



การพัฒนาระบบโซ่อุปทานของเสื้อผ้ามือสองสำหรับธุรกิจออนไลน์  
Second-Hand Clothes Supply Chain Development for Online Business

เอกวิทย์ สมบูรณ์  
Akekawit Somboon

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์  
A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Degree of Master of Engineering in Industrial Management  
Prince of Songkla University  
2562

(1)

(1)

ชื่อสารนิพนธ์                      การพัฒนาระบบโซ่อุปทานของเสื้อผ้ามือสอง  
ผู้เขียน                                นายเอกวิทย์ สมบูรณ์  
สาขาวิชา                              การจัดการอุตสาหกรรม

---

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสกสรร สุธรรมานนท์)

.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์สมชาย ชูโฉม)

.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังุ่น สังขพงศ์)

.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสกสรร สุธรรมานนท์)

.....  
(รองศาสตราจารย์สมชาย ชูโฉม)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม

ชื่อสารนิพนธ์	การพัฒนาระบบห่วงโซ่อุปทานของเสื้อผ้ามือสองสำหรับธุรกิจออนไลน์
ผู้เขียน	นายเอกวิทย์ สมบูรณ์
สาขาวิชา	การจัดการอุตสาหกรรม
ปีการศึกษา	2561

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอระบบโซ่อุปทานรูปแบบใหม่ โดยวิเคราะห์ทางด้าน ต้นทุน กำไร ของเสื้อผ้ามือสองสำหรับธุรกิจออนไลน์ และใช้การเปรียบเทียบทางการเงินเป็นตัวแปรสำคัญในทุกๆกิจกรรม การทำงานวิจัยในนี้มีขั้นตอนในการดำเนินการหลักๆ คือ การศึกษาระบบโซ่อุปทานในปัจจุบันและใช้แบบสอบถาม ในการสัมภาษณ์เพื่อที่จะทราบถึงต้นทุนของทั้งกระบวนการและนำมาพัฒนาโซ่อุปทานใหม่ และทำการเปรียบเทียบระหว่างโซ่อุปทานในระบบปัจจุบันและระบบใหม่ จากการวิเคราะห์พบว่า การขนส่งโดยใช้การขนส่งทางเรือเนื่องจากมีค่าการขนส่งต่อน้ำหนักถูกกว่าการขนส่งทางอากาศอยู่ที่ประมาณ 171 บาทต่อกิโลกรัม และเมื่อรวมกับต้นทุนค่าดำเนินการต่างๆแล้วนั้นในระบบโซ่อุปทานสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีน้ำหนัก 1,000 กิโลกรัม มีต้นทุนกิจกรรมทั้งหมดอยู่ที่ 165,052.61 บาท ธุรกิจขนาดกลางที่มีน้ำหนัก 500 กิโลกรัม มีต้นทุนกิจกรรมทั้งหมด 85,042.39 บาท และธุรกิจขนาดเล็กที่มีน้ำหนัก 250 กิโลกรัม มีต้นทุนกิจกรรมทั้งหมด 51,395.98 บาท จากการวิเคราะห์ต้นทุนกิจกรรมพบว่าต้นทุนต่อหน่วยของธุรกิจขนาดต่างๆมีต้นทุนที่ลดลงจากรูปแบบโซ่อุปทานในปัจจุบันส่งผลให้กำไรสินค้ามากขึ้น เมื่อประกอบการพิจารณาในทุกๆด้านแล้วนั้นพบว่าโซ่อุปทานในรูปแบบใหม่เหมาะสมกับการทำธุรกิจเสื้อผ้ามือสองในระบบออนไลน์มากกว่าโซ่อุปทานในรูปแบบปัจจุบัน

**Minor Thesis Title** Second-Hand Clothes Supply Chain Development for Online Business  
**Author** Akekawit Somboon  
**Major Program** Industrial Management  
**Academic Year** 2018

## **ABSTRACT**

The aim of this study is to analyze and to propose a new supply chain model. The analysis focuses on the cost and benefit of second-hand clothes online business. The comparison between the new and traditional supply chain in every activity is a major consideration. The constructed questionair is used to interview the stakeholder in order to analyze the operation cost. The result indicates that the sea shipment is 171 baht/kg lower than air shipment. The total supply chain cost for all business sizes of new supply chain model are lower than the traditional one. The total supply chain cost for big size (weight 1,000 kg), medium size (weight 500 kg) and small size (250 kg) are 165,052.61 baht, 85,042.39 baht, and 51,395.98 baht, respectively. All in all, the new supply chain model is more suitable for second-hand clothes online business than the traditional system.

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร.เสกสรร สุธรรมานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ ตลอดจนข้อเสนอแนะต่างๆ ตลอดช่วงเวลาของการวิจัย

ขอขอบคุณผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ที่ให้ข้อมูลอนุเคราะห์ในการทำวิจัย  
ขอขอบคุณครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยให้กำลังใจ และอยู่เคียงข้างตลอดมา  
ขอขอบคุณ คุณกนกวรรณ แสงศิริ (น้องกันต์) ที่คอยให้ความช่วยเหลือในการทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้

ขอขอบคุณน้องหมีและมาเรียม ที่นั่งทำสารนิพนธ์ พร้อมเสี่ยงหัวเราะไปด้วยกัน  
ขอขอบคุณน้องหนู ที่คอยเป็นกำลังใจให้จนทำสารนิพนธ์เล่มนี้ได้สำเร็จ  
ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ MIM 10 ทุกคนที่เป็นส่วนหนึ่งในประสบการณ์การเรียนในครั้งนี้

ขอขอบคุณสโมสรลิเวอร์พูลที่ทำให้รู้สึกมีแรงผลักดันจากการได้แชมป์ UCL สมัยที่หก  
สุดท้ายขอขอบพระคุณอาจารย์และพี่ๆ ฝ่ายธุรการทุกท่านที่คอยให้ความรู้และความสะดวกในการเรียนครั้งนี้

นายเอกวิทย์ สมบูรณ์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(3)
ABSTRACT .....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญ.....	(5)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญรูป.....	(11)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	8
1.3 ขอบเขตการวิจัย .....	8
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ .....	8
บทที่ 2 งานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	9
2.2 ทฤษฎีการศึกษาความเป็นไปได้.....	11
บทที่ 3 วิธีการวิจัย .....	20
3.1 ข้อมูลเบื้องต้น.....	21
3.2 การศึกษาห่วงโซ่อุปทานสินค้ามือสองด้านการตลาด .....	21
3.3 การศึกษาทางด้านกฎหมาย .....	22
3.4 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการดำเนินการ .....	22
3.5 การศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลพัฒนาห่วงโซ่อุปทานระบบใหม่ด้านการตลาด .....	22
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลห่วงโซ่อุปทานระบบใหม่ทางด้านกฎหมาย.....	23
3.7 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานระบบใหม่ด้านการดำเนินการ .....	23
3.8 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานระบบใหม่การทางด้านเศรษฐศาสตร์และการเงิน .....	23
3.9 วิเคราะห์ลักษณะความเหมาะสมของรูปแบบห่วงโซ่อุปทาน .....	24
3.10 สรุปผลโครงการและจัดทำรูปแบบเล่มสารนิพนธ์ .....	24
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล .....	25
4.1 ข้อมูลเบื้องต้น.....	25
4.2 การวิเคราะห์ด้านการตลาด .....	28
4.3 การวิเคราะห์ด้านการดำเนินการ .....	32
4.4 การวิเคราะห์ด้านกฎหมาย .....	34
4.5 การวิเคราะห์ด้านการตลาดในระบบออนไลน์ .....	34
4.6 วิเคราะห์ด้านการดำเนินการ.....	37

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.7 การวิเคราะห์ทางการเงิน.....	59
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	82
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	82
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	82
บรรณานุกรม.....	84
ภาคผนวก.....	86
ภาคผนวก ก. ....	87
ภาคผนวก ข. ....	94
ภาคผนวก ค. ....	98
ประวัติผู้เขียน.....	104

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1-1	แสดงร้อยละของคุณภาพสินค้าเฉลี่ยในกระสอบสินค้ามือสอง..... 7
ตารางที่ 4-1	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยการตัดสินใจในการซื้อของผู้ซื้อในตลาดสินค้ามือสอง ..... 30
ตารางที่ 4-2	สรุปการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT ANALYSIS) ในรูปแบบการขายในตลาดสินค้า..... 31
ตารางที่ 4-3	แสดงต้นทุนค่าดำเนินการในกิจการขนาดใหญ่..... 32
ตารางที่ 4-4	แสดงต้นทุนค่าดำเนินการในกิจการขนาดกลาง..... 33
ตารางที่ 4-5	แสดงต้นทุนค่าดำเนินการในกิจการขนาดเล็ก ..... 33
ตารางที่ 4-6	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจในการซื้อของผู้ซื้อสินค้ามือสองในระบบออนไลน์ ..... 35
ตารางที่ 4-7	สรุปการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT ANALYSIS) ในตลาดออนไลน์..... 36
ตารางที่ 4-8	แสดงต้นทุนเฉลี่ยของธุรกิจผ้ามือสองในระบบออนไลน์ปัจจุบัน..... 37
ตารางที่ 4-9	แสดงการเปรียบเทียบต้นทุนในรูปแบบการขายในตลาดขายสินค้าและการขายในระบบออนไลน์..... 38
ตารางที่ 4-10	แสดงคุณสมบัติสินค้าที่ขายในรูปแบบตลาดและรูปแบบออนไลน์..... 38
ตารางที่ 4-11	ธุรกิจขนาดใหญ่ปริมาณการนำเข้าสินค้ามากกว่า 1,000 กิโลกรัม/เดือน..... 39
ตารางที่ 4-12	ธุรกิจขนาดกลางปริมาณการนำเข้าสินค้ามากกว่า 500 กิโลกรัม/เดือน..... 39
ตารางที่ 4-13	ธุรกิจขนาดกลางปริมาณการนำเข้าสินค้ามากกว่า 250 กิโลกรัม/เดือน..... 40
ตารางที่ 4-14	แสดงเวลาการทำงานของจำนวนแรงงาน 1 คน..... 40
ตารางที่ 4-15	แสดงระยะเวลาการทำงานหลังจากการปรับปรุงเครื่องจักรในธุรกิจขนาดใหญ่..... 41
ตารางที่ 4-16	แสดงการปรับปรุงแผนการทำงานธุรกิจขนาดใหญ่..... 41
ตารางที่ 4-17	แสดงการเพิ่มจำนวนแรงงานเป็น 2คนธุรกิจขนาดใหญ่..... 42
ตารางที่ 4-18	แสดงระยะเวลาการทำงานหลังจากการปรับปรุงเครื่องจักรในธุรกิจขนาดกลาง..... 43
ตารางที่ 4-19	แสดงการปรับปรุงแผนการทำงานธุรกิจขนาดกลาง..... 44
ตารางที่ 4-20	แสดงระยะเวลาการทำงานหลังจากการปรับปรุงเครื่องจักรในธุรกิจขนาดเล็ก..... 45
ตารางที่ 4-21	แสดงการปรับปรุงแผนการทำงานธุรกิจขนาดเล็ก..... 45
ตารางที่ 4-22	แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเครื่องซักผ้าสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดกลาง..... 47
ตารางที่ 4-23	แสดงค่าใช้จ่ายเครื่องจักรประเภทเครื่องซักผ้าในหนึ่งเดือน..... 48
ตารางที่ 4-24	แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเครื่องซักผ้าสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก..... 48
ตารางที่ 4-25	แสดงค่าใช้จ่ายเครื่องจักรประเภทเครื่องซักผ้าในหนึ่งเดือน..... 49
ตารางที่ 4-26	แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเครื่องซักผ้าสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่..... 50



## สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4-27	แสดงค่าใช้จ่ายเครื่องจักรประเภทเครื่องอบผ้าในหนึ่งเดือน .....	51
ตารางที่ 4-28	แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเครื่องอบผ้าสำหรับธุรกิจขนาดกลาง (25KG/วัน) .....	51
ตารางที่ 4-29	แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเครื่องอบผ้าสำหรับธุรกิจขนาดกลาง (25KG)/วัน .....	52
ตารางที่ 4-30	แสดงค่าใช้จ่ายเครื่องจักรประเภทเครื่องอบผ้าในหนึ่งเดือน .....	53
ตารางที่ 4-31	แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเครื่องอบผ้าสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก (12.5 KG/วัน).....	53
ตารางที่ 4-32	แสดงค่าใช้จ่ายเครื่องจักรประเภทเครื่องอบผ้าในหนึ่งเดือน .....	54
ตารางที่ 4-33	แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเตารีดผ้าอุตสาหกรรม .....	55
ตารางที่ 4-34	แสดงค่าใช้จ่ายเครื่องจักรประเภทเครื่องรีดผ้าอุตสาหกรรมในหนึ่งเดือน .....	56
ตารางที่ 4-35	แสดงตัวเลือกประเภทสตูดิโอถ่ายสินค้า .....	56
ตารางที่ 4-36	แสดงค่าใช้จ่ายสตูดิโอถ่ายภาพในหนึ่งเดือน .....	57
ตารางที่ 4-37	แสดงการลงทุนในธุรกิจขนาดต่างๆ.....	58
ตารางที่ 4-38	แสดงต้นทุนค่าดำเนินการในธุรกิจต่อเดือน .....	58
ตารางที่ 4-39	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเสื้อยืด (คิดราคาขายที่ 150% ของต้นทุน) .....	59
ตารางที่ 4-40	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเสื้อแจ็กเก็ต (คิดราคาขายที่ 150% ของต้นทุน) .....	60
ตารางที่ 4-41	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อยืด (คิดราคาขายที่ 150% ของต้นทุน) .....	61
ตารางที่ 4-42	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อแจ็กเก็ต (คิดราคาขายที่ 150%ของต้นทุน) .....	61
ตารางที่ 4-43	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อยืด (คิดราคาขายที่ 150% ของต้นทุน) .....	62
ตารางที่ 4-44	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อแจ็กเก็ต (คิดราคาขายที่ 150% ของต้นทุน) .....	63
ตารางที่ 4-45	แสดงผลทางการเงินของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเสื้อยืด.....	63
ตารางที่ 4-46	แสดงผลทางการเงินของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเสื้อแจ็กเก็ต .....	64
ตารางที่ 4-47	แสดงผลทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อยืด .....	64
ตารางที่ 4-48	แสดงผลทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อแจ็กเก็ต .....	65
ตารางที่ 4-49	แสดงผลทางการเงินของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อยืด .....	65

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4-50	แสดงผลทางการเงินของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อแจ็คเก็ต..... 65
ตารางที่ 4-51	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเสื้อยืดในระบบใหม่ ..... 66
ตารางที่ 4-52	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเสื้อยืดในระบบปัจจุบัน..... 67
ตารางที่ 4-53	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทแจ็คเก็ตในระบบใหม่..... 68
ตารางที่ 4-54	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเสื้อแจ็คเก็ตในระบบปัจจุบัน..... 68
ตารางที่ 4-55	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อยืดในระบบใหม่ ..... 69
ตารางที่ 4-56	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อยืดในระบบปัจจุบัน..... 70
ตารางที่ 4-57	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อแจ็คเก็ตในระบบใหม่ ..... 71
ตารางที่ 4-58	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อแจ็คเก็ตในระบบปัจจุบัน .... 71
ตารางที่ 4-59	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อยืดในระบบใหม่..... 72
ตารางที่ 4-60	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อยืดในระบบปัจจุบัน ..... 73
ตารางที่ 4-61	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อแจ็คเก็ตในระบบใหม่..... 74
ตารางที่ 4-62	แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อแจ็คเก็ตในระบบปัจจุบัน ..... 74

## สารบัญรูป

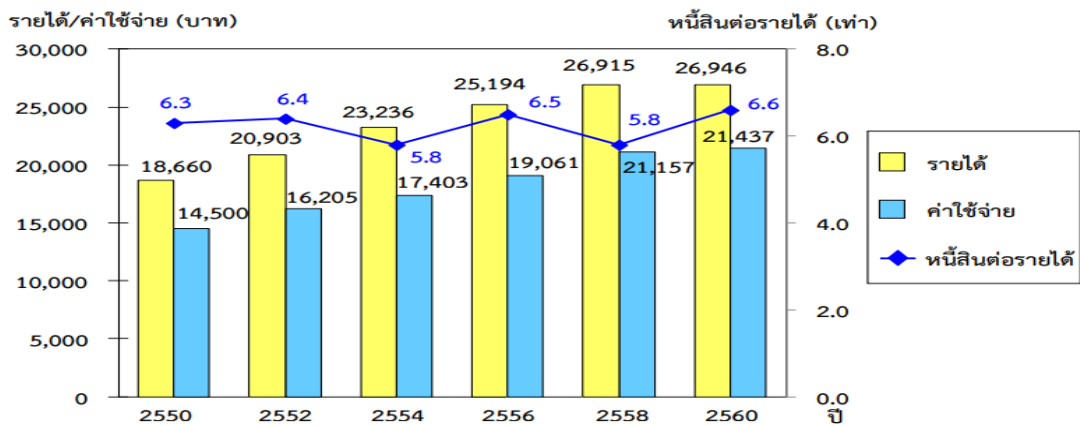
		หน้า
รูปที่ 1-1	แสดงรายได้ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และหนี้สินต่อรายได้ของครัวเรือน ปี 2550 - 2560 .....	1
รูปที่ 1-2	แสดงร้อยละของครัวเรือน จำแนกตามการมีหนี้สิน และจำนวนหนี้สินเฉลี่ยต่อ ครัวเรือนทั้งสิ้น จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการกู้ยืม ปี 2560 .....	2
รูปที่ 1-3	ร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนจำแนกตามประเภทค่าใช้จ่าย ปี 2557-2559 .....	3
รูปที่ 1-4	ร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนจำแนกตามประเภทค่าใช้จ่าย ปี 2560 .....	3
รูปที่ 1-5	แสดงค่าใช้จ่ายออนไลน์ และค่าใช้จ่ายผ่านระบบมือถือ .....	5
รูปที่ 1-6	แสดงกระบวนการที่มาของสินค้ามือสอง.....	6
รูปที่ 1-7	แสดงกระบวนการโดยใช้หลักการมาใช้.....	7
รูปที่ 3-1	กรอบแนวคิดขั้นตอนวิธีการในการศึกษา .....	20
รูปที่ 4-1	แสดงการเปรียบเทียบผลกำไรระหว่างการขายเสื้อยืดในระบบปัจจุบัน และระบบใหม่ .....	67
รูปที่ 4-2	แสดงการเปรียบเทียบผลกำไรระหว่างการขายเสื้อแจ๊คเก็ตในระบบปัจจุบัน และระบบใหม่ .....	69
รูปที่ 4-3	แสดงการเปรียบเทียบผลกำไรระหว่างการขายเสื้อยืดในระบบปัจจุบันและ ระบบใหม่ .....	70
รูปที่ 4-4	แสดงการเปรียบเทียบผลกำไรระหว่างการขายเสื้อแจ๊คเก็ตในระบบปัจจุบันและ ระบบใหม่ .....	72
รูปที่ 4-5	แสดงการเปรียบเทียบผลกำไรระหว่างการขายเสื้อยืดในระบบปัจจุบันและ ระบบใหม่ .....	73
รูปที่ 4-6	แสดงการเปรียบเทียบผลกำไรระหว่างการขายแจ๊คเก็ตในระบบปัจจุบันและ ระบบใหม่ .....	75
รูปที่ 4-7	ห่วงโซ่อุปทานของเสื้อผ้ามือสองในปัจจุบัน.....	75
รูปที่ 4-8	โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของสินค้ามือสองในธุรกิจขนาดใหญ่.....	76
รูปที่ 4-9	โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของสินค้ามือสองในธุรกิจขนาดกลาง .....	78
รูปที่ 4-10	โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของสินค้ามือสองในธุรกิจขนาดเล็ก.....	79
รูปที่ 4-11	แสดงการเปรียบเทียบต้นทุนต่อหน่วยในสินค้าประเภทเสื้อยืด.....	80
รูปที่ 4-12	แสดงการเปรียบเทียบต้นทุนต่อหน่วยในสินค้าประเภทเสื้อแจ๊คเก็ต .....	80

