของผู้โดยสาร ในด้านราคาและด้านทำเลที่ตั้ง มีค่า F-Prob เท่ากับ .085 และ .053 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สำหรับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด มีค่า F-Prob. เท่ากับ .02 และ .00 มีค่าน้อยกว่า .05 และ .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือแตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน ในวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ซึ่งผล ปรากฏดังตาราง 19

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านผลิตภัณฑ์
เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	35 ปีขึ้นไป
		4.06	4.23	4.14	3.94	3.92
16-20 ปี	4.061	-	-0.17*	-0.07	0.12	0.14
			(.038)	(.347)	(.208)	(.151)
21-25 ปี	4.23	-	-	0.09	0.29**	0.32**
				(.195)	(.001)	(.001)
26-30 ปี	4.14	-	-	-	0.19*	0.22*
					(.024)	(.018)
31-35 ปี	3.94	-	-	-	-	0.026
						(.806)
35 ปี ขึ้นไป	3.92	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่าผู้โดยสารที่มีอายุระหว่าง 16-20 ปี กับอายุ 21-25 ปี มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ .038 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอายุระหว่าง 16-20 ปี มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านผลิตภัณฑ์เห็นด้วยน้อยกว่าผู้โดยสารที่มีอายุ 21-25 ปี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.17

ผู้โดยสารที่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี กับ 31-35 ปี และอายุ 21-25 ปี กับ 35 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์พบว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ .001 และ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอายุ 21-25 ปี มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านผลิตภัณฑ์เห็นด้วยมากกว่าผู้โดยสารที่มีอายุ 31-35 ปี และ 35 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .29 และ .32

ผู้โดยสารที่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี กับ 31-35 ปี จากการวิเคราะห์พบว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ .024 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอายุ 26-30 ปี มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านผลิตภัณฑ์เห็นด้วยมากกว่าผู้โดยสารที่มีอายุ 31-35 ปี ในด้านผลิตภัณฑ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .19

ผู้โดยสารที่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี กับ 35 ปีขึ้นไปจากการวิเคราะห์พบว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ .018 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอายุ 26-30 ปี มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านผลิตภัณฑ์เห็นด้วยมากกว่าผู้โดยสารที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .22

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ ด้านส่งเสริมการตลาด เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	35 ปีขึ้นไป
		4.01	4.05	3.99	3.82	3.60
16-20 ปี	4.01	-	-0.04 (.68)	0.02 (.82)	0.19 (.06)	0.42** (.000)
21-25 ปี	4.05	-	-	0.06 (.464)	0.23* (.016)	0.46** (.000)
26-30 ปี	3.99	-	-	-	0.17 (.067)	0.40** (.000)
31-35 ปี	3.82	-	-	-	-	0.22 (.05)
35 ปี ขึ้นไป	3.60	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่าผู้โดยสารที่มีอายุระหว่าง 16-20 ปี กับอายุ 35 ปีขึ้นไป มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอายุระหว่าง 16-20 ปี มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านการส่งเสริมการตลาดเห็นด้วยมากกว่าผู้โดยสารที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.42

ผู้โดยสารที่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี กับอายุ 31-35 ปี มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอายุ 21-25 ปี มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านการส่งเสริมการตลาดเห็นด้วยมากกว่าผู้โดยสารที่มีอายุ 31-35 ปี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .23

ผู้โดยสารที่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี กับอายุ 35 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอายุ 21-25 ปี มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านการส่งเสริมการตลาดเห็นด้วยมากกว่าผู้โดยสารที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .46

ผู้โดยสารที่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี กับอายุ 35 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีอายุ 26-30 ปี มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านการส่งเสริมการตลาดเห็นด้วยมากกว่าผู้โดยสารที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีผลแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .40

5.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยรายได้

H_0 : ผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือแตกต่างกัน

ด้านรายได้ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังตาราง 21

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือจำแนกตามรายได้

ความคิดเห็นที่มีต่อการ เลือกร้านเช่าหนังสือ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4	1.142	0.286	0.946	0.437
	ภายในกลุ่ม	395	119.229	0.302		
	รวม	399	120.371			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4	5.967	1.492	2.737*	0.029
	ภายในกลุ่ม	395	215.320	0.545		
	รวม	399	221.288			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	4	7.778	1.944	3.953**	0.004
	ภายในกลุ่ม	395	194.316	0.492		
	รวม	399	9.885			
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4	4.072	1.018	2.835*	0.024
	ภายในกลุ่ม	395	141.815	0.359		
	รวม	399	145.88			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบรายได้ของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เปรินิจิตกับความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ จำแนกตามรายได้โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบพบว่า ความคิดเห็นของผู้โดยสาร ในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า F-Prob เท่ากับ .0437 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สำหรับความคิดเห็นด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านส่งเสริมการตลาด มีค่า F-Prob. เท่ากับ .029, .004 และ .024 มีค่าน้อยกว่า .05 และ .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือแตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน ในวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ซึ่งผลปรากฏดังตาราง 22

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ ด้านราคา เป็นรายคู่ โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001-15,000	15,001-25,000	25,001-35,000	มากกว่า 35,000 บาท
		3.85	4.02	4.22	4.00	3.96
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.85	-	-0.16 (.14)	-0.37** (.002)	-0.15 (.29)	-0.11 (.48)
5,001-15,000 บาท	4.02	-	-	-0.21* (.030)	0.02 (.897)	0.05 (.699)
15,001-25,000 บาท	4.22	-	-	-	0.22 (.080)	0.26 (.72)
25,001-35,000 บาท	4.00	-	-	-	-	0.04 (.81)
มากกว่า 35,000 บาท	3.60	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้โดยสารที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท กับรายได้ 15,001-25,000 บาท จากการวิเคราะห์พบว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านราคาเห็นด้วยน้อยกว่าผู้โดยสารที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท ในด้านที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.37

ผู้โดยสารที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-15,000 บาท กับรายได้ 15,001-25,000 บาท พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ .03 ซึ่งน้อยกว่า .05 กล่าวคือผู้โดยสารที่มีรายได้ 5,001-15,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านราคาเห็นด้วยน้อยกว่าผู้โดยสารที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท ในด้านที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.21

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ ด้านทำเลที่ตั้ง เป็น รายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001- 15,000	15,001- 25,000	25,001- 35,000	มากกว่า 35,000 บาท
		3.80	3.81	3.58	3.66	4.08
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.80	-	-0.0006 (.995)	0.23* (.043)	0.15 (.259)	-0.27 (.072)
5,001-15,000 บาท	3.81	-	-	0.23 (.011)	0.15 (.187)	-0.27* (.044)
15,001-25,000บาท	3.58	-	-	-	0.08 (.507)	0.50** (.000)
25,001-35,000บาท	3.66	-	-	-	-	0.42* (.007)
มากกว่า35,000 บาท	4.08	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้โดยสารที่รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท กับรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ .043 ซึ่งน้อยกว่า .05 กล่าวคือผู้โดยสารที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านทำเลที่ตั้งเห็นด้วยมากกว่าผู้โดยสารที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.23

ผู้โดยสารที่มีรายได้ 5,001-15,000 บาทกับรายได้มากกว่า 35,000 บาท จากการวิเคราะห์พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ .044 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีรายได้ 5,001-15,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านทำเลที่ตั้งเห็นด้วยน้อยกว่าผู้โดยสารที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.27

ผู้โดยสารที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท กับรายได้มากกว่า 35,000 บาท จากการวิเคราะห์พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านทำเลที่ตั้งเห็นด้วยน้อยกว่าผู้โดยสารที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.50

ผู้โดยสารที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท กับรายได้มากกว่า 35,000 บาท จากการวิเคราะห์พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านทำเลที่ตั้งเห็นด้วยน้อยกว่าผู้โดยสารที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท ในด้านที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.42

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสาร ที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ ด้านส่งเสริมการตลาด เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001-15,000	15,001-25,000	25,001-35,000	มากกว่า 35,000 บาท
		3.94	4.05	3.88	3.74	3.91
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.94	-	-0.10 (.25)	0.06 (.54)	0.20 (.075)	0.03 (.786)
5,001-15,000 บาท	4.05	-	-	0.16* (.036)	0.31** (.002)	0.14 (.022)
15,001-25,000 บาท	3.88	-	-	-	0.14 (.167)	-0.02 (.835)
25,001-35,000 บาท	3.74	-	-	-	-	-0.17 (.204)
มากกว่า 35,000 บาท	3.91	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้โดยสารที่มีรายได้ต่ำ 5,001-15,000 บาท กับรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ .036 ซึ่งน้อยกว่า .05 กล่าวคือผู้โดยสารที่มีรายได้ 5,001-15,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านการส่งเสริมการตลาดเห็นด้วยมากกว่า ผู้โดยสารที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16

ผู้โดยสารที่มีรายได้ 5,001-15,000 บาทกับรายได้ 25,001-35,000 บาท จากการวิเคราะห์พบว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีรายได้ 5,001-15,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านการส่งเสริมการตลาดเห็นด้วยมากกว่าผู้โดยสารที่มีรายได้มากกว่า 25,001-35,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.31

5.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้านระดับการศึกษาสูงสุด

H_0 : ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือแตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ

สมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังตาราง 25

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความคิดเห็นที่มีต่อการ เลือกร้านเช่าหนังสือ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4	2.141	0.535	1.788	0.130
	ภายในกลุ่ม	395	118.230	0.299		
	รวม	399	120.371			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4	2.979	0.745	1.347	0.252
	ภายในกลุ่ม	395	218.309	0.553		
	รวม	399	221.288			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	4	3.320	0.830	1.649	0.161
	ภายในกลุ่ม	395	198.774	0.503		
	รวม	399	202.093			
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4	2.137	0.534	1.468	0.211
	ภายในกลุ่ม	395	143.751	0.364		
	รวม	399	145.887			

ตาราง 25 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับการศึกษาสูงสุดของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตกับความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดโดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบพบว่า ความคิดเห็นของผู้โดยสาร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและด้านส่งเสริมการตลาด มีค่า F-Prob เท่ากับ .130 ,.252 ,.161 และ .211 ซึ่งมากกว่า .05 นั้นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิต ที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ จากคำถามปลายเปิด

ตาราง 26 ข้อเสนอแนะของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ

ลำดับ	ข้อเสนอแนะ	ความถี่
1	ร้านอื่นไม่เก็บเงินค่ามัดจำ	5
2	ส่วนใหญ่คนใช้บริการ BTS จะต้องแข่งกับเวลา การยื่นใช้บริการต่าง ๆ หากใช้เวลามากอาจไม่เหมาะ	4
3	ถ้าไม่ได้ลงสถานีเพลินจิตโอกาสใช้บริการน้อยมาก	3
4	ถ้าเปิดอยากให้มีการ์ตูนมาก ๆ หรือการ์ตูนเก่าหายากก็ดี	3
5	น่าจะมีร้านเช่าหนังสือบนสถานี BTS อื่น นอกจากเพลินจิต	3
6	พื้นที่คับแคบทำให้เลือกหนังสือลำบาก อาจทำให้ขาดความหลากหลาย	2
7	ควรมีหนังสือหลากหลาย และมากพอกับความต้องการ	2
8	ทำเลควรอยู่ใกล้ที่พัก หรือแหล่งชุมชนเช่น สถานีสยาม ศาลาแดง	2
9	อยากให้มียุทธศาสตร์ระยะนี้มานานแล้ว	2
10	ควรมีหนังสือทุกประเภทราคาสูงต่ำละกันไป	2
11	มีมุมไว้อ่านหนังสือ	2
12	ควรศึกษาจุดคุ้มทุน ระยะเวลาคืนทุน กิจการดำเนินไปด้วยดีมีกำไรไหม	1
13	ขั้นตอนยืมไม่วุ่นวาย และยุ่งยาก	1
14	ราคาไม่ควรแพงและลูกค้าส่วนใหญ่จะเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง	1
15	ถ้าเปิดร้านเช่าหนังสือควรจะเน้น ในเรื่องของประเภทหนังสือให้มีครบถ้วน ตั้งแต่เริ่มเปิดกิจการและมีแสงไฟให้สว่างมาก ๆ	1
16	คิดลมน่าจะเป็นทำเลที่คนเดินมากกว่าเพลินจิต	1
17	หนังสือควรเป็นหนังสือที่คนอยากอ่านแต่ไม่กล้าซื้อ เช่นหนังสือภาษาอังกฤษ	1
18	ควรมีการเช่า online และส่งถึงที่ ตัดค่าเช่าจากบัตรเครดิต	1
19	ส่งข่าวสารถึงสมาชิก เช่น เช่าหนังสือน่าอ่าน และมีผู้เช่ามากที่สุด	1
20	ควรมีใบปลิวแจ้งว่ามีหนังสือชุดใหม่ หรือเรื่องใหม่เข้ามา	1
21	ควรมี Internet บริการและวารสารวางขาย มีการเข้าเล่มทำรายงานทำปก	1
22	บริการส่งถึงที่หากจองมาก ๆ	1
23	ควรตั้งบริเวณด้านนอกก่อนหยอดบัตร	1
24	ควรมีหนังสือใหม่ ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์	1

จากตาราง 26 แสดงว่าผู้โดยสารมีข้อเสนอแนะที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ถ้าเปิดอยากให้มีการ์ตูนมาก ๆ หรือการ์ตูนเก่าหายากก็ดี และมีหนังสือหลากหลายเพียงพอับความต้องการ มีหนังสือใหม่ ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์
- ด้านทำเลที่ตั้ง คือ ทำเลควรอยู่ในแหล่งชุมชน เช่น สยาม ศาลาแดง ชิดลม เป็นต้น หรือควรตั้งบริเวณด้านนอกก่อนหยอดบัตร และควรตั้งที่สถานีอื่น นอกจากเพลินจิต
- ด้านราคา คือ ราคาไม่ควรแพงและลูกค้าจะเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง กรณีสะดวกทั้ง 2 ทาง และไม่ควรเก็บค่ามัดจำ
- ด้านส่งเสริมการตลาด คือ ควรมีการสะสมยอดเช่า เพื่อนำไปลดราคาครั้งต่อไป มีการแจ้งข่าวสารถึงสมาชิก
- ด้านอื่น ๆ คือ ต้องการให้เช่า Online และส่งถึงที่ ขั้นตอนการเช่าไม่ยุ่งยาก มีมุมหนังสือ

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์อุปสงค์ในการเช่าหนังสือของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิตที่มีต่อร้านเช่าหนังสือ

ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดนี้ ได้อาศัยผลงานวิจัยด้านการศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิต ที่มีต่อการเลือกเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ซึ่งจะอาศัยคำถามจากแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อที่ 15 มาวิเคราะห์อุปสงค์ของผู้โดยสารมีรายละเอียดดังนี้

1.1 การวิเคราะห์อุปสงค์จำนวนผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

จากผลการวิจัยแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 15 พบว่า มีผู้โดยสารสนใจเช่าหนังสือกับทางร้านเช่าหนังสือบนรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากประชากรทั้งสิ้นที่เป็นผู้โดยสารที่ถือบัตรรายเดือนถาวรเฉลี่ยเดือนละ 162,665 คน (จากตาราง 1)

$$\begin{aligned}
 \text{อุปสงค์จำนวนผู้โดยสารที่เช่าหนังสือ รวม} &= \% \text{ ของผู้โดยสารเช่าหนังสือ} \times \text{จำนวนผู้โดยสารที่ถือบัตรรายเดือน BTS} \\
 &= 41.75\% \times 162,665 \text{ คน} \\
 &= 67,912 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

ตอนที่ 8 การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาดของร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

การศึกษความเป็นไปได้ทางการตลาดนี้ ได้นำผลสรุปความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 และ 3 มาวิเคราะห์กลยุทธ์ทางด้านการตลาดในด้านต่าง ๆ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้โดยสารกลุ่มเป้าหมายและจะมีความสำคัญต่อการปรับปรุงและพัฒนาร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

8.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

8.1.1 ร้านเช่าหนังสือควรเน้นหนังสือที่เพิ่งวางแผงใหม่ ๆ หรือหนังสือที่หาอ่านยาก เพื่อดึงดูดลูกค้าเพราะร้านเช่าหนังสืออื่น ๆ ไม่ค่อยมี

8.1.2 ร้านเช่าหนังสือควรมีหนังสือหลากหลายประเภทไว้รองรับลูกค้าที่มีความต้องการแตกต่างกัน

8.1.3 ร้านเช่าหนังสือควรรักษาและซ่อมแซมหนังสือให้ดูใหม่และน่าอ่านอยู่เสมอ

8.2 กลยุทธ์ด้านราคา

8.2.1 ควรเป็นอัตราที่แข่งขันได้กับร้านอื่น ซึ่งดูแล้วไม่แตกต่างกับมากแต่ อยากรมาใช้บริการที่สถานีเพลินจิตเพราะสะดวกกว่าและเป็นทางผ่าน

8.3 กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้ง

8.3.1 ร้านเช่าหนังสือควรมีทำเลที่ตั้งที่พบเห็นง่าย

8.3.2 ร้านเช่าหนังสือควรมีหลาย ๆ สถานีเพื่อความสะดวกในการยืม/คืน สถานีใดก็ได้

8.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

8.4.1 มีการลุ้นรางวัลจากเลขท้ายสมาชิก ทุกวันที่ฉลากกินแบ่งรัฐบาลออก

8.4.2 มีการทำโปรโมชั่น เช่น เช่าหนังสือครบ 200 บาท แถมยืมฟรี 1 เล่มต่อ 2 วัน

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด จึงพอสรุปได้ว่าร้านเช่าหนังสือควรให้ความสำคัญกับประเภทและความหลากหลายของหนังสือ ความใหม่และหาอ่านที่อื่นได้ยาก ส่วนด้านราคาไม่ควรแพงเกินไป ควรเป็นราคาที่แข่งขันได้ ทำเลที่ตั้งควรเป็นจุดที่สังเกตเห็นง่ายและมีคนผ่านไปมาอย่างมาก ด้านส่งเสริมการตลาด การชิงโชคหรือลดราคานั้นจะได้รับการตอบสนองที่ดี

โครงการนี้ได้รับความสนใจจากผู้โดยสารบนสถานี BTS เพลินจิตค่อนข้างสูง คิดเป็นร้อยละ 41.75 มีจำนวนทั้งสิ้น 67,912 คน โดยมีความสนใจเช่าหนังสือการ์ตูนและนิยายเป็นจำนวนมาก ขณะที่ผู้โดยสารส่วนใหญ่เคยเช่าหนังสือมาก่อน

ดังนั้น การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด พบว่ายังมีอุปสงค์ส่วนเกินด้านการเช่าหนังสืออยู่อีกมาก อย่างไรก็ตามการศึกษาความเป็นไปได้ครั้งนี้ จะต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจประเมินสถานการณ์ได้อย่างถูกต้อง

2. ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ทำให้ทราบว่าอุปสงค์ของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิต ยังมีความต้องการจะเช่าหนังสือสูงถึง 67,912 คน โดยผู้โดยสารมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไปในหนังสือประเภทต่าง ๆ