# บทที่ 1

## บทนำ

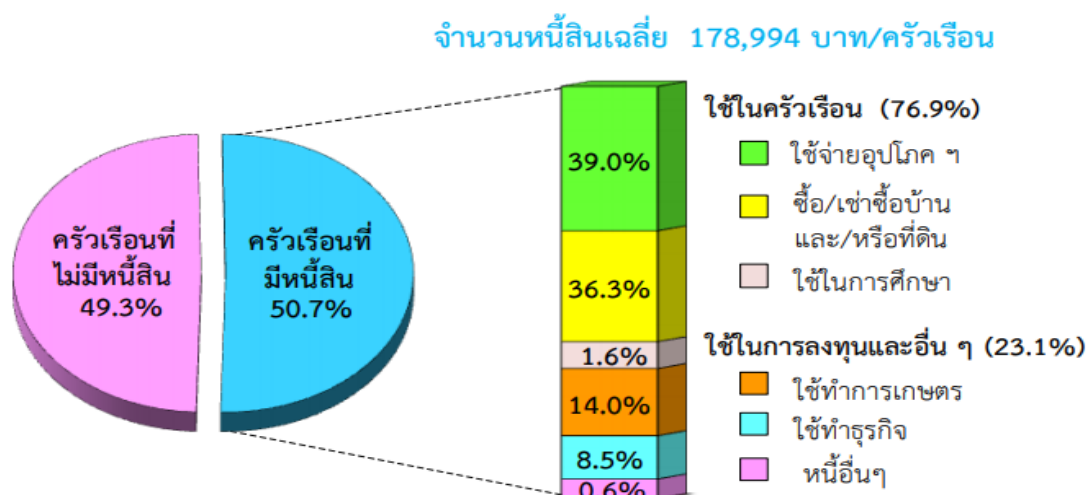
### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน ทำให้เกิดหนี้สินต่อครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้นของประชากรภายในประเทศ ถึงแม้ว่ารายได้เฉลี่ยของประชากรในแต่ละครัวเรือนของประเทศมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยภาวะหนี้สินต่อครัวเรือนที่มีอัตราเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน ทำให้มีผลต่อสภาพคล่องในการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าในแต่ละครัวเรือนดังรูปที่ 2-1



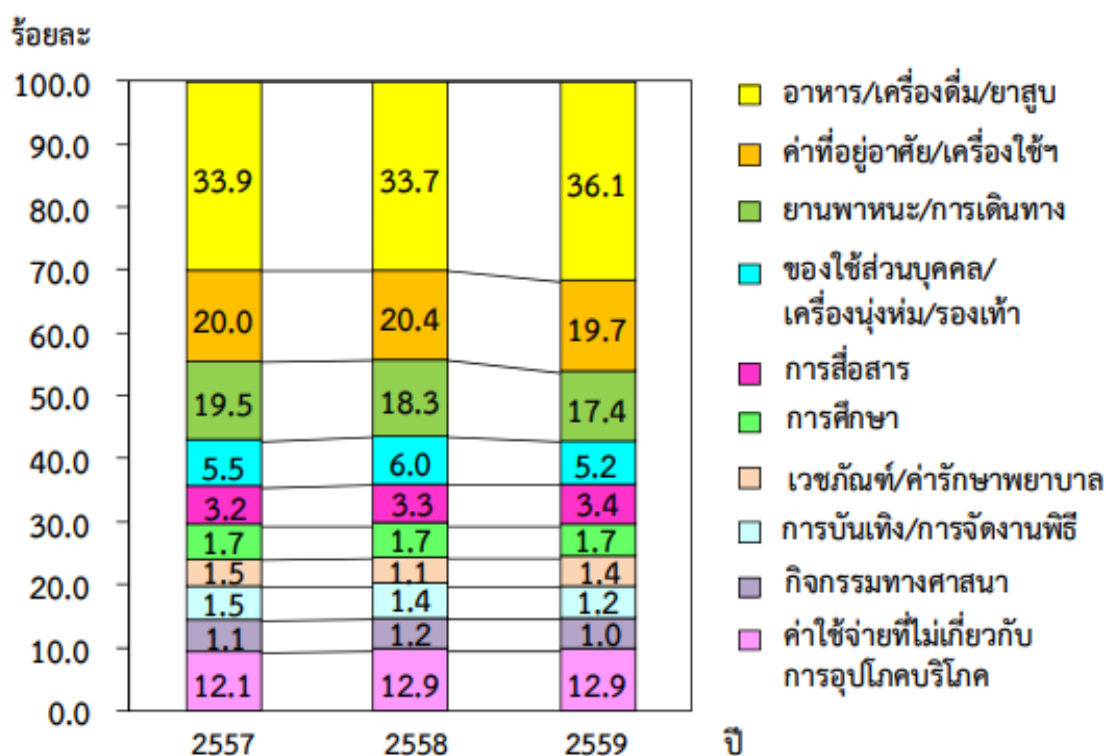
รูปที่ 1-1 แสดงรายได้ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และหนี้สินต่อรายได้ของครัวเรือนปี 2550 –2560[1]

จากครัวเรือนทั่วประเทศประมาณ 21 ล้านครัวเรือน พบว่าครัวเรือนที่มีหนี้สินประมาณ 10.8 ล้านครัวเรือน หรือร้อยละ 50.7 โดยมีจำนวนหนี้สินเฉลี่ย 178,994 บาทต่อครัวเรือน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการก่อหนี้เพื่อใช้ในครัวเรือน ร้อยละ 76.9 ใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคร้อยละ 39.0 ใช้ในการซื้อบ้าน/ที่ดิน ร้อยละ 36.3 และใช้ในการศึกษา ร้อยละ 1.6 สำหรับหนี้เพื่อใช้ในการลงทุนและอื่น ๆ ร้อยละ 23.1 พบว่าส่วนใหญ่เป็นหนี้เพื่อใช้ทำการเกษตร ร้อยละ 14.0 รองลงมา คือ ใช้ทำธุรกิจ ร้อยละ 8.5 และหนี้อื่น ๆ อีก ร้อยละ 0.6 [1] ดังรูปที่ 1-2

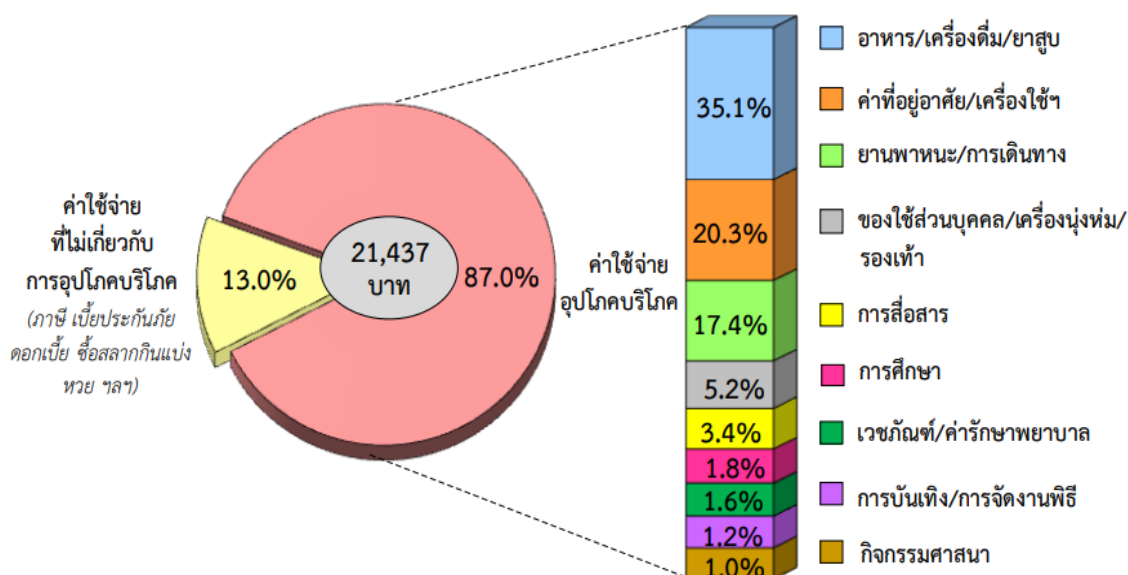


รูปที่ 1-2 แสดงร้อยละของครัวเรือน จำแนกตามการมีหนี้สิน และจำนวนหนี้สินเฉลี่ย ต่อครัวเรือนทั้งสิ้น จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการกู้ยืมปี 2560[1]

สำนักงานสถิติแห่งชาติได้ทำการจำแนกประเภท การใช้จ่ายในหมวดสินค้าต่างๆ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายของครัวเรือนทั่วประเทศ ปี 2557 - 2559 พบว่าค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการอุปโภคบริโภคในครัวเรือนเพิ่มขึ้น ได้แก่ค่าอาหาร เครื่องดื่มและยาสูบจากร้อยละ 33.9 ในปี 2557 เป็น 36.1 ในปี 2559 สำหรับค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยและเครื่องใช้ภายในบ้านมีการใช้จ่ายลดลง จากร้อยละ 20.0 ในปี 2557 เป็นร้อยละ 19.7 ในปี 2559 เช่นเดียวกับค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยานพาหนะและการเดินทางมีค่าใช้จ่ายลดลงอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 3 ปี คือ ร้อยละ 19.5, 18.3 และ 17.4 ในปี 2559 สำหรับ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับของใช้ส่วนบุคคล/เครื่องนุ่งห่ม/รองเท้า/และกิจกรรมทาง ศาสนาในปี 2559 คือ ร้อยละ 5.2 และร้อยละ 1.0 ตามลำดับ สำหรับค่าใช้จ่าย ที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค (ภาษี ดอกเบี้ย ซื้อสลากกินแบ่ง/หวย ฯลฯ) มีการใช้จ่ายเท่ากับปี 2558 คือ ร้อยละ 12.9 ดังรูปที่ 1-3 และในปี 2560 ดังรูปที่ 1-4



รูปที่ 1-3 ร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนจำแนกตามประเภทค่าใช้จ่ายปี 2557-2559[1]



รูปที่ 1-4 ร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนจำแนกตามประเภทค่าใช้จ่ายปี 2560 [1]

จากรูปที่ 1-1 ถึง รูปที่ 1-4 และข้อมูลที่แสดงข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ประชากรทั้งประเทศมีพฤติกรรมและการเป็นอยู่ไม่สอดคล้องกับรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น จากสถิติข้างต้นผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจในการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งมีอัตราการลดลงค่อนข้างมาก

เครื่องนุ่งห่ม เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่สำคัญในการดำรงชีวิต เครื่องนุ่งห่มนอกจากจะมีประโยชน์ในการปกปิดร่างกายแล้วนั้นยังสามารถเสริมบุคลิกภาพ รสนิยม ฐานะ ตลอดจนบ่งบอกเชื้อชาติของผู้สวมใส่ แต่เนื่องด้วยภาวะเศรษฐกิจของแต่ละครัวเรือนบุคคลจึงมีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ พฤติกรรมการบริโภคสินค้าจึงค่อยๆ เปลี่ยนไปตามความจำเป็น ตลอดจนรสนิยม จากสภาพเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบันและวัฒนธรรมไทยที่อาศัยโลกทัศน์แบบทุนนิยมคล้ายกับวัฒนธรรมการบริโภคของฝั่งตะวันตก จึงไม่สามารถอธิบายทางด้านเศรษฐศาสตร์เพียงอย่างเดียวต้องวิเคราะห์รวมไปถึงทางสังคมและวัฒนธรรมจนกลายเป็นแบบแผนหรือวัฒนธรรมการบริโภครูปแบบใหม่ จากสภาพคล่องของประชากรส่วนใหญ่ภายในประเทศซึ่งทำให้ประชากรบางกลุ่มมีพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าที่ต่างออกไปจากเดิมซึ่งทำให้เกิดกลุ่มผู้นิยมซื้อสินค้าประเภทมือสองเพิ่มมากขึ้นและตลอดจนผู้ที่มีรสนิยมความชอบทางด้านสินค้ามือสองอยู่แล้วทำให้สินค้าประเภทมือสองจึงมีความต้องการของตลาดเพิ่มสูงขึ้น [2]

ในปัจจุบันสินค้ามือสองเป็นที่ยอมรับมากขึ้นจากอดีตอันเนื่องมาจากมีความเชื่อเรื่องเจ้าของเก่าที่อาจสิ้นชีวิตไปแล้วเป็นสินค้าจากศพที่ขโมยมาขายซึ่งเมื่อความรู้และข่าวสารได้เข้ามามากขึ้นทำให้ความเชื่อเรื่องจำพวกนี้ค่อยๆ หดไป สินค้ามือสองจึงค่อยๆ เป็นที่ยอมรับในปัจจุบันด้านความเชื่อนี้ [2] ตลาดในบริเวณ อ.หาดใหญ่และใกล้เคียงภายในจังหวัดสงขลานั้นเป็นตลาดสินค้าที่ค่อนข้างใหญ่ สินค้าจะถูกรวบรวมและนำเข้ามาอยู่ภายในตลาด สินค้ามือสองสามารถจำแนกผู้บริโภคออกไปในรูปแบบที่ต่างกัน เช่น ผู้ที่นิยมชมชอบของเก่า เช่น เสื้อ กางเกง กระเป๋า นาฬิกา กลุ่มคนกลุ่มนี้จะมีสองประเภทคือ พวกนักเก็บสะสมและพ่อค้าที่มาหาของไปขาย ซึ่งสินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าที่มีราคาแพงที่สุดในตลาดสินค้ามือสอง สินค้าหนึ่งชิ้นอาจมีราคาสูงถึงหลักแสนบาท สินค้าประเภทที่สองคือสินค้าที่มียี่ห้อสภาพใหม่ สินค้าจำพวกนี้มีลักษณะแทบจะไม่ต่างกับสินค้ามือหนึ่งหรือบางชิ้นเป็นสินค้ามือหนึ่ง สินค้าประเภทนี้จะเป็นสินค้าที่ต้องการหลักของผู้เดินตลาดราคาจะถูกกว่าสินค้ามือหนึ่งประมาณ 70-90% เป็นที่ต้องการของผู้ซื้อที่จะนำไปใช้และนำไปขายต่ออย่างมาก สินค้าประเภทที่สามคือสินค้าที่ไม่มียี่ห้อตำหนิเล็กน้อยหรือไม่มี สินค้าประเภทนี้จะเป็นสินค้ราคาถูกไม่สามารถซื้อไปขายต่อได้ แต่ยังคงอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่ไม่นิยมของแพงไม่เน้นยี่ห้อหรือผู้ที่นำไปใช้งานหนักโดยราคาจะอยู่ในช่วง 5-50 บาท

ในปัจจุบันช่องทางการซื้อที่แตกต่างออกไปจากเดิมจากการสังเกตประชากรกลุ่มหนึ่งภายในประเทศมีพฤติกรรมการซื้อที่เปลี่ยนไปโดยมีการซื้อขายชำระค่าบริการต่างๆ ผ่านทางช่องทางออนไลน์มากขึ้น ดังรูปที่ 1-5 โดยช่องทางซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันต่างๆ เป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับช่องทางการขายสินค้าในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถแจ้งข่าวสารรายละเอียด โดยที่ผู้ที่ต้องการซื้อไม่จำเป็นต้องมีการเดินทางทำให้สะดวกมากขึ้นหรือเหมาะที่จะเป็นช่องทางที่ส่งเสริมการขาย [3]



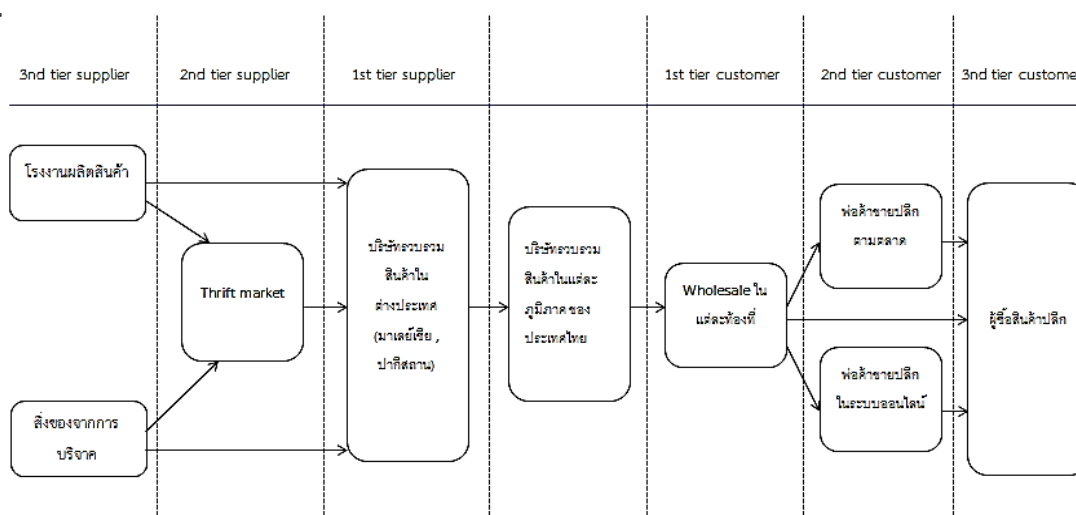
รูปที่ 1-5 แสดงค่าใช้จ่ายออนไลน์ และค่าใช้จ่ายผ่านระบบมือถือ[1]

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นอีกหนึ่งสถานที่ได้รับอิทธิพลและผลกระทบจากนัยดังกล่าวอย่างเห็นได้ชัดพฤติกรรมที่จะทำการศึกษาจากสถานการณ์ดังกล่าว คือ ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้ามือสองในระบบออนไลน์และระบบการขายทั่วไปในตลาดสินค้ามือสอง การศึกษาต้นทุนของระบบ supply chain ในรูปแบบการดำเนินการปัจจุบันเพื่อปรับปรุงระบบโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับช่องทางการขายที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อประกอบดำเนินธุรกิจเต็มรูปแบบในอำเภอหาดใหญ่และละแวกใกล้เคียงเป็นประเด็นที่น่าสนใจเนื่องจากใน อ.หาดใหญ่ มีตลาดสินค้าซึ่งเป็นตลาดที่รวบรวมสินค้ามือสองไว้หลายชนิด หลากหลายยี่ห้อชั้นนำ อาทิ กระเป๋า รองเท้า เสื้อผ้า เป็นต้น ทั้งนี้สินค้ามือสองสามารถสะท้อนและบ่งบอกถึงความแตกต่างของประชากร โดยที่มีทั้งผู้นิยมชมชอบสินค้ามือสองและผู้ที่ไม่นิยมสินค้ามือสอง จึงนับว่าสินค้ามือสองเป็นสินค้าประเภทหนึ่งที่มีนัยสำคัญที่สามารถสะท้อน พฤติกรรม วัฒนธรรมการบริโภคของประชากร และเป็นตัวชี้วัดสภาพเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี

สินค้ามือสองมักจะเป็นสินค้าที่มาจากทางด้านฝั่งตะวันตก ยุโรป เป็นส่วนใหญ่คุณภาพสินค้าจึงค่อนข้างที่จะอยู่ในระดับสูง โดยจะมีบริษัทที่เป็นสื่อกลางในการรวบรวมของสินค้ามือสองที่ทำการรวบรวมจะมีช่องทางการรวบรวมอยู่หลากหลายรูปแบบ เช่น มาจากบริษัทที่รับบริจาคสินค้าเพื่อนำมาขายให้เกิดอาชีพแก่ผู้พิการ (thrift market) ซึ่งจะมีมากในประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อสินค้าที่รวบรวมมาขายขายไม่ออกจะเกิดการล้างสต็อกสินค้าโดยการนำไปบริจาคให้กับประเทศโลกที่สาม สินค้ามือสองจะมีการส่งไปรวบรวมโดยแหล่งใหญ่จะอยู่ในประเทศปากีสถาน รูปแบบต่อมา คือ การรวบรวมเหมาสินค้าจากการล้างสต็อกของห้างสรรพสินค้า โรงงานผลิต โดยสินค้าจำพวกนี้จะเป็นสินค้ามือหนึ่งทั้งหมดแต่ถูกรวบรวมและทำในกระบวนการของสินค้ามือสอง รูปแบบที่สาม คือ การรวบรวม บริจาคจากองค์กร มูลนิธิ เพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ แต่ทั้งนี้เมื่อสินค้าทุกชิ้นถูกรวบรวม เป็นสินค้ามือสอง