อย่างไรก็ตามแม้ว่าจากการศึกษาพบว่า โครงการร้านเช่าหนังสือจะมีความเป็นไปได้ทางการตลาด แต่ยังคงต้องมีความเป็นไปได้ทางการเงิน เพื่อประกอบการตัดสินใจครั้งนี้ต่อไป เนื่องจากยังต้องมีแผนและแนวทางการบริหารเงินที่ดีเพื่อจัดสรรเงินทุนที่เข้ามาในแต่ละช่วงอย่างเหมาะสมจะได้ไม่เกิดปัญหาการขาดสภาพคล่อง ดังนั้นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินจะทำให้ทราบข้อมูลทางการเงิน โดยนำเสนอรายละเอียดโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนโครงการ

ตอนที่ 2 เงินลงทุนแรกเริ่ม

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์งบการเงินของโครงการซึ่งประกอบด้วย งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า งบดุลล่วงหน้า งบประมาณการงบกระแสเงินสด

ตอนที่ 4 การประเมิน ความเป็นไปได้ของโครงการโดยอาศัยเครื่องมือทางการเงินประกอบด้วย มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนเงินลงทุน (ROI) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของโครงการ

สมมติฐานทางการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพชรินิจิตประกอบด้วยข้อสมมติฐานด้านการเงินดังนี้

1. สมมติฐานทางการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพชรินิจิต จะประกอบด้วยข้อสมมติฐานด้านการเงินดังนี้

1. เงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของร้อยละ 100
2. ค่าเสื่อมราคา (Depreciation)
 - 2.1 ค่าเสื่อมราคาของอุปกรณ์มีกำหนด 3 ปี
 - 2.2 ใช้วิธีตัดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง
3. ค่าไฟฟ้าและสาธารณูปโภค ผันแปรตามชั่วโมงการทำงาน
4. เงินเดือนพนักงาน มีการปรับเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี และพนักงานจะได้โบนัสปีละ 1 เดือนทุกปี
5. ค่าทำการแนะนำร้าน
 - 5.1 ของที่ระลึกการสมัครสมาชิก 35,000 บาท
 - 5.2 ค่าทำใบปลิว/ใบสมัคร 20,000 บาท
 - 5.3 ค่าจัดทำวารสาร 15,000 บาท และ 20,000 บาทในปีถัดไป
 - 5.4 อุปกรณ์การจัดเก็บ 51,200 บาท
 - 5.5 ค่าพัฒนาซอฟต์แวร์ 30,000 บาท
6. ค่าเช่าทำเลที่ตั้ง
 - 6.1 ค่าปลูกสร้างร้าน และตกแต่ง 200,000 บาท ใช้เวลา 65 วัน
 - 6.2 ค่าเช่าร้าน 11 ตารางเมตร 22,000 บาทต่อเดือน (ตร.ม.ละ 2,000 บาท)
 - 6.3 ค่าเช่ามัดจำ 3 เดือน เป็นเงิน 66,000 บาท (22,000X3เดือน) และค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน คิดเป็นเงิน 22,000 บาท เงินมัดจำนี้โครงการจะได้รับกลับคืนเมื่อสิ้นอายุโครงการ
7. ค่าประกันภัย 5,000 บาทต่อปี
8. ค่าภาษีโรงเรือน 14% ของค่าเช่าต่อเดือน คิดเป็น 3,080 บาท
9. อัตราเงินเฟ้อไม่มีผลกระทบต่อราคาและการเปลี่ยนแปลงทางการเงินของโครงการ
10. รายได้ค่าเช่าคำนวณจากค่าเฉลี่ยอัตราค่าเช่าที่ผู้สนใจมาใช้บริการตอบในแบบสอบถาม

11. การคำนวณ Net Present Value ใช้อัตราค่าเสียโอกาส 7% คัดจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้

ตอนที่ 1 การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ

การลงทุนโครงการร้านเช่าหนังสือ บนรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต จะประกอบด้วยต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการลงทุน รวมถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานดังนี้

1. ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการลงทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

1. ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Investment Cost) ได้แก่

1.1 ค่าปรับปรุงและตกแต่งทำเลที่ตั้งจะประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

- ค่าปลูกสร้างร้าน	110,000 บาท
- ค่าตกแต่ง	90,000 บาท
- ค่างานป้าย	10,000 บาท
- ค่าประตูปิด/เปิด	25,000 บาท
- งานตกแต่งอื่น ๆ	10,000 บาท
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	245,000 บาท

1.2 ค่ามัดจำและค่าเช่าพื้นที่จะประกอบด้วย

- ค่ามัดจำพื้นที่ล่วงหน้า 3 เดือน เป็นจำนวนเงิน 66,000 บาท
- ค่าเช่าจะทำสัญญาตกลงที่จะจ่ายค่าเช่าในอัตรา 22,000 บาทต่อเดือนเป็น ระยะเวลา 3 ปี หลังจากครบกำหนดสามารถต่อได้ทุก ๆ 3 ปี โดยไม่ต้องเช่าล่วงหน้าก่อน

1.3 ซื้อหนังสือใหม่เข้าร้าน 5,000 บาทต่อเดือน เท่ากับ 60,000 บาทต่อปี

1.4 ลงทุนซื้อหนังสือครั้งแรก เท่ากับ 30,000 บาท

1.5 ค่าอุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงาน

- บาร์โค้ด 1 ชุด	20,000 บาท
- ค่าพัฒนาซอฟต์แวร์	30,000 บาท
- ค่าคอมพิวเตอร์	30,000 บาท
- เครื่องคิดเลข	1,200 บาท

1.6 ค่าภาษีโรงเรือน 3,080 บาทต่อเดือน

1.7 ค่าประกันภัย 5,000 บาทต่อปี

2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Investment Costs) ได้แก่

2.1 เงินเดือน โบนัส ได้แก่

- ผู้จัดการจะจ่ายเงินรายเดือน เดือนละ 15,000 บาท
- พนักงานขายจ่ายเงินเดือน เดือนละ 7,000 บาท
- จ่ายโบนัสประจำปีให้แก่พนักงาน คนละ 1 เดือน

2.2 ค่าสาธารณูปโภค ได้แก่

- ค่าน้ำประปา	100 บาทต่อเดือน
- ค่าไฟฟ้า	200 บาทต่อเดือน
- ค่าโทรศัพท์	500 บาทต่อเดือน
รวมทั้งสิ้น	800 บาทต่อเดือน

- 2.3 ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน จะใช้วิธีตัดค่าเสื่อมแบบเส้นตรง เป็นระยะเวลา 3 ปี มูลค่าซากเท่ากับศูนย์
- 2.4 ค่าโฆษณา เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ 20,000 บาทในปีที่ 1 และ 25,000 บาทในปีที่ 2 และ 3
- 2.5 ค่าที่ระลึกสมาชิก 30,000 บาทในปีที่ 1 และ 35,000 บาทในปีที่ 2 และ 3
- 2.6 ค่าจัดพิมพ์วารสาร 15,000 บาทในปีที่ 1 และ 20,000 บาทในปีที่ 2 และ 3
- 2.7 ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ได้แก่ ค่าพาหนะ ถุงใส่หนังสือ ค่าส่วนกลาง 4,000 บาทต่อเดือน

2. ผลตอบแทนโครงการ

ผลตอบแทนของโครงการร้านเช่าหนังสือที่จะได้มาจากค่าสมัครสมาชิกและค่าเช่าหนังสือซึ่งคิดจาก

$$\text{รายได้ค่าเช่า} = \text{จำนวนหนังสือที่เช่า} \times \text{อัตราค่าเช่า}$$

โดยที่ร้านเช่าหนังสือแบ่งประเภทหนังสือออกเป็น 6 ประเภท คือ

1. หนังสือการ์ตูน
2. หนังสือนิยาย
3. หนังสือพอร์คเก็ตบุ๊ก
4. หนังสือนิตยสาร
5. หนังสือวารสารการท่องเที่ยว
6. หนังสืออื่น ๆ เช่น หนังสือแปล หนังสือกีฬาและ ประวัติศาสตร์

ตาราง 27 อัตราค่าเช่าหนังสือ

อัตราประเภทต่างๆ	ระยะเวลา	อัตราค่าบริการ/วัน
อัตราค่าเช่าหนังสือการ์ตูน	1 วัน	3 บาท
อัตราค่าเช่าหนังสือนิยาย	1 วัน	5 บาท
อัตราค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊ก	1 วัน	5 บาท
อัตราค่าเช่าหนังสือนิตยสาร	1 วัน	5 บาท
อัตราค่าเช่าหนังสือวารสาร	1 วัน	5 บาท
อัตราค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ หนังสือแปล, หนังสือกีฬา, หนังสือประวัติศาสตร์ ฯ	1 วัน	5 บาท

อัตราค่าเช่าหนังสือการ์ตูนต่อระยะเวลา 1 วันอยู่ที่อัตรา 3 บาท ได้พิจารณาจากข้อมูลอัตราค่าเช่าหนังสือที่ผู้สนใจจะใช้บริการคิดว่าเหมาะสมและยินดีจ่าย ในหน้า 48 โดยใช้ช่วง 1-5 บาทมาพิจารณาเพราะเป็นช่วงที่มีผู้เลือกตอบมากที่สุดเป็นจำนวนทั้งสิ้น 137 คน เท่ากับร้อยละ 82.04 จากผู้ให้ความสนใจจะใช้บริการ 167 คน นอกจากนั้นยังใช้ส่วนของตาราง 10 มาเป็นส่วนพิจารณาเพิ่มเติมเพราะตาราง 10 เป็นค่าเฉลี่ยของอัตราค่าเช่าหนังสือการ์ตูนที่ผู้สนใจจะใช้บริการเช่าบนรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตให้ข้อมูลในแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.61 บาทต่อเล่มต่อวัน ดังนั้นจึงใช้อัตรา 3 บาทมาเป็นมาตรฐานในการคิดค่าเช่าหนังสือการ์ตูนของร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

อัตราค่าเช่าหนังสือนิยายต่อระยะเวลา 1 วันอยู่ที่อัตรา 5 บาท ได้พิจารณาจากข้อมูลอัตราค่าเช่าหนังสือที่ผู้สนใจจะใช้บริการคิดว่าเหมาะสมและยินดีจ่ายในหน้า 49 โดยใช้ช่วง 1-5 บาทมาพิจารณาเพราะเป็นช่วงที่มีผู้เลือกตอบมากที่สุดเป็นจำนวนทั้งสิ้น 77 คน เท่ากับร้อยละ 46.10 จากผู้ให้ความสนใจจะใช้

บริการ 167 คน นอกจากนั้นยังใช้ส่วนของตาราง 10 มาเป็นส่วนพิจารณาเพิ่มเติมเพราะตาราง 10 เป็นค่าเฉลี่ยของอัตราค่าเช่าหนังสือนิยายที่ผู้สนใจจะใช้บริการเช่าบนรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตให้ข้อมูลในแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.8 บาทต่อเล่มต่อวัน ดังนั้นจึงใช้อัตรา 5 บาท มาเป็นมาตรฐานในการคิดค่าเช่าหนังสือนิยายของร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

อัตราค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตเกิดบ๊อคต่อระยะเวลา 1 วันอยู่ที่อัตรา 5 บาท ได้พิจารณาจากข้อมูลอัตราค่าเช่าหนังสือหนังสือที่ผู้สนใจจะใช้บริการคิดว่าเหมาะสมและยินดีจ่าย ในหน้า 49 โดยใช้ช่วง 1-5 บาทมาพิจารณาเพราะเป็นช่วงที่มีผู้เลือกตอบมากที่สุดเป็นจำนวนทั้งสิ้น 88 คน เท่ากับร้อยละ 46.10 จากผู้ให้คำตอบสนใจจะใช้บริการ 167 คน นอกจากนั้นยังใช้ส่วนของตาราง 10 มาเป็นส่วนพิจารณาเพิ่มเติมเพราะตาราง 10 เป็นค่าเฉลี่ยของอัตราค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตเกิดบ๊อคที่ผู้สนใจจะใช้บริการเช่าบนรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตให้ข้อมูลในแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.1 บาทต่อเล่มต่อวัน ดังนั้นจึงใช้อัตรา 5 บาท มาเป็นมาตรฐานในการคิดค่าเช่าหนังสือการ์พอร์คเก็ตเกิดบ๊อคของร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

อัตราค่าเช่าหนังสือนิตยสารต่อระยะเวลา 1 วันอยู่ที่อัตรา 5 บาท ได้พิจารณาจากข้อมูลอัตราค่าเช่าหนังสือหนังสือที่ผู้สนใจจะใช้บริการคิดว่าเหมาะสมและยินดีจ่าย ในหน้า 49 โดยใช้ช่วง 1-5 บาทมาพิจารณาเพราะเป็นช่วงที่มีผู้เลือกตอบมากที่สุดเป็นจำนวนทั้งสิ้น 87 คน เท่ากับร้อยละ 52.10 จากผู้ให้คำตอบสนใจจะใช้บริการ 167 คน นอกจากนั้นยังใช้ส่วนของตาราง 10 มาเป็นส่วนพิจารณาเพิ่มเติมเพราะตาราง 10 เป็นค่าเฉลี่ยของอัตราค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตเกิดบ๊อคที่ผู้สนใจจะใช้บริการเช่าบนรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตให้ข้อมูลในแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.5 บาทต่อเล่มต่อวัน ดังนั้นจึงใช้อัตรา 5 บาท มาเป็นมาตรฐานในการคิดค่าเช่าหนังสือนิตยสารของร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

อัตราค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อระยะเวลา 1 วันอยู่ที่อัตรา 5 บาทเพราะประเภทหนังสือที่ใกล้เคียงกับนิตยสารและพอร์คเก็ตบ๊อคจึงใช้อัตราเดียวกันเพื่อความเป็นระเบียบในการคำนวณรายได้

ตาราง 28 อุปสงค์การเช่าหนังสือ จากผู้โดยสารที่สนใจใช้บริการจำนวน 67,912 คนต่อเดือน แบ่งเป็น

ประเภทหนังสือ	ผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสือ	
	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือการ์ตูน	24,856	36.60
หนังสือนิยาย	16,734	24.64
หนังสือพอร์คเก็ตบ๊อค	10,071	14.83
หนังสือนิตยสาร	5,202	7.66
หนังสือวารสาร	8,937	13.16
หนังสืออื่น ๆ เช่น หนังสือแปล, หนังสือกีฬา, หนังสือประวัติศาสตร์ ฯ	2,112	3.11
รวม	67,912	100.00

$$\begin{aligned}
 \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือการ์ตูนต่อเดือน} &= \text{อุปสงค์จำนวนผู้โดยสารที่เช่าหนังสือรวม} \times \% \text{ผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือการ์ตูน} \\
 &= 67,912 \text{ คน} \times 36.60\% \\
 &= 24,856 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน} &= \text{อุปสงค์จำนวนผู้โดยสารที่เช่าหนังสือรวม} \times \% \text{ผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือนิยาย} \\
 &= 67,912 \text{ คน} \times 24.64\% \\
 &= 16,734 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กต่อเดือน} &= \text{อุปสงค์จำนวนผู้โดยสารที่เช่าหนังสือรวม} \times \% \text{ผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊ก} \\
 &= 67,912 \text{ คน} \times 14.83\% \\
 &= 10,071 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน} &= \text{อุปสงค์จำนวนผู้โดยสารที่เช่าหนังสือรวม} \times \% \text{ผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือนิตยสาร} \\
 &= 67,912 \text{ คน} \times 7.66\% \\
 &= 5,202 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน} &= \text{อุปสงค์จำนวนผู้โดยสารที่เช่าหนังสือรวม} \times \% \text{ผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือวารสาร} \\
 &= 67,912 \text{ คน} \times 13.16\% \\
 &= 8,937 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน} &= \text{อุปสงค์จำนวนผู้โดยสารที่เช่าหนังสือรวม} \times \% \text{ผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสืออื่น ๆ} \\
 &= 67,912 \text{ คน} \times 3.11\% \\
 &= 2,112 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

ขณะที่เปิดร้านในระยะแรก ผู้โดยสารยังคงมาใช้บริการไม่เต็มจำนวน เพราะยังไม่เป็นที่รู้จักกัน ดังนั้นจึงกำหนดให้ ปีที่ 1 มีผู้โดยสารมากใช้บริการน้อยกว่าปีที่ 2 และ 3 เมื่อทำการวิเคราะห์ผลตอบแทนรายได้จากหนังสือแต่ละประเภทโดยอาศัยข้อมูลจากตาราง 27 ทำให้ทราบถึงจำนวนหนังสือแต่ละประเภทที่จะถูกเช่าโดยประมาณโดยมีรายละเอียดดังนี้ จากตาราง 28 แสดงว่ารายได้จากการเช่าหนังสือที่โครงการจะรับมีดังนี้

ปีที่1 มีจำนวนหนังสือที่จะเช่าหนังสือ 393,89 เล่ม คิดเป็นรายได้จากการเช่าหนังสือทั้งสิ้น 1,681,125 บาท

ปีที่2มีจำนวนหนังสือที่จะเช่าหนังสือ 475,381 เล่ม คิดเป็นรายได้จากการเช่าหนังสือทั้งสิ้น 2,028,921 บาท

ปีที่3มีจำนวนหนังสือที่จะเช่าหนังสือ 543,29 เล่ม คิดเป็นรายได้จากการเช่าหนังสือทั้งสิ้น 2,318,792 บาท

ดังนั้น โครงการจะมีรายได้รวมทั้งสิ้น 6,086,796 บาท ซึ่งผลจากการประมาณการด้านรายได้จะนำไปสู่การวิเคราะห์ด้านงบการเงินของโครงการต่อไปได้แก่งบประมาณงบกำไรขาดทุนและประมาณการกระแสเงินสด