แล้วนั้นจะมีแหล่งรวบรวมสินค้าเพื่อกระจายสินค้าไปยังทั่วโลกดังรูปที่ 6 โดยมีประเทศปากีสถานเป็นแหล่งซื้อขายที่ใหญ่ที่สุดส่วนในประเทศไทย จะอยู่ที่ตลาดโรงเกลือ อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว และในทางภาคใต้ตลาดนัดคลองแวง จ.สงขลา แสดงรูปแบบการดำเนินการ ดังรูปที่ 1-6



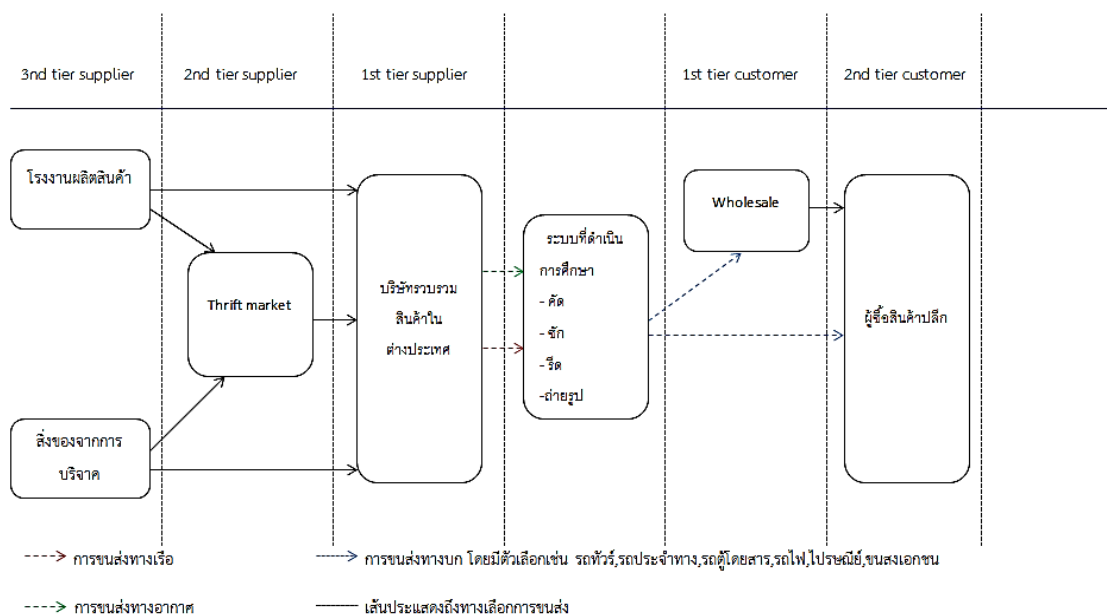
รูปที่ 1-6 แสดงกระบวนการที่มาของสินค้ามือสอง

ทั้งนี้ในการดำเนินธุรกิจของสินค้ามือสองมักมีความเสี่ยงอันเนื่องมาจากสินค้าถูกบรรจุในรูปแบบของกระสอบไม่สามารถทราบได้ถึงคุณภาพสินค้าภายในซึ่งในจุดๆนี้เป็นความเสี่ยงที่ค่อนข้างสูงในการดำเนินธุรกิจทำให้มีค่าผลกำไรที่ค่อนข้างไม่แน่นอนอันเนื่องจากความเสี่ยงและพฤติกรรมความเคยชินอันเนื่องมาจากการขาดข้อมูลและความรู้ด้านข่าวสารการติดต่อ supplier จึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อคุณภาพสินค้า จากสถิติเบื้องต้นกระสอบสินค้ามือสองในระดับทั่วไปจะมีราคาโดยประมาณที่ 5,000 – 15,000 บาท โดยกระสอบที่อยู่ในช่วงราคานี้มักจะเป็นกระสอบเสื้อผ้าในแบบปกติสำหรับใช้งานทั่วไปและสินค้าอีกประเภทคือ กระสอบสำหรับนักสะสมเสื้อผ้าเก่า ของเก่า มักมีราคาตั้งแต่ 15,000 – 500,000 บาท ซึ่งจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเฉลี่ยแล้วนั้นสามารถจำแนกคุณภาพสินค้าได้เป็น หัวผ้า คือผ้าที่มีราคาแพงที่สุดในกระสอบ กลางผ้า คือ ผ้าทั่วไปสภาพดี และหางผ้า คือ ผ้าที่ชำรุดหรือขายไม่ได้ราคา และในหนึ่งกระสอบจะประกอบเป็นเปอร์เซ็นต์ที่ต่างออกไป แต่จะมีเปอร์เซ็นต์เฉลี่ยจากการเก็บข้อมูลดังตารางที่ 1-1

ตารางที่ 1-1 แสดงร้อยละของคุณภาพสินค้าเฉลี่ยในกระสอบสินค้ามือสอง

คุณภาพของผ้า	ร้อยละในแต่ละประเภท
หัวผ้า	27.7
กลางผ้า	32.1
หางผ้า	40.2

จากตารางที่ 1-1 จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการมีความเสี่ยงในเรื่องของคุณภาพสินค้า ซึ่งมีผลต่อผลกำไรและขาดทุนอย่างมาก การติดต่อ supplier โดยตรงจึงมีบทบาทสำคัญในอีกประเด็นหนึ่ง จึงเป็นที่มาของการปรับปรุงรูปแบบห่วงโซ่อุปทานเพื่อความเหมาะสมให้เกิดผลประโยชน์มากที่สุดเนื่องด้วยมูลค่าทางธุรกิจและช่องทางการขายสินค้ามือสองที่เพิ่มมากขึ้นตลอดจนผู้ทำธุรกิจประเภทนี้มักเป็นผู้ที่ขาดความรู้ในการบริหารจัดการ เนื่องจากผู้ทำธุรกิจประเภทนี้มักเป็นผู้ที่อยู่ในบริเวณพื้นที่ชายแดนซึ่งมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจมาด้วยความเคยชินขาดการพัฒนาด้วยเหตุผลข้างต้นนี้ทางผู้วิจัยจึงเห็นช่องทางพัฒนาและลดความเสี่ยง โดยใช้หลักการต่างๆ ทางด้านระบบ supply chain วิศวกรรม การตลาดเข้ามาพัฒนาธุรกิจในรูปแบบการขายสินค้าในระบบออนไลน์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อการลดต้นทุนของระบบขนส่งสินค้า การลดเวลาของกิจกรรม ตลอดจนการนำมาปรับปรุงแก้ไขในระบบ supply chain เพื่อที่จะนำมาเปรียบเทียบข้อดี และข้อเสีย ของระบบการขายสินค้าในรูปแบบปัจจุบันและพัฒนาเป็นรูปแบบใหม่ให้มีความเหมาะสมดังรูปที่ 1-7



รูปที่ 1-7 แสดงกระบวนการในรูปแบบใหม่

จากรูปที่ 1-7 จะเห็นได้ว่ากระบวนการต่างๆ ที่ต่างออกไปจากกระบวนการแรกนั้น ในทุกๆ กระบวนการจะมีเรื่องเวลาต้นทุนเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ตลอดจนการใช้กำลังคน เข้ามามีบทบาทในทุกๆ กิจกรรม ซึ่งกระบวนการที่ แตกต่าง และเพิ่มขึ้นมานั้นมีส่วนสำคัญต่อต้นทุน โดยตรงที่เพิ่มสูงขึ้นโดยปัจจัยสำคัญในกิจกรรมครั้งนี้ คือ เวลาตลอดทั้งกิจกรรม (cycle time) และ ค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะทางด้านการขนส่ง ซึ่งปัจจัยจะขึ้นอยู่กับขนาด ปริมาณ ระยะเวลา ตลอดจนค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าแรงงาน ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนั้น เนื่องจากมีความสัมพันธ์โดยตรงกับต้นทุน ดังนั้นจึงต้อง ควบคุมให้มีต้นทุนที่ต่ำที่สุดเพื่อให้อยู่ระดับราคาที่เหมาะสมและเพื่อให้ได้ผลผลิตกำไรสูงสุด

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและนำเสนอระบบห่วงโซ่อุปทาน ต้นทุนการดำเนินงาน กำไรต่อหน่วย ของเสื้อผ้ามือสองกับการลงทุน
2. ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจระบบออนไลน์สำหรับเสื้อผ้ามือสอง

## 1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษความเป็นไปได้ในดำเนินกิจการนี้ โดยดูความเป็นไปได้ทั้ง 4 ประเด็น ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้จะศึกษาใน 4 ประเด็นหลัก คือ การศึกษาทางด้านการตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิคและวิศวกรรม การศึกษาความเป็นไปได้ด้านกฎหมาย ความเป็นไปได้ด้านการการศึกษาด้าน เศรษฐศาสตร์และการเงิน
2. ขอบเขตด้านพื้นที่และประชากร การวิจัยครั้งนี้ศึกษาภายใต้พื้นที่ศึกษา ประชากร ในระบบออนไลน์จำนวน 344 คน จากร้านค้ามือสองในระบบออนไลน์ และประชากรผู้ที่เดินตลาด สีนค้ามือสองใน อำเภอดงใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 322 คน

## 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนกิจการเสื้อผ้ามือสอง
2. ทราบถึงระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานของเสื้อผ้ามือสอง
3. เป็นแนวทางให้สำหรับงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

## บทที่ 2 งานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำวิจัยเรื่องการพัฒนาระบบห่วงโซ่อุปทานของเสื้อผ้ามือสองสำหรับธุรกิจออนไลน์นั้นจำเป็นต้องนำความรู้และงานวิจัยในหลายๆ ด้านมาประกอบกัน ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับเป็นแนวทางและวิธีการในการศึกษาเก็บข้อมูล

#### 2.1.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน

ศุภิสรา แสงฤทธิ์ การศึกษา เรื่อง ธุรกิจนำเข้าสินค้ามือสองจากญี่ปุ่น กรณีศึกษาโกดังสินค้ามือสองนำเข้าจากญี่ปุ่น ในจังหวัดเชียงใหม่ [4] มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ศึกษากระบวนการข้อมูลนำเข้าสินค้ามือสองจากประเทศญี่ปุ่นมาสู่ประเทศไทย และศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้ามือสองที่มีการนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งใช้วิธีในการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการค้นคว้ารวบรวม ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภค และการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ แจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผลการศึกษา พบว่าการนำเข้าสินค้ามือสองญี่ปุ่น ใช้วิธีการจ้างบริษัทตัวแทนนำเข้าในไทย เพื่อติดต่อโกดังสินค้าที่มีในญี่ปุ่น และจัดส่งสินค้ามาสู่ประเทศไทย จากนั้นบริษัทจัดส่งสินค้าจะนำส่งตู้คอนเทนเนอร์ให้กับโกดังที่มีในไทยโดยตรง ซึ่งค่าใช้จ่ายต่อการส่งตู้คอนเทนเนอร์ 1 ตู้ อยู่ที่ประมาณ 8 แสนบาท และยอดขายต่อเดือนประมาณ 1 ล้านบาท ทั้งนี้ จากการสำรวจพื้นที่ พบว่า ร้านค้าและโกดังสินค้ามือสองส่วนใหญ่ วางจำหน่ายสินค้าแบบแยกประเภท โดยไม่เน้นความสวยงาม และมีการกำหนดราคาสินค้าตามน้ำหนัก และประเมินราคาจากสภาพสินค้าซึ่งมีตั้งแต่สินค้ายังคงสภาพใหม่ไปจนถึงสินค้าที่มีความสกปรกและไม่สามารถใช้งานได้อีก อย่างไรก็ตาม พบว่า แม้สินค้าจะมีความเก่าและไม่ได้มีแพ็คเกจที่สวยงาม แต่สินค้ามือสองญี่ปุ่นก็ยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภคไม่น้อยกว่าสินค้าแบรนด์ดังอื่นๆ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ว่า นอกเหนือจากภาพลักษณ์ของสินค้า หรือยี่ห้อสินค้านั้น ความเป็นญี่ปุ่น เปรียบเสมือนตราสินค้าที่แสดงภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า อันเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้คนไทยเลือกบริโภคสินค้า รวมทั้งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการเลือกที่จะนำเข้าสินค้าจากประเทศญี่ปุ่นมากกว่าประเทศอื่นเช่นกัน

อรทัย หมั่นพันธ์ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองของผู้บริโภคในตลาดนัดจตุจักร การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองของผู้บริโภคในตลาดนัดจตุจักร [5] กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนในตลาดนัดจตุจักรโครงการ 5 และโครงการ 6 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และทำการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควตา แบ่งออกเป็นโครงการละ 200 คน คือ โครงการ 5 จำนวน 200 คน และโครงการ 6 จำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 10,001- 15,000 บาท และ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจำหน่ายและส่งเสริมการตลาดในระดับมากด้านพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสอง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองประเภทชุดเดรส ด้วยเหตุผลเพราะราคาถูก เป็นลักษณะชุดใส่เล่น/ชุดลาลอง โดยมีการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ส่วนใหญ่ไปเลือกซื้อที่ตลาดนัดจตุจักรในช่วงเวลาตอนเย็น ซื้อแบบตามเทรนแฟชั่น และปัญหาที่พบในการซื้อเสื้อผ้ามือสองมากที่สุด คือ ตะเข็บหลุดขาด ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรจะต้องมีการตรวจสอบในเรื่องของความสะอาด สุขอนามัยของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ ด้านราคาผู้ประกอบการควรมีการติดป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน และควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพและเหมาะสมกับยี่ห้อ ด้านช่องทางจำหน่ายควรเลือกทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกและง่ายต่อการเดินทาง มีพื้นที่สะอาด และด้านส่งเสริมการตลาดผู้ประกอบการควรมีการให้ของแถมเมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าจำนวนมา

สมพงษ์ ปัญญาที่ยัง วิเคราะห์ระบบต้นทุนฐานกิจกรรมของผู้ให้บริการรับจ้างขนส่ง การวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ระบบต้นทุนฐานกิจกรรมของผู้ให้บริการรับจ้างขนส่ง [6] โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการทั้งหมดของกิจกรรมการขนส่งในแต่ละกิจกรรม โดยกิจกรรมจะเริ่มตั้งแต่กระบวนการรับสินค้าจากผู้ส่งกระจายสินค้าจนถึงปลายทางนั่นก็คือศูนย์กระจายสินค้าในแต่ละภูมิภาค 6 ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์กระจายสินค้าจังหวัดเชียงใหม่ พิษณุโลก ขอนแก่น นครราชสีมา สุราษฎร์ธานีและหาดใหญ่ โดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์ต้นทุนกิจกรรมโดยการเก็บข้อมูลของทุกๆกิจกรรมโดยบันทึกการไหลของข้อมูลสารสนเทศและวัสดุโดยการแสดงถึงกระบวนการและต้นทุนที่เกิดขึ้นต่างๆที่เสียไป โดยจากการเก็บข้อมูลพบว่ามีกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งสิ้น 26 กิจกรรมย่อย และได้รวบรวมไว้ใน 8 ศูนย์กิจกรรม ผลจากการกระจายต้นทุนค่าใช้จ่ายเข้าสู่ศูนย์กิจกรรม พบว่าศูนย์กิจกรรม การขนส่งสินค้ามีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูงสุดคิดเป็น 86.26 เปอร์เซ็นต์ โดยต้นทุนประมาณ 51 เปอร์เซ็นต์ เป็นต้นทุนในส่วนของค่าน้ำมันเชื้อเพลิง และได้วิเคราะห์ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการกระจายสินค้าต่อชิ้น ของศูนย์กระจายสินค้าตัวอย่างไปศูนย์ภูมิภาคทั้ง 6 ศูนย์ พบว่าศูนย์กระจายสินค้าจังหวัดนครราชสีมา มีค่าใช้จ่ายในการกระจายสินค้าต่อชิ้นต่ำที่สุด และศูนย์กระจายสินค้าจังหวัดขอนแก่น มีค่าใช้จ่ายในการกระจายสินค้าต่อชิ้นสูงที่สุด โดยมีต้นทุนค่าใช้จ่ายแตกต่างกัน 0.19 บาทต่อชิ้น

จุฑารัตน์ เกียรติรัตมี วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน ออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านทางช่องทางแอปพลิเคชันของประชากรในกรุงเทพและปริมณฑล [3] ซึ่งได้แก่ ซึ่งนำปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมไปถึงส่วนประสมของการตลาด และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การยอมรับเทคโนโลยี ความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ และการให้บริการส่วนบุคคล ว่าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือไม่ อย่างไร โดยการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 405 คน ในรูปแบบแบบสอบถามทางออนไลน์ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและ

ปริมาณพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้  
 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการยอมรับเทคโนโลยี 2) ปัจจัยด้านความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือ 3) ปัจจัยด้านราคา คุณภาพและความหลากหลายของสินค้าในแอปพลิเคชัน และความตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า 4) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารกับผู้บริโภค และ ความมีชื่อเสียงของแอปพลิเคชัน ในส่วนของการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผลวิจัย พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมาณพลแตกต่างกัน โดยกลุ่มนักเรียน นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย การตัดสินใจซื้อสูงกว่าผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งจากผลการวิจัยผู้ประกอบการและนักพัฒนา แอปพลิเคชันสามารถนำไปพัฒนาระบบปฏิบัติการของแอปพลิเคชันซื้อขายสินค้าออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นได้

พงษ์ชัย อธิคมรัตน์กุล และปฎล รัตนชุม วิเคราะห์ต้นทุนรายกิจกรรมสำหรับ งานขนส่งสินค้าทางถนน กรณีศึกษา : บริษัทขนส่งปูนซีเมนต์ [7] ในธุรกิจการขนส่งในปัจจุบันนั้น ปัญหาที่พบส่วนใหญ่คือผู้ประกอบการไม่ทราบถึงต้นทุนต่อในการขนส่งทำให้มีผลต่อกิจการทั้งทางด้าน กำไรและราคา การวิจัยในครั้งนี้จะศึกษาต้นทุนค่าขนส่งสินค้าของการขนส่งประเภทรถบรรทุก และการวิเคราะห์รายกิจกรรมและวิเคราะห์คุณค่าของกิจกรรมในกระบวนการขนส่ง โดยผู้วิจัยได้เลือก เอาบริษัทขนส่งปูนซีเมนต์มาดำเนินการศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากปูนซีเมนต์เป็นสินค้าอันดับต้นๆที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมในการขนส่งใช้ระยะทางเป็นอันดับต้นๆของประเทศไทย งานวิจัยพบว่า ต้นทุนกิจกรรมขนส่งสินค้ามีสัดส่วนที่สูงถึง 82.76% ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมการขนส่งด้วย รถบรรทุก ประกอบไปด้วย ต้นทุนหลักที่เกี่ยวข้องกับยานพาหนะในส่วนของต้นทุนผันแปรเป็นส่วน ใหญ่ ในส่วนต้นทุนการให้บริการลูกค้าใน 1 รอบ การขนส่ง จากการคำนวณจะพบว่ารถพ่วงที่ใช้ น้ำมันมีต้นทุนอยู่ที่ 26,634.82 บาท/รอบการขนส่ง ขณะที่รถพ่วงที่ใช้ NGV มีต้นทุนอยู่ที่ 21,183.82 บาท/รอบการขนส่ง ในส่วนการวิเคราะห์คุณค่ากิจกรรม พบว่าในกระบวนการขนส่งมีกิจกรรมที่ไม่เพิ่ม คุณค่าในอัตราสูง จากการวิเคราะห์และปรับปรุงกิจกรรมเพื่อปรับลดต้นทุนทำให้บริษัทขนส่งสามารถ ลดต้นทุนลงได้รวม 2,095,899 บาท เวลารวมในการให้บริการต่อ 1 รอบการขนส่งลดลง 50.22% โดยลดลงจาก 10,275 นาที เหลือ 5,115 นาที นอกจากนี้ภายหลังจากการปรับปรุงทำให้สัดส่วน คุณค่าของกิจกรรมที่ไม่เพิ่มค่าลดลงจาก 56.06% เหลือ 14.08% ขณะที่สัดส่วนคุณค่าของกิจกรรมที่ เพิ่มค่าเพิ่มขึ้นจาก 7.01% เป็น 11.73%

จากการศึกษางานวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานนั้นโดยงานวิจัยข้างต้น สามารถนำมาประยุกต์ในเรื่องต่างๆ เช่นการเก็บข้อมูลประชากร ความต้องการของประชากร ต้นทุน ต่อหน่วย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินการวิจัย

## 2.2 ทฤษฎีการศึกษาความเป็นไปได้

การศึกษาความเป็นไปได้นั้น เป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้น จากการ ดำเนินการของกิจการหรือเป้าหมาย โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด วิศวกรรม และ การเงินของเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจโดยขั้นตอนในการวิเคราะห์จะมีการ พิจารณาตามหลักเกณฑ์ของแต่ละด้าน ดังนี้

### 2.2.1 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

โดยทั่วไปแล้วมักจะเข้าใจว่าการตลาด หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ในการนำผลิตภัณฑ์หรือการบริการไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งจากความหมายนี้ทำให้เข้าใจว่าการตลาดเกิดขึ้นภายหลังจากการที่มีการผลิตสินค้าเกิดขึ้นแล้ว แต่ความหมายของการตลาดสมัยใหม่นั้น การตลาด หมายถึง การนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคอุปโภคโดยดูจากความต้องการของผู้บริโภคก่อนและยังรวมถึงการหาข่าวสารเพื่อป้อนให้ฝ่ายผลิต ซึ่งจะเห็นได้ว่าการตลาดนั้นมาก่อนการผลิต การวิเคราะห์ด้านการตลาดจัดเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิเคราะห์ลู่ทางความเป็นไปได้ของโครงการ โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

- 1) ตัวสินค้า (Product) พิจารณาการผลิตสินค้า ต้นทุนในการผลิตสินค้า คุณภาพของสินค้าว่ามีลักษณะใด
- 2) วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยการวิเคราะห์จากทั้งข้อมูลในอดีต ปัจจุบันและการคาดคะเนในอนาคต ว่าแนวโน้มความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างไร ปริมาณอยู่ในช่วงเท่าไร
- 3) การวิเคราะห์ถึงปริมาณของสินค้าหรือบริการในการตลาด วิเคราะห์ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต โดยพิจารณาถึงแหล่งที่มาว่ามาจากการผลิตภายในประเทศ หรือสั่งเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อที่จะสามารถวางแผนการผลิตในอนาคตและตลอดจนการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ เช่น การหาข่าวสารข้อมูลด้านต่างๆของกลุ่ม คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ทางการตลาดของเป็นต้น
- 4) การวิเคราะห์ราคาตลาดของผลิตภัณฑ์ นำเอาข้อมูลทั้งในอดีต ปัจจุบัน และปัจจัยที่มีผลกระทบในช่วงต่างๆเพื่อที่จะนำมาคาดคะเน ข้อมูลที่คาดคะเนได้แม่นยำนั้นสามารถที่จะกำหนดแผนต่างๆได้ถูกต้อง เช่นราคาของสินค้าที่เหมาะสมกับผู้บริโภค ทำให้ตอบโจทย์ของผู้บริโภคได้ตรงเป้าหมาย
- 5) การจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายแสดงถึงการสนับสนุนที่มากขึ้นจากการตลาดโดยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีมากสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคการเข้าถึงผู้บริโภคตลอดจนแสดงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่ายขึ้น
- 6) วัตถุประสงค์ จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ตัดสินความเป็นไปได้ของโครงการ สำหรับโครงการที่วัตถุประสงค์มีอยู่ทั่วไปในราคาปกติ วัตถุประสงค์อาจไม่ใช่ปัญหาสำคัญ แต่ในบางกรณีที่วัตถุประสงค์มีจำกัด การวิเคราะห์โครงการด้านการตลาดจะต้องเน้นหนักถึงความสามารถในการจัดหาวัตถุประสงค์ ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อที่สำคัญคือ ความเพียงพอของวัตถุประสงค์ หมายถึง ความสามารถในการหาแหล่งวัตถุดิบที่แน่นอนและเพียงพอ เพื่อใช้งานได้ในระยะยาว มีคุณภาพที่เหมาะสมในการใช้งาน และที่สำคัญอีกประการ คือราคาของวัตถุดิบในการวิเคราะห์ จะต้องพิจารณาราคาวัตถุดิบทั้งในอดีต ปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคตตลอดจนต้องคำนึงถึงโครงสร้างราคาค่าขนส่ง และภาษีต่าง ๆ เพื่อนำมาคำนวณต้นทุนในโครงการด้วย [8]

### 2.2.2 ทฤษฎีแนวคิดด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมนุษย์ในด้านพฤติกรรมทางประชากรและการเปลี่ยนแปลงในปรากฏการณ์ทางประชากร คำว่า demography มี

รากศัพท์มาจากภาษากรีกสองคำ คือ demo ซึ่งหมายถึง หมู่คนประชาชนหรือราษฎร ตรงกับคำว่า “people” ในภาษาอังกฤษ ส่วนคำว่า graphy ตรงกับคำในภาษาอังกฤษ คือ “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งหมายถึง การเขียน การบรรยาย หรือการพรรณานรูปร่างลักษณะ และเทียบได้กับ คำว่า “ศาสตร์” ในภาษาไทย ดังนั้นเมื่อรวมทั้งสองเข้าด้วยกัน Demography (ประชากรศาสตร์) จึงหมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากรนั่นเอง อย่างไรก็ตาม ในระยะเริ่มแรกนักวิชาการส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยนิยมใช้คำนี้ จะเห็นได้จากนักวิชาการที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อจะใช้คำว่า “Population Studies” ซึ่งใช้เรียกชื่อเป็นภาษาไทยได้หลากหลาย เช่น “ประชากรวิทยา” “ประชากรวรรณา” “การศึกษาประชากร” หรือ “สารศึกษาประชากร” เป็นต้น ปัจจุบันนักวิชาการทั่วโลกยอมรับว่า “Demography” หรือ “ประชากรศาสตร์” เป็นสาขาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากรตามขอบเขตและเนื้อหาที่เป็นการศึกษาถึงขนาด การกระจายตัว และองค์ประกอบของประชากร การเปลี่ยนแปลงทางประชากรและองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงทางประชากร ซึ่งได้แก่ การเกิด การตาย และการย้ายถิ่น การเปลี่ยนแปลงฐานะทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ รายได้ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่นๆ ตัวแปรด้านทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ และคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1) เพศ (gender) ความแตกต่างของทางเพศนั้นมีผลต่อพฤติกรรมต่างๆแตกต่างกันออกไป เช่นเพศหญิงมีพฤติกรรมที่ต้องการสื่อสารรับข่าวสารต่างๆมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย เพศเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญเช่นกัน ดังนั้นนักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่สตรีทำงานมากขึ้น

2) อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของส่วนตลาด นักการตลาดได้ค้นคว้าความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้นเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่มีอายุน้อย มักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่า คนที่มีอายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

3) การศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการรับรู้สารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาต่ำ มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมี



เวลาวางพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4) รายได้ (Income) เป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไป นักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้อาจจะเป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจถือเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมาก นักการตลาด ส่วนใหญ่จะโยงเกณฑ์รายได้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่น ๆ เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้อาจจะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุและอาชีพร่วมกัน [9]

### 2.2.3 การศึกษาความเป็นไปได้เทคนิควิศวกรรม

การวิเคราะห์โครงการด้านเทคนิค คือ การพิจารณาองค์ประกอบต่างๆในการผลิต หรือการดำเนินการ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องจักร วัตถุดิบ ตลอดจนบุคลากร ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กันซึ่งก่อให้เกิดแกนกลางรวมเรียกว่า การจัดการ (Management) นอกจากนี้ยังรวมถึงการบริหารทางด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น คุณภาพของสินค้า ปริมาณของสินค้า ตลอดจนไปถึงกระบวนการด้านการผลิตสินค้า การเลือกวัตถุดิบ การออกแบบกระบวนการการผลิต ซึ่งต้องใช้เทคนิคต่างๆเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดงานตามเป้าหมายและลดการลงทุนให้ต่ำสุด

1) การพิจารณาเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรของโครงการ สินทรัพย์ถาวรของธุรกิจในแต่ละประเภท ซึ่งในธุรกิจหรือโครงการแต่ละประเภทนั้นจะมีสินทรัพย์ถาวรที่แตกต่างกัน เช่น โครงการดำเนินธุรกิจบ้านเช่าสินทรัพย์ถาวรจะหมายถึงบ้าน อาคาร ธุรกิจการขนส่งสินทรัพย์ถาวร จะหมายถึง ตัวรถบรรทุก เป็นต้น หากจะพิจารณาเงินลงทุนทางด้านเทคนิคในสินทรัพย์ถาวรของโครงการธุรกิจอุตสาหกรรมโดยทั่วไปแล้ว ประกอบด้วยรายการต่าง ๆ ดังนี้ คือ ที่ดินและการปรับปรุงที่ดิน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมของโครงการต่อขนาดของที่ดิน พื้นที่ที่ต้องทำการปรับปรุงตลอดจนความสะดวกของสาธารณูปโภค ตลาดของสินค้าสำเร็จรูป แหล่งของวัตถุดิบ ตลอดจนเส้นทางของการขนส่งสินค้า นอกจากนี้จะต้องเลือกวิธีการพัฒนาและปรับปรุงที่ดิน เช่น โดยการถมดิน ถมทรายสิ่งปลูกสร้าง งบประมาณการลงทุนการคาดคะเนจากแบบแปลน ซึ่งสถาปนิกและวิศวกรเป็นผู้กำหนด ข้อมูลที่ควรนำมาพิจารณาการตั้งงบประมาณ คือ ข้อมูลทางด้านราคาของเครื่องจักรในการลงทุนให้เหมาะสมกับกระบวนการผลิตสินค้า กำลังคน จำนวนวัตถุดิบ กำลังการผลิต และจำนวนสินค้าคงเหลือ กำลังการผลิตของโรงงาน กฎหมายต่างๆที่นำมาพิจารณาให้เหมาะสมกับธุรกิจหรือโครงการ ในการพิจารณาการเลือกซื้อเครื่องจักรนั้นนอกจากพิจารณาในด้านราคาแล้วยังต้องคำนึงถึงกระบวนการการผลิต จำนวนของการผลิต และรูปแบบการผลิต ความสามารถและประสิทธิภาพในการทำงาน อายุการใช้งาน การสึกหรอของเครื่องจักร จัดหาอะไหล่ และบำรุงรักษา สารสำคัญของสัญญาซื้อขาย เงื่อนไขการชำระเงิน การติดตั้ง เครื่องจักร ฯลฯ ยานพาหนะ จะต้องพิจารณาถึงรูปแบบ การใช้งานในด้านต่าง ๆ เช่น ประเภทของสินค้าและขนาดของการขนส่ง ต้องเหมาะสมกับลักษณะการใช้งานของยานพาหนะและการออกแบบจำนวนของยานพาหนะให้เพียงพอต่อการบริการ

2) การวิเคราะห์และการควบคุมการผลิต การควบคุมการผลิตในเรื่องของปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง งานที่มีประสิทธิภาพมาจากควบคุม การเลือกเครื่องจักรที่เหมาะสมตลอดจนกระบวนการผลิต การเลือกกระบวนการผลิตจะต้องเลือกวิธีที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ลักษณะ ชนิดของ วัตถุดิบที่มีอยู่ในปัจจุบัน ต้นทุนการผลิต และการเงินในบางกรณีหรือบางประเภทของอุตสาหกรรมได้มีผู้ดำเนินการขอสงวนการใช้ ดังนั้นการเลือกกระบวนการผลิต จึงจำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการขอใช้สิทธิ ส่วนการควบคุมปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นผลสืบเนื่องมาจากการเลือกกระบวนการผลิตการซื้อเครื่องจักรจากผลสืบเนื่องดังกล่าวเพื่อให้แน่ใจว่าโครงการจะดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย ควรที่จะมีผู้รับเอาประกันความสำเร็จของโครงการดังกล่าวคือ ผู้ขายเครื่องจักรควรรับประกันคุณภาพของเครื่องจักรและการผลิตอุปกรณ์ ผู้ขายสิทธิควรรับประกันในด้านการให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคและวิจัยเทคนิคใหม่ๆ ในการผลิตผลิตภัณฑ์

3) การพิจารณาและการวิเคราะห์การวางแผน การวางแผนงานของโครงการแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การวางแผนในการดำเนินการลงทุน และการวางแผนในการผลิต การวางแผนในการดำเนินการลงทุนคือ การกำหนดแผนงานตามระยะเวลาที่เหมาะสม เพื่อคาดคะเนการใช้เงินลงทุนและค่าใช้จ่ายของโครงการในระยะเริ่มต้นก่อนเปิดดำเนินการ แบ่งเป็น 3 ระยะ คือ

- ระยะที่ 1 คือ ระยะเวลาในการดำเนินการด้านธุรการ เช่น การจัดตั้งบริษัท การขอรับการส่งเสริมจาก BOI การหาแหล่งเงินทุน ฯลฯ

- ระยะที่ 2 คือ ระยะเวลาของการก่อสร้าง

- ระยะที่ 3 คือ ระยะในการดำเนินการเกี่ยวกับเครื่องจักรและอุปกรณ์ การวางแผนในการผลิต แผนงานในขั้นนี้ ได้แก่ การกำหนดปริมาณการผลิตที่เหมาะสมของโครงการอาจจะเริ่มจากน้อยไปหามาก โดยพิจารณาจากความต้องการและการตอบสนองของผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ และปริมาณการผลิตที่ให้ผลตอบแทนสูงสุด การขนส่ง ราคา ฯลฯ นอกจากนี้ในด้านของกำลังคนควรพิจารณาถึงประเภทของแรงงานที่ใช้ เช่น ช่างฝีมือแรงงาน กึ่งช่างฝีมือ และแรงงานที่ไม่ใช่ช่างฝีมือ และควรคำนึงถึงจำนวนแรงงานที่ต้องการเพื่อให้สอดคล้องกับปริมาณการผลิต ระยะเวลาการทำงานแต่ละวัน แต่ละปี รวมทั้งการจัดองค์การ

4) ต้นทุนการผลิตเบื้องต้น การคิดคำนวณค่าใช้จ่ายและต้นทุนการผลิตเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการวิเคราะห์โครงการทางเทคนิค ค่าใช้จ่ายในการผลิตสามารถแบ่งเป็นค่าเสื่อมราคา วัตถุดิบ แรงงาน และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในโรงงานค่าเสื่อมราคา โดยทั่วไปจะคิดอัตราค่าเสื่อมราคา ดังนี้ อัตราค่าเสื่อมราคาของสิ่งปลูกสร้างร้อยละ 5 ของมูลค่าต่อปี ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรและอุปกรณ์ ร้อยละ 10 ของมูลค่ารวมต่อปี และค่าเสื่อมราคาของยานพาหนะร้อยละ 2 ของมูลค่ารวมต่อปี [16]

4.1) วัตถุดิบ การคำนวณหามูลค่าของวัตถุดิบที่ใช้ในแต่ละปี จะต้องนำข้อมูลการวางแผนในเรื่องวัตถุดิบและปริมาณการผลิตมาเป็นเกณฑ์ ในการคำนวณมูลค่าวัตถุดิบนั้นมีข้อควรระวัง คือ จะต้องคำนึงถึงปริมาณวัตถุดิบที่แท้จริง ทั้งนี้ไม่ควรลืมนำปริมาณของวัตถุดิบอาจจะเกิดการสูญเสียขึ้นได้ในระหว่างการผลิต และระหว่างผ่านกระบวนการผลิต ฯลฯ

4.2) แรงงาน ในขั้นนี้เป็นการประมาณค่าใช้จ่าย อัตราเงินเดือนหรืออัตราแรงงานขั้นต่ำรายวันกับกำลังคนที่ใช้ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในโรงงาน โดยทั่วไปแล้ว จะประกอบด้วย

ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าจ้าง ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ฯลฯ ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา และซ่อมแซมสินทรัพย์ถาวร ค่าใช้จ่ายสวัสดิการต่าง ๆ ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ค่าบรรจุหีบห่อ ค่าชำรุดเสียหาย ฯลฯ หลักประกันค่าใช้จ่ายและต้นทุนการผลิต โดยทั่วไปจะประมาณในระยะเวลาปีต่อปี โดยให้สอดคล้องกับการวางแผนงานควบคุมการผลิตและการผลิต [16]

### 2.2.4 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านบริหารจัดการ

ศึกษาโครงสร้างการบริหารและการจัดรูปองค์กรที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับรูปแบบหรือไม่ เนื่องจากรูปแบบโครงสร้างขององค์กรจะมีผลต่อการบริหารดำเนินของธุรกิจหรือโครงการกล่าวคือ หากโครงสร้างขององค์กรมีความซับซ้อนมากเกินไปอาจผลกระทบต่อระยะเลากการดำเนินงานและอาจเกิดความล่าช้าเกินที่กำหนดไว้ หรือถ้ารูปแบบขององค์กรไม่มีแบบแผนชัดเจน อาจทำให้การบริหารจัดการโครงการเกิดการผิดพลาดได้ง่ายหรือเกิดความขัดแย้งกันภายในองค์กร

1) เพื่อพิจารณาแนวทางการบริหารจัดการ และการวางแผนของ เพื่อที่จะให้ธุรกิจ โครงการ มีรูปแบบที่เหมาะสม โดยมีการวางแผนตามหลักการบริหารรูปแบบองค์กร และมีหลักการประเมินในรูปแบบต่างๆที่สอดคล้องกันเพื่อที่จะให้เกิดผลที่ดีที่สุด

2) เพื่อพิจารณาความเหมาะสมและพอเพียงของบุคลากรในตำแหน่งต่างๆทำ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและแน่ใจได้ว่าการบริหารจัดการ การวางตำแหน่งของบุคลากรได้ตรงกับภาระงาน จัดตำแหน่ง ภาระงานให้เกิดความเหมาะสมไม่มากหรือน้อยเกินไป ตลอดจนการวางแผนภาระหน้าที่ ลำดับขั้นของตำแหน่ง งานบุคคล เพื่อที่จะกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่ง เพื่อกำหนด เงินเดือน ค่าจ้าง ค่าใช้จ่ายสำหรับบุคลากร

3) เพื่อพิจารณาโอกาสในการได้รับความช่วยเหลือหรือการสนับสนุนทางด้าน ต่าง ๆ เช่น ทางด้านการเงิน เทคโนโลยี การสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐบาล เอกชน หรือชุมชน รวมทั้งองค์กรต่าง ๆ จากหน่วยงานภายในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้การได้รับการสนับสนุนจาก หน่วยงานต่าง ๆ ทำให้การดำเนินงานของโครงการสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีมากกว่าโครงการที่ไม่ได้รับการสนับสนุน [15]

### 2.2.5 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเศรษฐศาสตร์

ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเศรษฐศาสตร์และการเงินเพื่อจัดลำดับความสำคัญในการตัดสินใจลงทุน รวมทั้งเพื่อให้การตัดสินใจลงทุนมีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ นั้น ต้องอาศัยเครื่องมือทางการเงินเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ โดยมีการจัดทำประมาณการกระแสเงินสดที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตก่อน แล้วนำมาคำนวณผ่านเครื่องมือต่าง ๆ ที่สำคัญ ได้แก่

1) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) คือ ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันรวมของกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุน โดยใช้ อัตราคิดลด (discount rate) ตัวใดตัวหนึ่งมาปรับมูลค่าของกระแสเงินสดที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา ให้มาอยู่ที่จุดเดียวกัน คือ ณ ปัจจุบันวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ หรือ (NPV) นับเป็นเครื่องมือในการประเมิน ความเป็นไปได้ของการลงทุนที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีการนำเรื่องค่าของเงินตาม เวลามาร่วมพิจารณา และเป็นการคำนวณกระแสเงินสดที่เกิดขึ้นตลอดอายุโครงการ [15] โดยมีสมการ ในการคำนวณดังสมการที่ 2.1

โดยกำหนดให้

$$NPV = \frac{\sum_{t=1}^n B_t}{(1+k)^t} + \frac{\sum_{t=1}^n C_t}{(1+k)^t} \quad \text{สมการที่ 2.1}$$

NPV	หมายถึง	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
$B_t$	หมายถึง	กระแสเงินสดรับสุทธิจ่ายปีที่ $t$
$C_t$	หมายถึง	กระแสเงินสดจ่ายสุทธิจ่ายปีที่ $t$
$t$	หมายถึง	ปีของการลงทุนเริ่มจาก 0 ถึง $n$
$k$	หมายถึง	อัตราลดค่า

เกณฑ์การตัดสินใจสำหรับวิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ คือ ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้ของโครงการมีค่ามากกว่า 0 ก็ตัดสินใจลงทุนหรือยอมรับโครงการนั้น หากมูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าน้อยกว่า 0 หรือมีค่าเป็นลบก็ไม่ลงทุนในโครงการดังกล่าวเนื่องจากไม่คุ้มค่าที่จะลงทุน สำหรับในกรณีที่มีโครงการลงทุนที่น่าสนใจมากกว่า 1 โครงการ จะต้องจัดอันดับโครงการโดยเรียงลำดับตามมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่คำนวณได้จากค่ามากไปหาค่าน้อย

2) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) หมายถึง อัตราผลตอบแทนเป็นร้อยละต่อโครงการ หรือหมายถึง อัตราดอกเบี้ยในกระบวนการคิดลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของโครงการมีค่าเท่ากับ 0 ณ จุดนี้จำเป็นต้องอธิบายเพิ่มเติมถึงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราดอกเบี้ยกับขนาดของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ถ้าอัตราดอกเบี้ยระดับหนึ่งที่ใช้ในกระบวนการคิดลดแล้วทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าลดลงแล้วทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวก อัตราดอกเบี้ยระดับใหม่ที่สูงกว่าจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าลดลง และลดลงต่อไปตรวบเท่าที่อัตราดอกเบี้ยยังคงเพิ่มสูงขึ้นตามลำดับในที่นี้ จะมีอัตราดอกเบี้ยระดับหนึ่งที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเท่ากับ 0 พอดี ซึ่งก็คืออัตราผลตอบแทนภายในโครงการเมื่อกำหนดให้  $r$  คือ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ [15] โดยมีการคำนวณในดังสมการที่ 2.2

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1 + IRR)^t} = 0 \quad \text{สมการที่ 2.2}$$

โดยกำหนดให้

IRR	หมายถึง	อัตราผลตอบแทน
$B_t$	หมายถึง	กระแสเงินสดรับสุทธิจ่ายปีที่ $t$
$C_t$	หมายถึง	กระแสเงินสดจ่ายสุทธิจ่ายปีที่ $t$
$t$	หมายถึง	ปีของการลงทุนเริ่มจาก 0 ถึง $n$
$n$	หมายถึง	อายุของการลงทุน

3) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) หมายถึง ระยะเวลาของการลงทุนที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายสุทธิพอดี หรือกล่าวได้ว่าการลงทุนไม่มีกำไรและไม่ขาดทุนนั่นเอง ระยะเวลาคืนทุนเป็นเครื่องมือในการประเมินความเป็นไปได้ของการลงทุนอย่างง่ายและไม่ซับซ้อน เป็นการประเมินคร่าวๆ และรวดเร็วเหมาะกับเม็ดเงินลงทุนจำนวนไม่มาก การคำนวณระยะเวลาคืนทุนมีจุดอ่อนตรงที่ไม่ได้นำเรื่องค่าของเงินตามเวลามาพิจารณาและไม่ให้ความสำคัญกับกระแสเงินสดที่ได้รับภายหลังระยะเวลาคืนทุน ทำให้อาจเกิดการตัดสินใจเลือกโครงการลงทุนที่ผิดพลาดได้ ดังนั้นในบางกรณีอาจแก้ปัญหาโดยนำกระแสเงินสดมาปรับลดด้วยอัตราคิดลด ซึ่งเป็นการสะท้อนมูลค่าเงินตามเวลาก่อน แล้วค่อยนำมาคำนวณหาระยะเวลาคืนทุน หรือที่เรียกว่า ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (discount payback period : DPB) [15] โดยมีสมการในการคำนวณดังสมการที่ 2.3

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{ค่าใช้จ่ายในการลงทุน เริ่มแรก}}{\text{ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี}} \quad \text{สมการที่ 2.3}$$

วิธีการคำนวณระยะเวลาคืนทุนนี้ เป็นการพิจารณาอย่างคร่าวๆ และมีความสะดวกในการเปรียบเทียบหรือจัดลำดับโครงการโดยเฉพาะโครงการขนาดเล็ก การคืนทุนเร็วจะช่วยให้โครงการมีสภาพคล่องดีขึ้นและมีความเสี่ยงน้อยลง แต่ก็มีจุดอ่อนตรงที่ไม่ได้นำเรื่องค่าของเงินตามเวลามาพิจารณาและไม่ให้ความสำคัญกับกระแสเงินสดที่ได้รับภายหลังระยะเวลาคืนทุน

### 2.2.6 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) เป็นการทดสอบความมั่นคงของข้อสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์บนพิสัยของการประมาณค่าความน่าจะเป็น การใช้ดุลพินิจเกี่ยวกับตัวเลขต่าง ๆ ตลอดจนข้อสมมติพื้นฐานที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนั้น ทั้งนี้โดยการแทนที่ข้อสมมติหรือตัวเลขตัวใหม่ ซึ่งแตกต่างไปจากเดิมในระดับที่กำหนดหรือต้องการทดสอบ ลงไปแทนข้อสมมติหรือตัวเลขที่ใช้อยู่เดิมในการประมาณการงบประมาณ และทำการคำนวณใหม่อีกครั้ง แล้วพิจารณาผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ว่า แตกต่างไปจากเดิมมากน้อยเพียงใด หากผลการวิเคราะห์ไม่แตกต่างไปจากเดิมมากนัก หรือแตกต่างเพียงเล็กน้อยในระดับที่ไม่มีผลในทางปฏิบัติ อาจกล่าวได้ว่า วิธีการที่ใช้วิเคราะห์ต้นทุนหรือประมาณการงบประมาณนั้นมีความมั่นคง ไม่อ่อนไหว ได้ผลการวิเคราะห์ที่น่าเชื่อถือและถูกต้อง แต่หากผลลัพธ์ที่ได้แตกต่างจากเดิมมาก จะทำให้เกิดความไม่มั่นใจในความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของผลการวิเคราะห์ที่ได้มาก่อนหน้า การวิเคราะห์ความอ่อนไหวที่นิยมทำกัน มี 3 ประเภท ได้แก่ การวิเคราะห์ความอ่อนไหวแบบทางเดียว (One-way Sensitivity Analysis) การวิเคราะห์ความอ่อนไหวแบบสองทาง (Two-way Sensitivity Analysis) และการวิเคราะห์ความอ่อนไหวแบบสามทาง (Three-way Sensitivity Analysis)

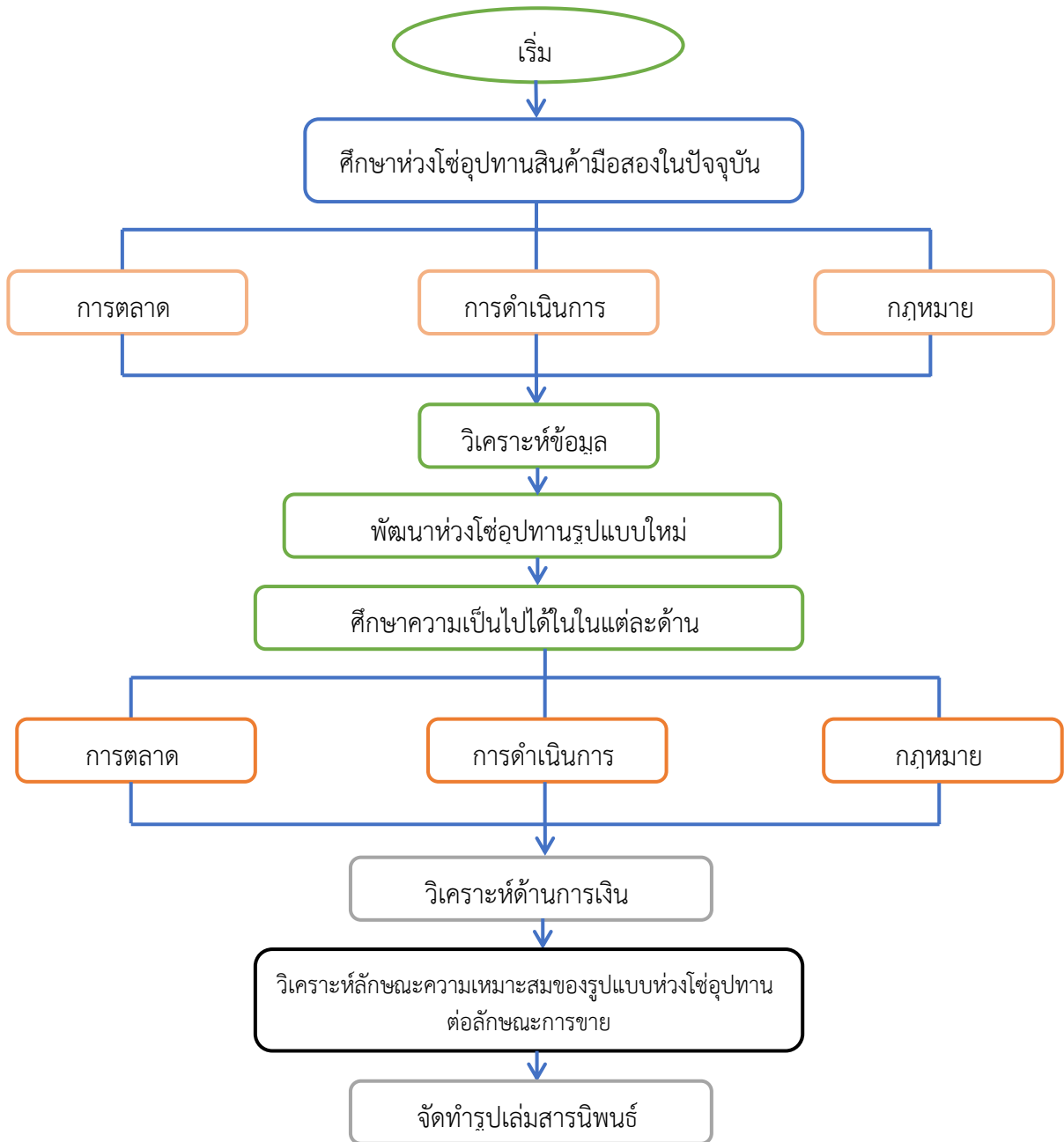
1) การวิเคราะห์ความอ่อนไหวแบบทางเดียว เป็นการวิเคราะห์ความอ่อนไหวที่มีการประเมินการเปลี่ยนแปลงของผลลัพธ์จากการเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรหรือองค์ประกอบในการวิเคราะห์ทีละตัว

2) การวิเคราะห์ความอ่อนไหวแบบสองทาง เป็นการวิเคราะห์ความอ่อนไหวที่มีการประเมินการเปลี่ยนแปลงของผลลัพธ์จากการเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรหรือองค์ประกอบในการวิเคราะห์ 2 ปัจจัย ไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งการส่วนผสมของปัจจัยทั้งสองในระดับหนึ่ง จะทำให้ผลลัพธ์ที่ได้ ได้ตัวเลขผลลัพธ์เท่าเดิม การวิเคราะห์วิธีนี้ มักมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสมดุลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่สามารถบริหารหรือควบคุมได้ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์เช่นเดิม

3) การวิเคราะห์ความอ่อนไหวแบบสามทาง เป็นการวิเคราะห์โดยการทำ การวิเคราะห์ความอ่อนไหวแบบสองทาง ซ้ำหลายๆ รอบ โดยเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรตัวที่ 3 ไปทีละค่าตามที่ต้องการแล้วสร้างภาพ แผนภูมิ แสดงเส้นสมดุลหลายๆ เส้น ตามแต่ค่าตัวแปรตัวที่ 3 นั้นเอง

### บทที่ 3 วิธีการวิจัย

การศึกษาระบบห่วงโซ่อุปทานของเสื้อผ้ามือในรูปแบบใหม่นั้นมีการศึกษาในหลายๆ ด้าน เพื่อนำมารวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผล โดยในขั้นตอนการศึกษาและวิจัยนั้น มีขั้นตอนดังรูปที่ 3-1



รูปที่ 3-1 กรอบแนวคิดขั้นตอนวิธีการในการศึกษา

### 3.1 ข้อมูลเบื้องต้น

เริ่มจากการศึกษาข้อมูลโซ่อุปทานของธุรกิจสินค้ามือสอง ศึกษาพฤติกรรมโดยรวมของผู้บริโภค สภาพเศรษฐกิจ ความต้องการ นอกจากนั้นจะทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของกระบวนการโดยรวมทั้งหมดของกิจการ เช่น อุปกรณ์เครื่องใช้ กำลังคน ต้นทุน ลักษณะช่องทางที่เหมาะสมในการขายสินค้า ตลอดจนวิเคราะห์รูปแบบในปัจจุบันเพื่อมาศึกษาเปรียบเทียบ

#### 3.1.1 เครื่องมือและการเก็บข้อมูล

ในการดำเนินงานวิจัยนี้มีเครื่องมือในการวิจัยสามชุด คือ แบบสอบถามความคิดเห็น ใช้สำหรับศึกษาพฤติกรรม ความต้องการ เพื่อกำหนดแนวทาง และวางกรอบของกิจการในด้านต่างๆ เช่น ช่องทางการขาย ต้นทุน ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้ซื้อ

#### 3.1.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เป็นเครื่องมือวิจัยที่ใช้มากในการรวบรวมข้อมูลจากบุคคล โดยเฉพาะความรู้สึกความคิดเห็น ลักษณะสำคัญของแบบสอบถาม คือ ไม่มีคำตอบที่ถือว่าผิด มักสร้างขึ้นมาเพื่อใช้เฉพาะกรณีหรือเฉพาะเรื่อง การตรวจสอบคุณภาพที่นิยมกันจะเป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้จัดทำ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือสองด้าน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

##### 1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจะทดสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญพิเศษ และทำการปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำ เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปใช้ในการดำเนินงานวิจัยต่อไป

##### 2) การทดสอบแบบสอบถาม

ทดสอบด้วยการกำหนดการดำเนินกิจการ เพราะทดสอบทางแบบสอบถามก่อนการนำไปใช้จริง เพื่อให้ทราบว่าผู้ทำแบบสอบถามมีความเข้าใจ ในเนื้อหาของแบบสอบถามและสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้วิจัยได้

การพัฒนา ระบบ supply chain เป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบผลการเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย ของระบบ supply chain การคุ้มค่าของการลงทุน การวิเคราะห์ด้านสำคัญต่างๆ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษา 4 ด้าน ได้แก่ การศึกษาทางการตลาด การศึกษาด้านเทคนิคและวิศวกรรม การศึกษาด้านกฎหมาย และการศึกษาด้านเศรษฐศาสตร์และการเงิน

### 3.2 การศึกษาห่วงโซ่อุปทานสินค้ามือสองด้านการตลาด

การศึกษาทางการตลาดนั้น เริ่มจากการเก็บข้อมูลผู้ประกอบการในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน โดยอาจจะเป็นทั้งคู่แข่งทางตรง และทางอ้อม ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลนี้ได้เก็บข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ในบริเวณนั้น พร้อมเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยข้อมูลที่ได้นี้จะนำมาพยากรณ์แนวโน้มทางการตลาด โดยจะมีหัวข้อหลักๆ ดังนี้



ผู้ซื้อ

- ความต้องการของกลุ่มประชากร
- คุณภาพของสินค้า
- ประเภทของสินค้า
- ช่วงราคาสินค้าที่เหมาะสม
- ช่องทางการซื้อสินค้า

และศึกษาภาวะการแข่งขันทางการตลาด วิเคราะห์สถานการณ์และการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อคาดการณ์รายรับจายอดขายและเพื่อประโยชน์ในการประเมินผลในการตัดสินใจในการลงทุน

### 3.3 การศึกษาทางด้านกฎหมาย

ในการทำการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องในการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเพื่อปฏิบัติ ตามกฎเกณฑ์หรือมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและไม่ขัดต่อข้อบังคับของ สังคมโดยกฎหมาย ที่ต้องทำการศึกษา ได้แก่ พระราชบัญญัติการส่งออกป็นอก และการนำเข้ามาใน ราชอาณาจักรซึ่งสินค้า พ.ศ. 2522 และช่องทางการนำเข้าสินค้าเข้ามายังประเทศไทย โดยวิธีการต่างๆ จากผู้ประกอบการในปัจจุบัน

### 3.4 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการดำเนินการ

การการศึกษาระบบรูปแบบ supply chain สินค้ามือสองในปัจจุบัน โดยศึกษา รูปแบบ supply chain ของทั้งระบบ สํารวจข้อมูล ค่าดำเนินการต่างๆ ร่วมกับการจัดทำแบบสอบถาม พร้อมเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อทราบถึงค่าใช้จ่ายต้นทุนการดำเนินงาน และวิธีดำเนินงานโดย แบบสอบถามหัวข้อหลักมี ดังนี้

ผู้ประกอบการ

- ต้นทุนค่าขนส่งสินค้า
- ประเภทของสินค้า
- ช่วงราคาขายสินค้า
- ต้นทุนกิจกรรมการขาย

### 3.5 การศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลพัฒนาห่วงโซ่อุปทานระบบใหม่ด้านการตลาด

การศึกษาคือความเป็นไปได้ทางการตลาดนั้น เริ่มจากการเก็บข้อมูลผู้ประกอบการในลักษณะ ที่คล้ายคลึงกัน โดยอาจจะเป็นทั้งคู่แข่งทางตรง และทางอ้อม ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลนี้ได้เก็บข้อมูล จากการสำรวจพื้นที่ในบริเวณนั้น และที่แตกต่างจากวิธีการในปัจจุบัน คือ การทำแบบสอบถามใน กลุ่มออนไลน์ แต่หัวข้อหลักในคำถามจะคล้ายคลึงกัน โดยข้อมูลที่ได้จะนำมาพยากรณ์แนวโน้มทาง

การตลาด ศึกษาภาวะการแข่งขันโดยแบ่งทางการตลาด วิเคราะห์สถานการณ์และการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อคาดคะเนรายรับจากยอดขายและเพื่อประโยชน์ในการประเมินผลในการตัดสินใจในการลงทุน

ผู้ซื้อ

- ความต้องการของกลุ่มประชากร
- คุณภาพของสินค้า
- ประเภทของสินค้า
- ช่วงราคาสินค้าที่เหมาะสม
- ช่องทางการซื้อสินค้า

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลห่วงโซ่อุปทานระบบใหม่ทางด้านกฎหมาย

การวิเคราะห์ทำการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องในการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเพื่อปฏิบัติตามกฎเกณฑ์หรือมาตรฐานที่กฎหมายกำหนดทั้งนี้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและไม่ขัดต่อข้อบังคับของสังคมโดยกฎหมาย ที่ต้องทำการศึกษา ได้แก่ พระราชบัญญัติการส่งออกป้อนอกและการนำเข้าในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า พ.ศ. 2522