ตาราง 29 ประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือระยะเวลา 3 ปี

รายการ	อัตรา	จำนวน เล่ม	รายได้ปีที่ 1	จำนวน เล่ม	รายได้ปีที่ 2	จำนวน เล่ม	รายได้ปีที่ 3
1. ช่วงเดือนม.ค-เม.ย		45%		55%		65%	
- หนังสือการ์ตูน	3	44,741	134,223	54,683	164,049	64,626	193,878
- หนังสือนิยาย	5	30,121	150,605	36,815	184,075	43,508	217,540
- หนังสือพอร์คเก็ตบุ๊ก	5	18,128	90,640	22,156	110,780	26,185	130,925
- หนังสือนิตยสาร	5	9,364	46,820	11,444	57,220	13,525	67,625
- หนังสือวารสาร	5	16,087	80,435	19,661	98,305	23,236	116,180
- หนังสืออื่น ๆ	5	3,802	19,010	4,646	23,230	5,491	27,455
			122,242	521,733	149,405	637,659	176,571
2. ช่วงเดือนพ.ค-ส.ค		55%		65%		75%	
- หนังสือการ์ตูน	3	54,683	164,049	64,626	193,878	74,568	223,704
- หนังสือนิยาย	5	36,815	184,075	43,508	217,540	50,202	251,010
- หนังสือพอร์คเก็ตบุ๊ก	5	22,156	110,780	26,185	130,925	30,213	151,065
- หนังสือนิตยสาร	5	11,444	57,220	13,525	67,625	15,606	78,030
- หนังสือวารสาร	5	19,661	98,305	23,236	116,180	26,811	134,055
- หนังสืออื่น ๆ	5	4,646	23,230	5,491	27,455	6,336	31,680
			149,405	637,659	176,571	753,603	203,736
3. ช่วงเดือนก.ย-ธ.ค		45%		55%		65%	
- หนังสือการ์ตูน	3	44,741	134,223	54,683	164,049	64,626	193,878
- หนังสือนิยาย	5	30,121	150,606	36,815	184,075	43,508	217,540
- หนังสือพอร์คเก็ตบุ๊ก	5	18,128	90,640	22,156	110,780	26,185	130,925
- หนังสือนิตยสาร	5	9,364	88,105	11,444	57,220	13,525	67,625
- หนังสือวารสาร	5	16,086	80,430	19,661	98,305	23,236	116,180
- หนังสืออื่น ๆ	5	3,802	19,010	4,646	23,230	5,491	27,455
			122,242	563,014	149,405	637,659	176,571
รวมรายได้			393,891	1,681,125	475,381	2,028,921	556,878
							2,376,750

จากตาราง 29 การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือ

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือการ์ตูนปีที่ 1 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือการ์ตูนในปีที่ 1 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือการ์ตูนต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 45% (จากตาราง 8 อัตราส่วนประมาณการจากผู้โดยสารที่สนใจใช้บริการกับร้านเช่าหนังสือบนรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิต) คูณด้วยอัตรา และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือการ์ตูนปีที่ 1 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

= อุปสงค์การเช่าหนังสือการ์ตูนต่อเดือน x 45% x อัตรา 3 บาทต่อเล่ม x 4 เดือน

$$= 24,856 \times 45\% \times 3 \times 4$$

$$= 134,223 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือการ์ตูนในปีที่ 1 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือการ์ตูนต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 55% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึงเมษายนปีที่ 1 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือการ์ตูนปีที่ 1 ช่วงเดือน – เมษายน

$$= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือการ์ตูนต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 3 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน}$$

$$= 24,856 \times 55\% \times 3 \times 4$$

$$= 164,049 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือการ์ตูนในปีที่ 1 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือการ์ตูนต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 45% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 45% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือการ์ตูนปีที่ 1 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือการ์ตูนต่อเดือน} \times 45\% \times \text{อัตรา 3 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน}$$

$$= 24,856 \times 45\% \times 3 \times 4$$

$$= 134,223 \text{ บาท}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือนิยายปีที่ 1 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิยายในปีที่ 1 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 45% (จากตาราง 8 อัตราส่วนประมาณการจากผู้โดยสารที่สนใจใช้บริการกับร้านเช่าหนังสือบนรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิต) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิยายปีที่ 1 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน} \times 45\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน}$$

$$= 16,734 \times 45\% \times 5 \times 4$$

$$= 150,605 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิยายในปีที่ 1 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 55% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึงเมษายนปีที่ 1 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิยายปีที่ 1 ช่วงเดือน พฤษภาคม–สิงหาคม

$$= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน}$$

$$= 16,734 \times 55\% \times 5 \times 4$$

$$= 184,075 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิยายในปีที่ 1 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 45% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึง

ธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 45% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คุณอัตราค่าเช่า และคุณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิยายปีที่ 1 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน} \times 45\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 16,734 \times 45\% \times 5 \times 4 \\
 &= 150,605 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือฟอร์คเก้ตบุ๊กปีที่ 1 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือฟอร์คเก้ตบุ๊กในปีที่ 1 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือฟอร์คเก้ตบุ๊กต่อเดือน คุณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 45% (จากตาราง 8 อัตราส่วนประมาณการจากผู้โดยสารที่สนใจใช้บริการกับร้านเช่าหนังสือบนรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิต) คุณอัตราค่าเช่า และคุณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือฟอร์คเก้ตบุ๊กปีที่ 1 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือฟอร์คเก้ตบุ๊กต่อเดือน} \times 45\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 10,071 \times 45\% \times 5 \times 4 \\
 &= 90,640 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือฟอร์คเก้ตบุ๊กในปีที่ 1 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือฟอร์คเก้ตบุ๊กต่อเดือน คุณด้วยอัตรา 55% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึงเมษายนปีที่ 1 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คุณอัตราค่าเช่า และคุณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือฟอร์คเก้ตบุ๊กปีที่ 1 ช่วงเดือน พฤษภาคม–สิงหาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือฟอร์คเก้ตบุ๊กต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 10,071 \times 55\% \times 5 \times 4 \\
 &= 110,780 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือฟอร์คเก้ตบุ๊กในปีที่ 1 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือฟอร์คเก้ตบุ๊กต่อเดือน คุณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 55% (เนื่องจากในช่วงเดือน ตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 45% เช่นเดียวกับในช่วงเดือน มกราคมถึงเมษายน) คุณอัตราค่าเช่า และคุณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือฟอร์คเก้ตบุ๊กปีที่ 1 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือฟอร์คเก้ตบุ๊กต่อเดือน} \times 45\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 10,071 \times 45\% \times 5 \times 4 \\
 &= 90,640 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือนิตยสารปีที่ 1 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิตยสารในปีที่ 1 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน คุณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 45% (จากตาราง 8 อัตราส่วนประมาณการจากผู้โดยสารที่สนใจใช้บริการกับร้านเช่าหนังสือบนรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิต) คุณอัตราค่าเช่า และคุณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิตยสารปีที่ 1 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน} \times 45\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 5,202 \times 45\% \times 5 \times 4 \\
 &= 46,820 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิตยสารในปีที่ 1 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม
คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 55% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึง
เมษายนปีที่ 1 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคม
ถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วย
จำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิตยสารปีที่ 1 ช่วงเดือน พฤษภาคม–สิงหาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 5,202 \times 55\% \times 5 \times 4 \\
 &= 57,220 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิตยสารในปีที่ 1 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม คำนวณ
จาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 45% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึง
ธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 45% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึง
เมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิตยสารปีที่ 1 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน} \times 45\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 5,202 \times 45\% \times 5 \times 4 \\
 &= 46,820 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือวารสารปีที่ 1 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือวารสารในปีที่ 1 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน คำนวณ
จาก อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 45% (จากตาราง 8 อัตราส่วนประมาณ
การจากผู้โดยสารที่สนใจใช้บริการกับร้านเช่าหนังสือบนรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิต) คูณอัตราค่าเช่า และ
คูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือวารสารปีที่ 1 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน} \times 45\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 8,937 \times 45\% \times 5 \times 4 \\
 &= 80,435 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือวารสารในปีที่ 1 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม
คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 55% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึง
เมษายนปีที่ 1 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคม
ถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วย
จำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือวารสารปีที่ 1 ช่วงเดือน พฤษภาคม–สิงหาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 8,937 \times 55\% \times 5 \times 4
 \end{aligned}$$

$$= 98,305 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือวารสารในปีที่ 1 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 45% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 45% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} & \text{รายได้ค่าเช่าหนังสือวารสารปีที่ 1 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม} \\ &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน} \times 45\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\ &= 8,937 \times 45\% \times 5 \times 4 \\ &= 80,435 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสืออื่น ๆ ปีที่ 1 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ในปีที่ 1 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 45% (จากตาราง 8 อัตราส่วนประมาณการจากผู้โดยสารที่สนใจใช้บริการกับร้านเช่าหนังสือบนรถไฟฟ้า BTS สถานีเพลินจิต) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ปีที่ 1 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned} &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน} \times 45\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\ &= 2,112 \times 45\% \times 5 \times 4 \\ &= 19,010 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน} \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ในปีที่ 1 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 55% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึงเมษายนปีที่ 1 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ปีที่ 1 ช่วงเดือน พฤษภาคม–สิงหาคม

$$\begin{aligned} &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\ &= 2,112 \times 55\% \times 5 \times 4 \\ &= 98,305 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน} \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ในปีที่ 1 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 45% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 45% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ปีที่ 1 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned} &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน} \times 45\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\ &= 2,112 \times 45\% \times 5 \times 4 \\ &= 19,010 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือการตูนปีที่ 2 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือการตูนในปีที่ 2 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือการตูนต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 55% (โดยเพิ่มจากที่ปี 1 อีก 10%) คูณด้วยอัตรา และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือการตูนปีที่ 2 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือการตูนต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 3 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 24,856 \times 55\% \times 3 \times 4 \\
 &= 164,049 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือการตูนในปีที่ 2 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือการตูนต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 65% (โดยบวกจากเดือนมกราคมถึงเมษายนปีที่ 2 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือการตูนปีที่ 2 ช่วงเดือน – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือการตูนต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 3 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 24,856 \times 65\% \times 3 \times 4 \\
 &= 193,878 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือการตูนในปีที่ 2 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือการตูนต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 55% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 55% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือการตูนปีที่ 2 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือการตูนต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 3 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 24,856 \times 55\% \times 3 \times 4 \\
 &= 164,049 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือนิยายปีที่ 2 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิยายในปีที่ 2 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 55% (โดยเพิ่มจากที่ปี 1 อีก 10%) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิยายปีที่ 2 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 16,734 \times 55\% \times 5 \times 4 \\
 &= 184,075 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิยายในปีที่ 2 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 65% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึงเมษายนปีที่ 2 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิยายปีที่ 2 ช่วงเดือน พฤษภาคม–สิงหาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 16,734 \times 65\% \times 5 \times 4 \\
 &= 217,540 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิยายในปีที่ 2 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 55% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 55% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิยายปีที่ 2 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 16,734 \times 55\% \times 5 \times 4 \\
 &= 184,075 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กปีที่ 2 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กในปีที่ 2 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 55% (โดยเพิ่มจากปีที่ 1 อีก 10%) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กปีที่ 2 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 10,071 \times 55\% \times 5 \times 4 \\
 &= 110,780 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กในปีที่ 2 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 65% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึงเมษายนปีที่ 2 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กปีที่ 2 ช่วงเดือน พฤษภาคม–สิงหาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 10,071 \times 65\% \times 5 \times 4 \\
 &= 130,925 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กในปีที่ 2 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 55% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 55% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กปีที่ 2 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 10,071 \times 55\% \times 5 \times 4 \\
 &= 110,780 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือนิตยสารปีที่ 2 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิตยสารในปีที่ 2 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 55% (โดยเพิ่มจากปีที่ 1 อีก 10%) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิตยสารปีที่ 2 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 5,202 \times 55\% \times 5 \times 4 \\
 &= 57,220 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิตยสารในปีที่ 2 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 65% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึงเมษายนปีที่ 2 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิตยสารปีที่ 2 ช่วงเดือน พฤษภาคม–สิงหาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 5,202 \times 65\% \times 5 \times 4 \\
 &= 67,625 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิตยสารในปีที่ 2 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 55% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 55% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิตยสารปีที่ 2 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 5,202 \times 55\% \times 5 \times 4 \\
 &= 57,220 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือวารสารปีที่ 2 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือวารสารในปีที่ 2 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 55% (โดยเพิ่มจากปีที่ 1 อีก 10%) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือวารสารปีที่ 2 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 8,937 \times 55\% \times 5 \times 4 \\
 &= 98,305 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือวารสารในปีที่ 2 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 65% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึงเมษายนปีที่ 2 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือวารสารปีที่ 2 ช่วงเดือน พฤษภาคม-สิงหาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 8,937 \times 65\% \times 5 \times 4 \\
 &= 116,180 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือวารสารในปีที่ 2 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 55% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 55% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือวารสารปีที่ 2 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 8,937 \times 55\% \times 5 \times 4 \\
 &= 98,305 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสืออื่น ๆ ปีที่ 2 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ในปีที่ 2 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 55%(โดยเพิ่มจากที่ปี 1 อีก 10%) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ปีที่ 2 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 2,112 \times 55\% \times 5 \times 4 \\
 &= 23,230 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ในปีที่ 2 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 65% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึงเมษายนปีที่ 2 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ปีที่ 2 ช่วงเดือน พฤษภาคม-สิงหาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 2,112 \times 65\% \times 5 \times 4 \\
 &= 27,455 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ในปีที่ 2 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 55% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 55% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ปีที่ 2 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 2,112 \times 55\% \times 5 \times 4 \\
 &= 23,230 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือการตูนปีที่ 3 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือการตูนในปีที่ 3 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือการตูนต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 65% (โดยเพิ่มจากที่ปี 2 อีก 10%) คูณด้วยอัตรา และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือการตูนปีที่ 3 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือการตูนต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 3 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 24,856 \times 65\% \times 3 \times 4 \\
 &= 193,878 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือการตูนในปีที่ 3 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือการตูนต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 75% (โดยบวกจากเดือนมกราคมถึงเมษายนปีที่ 3 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือการตูนปีที่ 3 ช่วงเดือน พฤษภาคม–สิงหาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือการตูนต่อเดือน} \times 75\% \times \text{อัตรา 3 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 24,856 \times 75\% \times 3 \times 4 \\
 &= 223,704 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือการตูนในปีที่ 3 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือการตูนต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 65% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 65% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือการตูนปีที่ 3 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือการตูนต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 3 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 24,856 \times 65\% \times 3 \times 4 \\
 &= 193,878 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือนิยายปีที่ 3 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิยายในปีที่ 3 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 65% (โดยเพิ่มจากที่ปี 2 อีก 10%) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิยายปีที่ 3 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน} \times 55\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 16,734 \times 55\% \times 5 \times 4 \\
 &= 217,540 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิยายในปีที่ 3 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 75% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึงเมษายนปีที่ 3 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิยายปีที่ 3 ช่วงเดือน พฤษภาคม–สิงหาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน} \times 75\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 16,734 \times 75\% \times 5 \times 4 \\
 &= 251,010 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิยายในปีที่ 3 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 65% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 65% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิยายปีที่ 3 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิยายต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 16,734 \times 65\% \times 5 \times 4 \\
 &= 217,540 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กปีที่ 3 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กในปีที่ 3 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 65% (โดยเพิ่มจากปีที่ 2 อีก 10%) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กปีที่ 3 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 10,071 \times 65\% \times 5 \times 4 \\
 &= 130,925 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กในปีที่ 3 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 75% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึงเมษายนปีที่ 3 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กปีที่ 3 ช่วงเดือน พฤษภาคม–สิงหาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กต่อเดือน} \times 75\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 10,071 \times 75\% \times 5 \times 4 \\
 &= 151,065 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กในปีที่ 3 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม คำนวณจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 65% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 65% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กปีที่ 3 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 10,071 \times 65\% \times 5 \times 4 \\
 &= 130,925 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือนิตยสารปีที่ 3 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิตยสารในปีที่ 3 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 65% (โดยเพิ่มจากปีที่ 1 อีก 10%) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิตยสารปีที่ 3 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 5,202 \times 65\% \times 5 \times 4 \\
 &= 67,625 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิตยสารในปีที่ 3 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 75% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึงเมษายนปีที่ 3 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิตยสารปีที่ 3 ช่วงเดือน พฤษภาคม–สิงหาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน} \times 75\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 5,202 \times 75\% \times 5 \times 4 \\
 &= 78,030 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือนิตยสารในปีที่ 3 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 65% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 65% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือนิตยสารปีที่ 3 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือนิตยสารต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 5,202 \times 65\% \times 5 \times 4 \\
 &= 67,625 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสือวารสารปีที่ 3 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือวารสารในปีที่ 3 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 65% (โดยเพิ่มจากปีที่ 2 อีก 10%) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือวารสารปีที่ 3 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 8,937 \times 65\% \times 5 \times 4 \\
 &= 116,180 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือวารสารในปีที่ 3 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 75% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึงเมษายนปีที่ 3 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือวารสารปีที่ 3 ช่วงเดือน พฤษภาคม-สิงหาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน} \times 75\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 8,937 \times 75\% \times 5 \times 4 \\
 &= 134,055 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสือวารสารในปีที่ 3 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 65% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 65% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสือวารสารปีที่ 3 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสือวารสารต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 8,937 \times 65\% \times 5 \times 4 \\
 &= 116,180 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

ประมาณการรายได้ค่าเช่าจากหนังสืออื่น ๆ ปีที่ 3 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ในปีที่ 3 ช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 65%(โดยเพิ่มจากที่ปี 2 อีก 10%) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ปีที่ 3 ช่วงเดือนมกราคม – เมษายน

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 2,112 \times 65\% \times 5 \times 4 \\
 &= 27,455 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ในปีที่ 3 ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน คูณด้วยอัตรา 75% (โดยบวกจากเดือน มกราคมถึงเมษายนปีที่ 3 อีก 10% เพราะช่วงเดือน พฤษภาคมถึงสิงหาคมเป็นช่วงที่มีวันหยุดน้อยกว่าช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน จึงคาดว่าจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 %) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ปีที่ 3 ช่วงเดือน พฤษภาคม-สิงหาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน} \times 75\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 2,112 \times 75\% \times 5 \times 4 \\
 &= 31,680 \text{ บาท ต่อ 4 เดือน}
 \end{aligned}$$

การประมาณการรายได้จากค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ในปีที่ 3 ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม จำนวนจาก อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน คูณด้วยอัตราเริ่มต้นที่ 65% (เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมจะเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์มาจึงตั้งประมาณการไว้ที่ 65% เช่นเดียวกับในช่วงเดือนมกราคมถึงเมษายน) คูณอัตราค่าเช่า และคูณด้วยจำนวนเดือน 4 เดือน ดังต่อไปนี้

รายได้ค่าเช่าหนังสืออื่น ๆ ปีที่ 3 ช่วงเดือนกันยายน – ธันวาคม

$$\begin{aligned}
 &= \text{อุปสงค์การเช่าหนังสืออื่น ๆ ต่อเดือน} \times 65\% \times \text{อัตรา 5 บาทต่อเล่ม} \times 4 \text{ เดือน} \\
 &= 2,112 \times 65\% \times 5 \times 4 \\
 &= 27,455 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

ตอนที่ 2 เงินลงทุนแรกเริ่มและสัดส่วนการลงทุนของโครงการ

เงินลงทุนแรกเริ่มของโครงการร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต จะประกอบด้วยเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร สินทรัพย์อื่น ๆ และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ ปรากฏผลดังตาราง 29-31

ตาราง 30 เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร

(หน่วย : บาท)

รายการ	จำนวนเงิน	
1. ค่าปรับปรุงและค่าตกแต่งภายในทำเลที่ตั้ง		
1.1 ค่าปลูกสร้างร้าน	110,000	
ค่าตกแต่งร้านภายใน	90,000	200,000
1.2 งานป้าย		10,000
1.3 งานประตูปิด/เปิด		25,000
1.4 งานตกแต่งอื่น ๆ		10,000
รวมค่าปรับปรุงและตกแต่งภายใน		245,000
2. ค่าอุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน		
2.1 ชุดบาร์โค้ด	20,000	
2.2 ค่าเครื่องคอมพิวเตอร์	30,000	
2.3 ค่าเครื่องคิดเลข	1,200	51,200
รวมเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร		296,200

ตาราง 31 เงินลงทุนในสินทรัพย์อื่น ๆ

(หน่วย : บาท)

รายการ	จำนวนเงิน
1. ค่าพัฒนาซอฟต์แวร์	30,000
2. เงินมัดจำค่าเช่าพื้นที่	66,000
3. เงินลงทุนในหนังสือเริ่มแรก	30,000
รวมเงินลงทุนในสินทรัพย์อื่น ๆ	126,000

ตาราง 32 ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน

(หน่วย : บาท)

รายการ	จำนวนเงิน
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	3,000
รวมค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	3,000

เงินทุนหมุนเวียนของกิจการ

กำหนดให้กิจการต้องดำรงเงินสดในมือ 15,000 บาทต่อปี แต่กิจการไม่ก่องหนี้ระยะสั้นและระยะยาว ดังนั้นเงินทุนหมุนเวียนของกิจการที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินโครงการจึงมีค่าเท่ากับ 15,000 บาท แสดงรายละเอียดดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{เงินสดหมุนเวียนสุทธิ} &= \text{เงินสดหมุนเวียน} - \text{หนี้สินหมุนเวียน} \\
 &= 15,000 - 0 \\
 &= 15,000 \quad \text{บาท}
 \end{aligned}$$

ตาราง 33 ประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ

(หน่วย : บาท)

รายการ	จำนวนเงิน
1. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	296,200
2. เงินลงทุนในสินทรัพย์อื่น ๆ	126,000
3. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	3,000
4. เงินสดหมุนเวียนสุทธิ	15,000
รวมประมาณการเงินลงทุนทั้งสิ้น	440,200

ดังนั้นโครงการนี้จะมีเงินลงทุนแรกเริ่มของกิจการทั้งสิ้น 440,200 บาท โดยสัดส่วนทั้งหมดร้อยละ 100 จะเป็นของเจ้าของ ไม่เงินกู้ยืมจากสถาบัน

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์งบการเงินของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน ผู้บริหารโครงการจะต้องใช้งบการเงินในการควบคุมต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าใช้จ่ายในการดำเนินการซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการและบริการของโครงการซึ่งประกอบด้วยต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรเหล่านี้จะส่งผลให้กิจการกำไรหรือขาดทุน อีกทั้งการประมาณการด้านงบดุลของโครงการจะทำให้ทราบว่ากิจการมีสินทรัพย์ที่สามารถก่อประโยชน์ให้แก่กิจการเพียงใด รวมถึงการบริหารหนี้สิน และทุนของกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จึงต้องมีการประมาณการงบกำไรขาดทุน งบดุลล่วงหน้ารวมถึงประมาณรายได้และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจลงทุนของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยการวิเคราะห์งบการเงินของโครงการจะประกอบด้วยประมาณการต่าง ๆ ดังนี้

3.1 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า

เป็นการแสดงรายการรายได้และค่าใช้จ่ายของโครงการ เพื่อแสดงผลการดำเนินงานของโครงการล่วงหน้า ว่าโครงการจะประสบผลกำไรหรือขาดทุน ซึ่งการจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า จะต้องมีการประมาณการรายได้และค่าใช้จ่ายล่วงหน้าตลอดอายุโครงการ เพื่อใช้ในการประมาณการต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ โดยสรุปผลดังตาราง 33

จากการประมาณการรายได้และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน พบว่า โครงการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ประสบผลกำไรตลอดอายุโครงการ แม้ว่าจะมีค่าใช้จ่ายบริหารค่อนข้างสูง แต่โครงการนี้ก็มียาได้จากค่าเช่ามากเช่นกัน ซึ่งจะแสดงงบกำไรขาดทุนล่วงหน้าของโครงการ ดังตาราง 34

3.2 งบดุลล่วงหน้า

เป็นการแสดงรายการสินทรัพย์ หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นของกิจการ พบว่า กิจการมีสภาพคล่องทางการเงินสูงมาก ซึ่งในการศึกษาโครงการจะมีกำไรเพิ่มขึ้นทุกปี แสดงผลดังตาราง 35

อย่างไรก็ตาม โครงการนี้จะมีสภาพคล่องสูงมาก แต่สำหรับการบริหารเงินทุนยังคงต้องคำนึงถึงการบริหารสินทรัพย์ หนี้สิน และทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งโครงการควรจะนำเงินสดที่จัดเป็นสินทรัพย์หมุนเวียนไปลงทุนในกิจการที่ก่อรายได้ และควรดำรงเงินสดในมืออย่างเหมาะสม ดังนั้นโครงการจึงควรมีแผนจัดสรรเงินลงทุนในกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นต่อไป

3.3 ประมาณการงบกระแสเงินสด

เป็นการแสดงกระแสเงินสดรับและจ่ายของโครงการ ทำให้ผู้บริหารสามารถวางแผนและควบคุมการใช้เงินสดตลอดอายุโครงการ ซึ่งจากงบประมาณเงินสด พบว่า กระแสเงินสดรับของโครงการได้มาจากค่าเช่าเป็นหลัก ขณะที่กระแสเงินสดจ่ายจะถูกใช้ในการดำเนินงานและลงทุนในหนังสือใหม่แต่ละปี ซึ่งกิจการจะต้องชำระภาษีโดยใช้เกณฑ์ว่ามีกำไรสุทธิตั้งแต่ 1 – 1,000,000 บาท เสียภาษี 20% ส่วนเกิน 1,000,000 – 3,000,000 บาท เสียภาษี 25% และเกิน 3,000,000 บาท เสียภาษี 30%

ตาราง 34 ประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
1	ค่าใช้จ่ายในการขาย			
	ค่าหนังสือเริ่มแรก	10,000	10,000	10,000
	ค่าเสื่อมสภาพหนังสือ	20,000	50,000	110,000
	ค่าแผ่นพับ	20,000	25,000	25,000
	ค่าของที่ระลึก	30,000	35,000	35,000
	ค่าจัดทำวารสาร	15,000	20,000	20,000
	ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	48,000	48,000	48,000
	รวม 1	143,000	188,000	248,000
2	ค่าใช้จ่ายในการบริการ			
	ค่าจ้างผู้จัดการร้าน	195,000	214,500	235,950
	ค่าจ้างพนักงาน	182,000	200,200	220,220
	ค่าเสื่อมราคา			
	- ค่าเสื่อมร้านสิ่งปลูกสร้าง	36,666	36,666	36,668
	- ค่าเสื่อมตกแต่งภายใน+ปรับปรุงพื้นที่	45,000	45,000	45,000
	- ค่าเสื่อมอุปกรณ์+ เครื่องใช้สอย	17,066	17,066	17,068
	รวม 2	475,732	513,432	554,906
	ค่าเช่า	264,000	264,000	264,000
	ค่าพัฒนาซอฟต์แวร์	10,000	10,000	10,000
	เงินมัดจำ	66,000		
	ตัดค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	1,000	1,000	1,000
	ค่าประกันภัย	5,000	5,000	5,000
	ค่าภาษีโรงเรือน	36,960	36,960	36,960
	ค่าสาธารณูปโภค			
	- ค่าไฟฟ้า	2,400	2,400	2,400
	- ค่าน้ำ	1,200	1,200	1,200
	- ค่าโทรศัพท์	6,000	6,000	6,000
	รวม 3	392,560	326,560	326,560
	ค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่น ๆ			
	- ค่าวัสดุสำนักงาน	7,000	7,000	7,000
	รวม 4	7,000	7,000	7,000
	รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,018,292	1,034,992	1,136,466
	1+2+3+4			

จากตาราง 34 การประมาณค่าใช้จ่ายในการขายจะประกอบด้วยค่านั่งเรือเริ่มแรกที่ลงทุนตอนเปิดร้าน, ค่าแผ่นพับ, ค่าของที่ระลึก, ค่าจัดทำวารสาร, ค่าราคาหนังสือ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมของปีที่ 1 เท่ากับ 143,000 บาท ของปีที่ 2 เท่ากับ 188,000 บาท และ ของปีที่ 3 เท่ากับ 248,000 บาท

การประมาณค่าใช้จ่ายบริหารจะประกอบด้วย เงินเดือนค่าจ้างผู้จัดการร้านและพนักงาน, ค่าเสื่อมราคา, ค่าเช่า, ค่าพัฒนาซอฟต์แวร์, เงินมัดจำ, ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน, ค่าประกันภัย, ค่าภาษีโรงเรือน, ค่าสาธารณูปโภคและค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่น ๆ ซึ่งรวมของปีที่ 1 เท่ากับ 875,292 บาท ของปีที่ 2 เท่ากับ 846,992 บาท และ 888,466 บาท

รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ของปีที่ 1 เท่ากับ 1,018,292 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 1,034,992 บาทและปีที่ 3 เท่ากับ 1,136,466 บาท

ตาราง 35 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้ค่าเช่า	1,681,125	2,028,921	2,376,750
รายได้อื่น ๆ ค่าเงินมัดจำ			66,000
	1,681,125	2,028,921	2,442,750
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน			
1 ค่าใช้จ่ายในการขาย			
1.1 ค่าเสื่อมสภาพหนังสือ	20,000	50,000	110,000
1.2 ค่าหนังสือเริ่มแรก	10,000	10,000	10,000
1.3 ค่าผ่านพับ	20,000	25,000	25,000
1.4 ค่าของที่ระลึก	30,000	35,000	35,000
1.5 ค่าจัดทำวารสาร	15,000	20,000	20,000
1.6 ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	48,000	48,000	48,000
รวมค่าใช้จ่ายการขาย	143,000	188,000	248,000
2. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร			
2.1 เงินเดือน โบนัส	377,000	414,700	456,170
2.2 ค่าเสื่อมราคา	98,732	98,732	98,736
2.3 ค่าเช่า	264,000	264,000	264,000
2.4 ค่าสาธารณูปโภค	9,600	9,600	9,600
2.5 ค่าเงินมัดจำ	66,000		
2.6 ตัดค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	1,000	1,000	1,000
2.7 ค่าประกันภัย	5,000	5,000	5,000
2.8 ภาษีโรงเรือน	36,960	36,960	36,960
2.9 ค่าพัฒนาซอฟต์แวร์	10,000	10,000	10,000
2.10 ค่าใช้จ่ายบริหารอื่น ๆ	7,000	7,000	7,000
รวมค่าใช้จ่ายการบริหาร	875,292	846,992	888,466
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	1,018,292	1,034,992	1,136,466
กำไรก่อนหักภาษี	662,833	993,929	1,306,284
หัก ภาษี	132,566.60	198,785.80	276,571.00
กำไรหักหลังภาษี	530,266.40	795,143.20	1,029,713.00

จากตาราง 35 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า คำนวณโดย รายได้ของปีที่ 1 (จากตาราง 29) เท่ากับ 1,681,125 บาท หักด้วยค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน 1,018,292 บาท ได้กำไรก่อนภาษี 662,833 บาท หัก ภาษีร้อยละ 20 เป็นเงินจำนวน 132,566.60 บาท ได้กำไรหลังหักภาษี 530,266.40 บาท

กำไร (ขาดทุน) ล่วงหน้า คำนวณโดย รายได้ของปีที่ 2 (จากตาราง 29) เท่ากับ 2,028,921 บาท หักด้วยค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน 1,034,992 บาท ได้กำไรก่อนภาษี 993,929 บาท หักภาษีร้อยละ 20 เป็นเงินจำนวน 198,785.80 บาทได้กำไรหลังหักภาษี 795,143.20 บาท

กำไร (ขาดทุน) ล่วงหน้า คำนวณโดย รายได้ของปีที่ 3 (จากตาราง 29) เท่ากับ 2,442,750 บาท หักด้วยค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน 1,136,466 บาท ได้กำไรก่อนภาษี 1,306,284 บาท หักภาษีร้อยละ 20 สำหรับ 100,000 แรก และส่วนเกิน 100,00 เสียภาษีในอัตราร้อยละ 25 เป็นเงินจำนวน 276,571.00 บาทได้กำไรหลังหักภาษี 1,029,713.00 บาท

ตอนที่ 4 การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการจะใช้เครื่องมือทางการเงิน ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนเงินลงทุน (ROI) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) มาช่วยวิเคราะห์หาผลตอบแทนที่โครงการจะได้รับจากการลงทุน ตลอดอายุโครงการ 3 ปี แต่เนื่องจากตลอดอายุโครงการจะมีทั้งค่าใช้จ่ายรายปีและผลตอบแทนรายปี ดังนั้น เพื่อให้ได้ผลตอบแทนรายปีหรือกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ใช้ประเมินค่าของโครงการลงทุนเพื่อตัดสินใจลงทุนหรือไม่ต่อไป (ฐานา ฉันทพิศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2545 : บทที่ 7-12)

การพิจารณากระแสเงินสดที่ใช้ในการประเมินโครงการ ควรเป็นกระแสเงินสดที่ได้จากการดำเนินงานและการลงทุนเท่านั้น จะไม่นำกระแสเงินสดจากการจัดหาเงินมาคิด เพราะจะทำให้ทราบถึงผลตอบแทนที่โครงการจะได้รับจากการดำเนินงานโดยตรง โดยมีค่าเสียโอกาสอัตราร้อยละ 7 คิดจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคาร ซึ่งมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิที่จะใช้ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการจะปรากฏดังตารางที่ 38

ตาราง 36 งบประมาณงบดุลล่วงหน้า

	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์				
สินทรัพย์หมุนเวียน				
เงินสด	15,000	690,998.40	1,595,873.60	2,795,322.60
หนังสือ		60,000	120,000	180,000
หัก ค่าเสื่อมสภาพหนังสือ		(20,000)	(70,000)	(180,000)
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	15,000	730,998.40	1,645,873.60	2,795,322.60
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์				
อาคาร	245,000	245,000	245,000	245,000
อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน	51,200	51,200	51,200	51,200
หักค่าเสื่อมราคาสะสมอาคาร		(98,732)	(197,464)	(296,200)
อุปกรณ์				
รวมที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ (สุทธิ)	296,200	197,468	98,736	-
สินทรัพย์อื่น ๆ				
เงินมัดจำ	66,000			
ซอฟต์แวร์	30,000	20,000	10,000	-
หนังสือเริ่มแรก	30,000	20,000	10,000	-
รวมสินทรัพย์อื่น	126,000	40,000	20,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงานล่วงหน้า	3,000	2,000	1,000	-
รวมสินทรัพย์	440,200	970,466.40	1,765,609.60	2,795,322.60
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น				
หนี้สินระยะสั้น	-	-	-	-
หนี้ระยะยาว	-	-	-	-
รวมหนี้สิน				
ส่วนของผู้ถือหุ้น				
ทุนเรือนหุ้น	440,200	440,200	440,200	440,200
กำไรสะสม	-	530,266.40	1,325,409.60	2,355,122.60
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	440,200	970,466.40	1,765,609.60	2,795,322.60
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	440,200	970,466.40	1,765,609.60	2,795,322.60

จากตาราง 36 ประมาณการงบดุลล่วงหน้า โดยใช้หลักสมการบัญชี สินทรัพย์ เท่ากับ หนี้สินบวก ส่วนของผู้ถือหุ้น (ทุน) ในปี 0 สินทรัพย์มูลค่า 440,200 บาท ประกอบด้วย เงินสด 15,000 บาท (จากตาราง 37 ประมาณงบกระแสเงินสดล่วงหน้า), อาคาร 245,000 บาท อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน 51,200 บาท และในส่วนของสินทรัพย์อื่น ๆ ค่ามัดจำพื้นที่ 66,000 บาท ค่าซอฟต์แวร์ 30,000 บาท ค่าหนังสือเริ่มแรก 30,000 บาท และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานล่วงหน้า 3,000 บาท ส่วนด้านหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นมีมูลค่า 440,200 บาท ประกอบด้วย ทุนเรือนหุ้น 440,200 บาท

ในปีที่ 1 สินทรัพย์มูลค่า 970,466.40 บาท ประกอบด้วย เงินสด 690,998.40 บาท (จากตาราง 37 ประมาณงบกระแสเงินสดล่วงหน้า), หนังสือ 60,000 หักค่าเสื่อมสภาพหนังสือ 20,000 บาท อาคาร 245,000 บาท อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน 51,200 บาท หักด้วยค่าเสื่อมราคาสะสมอาคาร อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน 98,732 บาทและในส่วนของสินทรัพย์อื่น ๆ ค่าซอฟต์แวร์ 20,000 บาท ค่าหนังสือเริ่มแรก 20,000 บาท และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานล่วงหน้า 2,000 บาท ส่วนด้านหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นมีมูลค่า 970,466.40 บาท ประกอบด้วย ทุนเรือนหุ้น 440,200 บาท และกำไรสะสม 530,266.40 บาท

ในปีที่ 2 สินทรัพย์มูลค่า 1,765,609.60 บาท ประกอบด้วย เงินสด 1,595,873.60 บาท (จากตาราง 37 ประมาณงบกระแสเงินสดล่วงหน้า), หนังสือ 120,000 หักค่าเสื่อมสภาพหนังสือ 50,000 บาท อาคาร 245,000 บาท หักค่าเสื่อมราคาสะสม 20,000 บาท อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน 51,200 บาท หักด้วยค่าเสื่อมราคาสะสมอาคาร อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน 197,464 บาทและในส่วนของสินทรัพย์อื่น ๆ ค่าซอฟต์แวร์ 10,000 บาท ค่าหนังสือเริ่มแรก 10,000 บาท และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานล่วงหน้า 1,000 บาท ส่วนด้านหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นมีมูลค่า 1,765,609.60 บาท ประกอบด้วย ทุนเรือนหุ้น 440,200 บาท และกำไรสะสม 1,325,409.60 บาท

ในปีที่ 3 สินทรัพย์มูลค่า 2,795,322.60 บาท ประกอบด้วย เงินสด 2,795,322.60 บาท (จากตาราง 37 ประมาณงบกระแสเงินสดล่วงหน้า), หนังสือ 180,000 หักค่าเสื่อมสภาพหนังสือ 180,000 บาท อาคาร 245,000 บาท หักค่าเสื่อมราคาสะสม 20,000 บาท อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน 51,200 บาท หักด้วยค่าเสื่อมราคาสะสมอาคาร อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน 296,200 บาท ส่วนด้านหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นมีมูลค่า 2,795,322.60 บาท ประกอบด้วย ทุนเรือนหุ้น 440,200 บาท และกำไรสะสม 2,355,122.60 บาท