### 3.7 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานระบบใหม่ด้านการดำเนินการ

ปรับปรุงรูปแบบ supply chain ในระบบปัจจุบัน ค่าดำเนินการต่างๆ ค่าใช้จ่ายต้นทุนการดำเนินงาน และวิธีดำเนินงาน เช่น กระบวนการขนส่ง กระบวนการดำเนินการ กิจกรรมการดำเนินงานทั้งระบบ เพื่อให้ได้วิธีการที่เหมาะสมกับเวลา และต้นทุนที่ต่ำที่สุด โดยมีปัจจัยหลักทางด้านต่างๆ ดังนี้

การกำหนดกำลังการผลิต

- การวางแผนการส่งสินค้า
- การวางแผนการใช้อุปกรณ์
- การวางแผนการใช้แรงงาน

### 3.8 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานระบบใหม่ทางด้านเศรษฐศาสตร์และการเงิน

เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจในการลงทุน แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของโครงการโดยวิเคราะห์ตัวชี้วัด ดังนี้

- อัตราผลตอบแทนจากกิจการ (IRR)
- ระยะเวลาคืนทุน (PB)

### 3.9 วิเคราะห์ลักษณะความเหมาะสมของรูปแบบห่วงโซ่อุปทาน

จัดทำข้อมูลความเหมาะสมของระบบ supply chain ทั้งสองระบบ เพื่อเป็นแนวทางการประกอบ ธุรกิจฝ้ายมือสองในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมของการจัดระบบ supply chain ต่อรูปแบบของกิจการ

### 3.10 สรุปผลโครงการและจัดทำรูปเล่มสารนิพนธ์

สรุปผลและความเป็นไปได้ในการลงทุนของกิจการเสื้อผ้ามือสองจะสรุปผลโครงการ จากจำนวนเงินลงทุนและระยะเวลาดำเนินงาน ซึ่งสามารถตัดสินใจจากการวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนทางการเงินระยะเวลาดำเนินงานของกิจการจากนั้นจัดทำรูปเล่มสารนิพนธ์เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจการแก่ผู้ประกอบการและบุคคลที่สนใจการดำเนินกิจการฝ้ายมือสองในธุรกิจออนไลน์

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัยที่ได้จากการดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยการพัฒนาระบบห่วงโซ่อุปทานของเสื้อผ้ามือสอง โดยมีรายละเอียดข้อมูลจากการดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลเบื้องต้น

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของจังหวัดสงขลา [4] มีรายละเอียด ดังนี้

##### 4.1.1 สภาพทั่วไป

จังหวัดสงขลาลักษณะทางกายภาพ

1) ที่ตั้งและอาณาเขต จังหวัดสงขลา ตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของภาคใต้ตอนล่าง สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 4 เมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ตามเส้นทางรถไฟ 947 กิโลเมตร และทางหลวงแผ่นดิน 950 กิโลเมตร จังหวัดสงขลา มีพื้นที่ 7,393.889 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4,621,180 ไร่ มีขนาดเป็นอันดับ 27 ของประเทศ และใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ของภาคใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดพัทลุง

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอ่าวไทย

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี รัฐเคดาร์และรัฐเปอร์ลิสของประเทศมาเลเซีย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดพัทลุง และจังหวัดสตูล

##### 4.1.2 ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศ ตอนเหนือเป็นคาบสมุทรแคบและยาวยื่นลงมาทางใต้ เรียกว่า คาบสมุทรสทิงพระ กับส่วนที่เป็น แผ่นดินรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าทางตอนใต้ แผ่นดินทั้งสองส่วนเชื่อมต่อกันโดยสะพานติณสูลานนท์ พื้นที่ทางทิศเหนือส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม ทิศตะวันออกเป็นที่ราบริมทะเล ทิศใต้และทิศตะวันตกเป็นภูเขาและที่ราบสูงซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำลำธารที่สำคัญ [12]

##### 4.1.3 ภูมิประเทศและภูมิอากาศ

จังหวัดสงขลาตั้งอยู่ในเขตอิทธิพลของลมมรสุมเมืองร้อน มีลมมรสุมพัดผ่านประจำทุกปี คือ ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคมมีแหล่งกำเนิดจากบริเวณความกดอากาศสูงในซีกโลกใต้บริเวณมหาสมุทรอินเดียซึ่งพัดออกจากศูนย์กลาง เป็นลมตะวันออกเฉียงใต้ และเปลี่ยนเป็นลมตะวันตกเฉียงใต้เมื่อพัดข้ามเส้นศูนย์สูตร นำมวลอากาศชื้นจากมหาสมุทรอินเดียมาสู่ประเทศไทยทำให้มีเมฆมากและฝนตกชุกทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามบริเวณชายฝั่งทะเลและเทือกเขาด้านรับลมจะมีฝนมากกว่าบริเวณอื่น ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ เริ่มตั้งแต่

กลางเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์มีแหล่งกำเนิดจากบริเวณความกดอากาศสูงในซีกโลกเหนือ แถบประเทศมองโกเลียและจีน พัดเอามวลอากาศเย็นและแห้งจากแหล่งกำเนิดเข้ามาปกคลุมประเทศไทย และนำความชุ่มชื้นจากอ่าวไทยเข้ามาปกคลุมทำให้ภาคใต้มีฝนชุก โดยเฉพาะภาคใต้ฝั่งตะวันออกจาก ลมมรสุมที่มีแหล่งกำเนิดจากบริเวณแตกต่างกัน ทำให้จังหวัดสงขลา มี 2 ฤดู คือ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่ กลางเดือนกุมภาพันธ์ถึงกลางเดือนพฤษภาคมระยะนี้เป็นช่องว่างระหว่างฤดูมรสุม หลังจากสิ้นฤดูมรสุม ตะวันออกเฉียงเหนือหรือฤดูหนาวแล้ว อากาศจะเริ่มร้อนและมีอากาศร้อนจัดที่สุดในเดือนเมษายน ฤดูฝน แบ่งออกเป็น 2 ระยะ

1) ฤดูฝน จากมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ กลางเดือนพฤษภาคม ถึงกลางเดือน ตุลาคม ฝนเคลื่อนตัวมาจากด้านตะวันตก (ทะเลอันดามัน) ส่วนมากฝนตกในช่วงบ่าย ค่าปริมาณและการกระจายของฝนจะน้อยกว่าช่วงมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ

2) ฤดูฝน จากมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ กลางเดือนตุลาคม ถึงกลางเดือน กุมภาพันธ์ ฝนเคลื่อนตัวมาจากด้านตะวันออก (อ่าวไทย) ฝนจะตกชุกหนาแน่น [12]

#### 4.1.4 เศรษฐกิจและการพาณิชย์

ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดสงขลา (GPP AT CURRENT MARKET PRICES) พ.ศ.2559 มีมูลค่าเท่ากับ 241,701 ล้านบาท โครงสร้างการผลิตของจังหวัดสงขลา ขึ้นอยู่กับสาขา อุตสาหกรรมเป็นหลัก โดยมีสัดส่วนร้อยละ 20.01 ของ GPP รองลงมา ได้แก่ เกษตรกรรม มีสัดส่วน ร้อยละ 14.63 และการทำเหมืองแร่และเหมืองหิน มีสัดส่วนร้อยละ 12.57 รายได้เฉลี่ยต่อหัวของ ประชากรในจังหวัดสงขลา เท่ากับ 157,029 บาทต่อปี พาณิชย์ จังหวัดสงขลาเป็นหัวเมืองหลักของ ภาคใต้ตอนล่างที่มีความเจริญด้านพาณิชยกรรมมาช้านาน ด้วยเป็นจังหวัดศูนย์รวมการคมนาคมขนส่ง ของภูมิภาค มีเส้นทางรถยนต์ รถไฟ เชื่อมติดต่อไปยังประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ มีสนามบินพาณิชย์ซึ่ง มีเที่ยวบินทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ และมีท่าเรือน้ำลึกสามารถจอดเรือขนถ่ายสินค้าขนาดใหญ่ได้สะดวก มีชายแดนติดต่อกับประเทศมาเลเซีย ทำการค้าขายระหว่างกันบริเวณอำเภอสะเดา ทาง ด้านศุลกากร 2 จุด คือ ด้านศุลกากรสะเดา และด้านศุลกากรปาดังเบซาร์ มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติเดินทางมาซื้อสินค้าและใช้บริการเป็นจำนวนมากและยังมีด่านบ้านประกอบ อำเภอนาทวี ซึ่งเป็นด่านที่เปิดใหม่ด้วย นอกจากนี้จังหวัดสงขลา ยังเป็นแหล่งผลิตสินค้าวัตถุดิบการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ยางพารา และมีท่าเทียบเรือประมง ทำให้มีการประกอบกิจการค้าและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง อีกมากมาย จึงทำให้จังหวัดสงขลา มีความเจริญทางด้านพาณิชยกรรม มีการประกอบธุรกิจการค้า ประเภทต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่และเทศบาลนครสงขลา มี การประกอบธุรกิจการค้าหลายประเภท เช่น ภัตตาคาร โรงแรม ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก สินค้าอุปโภค บริโภค สินค้าผลิตผลทางการเกษตร ตลอดจนธุรกิจท่องเที่ยว พ.ศ.2559 จังหวัดสงขลา มีนิติบุคคล จัดตั้งใหม่ จำนวน 906 ราย ทุนจดทะเบียน [12]

#### 4.1.5 การคมนาคม

สงขลาเป็นเมืองหลักของภาคใต้ตอนล่างและเป็นศูนย์กลางการคมนาคม มี เส้นทางหลักที่ใช้ในการเดินทางทั้งทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางเครื่องบิน มีทางหลวงแผ่นดิน

ทางหลวงจังหวัด และเส้นทางมาตรฐานหลายสายเชื่อมติดต่อกันระหว่างอำเภอทั้ง 16 อำเภอในจังหวัดสงขลา เชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียงและประเทศมาเลเซีย จากการที่จังหวัดสงขลามีเส้นทางหลักที่เชื่อมโยงหลายสาย ในอนาคตสามารถพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางรองรับการคมนาคม การค้าและการอุตสาหกรรมของจังหวัดใกล้เคียง พัฒนาให้เชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดและภูมิภาค และรองรับการขนส่งสินค้าทางการเกษตรและอุตสาหกรรม

1) การเดินทางทางถนน การคมนาคมขนส่งระหว่างจังหวัดและภายในพื้นที่จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย เส้นทางถนนสายหลักในความรับผิดชอบของแขวงทางหลวงสงขลาที่ 1 แขวงทางหลวงสงขลาที่ 2 แขวงทางหลวงชนบทสงขลา และองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา จากข้อมูลการสำรวจปริมาณการจราจรของแขวงทางหลวงสงขลาที่ 1 เส้นทางที่สำคัญ ได้แก่

- ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 4 เป็นเส้นทางสายหลักระหว่างอำเภอหาดใหญ่ ไปยังอำเภอ สะเดา จังหวัดสงขลา และเชื่อมต่อกับประเทศมาเลเซีย มีปริมาณจราจรค่อนข้างหนาแน่น 52,251 คันต่อวัน การจราจรส่วนใหญ่ใช้ในการขนส่งสินค้านำเข้า ส่งออก และนักท่องเที่ยวผ่านด่านชายแดน

- ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 407 เป็นเส้นทางที่เชื่อมระหว่างอำเภอหาดใหญ่และอำเภอ เมืองสงขลา ทางด้านทิศใต้มีปริมาณจราจร 44,608 คันต่อวัน เป็นปริมาณจราจรที่มากที่สุดของจังหวัด

- ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 414 เป็นเส้นทางที่เชื่อมระหว่างอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา กับอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทางด้านทิศเหนือปริมาณจราจรค่อนข้างหนาแน่น 45,057 คันต่อวัน

- ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 43 เป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อกันระหว่างอำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลาไปทางอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา โดยเชื่อมต่อไปยังจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส มีปริมาณ จราจร 18,611 คันต่อวัน

- ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 408 เป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อกันระหว่างอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเชื่อมต่อกับอำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ผ่านตัวจังหวัดสงขลา ไปทางอำเภอจะนะ และสิ้นสุดที่อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา มีปริมาณจราจร 25,591 คันต่อวัน

- ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 4287 เป็นเส้นทางเชื่อมต่อกันระหว่างอำเภอหาดใหญ่ อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา เป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อไปยังจังหวัดสตูลมีปริมาณจราจร 9,654 คัน ต่อวัน

2) ทางรถไฟ จังหวัดสงขลามีสถานีรถไฟ จำนวน 22 สถานี โดยเฉพาะสถานีรถไฟหาดใหญ่เป็นชุมทางการขนส่งสำคัญของภาคใต้ มีขบวนรถไฟให้บริการแก่ผู้โดยสารหลายขบวนที่สำคัญ ได้แก่ รถด่วนยะลากรุงเทพฯ รถดีเซลรางยะลา-กรุงเทพฯ บัตเตอร์เวิร์ธ-กรุงเทพฯ เป็นต้น รวมทั้งขบวนรถท้องถิ่น มีรถไฟผ่านวันละ 22 ขบวน มีสถานีจอดรถ 7 สถานี เส้นทางรถไฟในจังหวัด ระยะทางยาว 160 กม.

3) ทางน้ำ มีท่าเรือน้ำลึกสงขลาตั้งอยู่ที่ตำบลหัวเขา อำเภอสิงหนคร มีท่าเทียบเรือ 3 ท่ารองรับสินค้าได้ 1.1 ล้านตัน/ปี นอกจากนี้ยังมีท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลา

ตั้งอยู่บริเวณท่าสะพาน อำเภอเมืองสงขลา ท่าเทียบเรือของกองทัพเรือและท่าเทียบเรือของสำนักงานเจ้าท่าภูมิภาคที่ 4 ตั้งอยู่บริเวณฐานทัพเรือสงขลา อำเภอเมืองสงขลา

4) ทางอากาศ มีสนามบินขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นสนามบินนานาชาติ ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอคลองหอยโข่ง ห่างจากตัวเมืองหาดใหญ่ ระยะทาง 12 กิโลเมตร และยังมีสนามบินสงขลา ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครสงขลา อยู่ในความรับผิดชอบของกองทัพเรือ การเดินทางโดยเครื่องบิน ท่าอากาศยานหาดใหญ่ เป็นหนึ่งในท่าอากาศยานสำคัญที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานหาดใหญ่ ตั้งอยู่ในโซนธุรกิจการค้าทางภาคใต้ เป็นเสมือนประตูทางเข้าสำหรับผู้ที่ต้องการติดต่อธุรกิจการค้า หรือท่องเที่ยวทางตอนใต้ของประเทศไทย รวมถึงเป็นเสมือนช่องทางการเดินทางสำหรับชาวมุสลิมในการเดินทางไปแสวงบุญ ที่นครเมกกะห์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย ปัจจุบันมี 5 สายการบินให้บริการผู้โดยสารมากกว่า 2,500,000 คน เที่ยวบิน 18,000 เที่ยวบินต่อปี และบริการขนถ่ายสินค้ามากกว่า 15,000 ตันต่อปี มีเที่ยวบินภายในประเทศ ระหว่างหาดใหญ่ - กรุงเทพฯ หาดใหญ่ - เชียงใหม่ หาดใหญ่ - เชียงราย หาดใหญ่ - อุดรธานี หาดใหญ่ - ขอนแก่น หาดใหญ่ - อุบลราชธานี และมีเที่ยวบินระหว่างประเทศ ระหว่างหาดใหญ่ - กัวลาลัมเปอร์ หาดใหญ่ - สิงคโปร์[12]

#### 4.1.6 วิสัยทัศน์การพัฒนาจังหวัด

วิสัยทัศน์จังหวัดสงขลา “สงขลา เศรษฐกิจมีเสถียรภาพ ทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี” ด้านยุทธศาสตร์ พัฒนาภาคการเกษตร อุตสาหกรรม การค้า การลงทุน การท่องเที่ยวและบริการ เพื่อสร้างความเติบโต ทางเศรษฐกิจอย่างมีเสถียรภาพ ดังนี้

- 1) การพัฒนาภาคการเกษตร อุตสาหกรรม การค้า การลงทุน การท่องเที่ยวและบริการ เพื่อสร้างความเติบโต ทางเศรษฐกิจอย่างมีเสถียรภาพ
- 2) เสริมสร้างความมั่นคง และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน
- 3) พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนบนฐานวัฒนธรรมหลากหลาย
- 4) อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นฐานการพัฒนาอย่างยั่งยืน [12]

## 4.2 การวิเคราะห์ด้านการตลาด

### 4.2.1 การศึกษารวบรวมข้อมูลสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจเสื้อผ้ามือสอง

ในปัจจุบันธุรกิจเสื้อผ้ามือสองเป็นที่สนใจของประชากรมากขึ้น ทำให้มีตลาดขายสินค้าและผู้สนใจประกอบธุรกิจนี้มากขึ้นตามไปด้วย ทั้งในรูปแบบของการขายในตลาดและการขายในระบอบออนไลน์ อันเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันและความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ทางด้านปัจจัยสี่ซึ่งเครื่องนุ่งห่มจึงเป็นสิ่งจำเป็นรวมไปถึงการแสดงออกถึงรสนิยมของบุคคลนั้นๆ ทำให้ประชากรส่วนหนึ่งหันมาซื้อสินค้ามือสองมากขึ้น โดยธุรกิจสินค้ามือสองในปัจจุบันจะแบ่งเป็นสองกลุ่มใหญ่ๆ คือ ผู้ซื้อขายตามตลาดสินค้ามือสองแต่ละท้องที่และอีกกลุ่ม คือ ผู้ซื้อขายในรูปแบบออนไลน์ อันเนื่องด้วย

กำไรสินค้าต่อชิ้นที่ค่อนข้างสูงทำให้มีพ่อค้าแม่ค้า ผู้ประกอบการหันมาสนใจธุรกิจสินค้าประเภทนี้เพิ่มมากขึ้น และทำให้สินค้าประเภทนี้ขยายตัวไปอย่างรวดเร็ว

#### 4.2.2 การสำรวจข้อมูลในพื้นที่ขอบเขตการวิจัย

โดยการศึกษาจะทำการศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ซื้อเสื้อผ้ามือสองในตลาดซื้อขายสินค้ามือสองของจังหวัดสงขลา ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 322 คน พบว่าลักษณะของสินค้ามือสองที่ผู้ซื้อมีความต้องการ จากการสำรวจมี ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้เดินตลาดสินค้ามือสองในจังหวัดสงขลาซึ่งขนาดของประชากรไม่ทราบแน่ชัดได้ดำเนินวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณสูตรของคอคแรน (มีระดับความเชื่อมั่น 95%) ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05 ได้ใช้เทคนิคการหาขนาดตัวอย่างของ (Cochran) ดังสมการที่

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2} \quad \text{สมการที่ 4.1}$$

โดยที่

n	=	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
d	=	0.05 (ความคลาดเคลื่อนได้ 5% หรือ 0.05)
Z	=	1.96 (ความเชื่อมั่นที่ 95%)
P	=	0.3 (สัดส่วนประชากรที่ต้องการสุ่ม)

แทนค่า

$$n = \frac{0.3(1-0.3)1.96^2}{(0.05)^2}$$

จะได้

$$n = 322 \text{ คน}$$

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ผลการวิเคราะห์จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง 37.89% และเป็นเพศชาย 62.11% อายุ 20-30 ปี 46.89% และ 31-40 ปี 29.50% ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงของวัยทำงานถึง 88.58% โดยอาชีพหลักคือรับจ้างทั่วไปถึง 46.58% และพ่อค้าแม่ค้าที่มาหาของไปขายในร้านค้าออนไลน์ 20.81% โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,5000-25,000บาท (ภาคผนวก ค)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ซื้อสินค้าที่ทำการเลือกซื้อในการเดินตลาด ผลการวิเคราะห์จากการสำรวจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อของต่อชิ้นอยู่ที่ 10-50 บาท 33.23% โดยสินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่จะหลากหลายแล้วแต่ฤดูกาล เสื้อแจ๊คเก็ตเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดอยู่ที่ 32.30% โดยเพศหญิงจะเป็นเพศที่ซื้อสินค้าหลากหลายในหลายๆ ประเภท โดยเพศหญิงที่มีครอบครัวแล้วจะซื้อสินค้าให้กับคนในครอบครัว ทำให้การซื้อสินค้าค่อนข้างหลากหลาย โดยสินค้าที่