ตาราง 37 ประมาณงบกระแสเงินสดล่วงหน้า

	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดรับ				
เรียกชำระทุนเรือนหุ้น	440,200			
รายได้ค่าเช่า		1,681,125	2,028,921	2,376,750
รายได้อื่น ๆ ค่าเงินมัดจำ				66,000
	440,200	1,681,125	2,028,921	2,442,750
กระแสเงินสดจ่าย				
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	296,200	60,000	60,000	60,000
เงินลงทุนในสินทรัพย์อื่น	126,000			
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	3,000			
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน				
ค่าใช้จ่ายการขาย		113,000	128,000	128,000
ค่าใช้จ่ายการบริหาร		699,560	737,260	778,730
ภาษีเงินได้		132,566.60	198,785.80	276,571.00
รวมกระแสเงินสด	425,200	1,005,126.60	1,124,045.80	1,243,301.00
กระแสเงินสดสุทธิ	15,000	675,998.40	904,875.20	1,199,449.00
กระแสเงินสดต้นงวด		15,000	690,998.40	1,595,873.60
กระแสเงินสดปลายงวด	15,000	690,998.40	1,595,873.60	2,795,322.60

* ค่าใช้จ่ายการบริหาร ไม่รวมค่าเสื่อมราคา ค่าเงินมัดจำ ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานและค่าพัฒนาซอฟต์แวร์

จากตาราง 37 ประมาณงบกระแสเงินสดล่วงหน้า ในปีที่ 0 มีกระแสเงินสดสุทธิปลายงวด เท่ากับ 15,000 บาท มาจาก กระแสเงินสดรับรายการเรียกชำระหนี้ 440,200 บาท หักด้วยกระแสเงินสดจ่าย จำนวน 425,200 บาท ประกอบด้วยรายการเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 296,200 บาท เงินลงทุนในสินทรัพย์อื่น 126,000 บาท ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน 3,000 บาท

ประมาณงบกระแสเงินสดล่วงหน้า ในปีที่ 1 มีกระแสเงินสดสุทธิปลายงวด เท่ากับ 690,998.40 บาท มาจากกระแสเงินสดรับ รายการรายได้ 1,681,125 บาท (จากตาราง 35 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า) หักด้วยกระแสเงินสดจ่าย จำนวน 1,005,126.60 บาท ประกอบด้วยรายการเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 60,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการขาย 113,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการบริหาร 699,560 บาท ภาษีเงินได้ 132,566.60 บาท และบวกด้วยกระแสเงินสดต้นงวดยกมา 15,000 บาท

ประมาณงบกระแสเงินสดล่วงหน้า ในปีที่ 2 มีกระแสเงินสดสุทธิปลายงวด เท่ากับ 1,595,873.60 บาท มาจากกระแสเงินสดรับ รายการรายได้ 2,028,921 บาท (จากตาราง 35 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า) หักด้วยกระแสเงินสดจ่าย จำนวน 1,124,045.80 บาท ประกอบด้วยรายการเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 60,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการขาย 128,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการบริหาร 737,260 บาท ภาษีเงินได้ 198,785.80 บาท และบวกด้วยกระแสเงินสดต้นงวดยกมา 690,998.40 บาท

ประมาณงบกระแสเงินสดล่วงหน้า ในปีที่ 3 มีกระแสเงินสดสุทธิปลายงวด เท่ากับ 2,795,322.60 บาท มาจากกระแสเงินสดรับ รายการรายได้รวม 2,442,750 บาท (จากตาราง 35 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า) หักด้วยกระแสเงินสดจ่าย จำนวน 1,243,301 บาท ประกอบด้วยรายการเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 60,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการขาย 128,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการบริหาร 778,730 บาท ภาษีเงินได้ 276,571 บาท และบวกด้วยกระแสเงินสดต้นงวดยกมา 1,595,873.60 บาท

ตาราง38 มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดของโครงการ (อัตราส่วนลดที่เป็นต้นทุนของโครงการ Cost of Capital เท่ากับ 7%)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสด				
รายได้จากค่าเช่าหนังสือ		1,681,125	2,028,921	2,376,750
รายได้อื่น ๆ ค่าเงินมัดจำ				66,000
รวมกระแสเงินสดรับ		1,681,125	2,028,921	2,442,750
กระแสเงินสดจ่าย				
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	296,200	60,000	60,000	60,000
เงินลงทุนในสินทรัพย์อื่น ๆ	126,000			
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	3,000			
เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ	15,000			
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน*				
ค่าใช้จ่ายในการขาย		113,000	128,000	128,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		699,560	737,260	778,730
ภาษีเงินได้		132,566.60	198,785.80	276,571.00
รวมกระแสเงินสดจ่าย	425,200	1,005,126.60	1,124,045.80	1,243,301.00
กระแสเงินสดสุทธิ	-425,200	675,998.40	904,875.20	1,208,449
ตัวคูณปัจจัย (PVIF7% t = 1-3)		0.935	0.873	0.816
	-425,200	632,058.50	789,956.00	986,094.40
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	1,982,908.90			
อัตราผลตอบแทนเงินลงทุน (ROI)	51.29%			
PB (Payback Period)	7 เดือน 13 วัน			
จุดคุ้มทุน (เล่ม)		206,980	228,680	233,193
จุดคุ้มทุน (บาท)		888,390	976,006	995,267

* ค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน จะไม่รวมค่าเสื่อมราคา รายการตัดจ่ายค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน เพราะรายการเหล่านั้น เป็นการตัดค่าใช้จ่ายรายปี และค่าเงินมัดจำจะเป็นรายการปรับปรุงซึ่งรายการเหล่านี้ไม่ได้มีการจ่ายเงินสดออกไปจริง

4.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{ACF_t}{(1+k)^t} - IO$$

โดยที่ ACF_t = กระแสเงินสดสุทธิหลังหักภาษีที่เกิดขึ้นในปีที่ 1
 k = อัตราส่วนลดที่เหมาะสม
 IO = เงินลงทุนแรกเริ่ม (Initial cash outlay)
 n = อายุของโครงการ

ดังนั้น $NPV = (632,058.50 + 789,956.00 + 986,094.40) - 425,200$
 $= 1,982,908.90$ บาท

จากการศึกษาพบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของโครงการมีค่าเท่ากับ 1,982,908.90 บาท ซึ่งมีค่า NPV มากกว่าศูนย์ แสดงว่าโครงการนี้ให้ผลตอบแทนมากกว่าเงินลงทุนแรกเริ่มที่โครงการจ่ายไป ดังนั้นแสดงว่าโครงการนี้มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

4.2 อัตราผลตอบแทนเงินลงทุน (Return on Investment : ROI)

$$ROI = \frac{\text{กำไรสุทธิถัวเฉลี่ย}}{\text{เงินลงทุนสุทธิถัวเฉลี่ย}}$$

กำไรสุทธิถัวเฉลี่ย = $\frac{530,266.40 + 795,143.20 + 1,029,713}{3} = 785,040.90$

$$= \frac{785,040.90}{1,477,857.97} \times 100$$

$$= 51.29 \%$$

4.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)

วิธีนี้จะใช้กระแสเงินสดที่ยังไม่ได้ปรับค่าของเวลามาคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนของกิจการ โดยกระแสเงินสดสุทธิในตารางซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

$$PB = \frac{\text{เงินสดจ่ายลงทุนสุทธิเริ่มโครงการ}}{\text{เงินสดรับสุทธิต่อปี}}$$

ปีที่ 1 = 675,998.40 บาท
 ปีที่ 2 = 904,875.20 บาท
 ปีที่ 3 = 1,208,449.00 บาท

$$PB = \frac{425,200}{675,998.40} = 0.62 \text{ ปี ประมาณ 7 เดือน 13 วัน}$$

จากการศึกษาพบว่าระยะเวลาคืนทุน (PB) ของโครงการมีค่าเท่ากับ 7 เดือน 13 วัน ซึ่งมีระยะคืนทุนเร็วกว่าอายุของโครงการ ถือว่าเป็นโครงการที่ดี เพราะมีความปลอดภัยจากความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น

สรุปผลการประเมินโครงการทางการเงิน

1. อายุโครงการ 3 ปี
2. ต้นทุนของโครงการ 7% (คิดจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ร้อยละ 7)
3. เงินลงทุนแรกเริ่ม 440,200 บาท

ตาราง 39 สรุปผลการประเมินโครงการทางการเงิน

NPV	ROI	PB
1,982,908.90 บาท	51.29%	7 เดือน 13 วัน

จากตาราง 38 จากการประเมินโครงการพบว่า โครงการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 1,982,908.90 บาท ซึ่งมากกว่า 0 ประกอบกับอัตราผลตอบแทนเงินลงทุน คือ 51.29% ซึ่งจะได้ผลตอบแทนกลับมาจากเงินลงทุนสุทธิ เท่ากับ 51.29% และระยะเวลาคืนทุน 7 เดือน 13 วัน ซึ่งถือว่าเร็ว ดังนั้นจึงคุ้มค่า

4.4 จุดคุ้มทุน

$$\text{จำนวนขาย ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรส่วนเกินถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักต่อหน่วย}}$$

โดยปีที่ 1

ยอดการเช่าหนังสือการ์ตูน	144,165 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 36.60
ยอดการเช่าหนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูน	249,726 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 63.40
ต้นทุนคงที่ปีที่ 1	809,292 บาท
1. ราคาหนังสือการ์ตูน	3 บาทต่อเล่ม
หัก ต้นทุนผันแปร	0.36 สตางค์
กำไรส่วนเกิน	2.64 บาท
2. ราคาหนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูน	5 บาทต่อเล่ม
หัก ต้นทุนผันแปร	0.36 สตางค์
กำไรส่วนเกิน	4.64 บาท

$$\text{จำนวนยอดเช่า ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{809,292}{\text{กำไรส่วนเกินถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักต่อหน่วย}}$$

$$(36.60 \times 2.64) + (63.4 \times 4.64)$$

$$= \frac{809,292}{0.97 + 2.94}$$

$$= \frac{809,292}{3.91}$$

$$= 206,980 \text{ เล่ม}$$

จำนวนยอดเช่า ณ จุดคุ้มทุนแบ่งเป็นของ

หนังสือการ์ตูน $206,980 \times 36.6\% = 75,755 \text{ เล่ม}$

หนังสืออื่น ๆ $206,980 \times 63.4\% = 131,225 \text{ เล่ม}$

$$\begin{aligned} \text{รายได้ ณ จุดคุ้มทุน} &= (75,755 \times 3) + (131,225 \times 5) \\ &= 227,265 + 661,125 \\ &= 888,390 \text{ บาท} \end{aligned}$$

การคำนวณจุดคุ้มทุนจะแบ่งหนังสือเป็น 2 ประเภท โดยแบ่งตามราคาหนังสือที่ให้เช่า คือหนังสือการ์ตูนและหนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูนเพราะหนังสือ 2 ประเภทราคาไม่เท่ากัน โดยใช้ส่วนผลสมยอดการเช่ามาถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (จากตาราง 29) เท่ากับร้อยละ 36.60 และหนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูน ร้อยละ 63.40 มาราคาเช่าหนังสือการ์ตูนเท่ากับ 3 บาท หนังสืออื่น ๆ เท่ากับ 5 บาท ต้นทุนผันแปร 0.36 บาทต่อหน่วย มีกำไรส่วนเกินต่อหน่วย หนังสือการ์ตูน เท่ากับ 2.64 บาท และ หนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูน 4.64 บาท ให้นำหนังสือยอดเช่าหนังสือคูณกับกำไรส่วนเกินของหนังสือแต่ละประเภท แล้วนำมารวมกันเท่ากับ 3.91 จึงนำไปหารต้นทุนคงที่ จำนวน 809,292 บาท จะได้ยอดการเช่า ณ จุดคุ้มทุน เท่ากับ 206,980 เล่ม นำไปคำนวณเป็นรายได้โดยแบ่งตามสัดส่วนน้ำหนักของหนังสือแต่ละประเภทแล้วคูณด้วยราคาของหนังสือ ออกมาเป็นรายได้ ณ จุดคุ้มทุน เท่ากับ 888,390 บาท

โดยปีที่ 2

ยอดการเช่าหนังสือการ์ตูน 173,992 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 36.60

ยอดการเช่าหนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูน 301,389 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 63.40

ต้นทุนคงที่ปีที่ 1 846,992 บาท

1. ราคาหนังสือการ์ตูน 3 บาทต่อเล่ม

หัก ต้นทุนผันแปร 0.4 สตางค์

กำไรส่วนเกิน 2.6 บาท

2. ราคาหนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูน 5 บาทต่อเล่ม

หัก ต้นทุนผันแปร 0.4 สตางค์

กำไรส่วนเกิน 4.6 บาท

$$\text{จำนวนยอดเช่า ณ จุดคุ้มทุน} = \underline{846,992}$$

$$(36.60 \times 2.6) + (63.4 \times 4.6)$$

$$= \frac{8846,992}{0.95 + 2.92}$$

$$= \frac{884,992}{3.87}$$

$$= 228,680 \text{ เล่ม}$$

จำนวนยอดเช่า ณ จุดคุ้มทุนแบ่งเป็นของ

$$\text{หนังสือการ์ตูน } 228,680 \times 36.6\% = 83,697 \text{ เล่ม}$$

$$\text{หนังสืออื่น ๆ } 228,680 \times 63.4\% = 144,983 \text{ เล่ม}$$

$$\begin{aligned} \text{รายได้ ณ จุดคุ้มทุน} &= (83,697 \times 3) + (144,983 \times 5) \\ &= 251,091 + 724,915 \\ &= 976,006 \text{ บาท} \end{aligned}$$

การคำนวณจุดคุ้มทุนจะแบ่งหนังสือเป็น 2 ประเภท โดยแบ่งตามราคาหนังสือที่ให้เช่า คือหนังสือการ์ตูนและหนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูนเพราะหนังสือ 2 ประเภทราคาไม่เท่ากัน โดยใช้ส่วนผสมยอดการเช่ามาถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (จากตาราง 29) เท่ากับร้อยละ 36.60 และหนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูน ร้อยละ 63.40 มาราคาเช่าหนังสือการ์ตูนเท่ากับ 3 บาท หนังสืออื่น ๆ เท่ากับ 5 บาท ต้นทุนผันแปร 0.40 บาทต่อหน่วย มีกำไรส่วนเกินต่อหน่วย หนังสือการ์ตูน เท่ากับ 2.6 บาท และ หนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูน 4.6 บาท ใช้น้ำหนักยอดเช่าหนังสือคูณกับกำไรส่วนเกินของหนังสือแต่ละประเภท แล้วนำมารวมกันเท่ากับ 3.87 จึงนำไปหารต้นทุนคงที่ จำนวน 884,992 บาท จะได้ยอดการเช่า ณ จุดคุ้มทุน เท่ากับ 228,680 เล่ม นำไปคำนวณเป็นรายได้โดยแบ่งตามสัดส่วนน้ำหนักของหนังสือแต่ละประเภทแล้วคูณด้วยราคาของหนังสือ ออกมาเป็นรายได้ ณ จุดคุ้มทุน เท่ากับ 976,006 บาท

โดยปีที่ 3

ยอดการเช่าหนังสือการ์ตูน	203,820 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 36.60
ยอดการเช่าหนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูน	353,058 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 63.40
ต้นทุนคงที่ปีที่ 1	888,466 บาท
1. ราคาหนังสือการ์ตูน	3 บาทต่อเล่ม
หัก ต้นทุนผันแปร	0.45 สตางค์
กำไรส่วนเกิน	2.55 บาท
2. ราคาหนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูน	5 บาทต่อเล่ม
หัก ต้นทุนผันแปร	0.45 สตางค์
กำไรส่วนเกิน	4.55 บาท

$$\text{จำนวนยอดเช่า ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{888,466}{(36.60 \times 2.55) + (63.4 \times 4.55)}$$

$$= \frac{888,466}{0.93 + 2.88}$$

$$= \frac{888,466}{3.81}$$

$$= 233,193 \text{ เล่ม}$$

จำนวนยอดเช่า ณ จุดคุ้มทุนแบ่งเป็นของ

$$\text{หนังสือการ์ตูน } 233,193 \times 36.6\% = 85,349 \text{ เล่ม}$$

$$\text{หนังสืออื่น ๆ } 233,193 \times 63.4\% = 147,844 \text{ เล่ม}$$

$$\begin{aligned} \text{รายได้ ณ จุดคุ้มทุน} &= (85,349 \times 3) + (147,844 \times 5) \\ &= 256,047 + 739,220 \\ &= 995,267 \text{ บาท} \end{aligned}$$

การคำนวณจุดคุ้มทุนจะแบ่งหนังสือเป็น 2 ประเภท โดยแบ่งตามราคาหนังสือที่ให้เช่า คือหนังสือการ์ตูนและหนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูนเพราะหนังสือ 2 ประเภทราคาไม่เท่ากัน โดยใช้ส่วนผลสมยอดการเช่ามาถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (จากตาราง 29) เท่ากับร้อยละ 36.60 และหนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูน ร้อยละ 63.40 มาราคาเช่าหนังสือการ์ตูนเท่ากับ 3 บาท หนังสืออื่น ๆ เท่ากับ 5 บาท ต้นทุนผันแปร 0.45 บาทต่อหน่วย มีกำไรส่วนเกินต่อหน่วย หนังสือการ์ตูน เท่ากับ 2.55 บาท และ หนังสืออื่น ๆ ที่มีใช้การ์ตูน 4.55 บาท ให้นำจำนวนยอดเช่าหนังสือคูณกับกำไรส่วนเกินของหนังสือแต่ละประเภท แล้วนำมารวมกันเท่ากับ 3.81 จึงนำไปหารต้นทุนคงที่ จำนวน 888,466 บาท จะได้ยอดการเช่า ณ จุดคุ้มทุน เท่ากับ 233,193 เล่ม นำไปคำนวณเป็นรายได้โดยแบ่งตามสัดส่วนน้ำหนักของหนังสือแต่ละประเภทแล้วคูณด้วยราคาของหนังสือ ออกมาเป็นรายได้ ณ จุดคุ้มทุน เท่ากับ 995,267 บาท

ตาราง 40 สรุปสมมติฐาน

สมมติฐาน	ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือก ร้านเช่าหนังสือบนสถานี รถไฟฟ้า BTS เพลินจิต	ผลการวิจัย	มีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ ระดับ	สถิติที่ใช้
1. ผู้โดยสารที่มีเพศต่างกันมี ความคิดเห็นต่อการเลือกร้าน เช่าหนังสือไม่แตกต่างกัน	- ผลลัพธ์ - ราคา - ทำเลที่ตั้ง - การส่งเสริมการตลาด	- ไม่แตกต่างกัน - ไม่แตกต่างกัน - ไม่แตกต่างกัน - ไม่แตกต่างกัน	0.05 0.05 0.05 0.05	t-test
2. ผู้โดยสารที่มีอาชีพต่างกันมี ความคิดเห็นต่อการเลือกร้าน เช่าหนังสือไม่แตกต่างกัน	- ผลลัพธ์ - ราคา - ทำเลที่ตั้ง - การส่งเสริมการตลาด	- ไม่แตกต่างกัน - ไม่แตกต่างกัน - ไม่แตกต่างกัน - ไม่แตกต่างกัน	0.05 0.05 0.05 0.05	Oneway Anova
3. ผู้โดยสารที่มีอายุต่างกันมี ความคิดเห็นต่อการเลือกร้าน เช่าหนังสือไม่แตกต่างกัน	- ผลลัพธ์ - ราคา - ทำเลที่ตั้ง - การส่งเสริมการตลาด	- แตกต่างกัน - ไม่แตกต่างกัน - ไม่แตกต่างกัน - แตกต่างกัน	0.05 0.05 0.05 0.01	Oneway Anova
4. ผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันมี ความคิดเห็นต่อการเลือกร้าน เช่าหนังสือไม่แตกต่างกัน	- ผลลัพธ์ - ราคา - ทำเลที่ตั้ง - การส่งเสริมการตลาด	- ไม่แตกต่างกัน - แตกต่างกัน - แตกต่างกัน - แตกต่างกัน	0.05 0.05 0.01 0.05	Oneway Anova
5. ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการ เลือกร้านเช่าหนังสือไม่แตกต่าง กัน	- ผลลัพธ์ - ราคา - ทำเลที่ตั้ง - การส่งเสริมการตลาด	- ไม่แตกต่างกัน - ไม่แตกต่างกัน - ไม่แตกต่างกัน - ไม่แตกต่างกัน	0.05 0.05 0.05 0.05	Oneway Anova

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาความเป็นไปได้ของโครงการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

1. ความเป็นไปได้ด้านการตลาด เป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นด้านความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ท่าเลที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาด โดยเปรียบเทียบจากเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา รวมถึงการศึกษาด้านพฤติกรรมของผู้โดยสาร ซึ่งผลจากงานวิจัยนี้จะทำให้ทราบถึงอุปสงค์ของผู้โดยสารกลุ่มเป้าหมายและกลยุทธ์ทางการตลาด

2. ความเป็นไปได้ทางการเงินเป็นการศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ การวิเคราะห์งบการเงิน การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ซึ่งใช้เป็นเกณฑ์การตัดสินใจลงทุนเพื่อให้ทราบว่าโครงการนี้คุ้มค่าควรแก่การลงทุนหรือไม่

ดังนั้น การศึกษาความเป็นไปได้นี้ จะเป็นประโยชน์ในการช่วยตัดสินใจในการลงทุนของโครงการ ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่ช่วยพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งเป็นการสภาพทั่วไปและการเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ และเป็นแนวทางในการบริหารเงินทุนของโครงการอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ที่มีต่อการเลือกใช้บริการของในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ท่าเลและการส่งเสริมการขาย
2. เพื่อศึกษาอุปสงค์ในการเช่าหนังสือของผู้ใช้บริการ BTS ในสถานีเพลินจิตเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดและการเงินของโครงการจัดตั้งร้าน ที่สถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

สมมติฐานของการศึกษาวิจัย

1. สมมติฐานในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

- ผู้โดยสารกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต แตกต่างกัน

2. สมมติฐานทางการเงิน

การศึกษาค้นคว้าความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต จะประกอบด้วยข้อสมมติฐานทางการเงินดังนี้

1. เงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของร้อยละ 100
2. ค่าเสื่อมราคา (Depreciation)
 - 2.1 ค่าเสื่อมราคาของอุปกรณ์มีกำหนด 3 ปี
 - 2.2 ใช้วิธีตัดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง

3. ค่าไฟฟ้าและสาธารณูปโภค ผันแปรตามชั่วโมงการทำงาน
4. เงินเดือนพนักงาน มีการปรับเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี และพนักงานจะได้โบนัสปีละ 1 เดือนทุกปี
5. ค่าทำการแนะนำร้าน
 - 5.1 ของที่ระลึกการสมัครสมาชิก 30,000 บาทและ 35,000 บาทในปีที่ 2 และปีที่ 3
 - 5.2 ค่าทำใบปลิว/ใบสมัคร 20,000 บาท และ 25,000 บาท ในปีที่ 2 และปีที่ 3
 - 5.3 ค่าจัดทำวารสาร 15,000 บาท และ 20,000 บาทในปีที่ 2 และ ปีที่ 3
 - 5.4 อุปกรณ์การจัดเก็บ 51,200 บาท
 - 5.5 ค่าพัฒนาซอฟต์แวร์ 30,000 บาท
6. ค่าเช่าทำเลที่ตั้ง
 - 6.1 ค่าปลูกสร้างร้าน และตกแต่ง 200,000 บาท ใช้เวลา 65 วัน
 - 6.2 ค่าเช่าร้าน 11 ตารางเมตร 22,000 บาทต่อเดือน (ตร.ม.ละ 2,000 บาท)
 - 6.3 ค่าเช่ามัดจำ 3 เดือน เป็นเงิน 66,000 บาท (22,000X3เดือน) และค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน คิดเป็นเงิน 22,000 บาท เงินมัดจำนี้โครงการจะได้รับกลับคืนเมื่อสิ้นอายุโครงการ
7. ค่าประกันภัย 5,000 บาทต่อปี
8. ค่าภาษีโรงเรือน 14% ของค่าเช่าต่อเดือน คิดเป็น 3,080 บาท
9. อัตราเงินเฟ้อไม่มีผลกระทบต่อราคาและการเปลี่ยนแปลงทางการเงินของโครงการ
10. รายได้ค่าเช่าคำนวณจากค่าเฉลี่ยอัตราค่าเช่าที่ผู้สนใจมาใช้บริการตอบในแบบสอบถาม
11. การคำนวณ Net Present Value ใช้อัตราค่าเสียโอกาส 7 % คิดจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคาร

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ที่ถือบัตรรายเดือน ตั้งแต่มกราคม 2545-มีนาคม 2546 รวมทั้งสิ้น 162,665 คน ซึ่งประกอบด้วย

ผู้ถือบัตรนักศึกษา 10 เทียว 15 เทียว 30 เทียว จำนวน 55,324 คนต่อเดือนโดยเฉลี่ย

ผู้ถือบัตรผู้ใหญ่ 10 เทียว 15 เทียว 30 เทียว จำนวน 107,341 คนต่อเดือนโดยเฉลี่ย

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ที่ถือบัตรรายเดือน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) หลังจากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในการเลือกผู้บริโภครายกลุ่มเป้าหมาย รวมผู้บริโภครายกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น 400 คน ความคลาดเคลื่อน 5% รวมเป็น 420 คน

โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดด้วยความเชื่อมั่น 95% ($\alpha = 0.05$) ปรากฏว่าต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 400 คน ซึ่งคำนวณหาได้จากสูตรของยามานะ (Yamane. 1976 : 580-581)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และเส้นทางการเดินทางประจำ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามคำถามปลายปิดจำนวน 4 ข้อ และคำถามปลายเปิดจำนวน 1 ข้อ รวม 5 ข้อ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเข้าหนังสือ เป็นแบบสอบถามคำถามปลายปิดจำนวน 5 ข้อ และคำถามปลายเปิด จำนวน 4 ข้อ รวม 9 ข้อ

ตอนที่ 3 การตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าหนังสือ เป็นแบบสอบถามคำถามปลายปิด จำนวน 1 ข้อ และคำถามปลายเปิด จำนวน 6 ข้อ รวม 7 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ บริเวณสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) จำนวน 22 ข้อ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ เป็นแบบสอบถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากวิทยานิพนธ์ หนังสือจากห้องสมุดต่าง ๆ ข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ และข้อมูลจากบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ จะแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

จะเป็นการศึกษาในหัวข้อวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1.1 นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for Social Science)

1.2 ข้อมูลลักษณะทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และเส้นทางการเดินทาง คิดค่าเป็นค่าร้อยละ

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเช่าหนังสือ คิดเป็นค่าเฉลี่ยสำหรับข้อมูลด้านอัตราค่าสมาชิก, ค่ามัดจำ และอัตราค่าเช่า

1.4 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ท่าเล และการส่งเสริมทางการตลาด โดยการทดสอบ $t - test$ สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม และมากกว่า 2 กลุ่ม จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

1.5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เป็นแบบสอบถามปลายปิด นำมาแจกแจงความถี่

2. การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการเงิน

2.1 การศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ

2.2 การวิเคราะห์งบการเงินของโครงการ ได้แก่ การจัดทำงบกำไรขาดทุน และงบดุลล่วงหน้า การประมาณการกระแสเงินสด

2.3 การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ โดยอาศัยเครื่องมือทางการเงิน ดังนี้

2.3.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

2.3.2 อัตราผลตอบแทนเงินลงทุน (Return on investment : ROI)

2.3.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

2.4 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Analysis)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตจะสรุปผลการศึกษาดังนี้

1. ผลการศึกษาด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

จะเป็นการศึกษาในหัวข้อวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ ที่จัดตั้งบริเวณสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต โดยที่ผลการวิจัยนี้จะทราบถึงอุปสงค์ของผู้โดยสารที่มีต่อการเช่าหนังสือซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน เพศชายและเพศหญิง โดยเป็นเพศชาย จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 และเป็นเพศหญิง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75

อายุ กลุ่มผู้โดยสารที่ได้จากการตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุ 16 - 20 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 อายุ 21-25 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 รองลงมาคือ อายุ 26-30 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 อายุ 31-35 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และ อายุ 35 ปีขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา กลุ่มผู้โดยสารที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 ปริญญาตรี 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ปริญญาตรี 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ตามลำดับ

อาชีพ กลุ่มผู้โดยสารที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ส่วนมากมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 284 คนคิดเป็นร้อยละ 71 รองลงมาคือ นักศึกษา จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 อาชีพรับจ้าง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และอื่น ๆ คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ 11 คน อาชีพรับราชการ 3 คน และเจ้าของธุรกิจ 4 คน รวมเป็น 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

รายได้กลุ่มผู้โดยสาร ส่วนมากมีรายได้ระหว่าง 5,001-15,000 บาท จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รายได้15,001-25,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ระดับรายได้ 25,001-35,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 และ มากกว่า 35,000 บาทต่อเดือน จำนวน 35 คน คิดร้อยละเป็น 8.75 ตามลำดับ

1.2 พฤติกรรมการเช่าหนังสือ พบว่าในจำนวนผู้โดยสารที่ตอบแบบสอบถาม 400 คนมีจำนวนร้อยละ 55.75 เป็นผู้ที่เคยเช่าหนังสือ ซึ่งมีจำนวน 223 คน และไม่เคยเช่าหนังสือ ร้อยละ 44.25 จำนวน 177 คน ตามลำดับ

ผู้โดยสารที่เคยเช่าหนังสือจะเช่าหนังสือการ์ตูนมากที่สุด จำนวน 153 คน สูงถึงร้อยละ 36.60 และเช่าหนังสือนิยาย จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 24.64 รองลงมาคือ หนังสือพอร์คเก็ตบุ๊ก จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 14.83 หนังสือนิตยสารแฟชั่น จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.66 และมีเพียงจำนวนน้อยที่เช่าหนังสือท่องเที่ยว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.16

สาเหตุสำคัญที่เช่าหนังสือ ผู้โดยสารส่วนมากเลือกเช่าหนังสือด้วยเหตุผลว่า หนังสือราคาแพงซื้อไม่คุ้ม จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 24.22 และผู้โดยสารที่อ่านหนังสือเพียงเที่ยวเดียวไม่ได้อ่านซ้ำ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 23.77 และมีให้เลือกหลายประเภท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 22.42 และได้อ่านหนังสือใหม่ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.59 ไม่อยากเก็บหนังสือไว้มาก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.52 และอื่น ๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48

นักเขียนที่ชื่นชอบอันดับหนึ่งคือ ทมยันตี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 รองลงมาคือ พนมเทียน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และอันดับสาม คือ JK Rowling จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเช่าหนังสือแต่ละครั้ง ผู้โดยสารส่วนมากค่าใช้จ่ายในการเช่าหนังสือแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 6-15 บาท จำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 21.52 และ 16-25 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 35.43 ค่าใช้จ่ายในการเช่า 26-35 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.35 และ 36-45 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.14 และ 46 บาทขึ้นไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 25.56

จำนวนหนังสือที่เช่าแต่ละครั้ง ผู้โดยสารจะเช่าหนังสือจำนวน 1 เล่ม จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.18 และจำนวน 2 เล่ม จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 38.57 ครั้งละ 3 เล่ม จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 27.35 ครั้งละ 4 เล่ม จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 12.56 และครั้งละ 5 เล่มขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.35

ระยะเวลาที่เช่าโดยเฉลี่ยต่อเล่ม ผู้โดยสารเช่าหนังสือโดยเฉลี่ยต่อเล่มนาน 1 วัน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 15.70 และเฉลี่ย ต่อเล่ม 2 วัน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 30.94 เช่าหนังสือโดยเฉลี่ยต่อเล่ม 3 วัน จำนวน 75 คิดเป็นร้อยละ 33.63 เช่าหนังสือต่อเล่มเฉลี่ย 4 วัน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.83 และ เช่า 5 วันขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90

ช่วงเวลาที่เช่าหนังสือ ผู้โดยสารส่วนใหญ่ เลือกเช่าหนังสือเวลา 9.00 -18.00 เสาร์-อาทิตย์ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 52.02 และเวลา 17.30-21.00 จันทร์-ศุกร์ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และเลือกเช่าหนังสือ 8.30-17.30 น จันทร์-ศุกร์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.17 และแล้วแต่สะดวก จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10.31

สาเหตุที่สำคัญที่เลือกเช่าหนังสือกับร้านที่ใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน ผู้โดยสารส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ใกล้บ้าน จำนวน 130 คน ร้อยละ 58.30 และใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 11.21 เหตุผลว่าเป็นทางผ่านประจำ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.73 สุดท้ายคือ อัตราค่าเช่าถูก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.28 และลดราคา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.79 และอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.69

ส่วนอัตราค่าเช่าที่เหมาะสมมากที่สุดของหนังสือการ์ตูน อยู่ที่ 1-5 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 82.04 อัตราค่าเช่าที่เหมาะสมมากที่สุดของหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊ก อยู่ที่ 1-5 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 อัตราค่าเช่าที่เหมาะสมมากที่สุดของหนังสือนิยาย อยู่ที่ 1-5 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 46.10 อัตราค่าเช่าที่เหมาะสมมากที่สุดของหนังสือนิตยสาร อยู่ที่ 1-5 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 52.10

จำนวนผู้โดยสาร 400 คน พบว่ามี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 ที่สนใจเช่าหนังสือกับร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต และไม่สนใจเช่าหนังสือหนังสือกับร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25

เหตุผลที่สนใจเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต 4 อันดับแรก เพราะ สะดวกเป็นทางผ่าน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 40.28 ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ชอบอ่านหนังสือ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.97 และไม่ต้องซื้อหนังสือแพง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17

เหตุผลที่ไม่สนใจเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต 4 อันดับแรก เพราะ ชอบซื้อหนังสือสะสม จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 31.69 เร่งรีบ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 26.06 ไม่ชอบอ่านหนังสือ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 18.31 และไม่มีเวลาว่าง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.08

1.3 วิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต พบว่า ผู้โดยสารสนใจเช่าหนังสือกับร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต จำนวน 167 คิดเป็นร้อยละ 41.75 ซึ่งมาจากผู้ที่เคยเช่าหนังสือที่อื่นอ่าน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และไม่เคยเช่าหนังสือที่อื่นอ่าน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ส่วนผู้ที่ไม่สนใจเช่าจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25

อัตราค่าเช่าหนังสือการ์ตูนโดยเฉลี่ย 2.62 บาทต่อวันต่อเล่ม อัตราค่าเช่าหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊ก 4.10 บาทต่อวันต่อเล่ม อัตราค่าเช่าหนังสือนิยาย 4.71 บาทต่อวันต่อเล่ม อัตราค่าเช่าหนังสือนิตยสาร 4.52 บาทต่อวันต่อเล่ม

1.4 ความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต โดยจากผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตอยู่ในระดับ มาก

เมื่อพิจารณาแยกความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในแต่ละด้านพบว่า

1.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ในระดับเห็นด้วยอย่างมากคือ ให้เช่าหนังสือที่หาอ่านได้ยากและเพิ่งวางแผงทุกเดือน และให้เช่าหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊ก ($\bar{X} = 4.32, 4.26, 4.23$) และในระดับเห็นด้วยมาก คือให้เช่าหนังสือประเภท Best Seller ($\bar{X} = 4.19$)

1.4.2 ด้านราคา ความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ในระดับเห็นด้วยมาก คือ ควรยกเว้นค่ามัดจำหนังสือรายปี และค่าสมัครสมาชิกรายปีและราคาควรเป็นอัตราที่แข่งขันกับร้านอื่นได้ ($\bar{X} = 4.16, 4.03, 3.92$)

1.4.3 ด้านทำเลที่ตั้ง ความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ในระดับเห็นด้วยมาก คือ สามารถจองหนังสือผ่านทางเว็บไซต์ได้ ($\bar{X} = 3.90$)

1.4.4 ด้านส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ในระดับเห็นด้วยมาก คือ แนะนำหนังสือใหม่โดยจัดโชว์ให้เห็นเด่นชัดขึ้นป้าย ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาคือ ส่งวารสารถึงสมาชิกทุกเดือนหรือเข้าชมข้อมูลหนังสือในเว็บไซต์

1.5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต พบว่า

1.5.1 จำแนกตามเพศ เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่าผู้โดยสารที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือแตกต่างกัน พบว่าผู้โดยสารที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ

บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5.2 จำแนกตามอาชีพ เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่าผู้โดยสารที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือแตกต่างกัน พบว่าผู้โดยสารที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้งและการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5.3 จำแนกตามอายุ เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่าผู้โดยสารที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือแตกต่างกัน พบว่าผู้โดยสารที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ในด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้โดยสารที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ในด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

1.5.4 จำแนกตามรายได้ เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่าผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือแตกต่างกัน พบว่าผู้โดยสารที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ในด้านราคา และการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ในด้านทำเลที่ตั้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ไม่แตกต่างกัน

1.5.5 จำแนกตามระดับการศึกษา เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่าผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือแตกต่างกัน พบว่าผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.6 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ ของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ

จากการวิเคราะห์แบบสอบถามผู้โดยสารที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1.6.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้รับข้อเสนอแนะคือ ถ้าเปิดอยากให้มีการ์ตูนมาก ๆ หรือการ์ตูนเก่าหายากก็ดี และมีหนังสือหลากหลายเพียงพอกับความต้องการ มีหนังสือใหม่ ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์

1.6.2 ด้านทำเลที่ตั้ง ได้รับข้อเสนอแนะคือ ทำเลควรอยู่ในแหล่งชุมชน เช่น สยาม ศาลาแดง ชิดลม เป็นต้น หรือควรตั้งบริเวณด้านนอกก่อนหยุดบัตร และควรตั้งที่สถานีอื่น นอกจากเพลินจิต