ต้องใช้ตามเทศกาล เช่น เสื้อสีเหลือง เสื้อสีดำ ที่ในแต่ละหน่วยงานบังคับใส่จะได้รับความนิยมในช่วงเวลานั้นๆ เนื่องจากระยะเวลาใส่นานจึงไม่จำเป็นต้องซื้อสินค้าที่มีราคาแพง (ภาคผนวก ค)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้ามือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า ลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการเลือกซื้อ ประกอบไปด้วย 7 ด้าน ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญดังตารางที่ 4-1 (ภาคผนวก ค)

**ตารางที่ 4-1** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยการตัดสินใจในการซื้อของผู้ซื้อในตลาดสินค้ามือสอง

ปัจจัยการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ			ลำดับที่
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
1. ผลิตภัณฑ์ (คุณภาพ)	5.00	0.00	มากที่สุด	1
2. ราคา	5.00	0.00	มากที่สุด	1
3. การจัดจำหน่าย (รูปแบบร้านค้า)	2.92	0.64	น้อย	7
4. แบรินต์สินค้า	3.71	0.98	ปานกลาง	4
5. ประเภทของสินค้า	3.67	0.99	ปานกลาง	5
6. การบริการ	3.50	0.87	ปานกลาง	6
7. สถานที่ของตลาด	4.38	0.70	มาก	3

จากตารางที่ 4-1 จะเห็นได้ว่าราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญอันดับหนึ่งในการเลือกซื้อสินค้ามือสองตามตลาดขายสินค้า คือ ราคาและเรื่องของคุณภาพ ซึ่งมีผลอย่างยิ่งกับผู้ประกอบการในตลาดสินค้าต่อการเลือกลักษณะของสินค้ามาขายในตลาด

#### 4.2.3 ผลการศึกษาด้านตลาดวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจสินค้ามือสองในปัจจุบัน (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคได้ ดังนี้

1) จุดแข็งของธุรกิจ (Strength) เสื้อผ้ามือสองในปัจจุบันมีราคาที่ค่อนข้างถูกเมื่อเทียบกับเสื้อผ้ามือหนึ่งที่ขายในท้องตลาด คุณภาพสินค้าค่อนข้างดี เนื่องมาจากเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ และมีแบรินต์สินค้าชื่อดังมากมาย สภาพสินค้าบางส่วนไม่ต่างจากสินค้ามือหนึ่ง และมีสินค้าให้เลือกหลากหลายคุณภาพพร้อมราคาสินค้าที่ต่ำลงตามคุณภาพ ผู้ซื้อสามารถเลือกลักษณะที่เหมาะสมต่อการใช้งานได้มากกว่าสินค้ามือหนึ่ง อันเนื่องด้วยราคาสินค้า เช่น เสื้อผ้าราคาถูกสามารถซื้อมาเพื่อทำกิจกรรมที่หนักๆ เช่น ทำสวน งานก่อสร้าง เป็นต้น ผู้ขายยังต้องอาศัยความชำนาญในการเลือกดูสินค้าเพื่อที่จะนำมาขายซึ่งในจุดนี้ต้องอาศัยประสบการณ์ในการทำงาน ทำให้ผู้ขายรายใหม่ๆ เข้ามาแข่งขันด้วยค่อนข้างยาก

2) จุดอ่อนของกิจการ (Weakness) สินค้ามือสองจะมาในรูปแบบของกระสอบตามประเภทของสินค้า ซึ่งผู้ที่ประกอบธุรกิจไม่สามารถรู้ได้ว่าภายในกระสอบสินค้ามีคุณภาพมากน้อยเพียงใด สิ่งเดียวที่เป็นข้อมูลได้ คือ สถิติการเปิดกระสอบจากโกดังสินค้าต่างๆ และประสบการณ์เพียงเท่านั้น ทำให้ผลกำไรขาดทุนของสินค้าไม่แน่นอนและต้องแบกรับความเสี่ยงคุณภาพสินค้าในกระสอบที่ไม่สามารถขายได้อีกด้วย เมื่อผลกำไรสินค้าไม่แน่นอนทำให้มีผลต่อการขยายกิจการ การจ้างลูกจ้าง ทำให้ไม่สามารถวางแผนธุรกิจในอนาคตได้มากนัก

3) โอกาสของธุรกิจ (Opportunity) เนื่องด้วยสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันและหนี้สินต่อครัวเรือนที่เพิ่มสูงมากขึ้น การใช้จ่ายซื้อสินค้าจึงเป็นสิ่งที่ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ต้องคิดให้รอบคอบมากขึ้น สินค้ามือสองจึงเป็นสินค้าทางเลือกที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ตอบโจทย์ผู้ซื้อในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านคุณภาพ แปรนต์สินค้า และราคาของสินค้า

4) อุปสรรคของธุรกิจ (Threat) เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันเริ่มเปลี่ยนไป การซื้อขายสินค้าออนไลน์ในปัจจุบันมีความสะดวกสบายมากขึ้น การขายสินค้าตามตลาดสินค้าจึงค่อนข้างจะมีผลกระทบถ้าพฤติกรรมผู้ขายไม่เปลี่ยนตามจะทำให้มีผลกับธุรกิจโดยตรง ตลอดจนสินค้ามือสองโดยส่วนหนึ่งของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจ กล่าวคือ เมื่อสภาพเศรษฐกิจดีจะทำให้สินค้ามือสองของผู้ซื้อลดลงซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้โดยผู้ประกอบการ ซึ่งอาจทำให้ธุรกิจเกิดผลกระทบอย่างมาก ตลอดจนสภาพแวดล้อมต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการขายสินค้า ฤดูฝนไม่สามารถขายสินค้าได้ตลอดซึ่งก็จะทำให้มีผลต่อต้นทุนค่ากิจกรรมต่างๆ เช่น การจ้างลูกน้อง เป็นต้น

ตารางที่ 4-2 สรุปการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) ในรูปแบบการขายในตลาดสินค้า

จุดแข็ง (Strength)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ราคาถูก</li> <li>2. คุณภาพสินค้าดี</li> <li>3. มีสินค้าให้เลือกเหมาะสมกับการใช้งาน</li> <li>4. ผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นได้ยาก</li> </ol>
จุดอ่อน (Weakness)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ไม่สามารถรู้คุณภาพสินค้าภายในกระสอบได้</li> <li>2. พฤติกรรมของประชากรบางส่วนที่ไม่นิยมเสื้อผ้ามือสอง</li> </ol>
โอกาส (Opportunity)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้ผู้คนประหยัดมากขึ้น สินค้ามือสองเป็นสินค้าที่ถูกจึงสามารถตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าได้</li> </ol>
อุปสรรค (Threat)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พฤติกรรมผู้บริโภคที่เริ่มเปลี่ยนไปซึ่งหันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น</li> <li>2. ภาวะเศรษฐกิจที่ไม่สามารถควบคุมได้</li> <li>3. ฤดูกาลต่างๆ เช่น ฤดูฝนไม่สามารถขายสินค้าได้</li> </ol>

### 4.3 การวิเคราะห์ด้านการดำเนินการ

จากการวิเคราะห์ด้านการดำเนินการ เป็นการวิเคราะห์ในด้านต้นทุนของการประกอบกิจการขายเสื้อผ้ามือสองเป็นหลัก โดยใช้การสัมภาษณ์และแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ตลอดจนกระบวนการทั้งระบบของการขายสินค้า เพื่อที่จะได้ทราบถึงต้นทุนกิจกรรมที่แท้จริงของกระบวนการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบกิจการขายเสื้อผ้ามือสองในจังหวัดสงขลา โดยจะทำการขายทั้งสิ้น 4-5 วันต่อสัปดาห์ โดยการดำเนินการจะขึ้นอยู่กับขนาดของกิจการซึ่งในแต่ละกิจการจะมีต้นทุนที่แตกต่างกันออกไป โดยจะแบ่งตามขนาดของกิจการได้เป็น กิจการขนาดใหญ่ กิจการขนาดกลาง และกิจการขนาดเล็ก กิจการขนาดใหญ่ เป็นกิจการที่มียอดเงินหมุนเวียนมากกว่า 200,000 บาท/เดือน โดยมีต้นทุนต่างๆ ดังตารางที่ 4-3

ตารางที่ 4-3 แสดงต้นทุนค่าดำเนินการในกิจการขนาดใหญ่

รายการค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่าย (บาท)/วัน	ค่าใช้จ่าย (บาท)/เดือน
ค่าลูกจ้าง	1,850	37,000
ค่าเช่าสถานที่	800	16,000
ค่าอาหาร	200	4,000
ค่าน้ำมันรถ	400	8,000
ค่าโกดังเก็บสินค้า	150	3,000
ต้นทุนสินค้า	-	200,000
<b>รวม</b>	<b>3,550</b>	<b>271,000</b>

จากตารางที่ 4-3 เมื่อรวมกับต้นทุนกิจกรรมต่างๆ แล้วนั้นมีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 271,000 เดือน ซึ่งต้นทุนกิจกรรมคิดเป็น 26.19 % ของต้นทุนทั้งหมด โดยรายได้เฉลี่ยต่อวันจะอยู่ที่ 10,000 – 20,000 บาทต่อวัน

กิจการขนาดกลาง เป็นกิจการที่มียอดเงินหมุนเวียนตั้งแต่ 100,000- 200,000 บาท/เดือน โดยมีต้นทุนต่างๆ ดังตารางที่ 4-4

**ตารางที่ 4-4** แสดงต้นทุนค่าดำเนินการในกิจการขนาดกลาง

รายการค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่าย (บาท)/วัน	ค่าใช้จ่าย (บาท)/เดือน
ค่าลูกจ้าง	600	12,000
ค่าเช่าสถานที่	500	10,000
ค่าอาหาร	100	2,000
ค่าน้ำมันรถ	400	8,000
ต้นทุนสินค้า		100,000
<b>รวม</b>	<b>1,600 บาท / วัน</b>	<b>130,000บาท / เดือน</b>

จากตารางที่ 4-4 ในกิจการขนาดกลางนั้นมีต้นทุนเฉพาะสินค้าเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 100,000 บาท/เดือน/หนึ่งสถานที่ขาย และเมื่อรวมกับต้นทุนกิจกรรมต่างๆ แล้วนั้นมีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 130,000 บาท/เดือน ซึ่งต้นทุนกิจกรรมคิดเป็น 23.07 % ของต้นทุนทั้งหมด โดยรายได้เฉลี่ยต่อวันจะอยู่ที่ 5,000 – 10,000 บาท/วัน

กิจการขนาดเล็ก เป็นกิจการที่มียอดเงินหมุนเวียนน้อย 100,000 บาท/เดือน โดยมีต้นทุนต่างๆ ดังตารางที่ 4-5

**ตารางที่ 4-5** แสดงต้นทุนค่าดำเนินการในกิจการขนาดเล็ก

รายการค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่าย (บาท)/วัน	ค่าใช้จ่าย (บาท)/เดือน
ค่าลูกจ้าง	300	6,000
ค่าเช่าสถานที่	200	4,000
ค่าอาหาร	50	1,000
ค่าน้ำมันรถ	400	8,000
ต้นทุนสินค้า		50,000
<b>รวม</b>	<b>950</b>	<b>69,000</b>

จากตารางที่ 4-5 ในกิจการขนาดเล็กนั้นมีต้นทุนเฉพาะสินค้าเฉลี่ย อยู่ที่ประมาณ 50,000 – 100,000 บาท/เดือน/หนึ่งสถานที่ขาย และเมื่อรวมกับต้นทุนกิจกรรมต่างๆ แล้วนั้นมีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 69,000 บาท/เดือน ซึ่งต้นทุนกิจกรรมคิดเป็น 27.53 % ของต้นทุนทั้งหมด โดยรายได้เฉลี่ยต่อวันจะน้อยกว่า 5,000 บาท/วัน

#### 4.4 การวิเคราะห์ด้านกฎหมาย

เนื่องจากกระบวนการการรับซื้อสินค้ามาขายนั้น ทางเจ้าของกิจการมักรับสินค้ามาจากเจ้าของธุรกิจขายส่งขนาดใหญ่ ทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องคำนึงถึงทางด้านกฎหมายการนำเข้าสินค้า ในส่วนนี้จึงไม่มีต้นทุนเข้ามาเกี่ยวข้อง และจากการสำรวจ พบว่าในบางเจ้าของกิจการขาดความรู้ในการรับซื้อสินค้ามาเองโดยตรง และมีกระบวนการที่ซับซ้อนทำให้ผู้ประกอบการเลือกวิธีการรับซื้อสินค้าจากผู้ขายส่งเป็นหลัก

#### 4.5 การวิเคราะห์ด้านการตลาดในระบบออนไลน์

##### 4.5.1 การศึกษารวบรวมข้อมูลสภาพปัจจุบันของธุรกิจเสื้อผ้ามือสองในระบบออนไลน์

จากการที่พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันบางส่วนที่เปลี่ยนไป ทำให้การซื้อขายในระบบออนไลน์เปิดกว้างมากขึ้น การทำธุรกรรมระหว่างการซื้อขายมีความปลอดภัยและสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งทำให้ปัจจุบันนี้มีผู้ให้บริการอำนวยความสะดวกต่อการซื้อขายในรูปแบบแอปพลิเคชันเพิ่มมากขึ้นในตลาดสินค้าออนไลน์นั้น ไม่สามารถที่จะรวบรวมข้อมูลได้อย่างชัดเจน เนื่องจากในปัจจุบันการขึ้นทะเบียนร้านค้าออนไลน์ยังเป็นเรื่องที่ไม่นิยมนักของหมู่พ่อค้าแม่ค้า ตลาดสินค้ามือสองในรูปแบบออนไลน์นั้นถือเป็นตลาดสินค้าที่ค่อนข้างใหญ่มีผู้สนใจเป็นจำนวนมากที่ค่อนข้างมาก ซึ่งในการขายสินค้าในระบบออนไลน์นั้นจะมีราคาเฉลี่ยในการซื้อขายที่ค่อนข้างสูงกว่าภายในตลาดเนื่องจากมีผู้ซื้อที่มากกว่า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ผลการวิเคราะห์จากการสำรวจ พบว่ากลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง 69.19% และเป็นเพศชาย 30.81 อายุ 20-30 ปี 59.30% และ 30 - 40 ปี 21.22% ซึ่งกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงของวัยเรียนถึง 44.48.% โดยรายได้เฉลี่ยของผู้ซื้ออยู่ที่ประมาณ 10,000 – 15,000 บาท 45.64% ภาคผนวก ค

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ซื้อสินค้ามือสองผ่านทางระบบออนไลน์ โดยมีกลุ่มประชากรอยู่ที่ 2,484 คน ซึ่งมาจากกลุ่มประชากรที่ทำการติดตามร้านค้าเสื้อผ้ามือสองในระบบออนไลน์ ได้ดำเนินวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณสูตรของทาโร ยามาเน่ (มีระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05) ได้ใช้เทคนิคการหาขนาดตัวอย่างของ (Taro Yamane) ดังสมการที่ 4.2

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad \text{สมการที่ 4.2}$$

โดยที่ N = ขนาดของประชากร  
e = 0.05 (ความคลาดเคลื่อนได้ 5% หรือ 0.05)

$$\text{แทนค่า } n = \frac{2,484}{1 + 2,484(0.05)^2}$$

$$\text{ประชากรที่ทำการเก็บข้อมูล} = 344 \text{ คน}$$

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ซื้อสินค้าที่ทำการเลือกซื้อในระบบออนไลน์ ผลการวิเคราะห์จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสินค้าอยู่ที่ 4 สัปดาห์ต่อครั้ง 36.63% และทุกสัปดาห์ 33.14% โดยสินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่จะหลากหลายแล้วแต่ฤดูกาล (ภาคผนวก ค)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้ามือสองในระบบออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า ลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการเลือกซื้อ ประกอบไปด้วย 7 ด้าน ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญ ดังตารางที่ 4-6 (ภาคผนวก ค)

**ตารางที่ 4-6** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจในการซื้อของผู้ซื้อสินค้ามือสองในระบบออนไลน์

ปัจจัยการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ			ลำดับที่
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
1. ผลិតภัณฑ์ (คุณภาพ)	5.00	0.00	มากที่สุด	1
2. ราคา	4.67	0.47	มาก	3
3. ช่องทางการจำหน่าย	3.63	0.99	ปานกลาง	7
4. แปรนต์สินค้า	4.54	0.50	มาก	4
5. ประเภทของสินค้า	4.46	0.50	มาก	5
6. การบริการ	4.04	0.79	มาก	6
7. ความน่าเชื่อถือของร้านค้า	5.00	0.00	มากที่สุด	1

จากตารางที่ 4-6 จะเห็นได้ว่าในระบบการซื้อขายออนไลน์นั้นผู้ซื้อให้ความสนใจกับความน่าเชื่อถือและคุณภาพมาเป็นอันดับแรกเนื่องจากในระบบการขายออนไลน์ทางผู้ซื้อจำเป็นต้องโอนเงินไปแก่ผู้ขายก่อนจึงทำให้เกิดความเสี่ยงความน่าเชื่อถือจึงเป็นปัจจัยสำคัญ โดยลำดับความสำคัญเกี่ยวกับตัวสินค้านั้นแปรนต์สินค้าและคุณภาพสินค้าเป็นปัจจัยหลักในการเลือกซื้อสินค้า โดยแปรนต์สินค้าจำเป็นที่จะต้องเป็นแปรนต์ชั้นนำเป็นที่รู้จักในสากลจึงทำให้สินค้าชนิดนั้นน่าสนใจ

#### 4.5.2 ผลการศึกษาด้านตลาดการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) ของธุรกิจสินค้ามือสองออนไลน์ในปัจจุบัน

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคได้ ดังนี้

1) จุดแข็งของธุรกิจ (Strength) มีความสะดวกในการทำการค้าขายสินค้า คุณภาพสินค้าค่อนข้างดีเนื่องมาจากเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ และมีแบรนด์สินค้าชื่อดังมากมาย สภาพสินค้าบางส่วนไม่ต่างจากสินค้ามือหนึ่งแบรนด์เนม ซึ่งผู้ซื้อไม่สามารถหาซื้อตามร้านค้าทั่วไป สามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยง่ายผ่านทางช่องทางออนไลน์ ต้นทุนที่ค่อนข้างต่ำซึ่งมีเพียงโทรศัพท์มือถือเพียงเครื่องเดียวกับสินค้าก็สามารถขายสินค้าได้

2) จุดอ่อนของกิจการ (Weakness) สินค้ามือสองจะมาในรูปแบบของกระสอบตามประเภทของสินค้า ซึ่งผู้ที่ประกอบธุรกิจไม่สามารถรู้ได้ว่าภายในกระสอบสินค้ามีคุณภาพมากน้อยเพียงใด สิ่งเดียวที่เป็นข้อมูลได้ คือ สถิติการเปิดกระสอบจากโกดังสินค้าต่างๆและประสบการณ์เพียงเท่านั้น ทำให้ผลกำไรขาดทุนของสินค้าไม่แน่นอนสินค้าที่ไม่ใช่หัวผ้าขายได้ยากและไม่ค่อยเป็นที่ต้องการในตลาดออนไลน์ แต่เมื่อใช้วิธีการคัดเฉพาะหัวผ้ามาขายซึ่งเป็นวิธีการที่ลดความเสี่ยงก็จะเกิดปัญหาเนื่องจากผู้ค้าขายออนไลน์ที่มีมากขึ้นทำให้ได้สินค้าที่น้อยไม่พอต่อการขายและรายได้