1.6.3 ด้านราคา ได้รับข้อเสนอแนะ คือ ราคาไม่ควรแพงและลูกค้าจะเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งกรณีสะดวกทั้ง 2 ทาง และไม่ควรเก็บค่ามัดจำ

1.6.4 ด้านส่งเสริมการตลาด ได้รับข้อเสนอแนะคือ ควรมีการสะสมยอดเช่า เพื่อนำไปลดราคาครั้งต่อไป มีการแจ้งข่าวสารถึงสมาชิก

1.6.5 ด้านอื่น ๆ ได้รับข้อเสนอแนะคือ ต้องการให้เช่า Online และส่งถึงที่ ขั้นตอนการเช่าไม่ยุ่งยาก มีมุมหนังสืออ่านหนังสือ

1.7 อุปสงค์ในการเช่าหนังสือ

อุปสงค์ของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ พบว่ามีจำนวนผู้โดยสารที่สนใจเช่าหนังสืออยู่ถึง 67,912 คนต่อเดือน จากจำนวนผู้โดยสารถือบัตรรายเดือนของรถไฟฟ้า BTS

ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้โดยสารที่มีความสนใจหนังสือการ์ตูน ร้อยละ 36.60 นิยาย ร้อยละ 24.64 หนังสือพ็อคเก็ตบุ๊ค ร้อยละ 14.83 หนังสือนิตยสารแฟชั่น ร้อยละ 7.66 หนังสือท่องเที่ยว ร้อยละ 13.16 อื่น ๆ 3.11

1.8 กลยุทธ์ทางการตลาดของร้านเช่าหนังสือ

จากผลการวิจัยเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาดพบว่า

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ร้านเช่าหนังสือควรเน้นหนังสือที่เพิ่งวางแผงใหม่ ๆ หรือหนังสือที่หาอ่านยาก เพื่อดึงดูดลูกค้าเพราะร้านเช่าหนังสืออื่น ๆ ไม่ค่อยมี นอกจากนี้ควรมีหนังสือหลากหลายประเภทไว้รองรับลูกค้าที่มีความต้องการแตกต่างกัน และควรรักษาและซ่อมแซมหนังสือให้ดูใหม่และน่าอ่านอยู่เสมอ

2. กลยุทธ์ด้านราคา ไม่ควรเก็บค่ามัดจำรายปี และยกเว้นค่าสมัครสมาชิก หรือเก็บในราคาต่ำ ซึ่งจะทำให้สามารถดึงดูดใจลูกค้าได้อย่างมาก

3. กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้ง ร้านเช่าหนังสือควรมีทำเลที่ตั้งที่พบเห็นง่าย และควรมีหลาย ๆ สถานที่เพื่อความสะดวกในการยืม/คืน สถานที่ใดก็ได้

4. กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด ควรแนะนำหนังสือใหม่ให้แก่สมาชิกทุกเดือน และมีการสะสมยอดเพื่อใช้เป็นส่วนลด หรือยืมฟรี หรือเช่าหนังสือครบ 200 บาท แถมยืมฟรี 1 เล่มต่อ 2 วัน นอกจากนี้ยังมีการลุ้นรางวัลจากเลขท้ายสมาชิก ทุกวันที่ฉลากกินแบ่งรัฐบาลออก

2. ผลการศึกษาด้านความเป็นไปได้ทางการเงิน

2.1 การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ

เงินทุนและค่าใช้จ่ายที่ใช้ในโครงการโดยส่วนใหญ่จะประกอบด้วย ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการลงทุน เช่น ค่าปลูกสร้างร้านและค่าปรับปรุงและค่าตกแต่งภายใน ค่ามัดจำค่าเช่าพื้นที่ ค่าอุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน เป็นต้น โดยมีเงินลงทุนแรกเริ่มทั้งสิ้น 440,200 บาท โครงการมีค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่คือ ค่าเช่า และการปลูกสร้าง เป็นต้น

2.2 เงินลงทุนแรกเริ่มและสัดส่วนการลงทุนของโครงการ

เงินลงทุนแรกเริ่มของโครงการร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตจะประกอบด้วยเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 296,200 บาท สินทรัพย์อื่น ๆ 126,000 บาท ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน 3,000 บาท เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ 15,000 บาท รวมทั้งสิ้น 440,200 บาท โดยมีสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 100 จากเจ้าของ

2.3 การวิเคราะห์งบการเงินของโครงการ

2.3.1 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า จากการพิจารณาด้านรายได้และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน พบว่าโครงการร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ประสบผลกำไรตลอดอายุโครงการ แม้จะมีค่าใช้จ่ายในด้านการบริหารค่อนข้างสูง แต่โครงการก็มีรายได้ค่าเช่ามากเช่นกัน

2.3.2 งบดุลล่วงหน้า พบว่ากิจการมีสภาพคล่องทางการเงินสูงมาก ทำให้กำไรสะสมเพิ่มขึ้นทุกปี

2.3.3 ประมาณการงบกระแสเงินสด พบว่า กระแสเงินสดรับของโครงการได้มาจากการดำเนินการ โดยมีรายได้ค่าเช่าเป็นหลัก ขณะที่กระแสเงินสดจ่ายจะถูกใช้ในการจ่ายค่าเช่าและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

2.4 การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ จะใช้เครื่องมือทางการเงินมาช่วยในการพิจารณาถึงผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนในโครงการร้านเช่าหนังสือโดยที่อายุของโครงการ 3 ปี ต้นทุนของโครงการ (Cost of capital) เท่ากับ 1,982,908.90 บาท ซึ่งมากกว่าศูนย์ ประกอบกับอัตราผลตอบแทนเงินลงทุน (ROI) คือ 51.29% และระยะเวลาคืนทุนเพียง 7 เดือน 13 วัน ดังนั้นโครงการนี้จึงมีความคุ้มค่าหรือเหมาะสมต่อการลงทุน

2.5 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของโครงการ

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยผู้บริหารโครงการในการวางแผน ควบคุมค่าใช้จ่ายคงที่และค่าใช้จ่ายผันแปร ตลอดจนวิเคราะห์ว่าโครงการจะมีจำนวนผู้โดยสารและรายได้ ณ จุดคุ้มทุนที่ปริมาณเท่าใด โดยสรุปผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนได้ดังนี้

2.5.1 ปีที่ 1 โครงการมีรายได้ ณ จุดคุ้มทุนเท่ากับ 888,390 บาท โดยต้องมีจำนวนผู้โดยสารเช่าหนังสือ 206,980 เล่ม โครงการจะต้องมีรายได้พอดีกับต้นทุนและค่าใช้จ่ายของโครงการ

2.5.2 ปีที่ 2 โครงการมีรายได้ ณ จุดคุ้มทุนเท่ากับ 976,006 บาท โดยต้องมีจำนวนผู้โดยสาร 228,680 เล่ม โครงการจะต้องมีรายได้พอดีกับต้นทุนและค่าใช้จ่ายของโครงการ

2.5.3 ปีที่ 3 โครงการมีรายได้ ณ จุดคุ้มทุนเท่ากับ 995,267 บาท โดยต้องมีจำนวนผู้โดยสาร 233,193 คน โครงการจะต้องมีรายได้พอดีกับต้นทุนและค่าใช้จ่ายของโครงการ

อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตประกอบ ด้วยผลการศึกษา 2 ด้าน คือการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดและการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน ดังนั้นการอภิปรายผลในแต่ละด้านจะมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดนี้ จะพิจารณาเฉพาะส่วนของการวิจัยด้านการศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสาร รถไฟฟ้า BTS เพลินจิตที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้แปลความหมายของความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ ความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในระดับเห็นด้วยอย่างมาก เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยที่สุด โดยมีประเด็นสำคัญที่จะอภิปรายดังนี้

1.1 ผลจากการศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ท่าเลที่ตั้งและการส่งเสริมการตลาด พบว่าความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ท่าเลที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาดจะผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือของผู้โดยสารบนสถานี BTS มีความคิดเห็นระดับเห็นด้วยมากเท่ากันทุกด้าน ทั้งนี้เพราะด้านผลิตภัณฑ์การมีหนังสือใหม่ทุกเดือนหรือหนังสือหายากก็เป็นปัจจัยสำคัญเท่า ๆ กับด้านราคา เพราะถ้าราคาแพงกว่าร้านอื่นที่เป็นทางผ่านหรือมีค่ามัดจำก็จะทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการซึ่งสำคัญพอ ๆ กับท่าเลที่ตั้งของร้านต้องเป็นจุดสังเกต เห็นได้ง่ายและสะดวกต่อการเดินทางเป็นทางผ่านขึ้นลงรถไฟฟ้า และสุดท้ายสิ่งที่สำคัญขาดไม่ได้คือ การส่งเสริมการตลาดซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะเน้นการแนะนำหนังสือขึ้นป้ายให้เห็นเด่นชัดเพราะจะเป็นการประหยัดเวลาในการเลือกเช่าหนังสือ

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือเป็นรายด้านพบว่า

1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้โดยสารมีความคิดเห็น ว่าร้านเช่าหนังสือควรให้เช่าหนังสือการ์ตูน หนังสือพอกเก็ตบุ๊ก หนังสือที่เพิ่งวางตลาดใหม่ หนังสือที่หาอ่านได้ยากและมีราคาสูง ต้องใช้เวลาในการสะสม และเป็นหนังสือ Best Seller อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ในการให้เช่าหนังสือนิยายและนิตยสาร ของสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงได้รับรางวัลซีไรต์อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ดังนั้นควรเน้นการมีหนังสือหลากหลายประเภท

1.1.2 ด้านราคา ผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าการยกเว้นค่ามัดจำรายปี จะส่งผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในระดับเห็นด้วยมาก ขณะเดียวกันผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าการยกเว้นอัตราค่าสมาชิกและการตั้งราคาที่แข่งขันได้จะส่งผลต่อการเลือกใช้ร้านเช่าหนังสือในระดับเห็นด้วยมาก

1.1.3 ด้านทำเลที่ตั้ง ผู้โดยสารมีระดับความคิดเห็นด้วยมาก ว่าสถานีเพลินจิตเป็นทำเลทำเลใกล้ที่ทำงานและแหล่งชุมชนสะดวกต่อการเดินทาง อยู่สถานีไหนก็แวะมาได้ และเป็นร้านหนังสือที่ทันสมัย สามารถจองหนังสือผ่านเว็บไซต์ได้ ดังนั้นร้านเช่าหนังสือที่เลือกตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง ทำให้ไม่เสียเวลาในการมาใช้บริการเพราะเป็นทางผ่านทุกวัน

1.1.4 ด้านส่งเสริมการตลาด การแนะนำหนังสือใหม่โดยจัดโชว์ให้เห็นเด่นชัดขึ้นป้าย ส่งผลต่อความคิดเห็นผู้โดยสารต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ ในระดับเห็นด้วยมาก ขณะเดียวกันหากลดราคาค่าสมัครสมาชิกและการแจกรางวัลโดยการลุ้นหมายเลขสมาชิก การส่งวารสารถึงสมาชิกทุกเดือนหรือเข้าชมข้อมูลหนังสือในเว็บไซต์ การสนใจมากใช้บริการเพราะเห็นจากสื่อใบปลิวที่แจกบนสถานี อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ดังนั้นควรเน้นการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าบอกต่อ ๆ กัน

1.2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

1.2.1 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ที่มีเพศต่างกัน พบว่าเพศชายและหญิง มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้ง ส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

1.2.2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ที่มีอายุต่างกัน พบว่าผู้โดยสารที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านราคา ทำเลที่ตั้ง ไม่แตกต่างกัน แต่พบว่าผู้โดยสารที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน กล่าวคือ จากผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ ผู้โดยสารที่มีอายุ 21-25 ปี ($\bar{X} = 4.23$) และ 26-30 ปี ($\bar{X} = 4.14$) มีความคิดเห็นด้วยในระดับเห็นด้วยอย่างมาก และ เห็นด้วยมาก ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายของร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ส่วน ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ ผู้โดยสารที่มีอายุ 21-25 ปี ($\bar{X} = 4.05$) มีความคิดเห็นด้วยในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายของร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

1.2.3 การศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือที่มีอาชีพต่างกัน พบว่าผู้โดยสารที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

1.2.4 การศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือที่มีรายได้ต่างกัน พบว่าผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน แต่พบว่าผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน กล่าวคือ จากผลการเปรียบเทียบความคิดเห็น

ของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านราคา จำแนกตามรายได้ ผู้โดยสารที่มีรายได้ 15,001-25,000 ปี ($\bar{X} = 4.22$) มีความคิดเห็นด้วยในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายของร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ส่วน ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามรายได้ ผู้โดยสารที่มีรายได้ มากกว่า 35,000 บาท ($\bar{X} = 4.08$) มีความคิดเห็นด้วยในระดับเห็นด้วยมาก และ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ ผู้โดยสารที่มีรายได้ มากกว่า 5,001-15,000 บาท ($\bar{X} = 4.05$) และเมื่อมีรายได้มากขึ้นค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ยิ่งลดลงซึ่งตีความความได้ว่า ผู้โดยสารมีรายได้เพิ่มมากขึ้นแต่กลับเช่าหนังสือน้อยลง อาจเป็นเพราะ ใช้เงินไปด้านอื่น หรือ ซื้อหนังสือเก็บมากกว่าเช่า มีความคิดเห็นด้วยในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายของร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

1.2.5 การศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ที่มีผลต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือที่มีระดับการศึกษาต่างกัน พบว่าผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้ง และการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

2. ผลจากการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการจัดตั้งร้านเช่าหนังสือบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต โดยมีโครงการแรกเริ่มทั้งสิ้น 440,200 บาท ซึ่งได้แก่ เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 296,200 บาท เงินทุนในสินทรัพย์อื่น ๆ 126,000 บาท ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน 3,000 บาท เงินทุนหมุนเวียนสุทธิ 15,000 บาท แสดงว่าการลงทุนในโครงการนั้นส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของสินทรัพย์ถาวร ได้แก่ การก่อสร้างร้านงานปรับปรุงพื้นที่ และการตกแต่งร้าน อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน นอกจากนี้เงินที่ต้องจ่ายออกไปในรูปของเงินมัดจำพื้นที่ล่วงหน้าเป็นจำนวน 66,000 บาท ซึ่งโครงการจะได้รับคืนกลับมาเมื่อสิ้นสุดอายุโครงการ รวมทั้งการลงทุนในซอฟต์แวร์ซึ่งถือว่าเป็นสินทรัพย์ถาวรไม่มีตัวตนและทั้งหมดถูกจัดไว้ในประเภทของสินทรัพย์อื่น

ส่วนค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานถือว่าเป็นการลงทุนเพื่อให้โครงการสามารถดำเนินงานได้ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

เงินลงทุนของกิจการประกอบด้วย เงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของ ร้อยละ 100 คิดเป็นจำนวน 440,200 บาท การประมาณการด้านรายได้พบว่า กิจการจะมีรายได้จากการเช่าหนังสืออยู่ในเกณฑ์สูงมากพอควร จึงดักเก็บค่าสมัครสมาชิกและค่ามัดจำรายปีเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้า ส่งผลให้ประมาณการงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า พบว่ารายได้ของกิจการมากกว่าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทำให้เกิดผลดีแก่โครงการ ขณะเดียวกับโครงสร้างงบดุลล่วงหน้าแสดงให้เห็นถึงกิจการมีสินทรัพย์หมุนเวียนเป็นเงินสดค่อนข้างสูง ดังนั้นโครงการจึงควรจัดสรรเงินทุนที่ได้รับโดยการลงทุนในธุรกิจอื่น ๆ ที่น่าสนใจเพื่อก่อให้เกิดรายได้เพิ่มเติมมากขึ้นและจากการประมาณการกระแสเงินสดพบว่ารายได้จากการให้เช่าหนังสือสามารถเป็นเงินทุนให้โครงการอยู่รอดได้เป็นอย่างดี

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินพอจะอภิปรายได้ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการโดยใช้เครื่องมือทางการเงิน

โครงการร้านเช่าหนังสือบนรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ซึ่งมีอายุของโครงการ 3 ปี ต้นทุนของโครงการคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ร้อยละ 7 โดยที่เงินลงทุนแรกเริ่มที่จะใช้วิเคราะห์ทางการเงิน จะเป็นกระแสเงินสดสุทธิที่ได้มาจากกิจกรรมการดำเนินงานและกิจกรรมการลงทุนเท่านั้น โดยในที่นี้โครงการจะได้รับกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเพียงอย่างเดียว คือรายได้จากค่าเช่าหนังสือ ดังนั้นเงินค่ามัดจำพื้นที่จำนวน 66,000 บาท จะไม่

รวมเป็นเงินลงทุนแรกเริ่มของโครงการ ดังนั้นเงินลงทุนที่ใช้ในโครงการทั้งหมดในช่วงแรกจึงเท่ากับ 440,200 บาท โดยมีผลการวิเคราะห์ดังนี้

โครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 1,982,908.90 บาท ซึ่งมากกว่าศูนย์ ประกอบกับอัตราผลตอบแทนเงินลงทุน (ROI) คือ 51.29% ซึ่งเป็นผลตอบแทนที่สูง อีกทั้งระยะเวลาคืนทุนเพียง 7 เดือน 13 วัน ซึ่งค่อนข้างเร็วมาก

2.2 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของโครงการ

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของโครงการจะทำให้ผู้บริหารทราบว่าจำนวนผู้โดยสารและปริมาณรายได้เท่าใดที่จะทำให้คุ้มทุนพอดี โดยผลการศึกษาพบว่าในช่วงปีแรกของโครงการกิจการยังคงมีความสามารถในการทำกำไรอยู่ในระดับที่น่าพอใจ โดยมีรายได้ที่จุดคุ้มทุนปีที่ 1 อยู่ที่ 888,390 บาท ซึ่งต้องมีผู้โดยสารเข้าหนังสือจำนวน 206,980 เล่ม ปีที่ 2 เท่ากับ 976,006 บาท คิดเป็นจำนวน 228,680 เล่ม และปีที่ 3 เท่ากับ 995,267 บาท คิดเป็นจำนวน 233,193 เล่ม จึงมีรายได้ที่พอดีกับค่าใช้จ่าย การดำเนินงานช่วงแรกอาจต้องใช้ความพยายามหาลูกค้าเป้าหมาย คือ ผู้โดยสารที่สนใจเข้าหนังสือมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเหล่านี้เป็นฐานในการบอกต่อกันไป

ดังนั้นผู้บริหารร้านเข้าหนังสือจึงควรคำนึงถึงว่าในแต่ละปีโครงการจะต้องมีรายได้หรือมีผู้โดยสารจำนวนเท่าใดจึงจะคุ้มทุนที่จ่ายไป

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาดและการเงิน จึงพอสรุปได้ว่าโครงการร้านเข้าหนังสือเป็นโครงการที่ควรค่ากับการลงทุน เพราะให้อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับตลอดอายุโครงการค่อนข้างสูง อีกทั้งมีระยะเวลาคืนทุนค่อนข้างเร็วมาก อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้ยังอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่โครงการจะไม่ได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงจากสภาวะการณ์หรือสภาพแวดล้อม ที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าที่ใช้เป็นต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการลงทุน ดังนั้น ก่อนที่จะตัดสินใจลงทุนในโครงการร้านเข้าหนังสือดังกล่าวจึงควรพิจารณาเงื่อนไขเหล่านี้ด้วย เพื่อใช้ประกอบการการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้องต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจัดตั้งร้านเข้าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะโดยแบ่งเป็น 2 ด้านดังนี้

1. ข้อเสนอแนะด้านการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

เป็นการศึกษาโดยอาศัยงานวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต ที่มีต่อการเลือกร้านเข้าหนังสือที่จัดตั้งบนสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิตข้อเสนอแนะที่จะต้องพิจารณามี ดังนี้

1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านเข้าหนังสือ ควรปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้โดยสารในกลุ่มต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและเป็นการสร้างรายได้จากเข้าหนังสือให้ธุรกิจได้มากขึ้นอีกด้วย

1.2 ควรมีการส่งเสริมในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด เช่น จัดหาหนังสือแนวแปลกใหม่ ตั้งราคาเหมาะสม เพื่อสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ทุกระดับรายได้

1.3 ควรให้เข้าหนังสือใหม่ที่เพิ่งวางแผงทุกเดือน และให้เข้าพ็อคเก็ตบุ๊ก (ไทย/อังกฤษ) และให้เข้าหนังสือที่หาอ่านได้ยาก

2. ข้อเสนอแนะด้านการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

2.1 ธุรกิจร้านเช่าหนังสือ ควรมีการวางแผนและการจัดสรรเงินที่มีประสิทธิภาพ เช่นการลงทุนในธุรกิจอื่น ๆ ที่ให้ผลตอบแทนคุ้มค่าซึ่งก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดการคืนทุนเร็วยิ่งขึ้น

2.2 ธุรกิจควรมีหลักการบริหารจัดการที่ดีในการควบคุมต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพราะถ้าต้นทุนเพิ่มจะส่งผลกระทบต่อปริมาณรายได้ของกิจการลดลง โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายผันแปรที่จะเพิ่มสูงมาก ถ้ามีจำนวนผู้เช่ามากขึ้น

2.3 ธุรกิจควรคำนึงถึงสภาพเศรษฐกิจที่แปรเปลี่ยนไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผันแปรของอัตราเงินเฟ้อ เพราะจะส่งผลกระทบต่อราคาและต้นทุนรวมถึงค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยถึงความคิดเห็นของผู้โดยสารในสถานี่อื่น ๆ ที่มีต่อการเลือกเช่าหนังสือ เพื่อการขยายสาขาในอนาคต

2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรเปลี่ยนช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุม เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อร้านเช่าหนังสือที่เลือกในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน

3. การศึกษาด้านความเป็นไปได้ทางการเงิน ควรพิจารณาถึงผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อ สิ่งแวดล้อมทางสังคม ที่จะส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนทางด้านการเงินและผลตอบแทนในทิศทางใดบ้าง

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2542). การวิเคราะห์สถิติ : เพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- _____. (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. (2540). การศึกษาความเป็นไปได้โครงการด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จินดา ขันทอง. (2536). การบัญชีเพื่อการบริหาร. กรุงเทพฯ : ภาควิชาบัญชี คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ชัยยศ สันตวงษ์. (2539). การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : เทพนฤมิตรการพิมพ์
- ชาติชาย ตั้งอมรสุขสันต์. (2546) การวิเคราะห์ทางเลือกระหว่างการลงทุนสร้างโรงงานใหม่ กับการลงทุนปรับปรุงโรงงานปัจจุบัน ของบริษัทอาดัมส์ (ประเทศไทย) จำกัด สาขาวิชา การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (สาขาการจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถ่ายเอกสาร.
- ฐาปนา ฉิมไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. (2545). การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้ กรุงเทพฯ : วีระฟิล์ม และไซเท็กซ์
- ธงชัย สันตวงษ์. (2533). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปริญญ์ ลักษิตานนท์. (2536). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เอดิสัน โปรดักส์.
- ประสิทธิ์ ดงยั้งศิริ. (2544). การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น
- เพชร ชุมทรัพย์. (2538). หลักการบริหารการเงิน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไพบุลย์ อ่อนมั่ง. (2541). การศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดหลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา สุขศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปริญญานิพนธ์ กศ.ต. (การวิจัยและพัฒนาหลักสูตร). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร). ถ่ายเอกสาร.
- มยุรี อนุมานราชธน. (2543). การบริหารโครงการ. เชียงใหม่ : โรงพิมพ์ดาว
- รัตนา แสงจันทร์. (2546). การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจัดตั้งโรงเรียนกวดวิชาภาษาไทยและสังคม บริเวณถนนวิสุทธิกษัตริย์. สาขาวิชา การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (สาขาการจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถ่ายเอกสาร.
- วิภา อภิฐานจิตติ, ธีรยุทธ หงษ์คณานุเคราะห์, ไพรัตน์ จินตบุญญิตติ และกาญจนา งามเดชากิจ (2542). รายงานวิจัย เรื่อง บริการให้เช่าหนังสือในบริเวณอาคารสำนักงาน. กรุงเทพฯ : ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ. (2539). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- _____. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สุทนต์ เรื่องรุจิระ. (2540). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ยงพลเทรดดิ้ง.
- อภิชาติ พงศ์สุพัฒน์. (2539). การเงินธุรกิจ. กรุงเทพฯ : เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น

- อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2526). *การตลาด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. ฉบับปรับปรุงแก้ไขครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อักรฤทธิ หอมประเสริฐ. (2543)3 *การศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทธุรกิจแฟรนไชส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปริญญาโท กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- Engel, James F. Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard. (1993). *Consumer Behavior* 7th ed. Fort Worth : The Dryden Press, Inc.
- Philip Kotler. (2000). *Marketing management*. The millennium ed. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Keown, Authur J" et al. (1996). *Basic Financial Management*. 7th ed. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Yamane, Taro. (1976). *Statistics : As Introductory Analysis*. 2nd ed., New York : Harper and Row.

แหล่งข้อมูลทางเว็บไซต์

- www.Circulating Libraries and Video Rental Stores.htm ข้อมูลเกี่ยวประวัติร้านเช่าหนังสือ
- www.cia.gov/cia/publication ข้อมูลเกี่ยวกับการอ่านออกเขียนได้ของประชากรในประเทศญี่ปุ่น
- www.pubat.or.th ข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมรักการอ่าน และกิจกรรมต่าง ๆ ของการจัดแสดงหนังสือประจำปี

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดโครงการตั้งร้านเช่าหนังสือ บริเวณสถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่อง ☐ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

☐ 2. มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย

☐ 4. อนุปริญญา/ปวส.

☐ 5. ปริญญาตรี

☐ 6. สูงกว่าปริญญาตรี(โปรดระบุ)

4. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน

☐ 2. 5,001 - 15,000 บาทต่อเดือน

☐ 3. 15,001 - 25,000 บาทต่อเดือน

☐ 4. 25,001 - 35,000 บาทต่อเดือน

☐ 5. 35,001 - 45,000 บาทต่อเดือน

☐ 6. มากกว่า 45,000 บาทต่อเดือน

5. อาชีพ

☐ 1. รับจ้าง

☐ 2. ข้าราชการ

☐ 3. พนักงานบริษัทเอกชน

☐ 4. เจ้าของธุรกิจส่วนตัว

☐ 5. นักศึกษา/นักเรียน

☐ 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเช่าหนังสือ Mrs. ใจนพ ใจจรน

6. ท่านเคยเช่าหนังสืออ่าน เมื่อมีเวลาว่างหรือไม่?

☐ 1. เคย

☐ 2. ไม่เคย (ข้ามไปทำ ข้อ 15 หน้า 2)

7. ท่านเคยเช่าหนังสือประเภทใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 อย่าง)

☐ 1. การ์ตูน

☐ 2. นิยาย

☐ 3. พอร์คเก็ตบุ๊ก

☐ 4. นิตยสารแฟชั่น

☐ 5. หนังสือท่องเที่ยว/สารคดี

☐ 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. สาเหตุสำคัญที่ท่านเช่าหนังสือเพราะเหตุใด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

☐ 1. ไม่อยากเก็บหนังสือไว้มาก ๆ

☐ 2. ได้อ่านหนังสือใหม่ ๆ

☐ 3. หนังสือราคาแพง ซื้อไม่คุ้ม

☐ 4. อ่านหนังสือเพียงรอบเดียว ไม่ได้อ่านซ้ำ

☐ 5. หนังสือที่ใช้เช่ามีหลากหลายประเภท

☐ 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9. นักเขียนที่ชื่นชอบที่สุด.....

10. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเช่าหนังสือแต่ละครั้งเป็นเท่าใด.....บาท

11. การเช่าหนังสือแต่ละครั้งเช่าครั้งละกี่ปก (เล่ม).....

12. ระยะเวลาการเช่าโดยเฉลี่ยต่อปก(เล่ม)กี่วัน.....

13. ช่วงเวลาที่ท่านเข้าหนังสือเป็นส่วนใหญ่

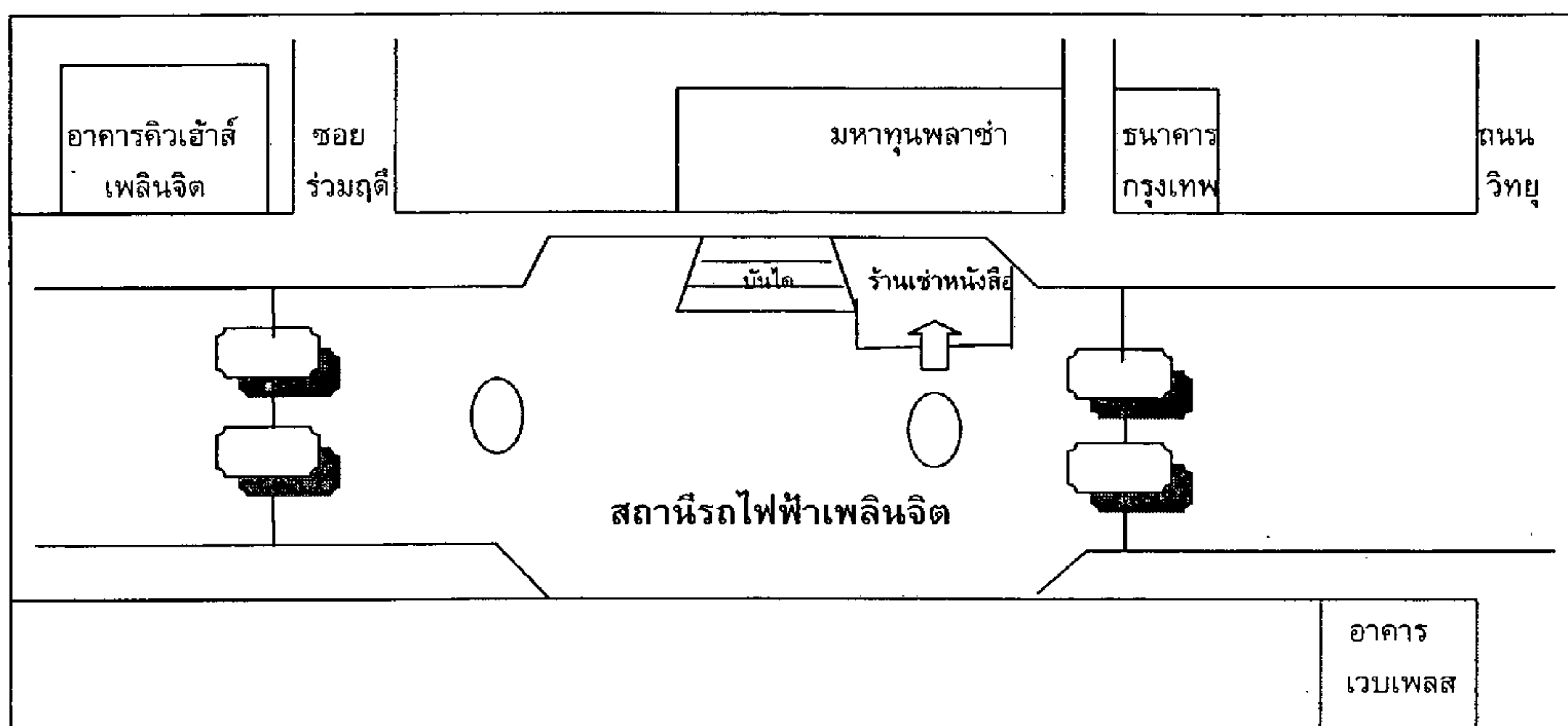
- ☐ 1. 8.30-5.30 จันทร์-ศุกร์ ☐ 2. 5.30-21.00 จันทร์-ศุกร์
☐ 3. 9.00-18.00 เสาร์-อาทิตย์ ☐ 4. อื่น ๆ

14. เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ท่านเลือกเข้าหนังสือกับร้านที่ใช้บริการอยู่ปัจจุบัน หรือ เคยใช้บริการดังกล่าว (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- ☐ 1. ใกล้บ้าน ☐ 2. ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา
☐ 3. ทางผ่านที่ต้องเดินทางประจำ ☐ 4. อัตราค่าเช่าถูก
☐ 5. มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดหรือแถม ☐ 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 การตัดสินใจใช้บริการร้านเข้าหนังสือ สถานีรถไฟฟ้า BTS เพลินจิต

15. ถ้ามี ร้านเข้าหนังสือ มาเปิดอยู่บนสถานีรถไฟฟ้าเพลินจิต ดังภาพ



ท่านสนใจใช้บริการเข้าหนังสือ หรือไม่

- ☐ 1. สนใจ เพราะ.....
☐ 2. ไม่สนใจ (ข้ามไปทำต่อ ตอนที่ 4 หน้า 3) เพราะ.....

ข้อ 16. กรุณากรอก อัตราค่าสมาชิกและค่ามัดจำที่ท่านคิดว่าเหมาะสม

- ✓ 16.1 อัตราค่าสมาชิกที่ท่านคิดว่าเหมาะสมควรเป็นเท่าใด.....บาทต่อปี
 ✓ 16.2 อัตราค่ามัดจำท่านคิดว่าเหมาะสมควรเป็นเท่าใด.....บาทต่อปี
 ✓ 16.3 อัตราค่าเช่าหนังสือการ์ตูนท่านคิดว่าเหมาะสมควรเป็นเท่าใด.....บาทต่อวันต่อเล่ม
 16.4 อัตราค่าเช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กท่านคิดว่าเหมาะสมควรเป็นเท่าใด.....บาทต่อวันต่อเล่ม
 16.5 อัตราค่าเช่าหนังสือนิยายท่านคิดว่าเหมาะสมควรเป็นเท่าใด.....บาทต่อวันต่อเล่ม
 16.6 อัตราค่าเช่าหนังสือนิตยสารท่านคิดว่าเหมาะสมควรเป็นเท่าใด.....บาทต่อวันต่อเล่ม

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นที่มีต่อร้านเช่าหนังสือ บริเวณสถานีรถไฟฟ้า เพลินจิต

โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อการเลือกร้านเช่าหนังสือ

ลักษณะความคิดเห็นที่มีต่อการเลือก เช่าหนังสือ	เห็นด้วย อย่างมาก (5)	เห็นด้วย มาก (4)	เห็นด้วย ปานกลาง (3)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย น้อยที่สุด (1)
17. ด้านผลิตภัณฑ์					
17.1 ให้เช่าหนังสือใหม่ที่เพิ่งวางแผนทุกเดือน					
17.2 ให้เช่าหนังสือการ์ตูน					
17.3 ให้เช่าหนังสือพอร์คเก็ตบุ๊กไทย/อังกฤษ					
17.4 ให้เช่าหนังสือนิยาย					
17.5 ให้เช่าหนังสือนิตยสาร					
17.6 ให้เช่าหนังสือที่หาอ่านได้ยาก					
17.7 ให้เช่าหนังสือราคาสูง (200 บาทขึ้นไป)					
17.8 ให้เช่าหนังสือที่ต้องใช้เวลาสะสมเป็นชุด					
17.9 ให้เช่าหนังสือของสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียง					
17.10 ให้เช่าหนังสือที่ได้รับรางวัล เช่นรางวัลซีไรต์					
17.11 ให้เช่าหนังสือ Best Seller					
18. ด้านราคา					
18.1 ควรตั้งราคาแข่งขันได้กับร้านอื่น					
18.2 ควรยกเว้นค่ามัดจำรายปี					
18.3 ควรยกเว้นค่าอัตราสมาชิกรายปี					
19. ด้านทำเลที่ตั้ง					
19.1 สถานีเพลินจิตเป็นทำเลทำเลที่ทำงานและแหล่งชุมชน					
19.2 สถานีเพลินจิตมีทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง อยู่ สถานีไหนก็สามารถแวะมาได้					
19.3 ร้านเช่าหนังสือที่ทันสมัยสามารถจองหนังสือผ่าน เว็บไซต์ได้					
20. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
20.1 ท่านสนใจมาใช้บริการร้านเช่าหนังสือที่เห็นจากสื่อใบ ปลิวที่แจกบนแต่ละสถานีรถไฟฟ้า					
20.2 ท่านสนใจมาใช้บริการ หากลดค่าสมัครสมาชิก 30% เช่น ลดจาก 100 บาทเหลือ 70 บาท เป็นต้น					
20.3 การแจกรางวัลโดยลุ้นเลขท้าย 4 ตัวของหมายเลข สมาชิก ให้ตรงกับเลขท้าย 4 ตัวของรางวัลที่ 1 ในแต่ละงวด จะได้รับรางวัล เช่น กล้องดิจิตอล Sony หรือ แพคเกจท่องเที่ยว เกาะไม้อ่อน เป็นต้น					

ลักษณะความคิดเห็นที่มีต่อการเลือก เช่าหนังสือ	เห็นด้วย อย่างมาก (5)	เห็นด้วย มาก (4)	เห็นด้วย ปานกลาง (3)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย น้อยที่สุด (1)
20.4 แนะนำหนังสือใหม่โดยจัดโชว์ให้เห็นเด่นชัดขึ้นป้าย					
20.5 ส่งวารสารถึงสมาชิกทุกเดือนหรือเข้าชมหนังสือใหม่ ๆ ในเวปไซด์					

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อร้านเช่าหนังสือ บนสถานีรถไฟฟ้า เพลินจิต

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์	ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์สุภิญญา ญาณสมบูรณ์	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ-ชื่อสกุล	นางสาวสุภาวรัตน์ กมลสุธรรม
วันเดือนปีเกิด	7 เมษายน 2516
สถานที่เกิด	กรุงเทพฯ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	57/66 ซอยศาลาแดง 2 แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10700
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2538	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชีการเงิน) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
พ.ศ. 2547	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