3) โอกาสของธุรกิจ (Opportunity) จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป การซื้อสินค้าในระบบออนไลน์และการเข้าถึงผู้บริโภคง่ายขึ้นตลอดจนด้วยสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน และหนี้สินต่อครัวเรือนที่เพิ่มสูงมากขึ้น การใช้จ่ายซื้อสินค้าจึงเป็นสิ่งที่ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ต้องคิดให้รอบคอบมากขึ้น สินค้ามือสองจึงเป็นสินค้าทางเลือกที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ตอบโจทย์ผู้ซื้อในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านคุณภาพ แบรินด์สินค้า และราคาของสินค้า

4) อุปสรรคของธุรกิจ (Threat) ด้วยต้นทุนในการเริ่มประกอบธุรกิจที่ค่อนข้างต่ำทำให้ร้านค้าเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆในทุกๆ วัน ทำให้ความต้องการสินค้าของกลุ่มพ่อค้าแม่ค้ามากขึ้นตามไปด้วยจึงมีผลทำให้ต้นทุนของสินค้าเพิ่มสูงขึ้นตามความต้องการของตลาด เมื่อเริ่มมีสินค้าในตลาดที่มากขึ้นทำให้สินค้ามีราคาที่ต่ำลงอันเนื่องมาจากการตัดราคาในการขายสินค้า

#### ตารางที่ 4-7 สรุปการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) ในตลาดออนไลน์

จุดแข็ง (Strength)	1. คุณภาพสินค้าดี 2. ความสะดวกในการขายสินค้า 3. ต้นทุนในการเริ่มต้นที่ต่ำ
จุดอ่อน (Weakness)	1. ผลกำไรไม่แน่นอน 2. การหาสินค้าที่ค่อนข้างยากมากขึ้น
โอกาส (Opportunity)	1. ในอนาคตจะมีผู้ซื้อในระบบออนไลน์มากขึ้น 2. เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน
อุปสรรค (Threat)	1. ร้านค้าในระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ 2. ภาวะเศรษฐกิจที่ไม่สามารถควบคุมได้ 3. ไม่สามารถควบคุมต้นทุนสินค้าได้

#### 4.6 วิเคราะห์ด้านการดำเนินการ

การขายในระบบออนไลน์นั้นเนื่องในสภาพตลาด ณ ปัจจุบันการหาสินค้าเป็นไปค่อนข้างยากทำให้ส่งผลต่อยอดการขาย ผู้ขายมักได้จำนวนสินค้าที่ไม่แน่นอนจึงไม่สามารถระบุต้นทุนในแต่ละเดือนได้ชัดเจนเนื่องจากต้นทุนที่ไม่คงที่ในแต่ละเดือน จึงคิดต้นทุนโดยเฉลี่ยได้ ดังตารางที่ 4-8

ตารางที่ 4-8 แสดงต้นทุนเฉลี่ยของธุรกิจผ้ามือสองในระบบออนไลน์ปัจจุบัน

รายการค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่าย (บาท/เดือน)
ค่าซักรีด	12 (บาท) x จำนวนสินค้า (ชิ้น)
ค่าการตลาด	2,000
ค่าการเดินทาง	1,000
ค่าอุปกรณ์ถ่ายรูป	750
ค่าสตูดิโอถ่ายรูป	55
ค่าสถานที่	1,500

การวิเคราะห์ด้านการดำเนินการ เป็นการวิเคราะห์ในด้านต้นทุนของการประกอบกิจการขายเสื้อผ้ามือสองในระบบออนไลน์เป็นหลัก โดยใช้การสัมภาษณ์และแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลตลอดจนกระบวนการทั้งระบบของการขายสินค้ามาพัฒนา เพื่อที่จะได้ทราบถึงต้นทุนกิจกรรมที่แท้จริงของกระบวนการ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบกิจการขายสินค้ามือสองในระบบออนไลน์ จะใช้แพลตฟอร์มที่ต่างกันออกไป โดยที่ได้รับความนิยมที่สุด คือ facebook ถึง 70% instagram 24% โดยสถานที่ทำการขายจะใช้ที่พักของตัวเองสูงถึง 80.7% ร้านค้าที่ขายเสื้อผ้ามือสองผ่านทางแพลตฟอร์มต่างๆ ในระบบออนไลน์จะมีราคาขายมากกว่าร้านค้าที่อยู่ตามตลาดสินค้ามือสอง ซึ่งราคาที่ยขายสินค้าในแต่ละประเภทจะตั้งสูงกว่าเฉลี่ยอยู่ที่ 180.5 % โดยในราคานี้ คือ เป็นราคาที่มีความพอใจทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย โดยผู้ซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์จากร้านค้าที่สำรวจมักจะกลับมาซื้อซ้ำอีกถึง 68.4 % เมื่อนำข้อมูลร้านค้าออนไลน์มาเปรียบเทียบกับร้านค้าในตลาดนั้นโดยทางด้านต้นทุนจะสามารถเปรียบเทียบได้ดังตารางที่ 4-9



**ตารางที่ 4-9** แสดงการเปรียบเทียบต้นทุนในรูปแบบการขายในตลาดขายสินค้าและการขายในระบบออนไลน์

ต้นทุน	การขายในรูปแบบตลาด	การขายในรูปแบบออนไลน์
ค่าลูกจ้าง	✓	(ขึ้นอยู่กับขนาด)
ค่าเช่าสถานที่	✓	✓
ค่าอาหาร	✓	✓
ค่าโกดังเก็บสินค้า	✓	-
ค่าน้ำมันรถ	✓	✓
ค่าจัดส่งสินค้า	-	✓
ค่าน้ำ ค่าไฟ	-	✓
ค่าการตลาด		✓

จากตารางที่ 4-9 และข้อมูลจากการสำรวจจะเห็นได้ว่า รูปแบบในการขายออนไลน์นั้นมีกระบวนการที่เป็นต้นทุนที่แตกต่างกับการขายในรูปแบบของตลาด โดยต้นทุนที่แตกต่างกันออกไป เช่น ค่าโกดังจัดเก็บสินค้า เนื่องจากการขายในรูปแบบตลาดนั้นจำจะมีผ้าทุกคุณภาพ ค่าการตลาดก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่แตกต่างกันออกไปเนื่องจากในระบบออนไลน์จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการทำการตลาดเพื่อให้ลูกค้าสนใจ การขายออนไลน์มีผลกำไรที่มากกว่าจากการตั้งราคาที่สูงกว่าเมื่อนำข้อมูลทางด้านความเสี่ยงเข้ามาเปรียบเทียบโดยการใช้กระบวนการเปิดกระสอบสินค้าเหมือนกันมาเปรียบเทียบแล้วนั้นจะมีผลดังตารางที่ 4-10

**ตารางที่ 4-10** แสดงคุณสมบัติสินค้าที่ขายในรูปแบบตลาดและรูปแบบออนไลน์

ลักษณะสินค้า	การขายในรูปแบบตลาด	การขายในรูปแบบออนไลน์
หัวผ้า (27.7%)	ขายได้	ขายได้
กลางผ้า (32.1%)	ขายได้	ขายได้ยาก
หางผ้า (40.2)	ขายได้	ขายไม่ได้

จากตารางที่ 4-10 ซึ่งเมื่อนำข้อมูลทั้งสองมาประกอบการมาพิจารณาแล้วนั้นรูปแบบการขายออนไลน์ในกระบวนการเปิดกระสอบมีความเสี่ยงที่ค่อนข้างสูงซึ่งต้องอาศัยหัวผ้าในการทำกำไรเพียงอย่างเดียวเป็นหลักจึงทำให้มีโอกาสขาดทุนได้ค่อนข้างเยอะ

จากข้อมูลทั้งหมดจึงสามารถทำให้เกิดการพัฒนากระบวนการของระบบห่วงโซ่อุปทานใหม่ที่ลดความเสี่ยงจากรูปแบบการขายในระบบออนไลน์ โดยปัจจัยสำคัญที่นำมาคิด คือ ต้นทุนของกิจกรรมที่ต้องน้อยกว่าการตั้งราคาขายในรูปแบบออนไลน์โดยจะมีขั้นตอนการนำเข้าสินค้า supplier เข้ามาเกี่ยวข้อง

#### 4.6.1 การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ

ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โดยการนำเข้าสินค้าต้องอาศัยความรู้ทางด้านกฎหมายการนำเข้าสินค้านี้ระหว่างประเทศ สามารถทำได้สองรูปแบบคือการขนส่งทางเรือและทางอากาศซึ่งจะขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการขนส่ง โดยการขนส่งทางเรือบรรทุกสินค้านั้น จะใช้เวลาทั้งสินโดยประมาณ 30 - 60 วัน ส่วนการขนส่งทางอากาศจะใช้เวลาทั้งสิ้น 3 - 7 วัน และต้นทุนที่แตกต่างกันออกไปโดยสามารถแบ่งตามขนาดของธุรกิจจากปริมาณของการนำเข้าสินค้าเป็นสามระดับ

ตารางที่ 4-11 ธุรกิจขนาดใหญ่ปริมาณการนำเข้าสินค้ามากกว่า 1,000 กิโลกรัม/เดือน

ประเภทสินค้า	รูปแบบการขนส่ง	ระยะเวลา (วัน)	น้ำหนัก (กิโลกรัม)	ราคาสินค้า (บาท)	ค่าขนส่ง (บาท)	ภาษี (บาท)
เสื่อยืด	ทางเรือ	30-60	1,000	480,000	54,000	210,358
	ทางอากาศ	3-7	1,000	480,000	225,000	277,531
เสื่อแจ๊คเก็ต	ทางเรือ	30-60	1,000	900,000	54,000	376,333
	ทางอากาศ	3-7	1,000	900,000	225,000	443,394

ตัวอย่างการคิดคำนวณภาษีอากรต้องชำระ

CIF โดย C ต้นทุนสินค้า = 480,000

I ค่าประกันภัย 1% ของต้นสินค้า

F ค่าขนส่งสินค้า 54,000

CIF = 480,000+4,800+54,000 = 538,000 บาท

อากรขาเข้าสินค้ามือสอง 30% = 538,000 × 30% = 161,400 บาท

ภาษีมูลค่าเพิ่ม (538,000+161,400) × 7% = 48,958 บาท

มูลค่าภาษีอากรขาเข้า = 161,400 + 48,958 = 210,358 บาท

ตารางที่ 4-12 ธุรกิจขนาดกลางปริมาณการนำเข้าสินค้ามากกว่า 500 กิโลกรัม/เดือน

ประเภทสินค้า	รูปแบบการขนส่ง	ระยะเวลา (วัน)	น้ำหนัก (กิโลกรัม)	ราคาสินค้า (บาท)	ค่าขนส่ง (บาท)	ภาษี (บาท)
เสื่อยืด	ทางเรือ	30-60	500	240,000	27,000	105,335.4
	ทางอากาศ	3-7	500	240,000	112,500	138,765.9
เสื่อแจ๊คเก็ต	ทางเรือ	30-60	500	450,000	27,000	188,266.5
	ทางอากาศ	3-7	500	450,000	112,500	221,697

**ตารางที่ 4-13** ธุรกิจขนาดเล็กปริมาณการนำเข้าสินค้ามากกว่า 250 กิโลกรัม/เดือน

ประเภทสินค้า	รูปแบบการขนส่ง	ระยะเวลา (วัน)	น้ำหนัก (กิโลกรัม)	ราคาสินค้า (บาท)	ราคา (บาท)	ภาษี (บาท)
เสื้อผ้า	ทางเรือ	30-60	250	80,000	13,500	36,871.3
	ทางอากาศ	3-7	250	80,000	56,250	53,586.55
เสื้อแจ็คเก็ต	ทางเรือ	30-60	250	225,000	13,500	30,879.23
	ทางอากาศ	3-7	250	225,000	56,250	94,133.25

จากข้อมูลต้นทุนของการขนส่งสินค้าจะเห็นได้ว่าการขนส่งทางเรือมีต้นทุนที่ถูกกว่าการขนส่งทางอากาศ ดังนั้น การตัดสินใจเลือกการขนส่งทางเรือซึ่งมีระยะเวลาการขนส่งสินค้าอยู่ที่ 30 วัน โดยผู้นำเข้าจะใช้ผ่านทางบริษัทเอกชนรับนำเข้าสินค้านี้ระหว่างประเทศเนื่องจากการคิดภาษีในแต่ละครั้งนั้นมีความแตกต่างกัน ซึ่งถ้านำเข้าในลักษณะนี้นั้นจะไม่สามารถกำหนดต้นทุนที่แน่นอนได้

#### 4.6.2 การออกแบบวิธีการดำเนินการ

จากปริมาณสินค้านำเข้านั้นสามารถคำนวณเวลาในแต่ละกิจกรรม โดยมีเงื่อนไขจากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้า โดยสินค้าจะเสร็จสิ้นกระบวนการทุกๆ วันศุกร์ เนื่องจากกลุ่มผู้ซื้อสินค้านี้มักจะเลือกซื้อสินค้าในวันเสาร์ โดยในหนึ่งเดือนจะทำการขาย 4 ครั้ง และมีวันทำงาน 5 วัน/สัปดาห์

**ตารางที่ 4-14** แสดงเวลาการทำงานของจำนวนแรงงาน 1 คน

ขนาดของธุรกิจ	น้ำหนัก (กิโลกรัม)	ปริมาณงาน ใน 1 วัน (กิโลกรัม)	ตรวจสอบสินค้า (ชม.)/วัน	ทำความสะอาดสินค้า (ชม.)/วัน	ตากสินค้า (ชม.)/วัน	รีดสินค้า (ชม.)/วัน	ถ่ายรูปสินค้า (ชม.)/วัน	รวมระยะเวลา (ชม.)
ขนาดใหญ่	1,000	50	1	2	4	2.6	10	19.6
ขนาดกลาง	500	25	0.5	1	4	1.6	5	11.1
ขนาดเล็ก	100	5	0.25	1	4	0.8	2.5	8.5

จากตารางที่ 4-14 จะเห็นได้ว่าระยะเวลาการทำงานค่อนข้างที่จะมากจากเกณฑ์ระยะเวลาการทำงานซึ่งกำหนดไว้อยู่ที่ 8 ชั่วโมงต่อวัน จึงจำเป็นที่จะต้องลดเวลาในการทำงาน โดยกระบวนการที่มีระยะเวลาที่สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้โดยอาศัยเครื่องจักร ได้แก่ ขั้นตอนการตากสินค้า ซึ่งเครื่องจักรที่สามารถนำมาใช้และทดแทนได้แก่เครื่องอบผ้าซึ่งสามารถลดเวลาให้เหลือเพียง 1 ชั่วโมง และขั้นตอนการรีดผ้าซึ่งเตารีดไอน้ำในอุตสาหกรรมสามารถลดระยะเวลาให้เหลือเพียง 2 ชั่วโมง

ตารางที่ 4-15 แสดงระยะเวลาการทำงานหลังจากการปรับปรุงเครื่องจักรในธุรกิจขนาดใหญ่

เวลา วัน	09.00- 10.00 น.	10.00- 11.00 น.	11.00- 12.00 น.	12.00- 13.00 น.	13.00- 14.00 น.	14.00- 15.00 น.	15.00-01.00 น.				รวมเวลา (ชั่วโมง)	
จันทร์												16 ชั่วโมง
อังคาร												16 ชั่วโมง
พุธ												16 ชั่วโมง
พฤหัสบดี												16 ชั่วโมง
ศุกร์												16 ชั่วโมง

ขั้นตอนการตรวจสอบสินค้า    
  ขั้นตอนการรอบ    
  ขั้นตอนการรีด

ขั้นตอนการทำความสะอาด    
  พักเที่ยง    
  ขั้นตอนการถ่ายรูป

จากตารางที่ 4-15 จะเห็นได้ว่าการเลือกเครื่องจักรในการทำงานมีผลต่อระยะเวลาโดยตรงซึ่งระยะเวลาจากเดิมอยู่ที่ประมาณ 19 ชั่วโมง เมื่อทำการเปลี่ยนเครื่องจักรระยะเวลาอยู่ที่ 16 ชั่วโมง โดยระยะเวลารวมนั้นยังเกินเป้าหมายเกณฑ์ของการทำงานปกติที่ 8 ชั่วโมง จึงจำเป็นต้องออกแบบแผนการทำงานในขั้นตอนถัดไป

ตารางที่ 4-16 แสดงการปรับปรุงแผนการทำงานธุรกิจขนาดใหญ่

เวลา วัน	09.00- 10.00 น.	10.00- 11.00 น.	11.00- 12.00 น.	12.00- 13.00 น.	13.00- 14.00 น.	14.00- 15.00 น.	15.00- 16.00 น.	16.00- 17.00 น.	17.00- 18.00 น.	ระยะเวลาเกินที่ กำหนด	รวมเวลา (ชั่วโมง)
จันทร์										18.00-01.00 น. เกิน 7 ชั่วโมง	16 ชั่วโมง
อังคาร										18.00-00.00 น. เกิน 6 ชั่วโมง	15 ชั่วโมง
พุธ										18.00-00.00 น. เกิน 4 ชั่วโมง 40 นาที	13 ชั่วโมง 40 นาที
พฤหัสบดี										18.00-00.00 น. เกิน 4 ชั่วโมง 40 นาที	13 ชั่วโมง 40 นาที
ศุกร์										18.00-00.00 น. เกิน 4 ชั่วโมง 40 นาที	13 ชั่วโมง 40 นาที

ขั้นตอนการตรวจสอบสินค้า    
  ขั้นตอนการรอบ    
  ขั้นตอนการรีด

ขั้นตอนการทำความสะอาด    
  พักเที่ยง    
  ขั้นตอนการถ่ายรูป

จากตารางที่ 4-16 จะเห็นได้ว่าการตรวจสอบสินค้าและการถ่ายรูปสินค้าสามารถมาทำได้ในขณะที่สินค้าอยู่ในช่วงของการทำความสะอาดและการรอบ จึงทำให้สามารถลดระยะเวลาการทำงานลงไป ซึ่งก่อนจะปรับปรุงแผนการทำงานระยะเวลาการทำงานอยู่ที่ 16 ชั่วโมง เมื่อปรับปรุง

แผนการทำงานแล้วนั้นก็มีเพียงวันจันทร์วันแรกที่มีระยะเวลาการทำงานที่เท่าเดิมวันอังคารสามารถลดลงไปจากเดิม 1 ชั่วโมง และส่วนวันที่เหลือสามารถลดลงไป 2 ชั่วโมง 20 ซึ่งจะเห็นได้ว่าระยะเวลาการทำงานยังเกินระยะเวลาที่กำหนด คือ 8 ชั่วโมง ดังนั้นจึงต้องทำการออกแบบแรงงานในขั้นต่อไป

จากตารางที่ 4-15 และ 4-16 แสดงให้เห็นว่าระยะเวลาที่ลดลงต้องอาศัยปัจจัยในหลายด้านการออกแบบแรงงานจึงเป็นส่วนสำคัญโดยเมื่อมีแรงงานที่เหมาะสมแล้วนั้นจะสามารถทำให้ลดระยะเวลาลงเพิ่มมากขึ้น การออกแบบคิดจำนวนแรงงานจะใช้วิธีการคำนวณแบบเส้นตรงคือในหนึ่งกิจกรรมแรงงานที่เพิ่มขึ้นสามารถลดเวลาได้โดยนำเวลาที่ใช้หารจำนวนแรงงานโดยได้ผลดังตารางที่ 4-17

ตารางที่ 4-17 แสดงการเพิ่มจำนวนแรงงานเป็น 2 คนธุรกิจขนาดใหญ่

เวลา วัน	09.00- 10.00 น.	10.00- 11.00 น.	11.00- 12.00 น.	12.00- 13.00 น.	13.00- 14.00 น.	14.00- 15.00 น.	15.00- 16.00 น.	16.00- 17.00 น.	17.00- 18.00 น.	ระยะเวลาที่เหลือ กำหนด	รวมเวลา (ชั่วโมง)
จันทร์	■	■	■	■	■	■	■	■	■	30 นาที	8 ชั่วโมง 30 นาที
อังคาร	■	■	■	■	■	■	■	■	■		8 ชั่วโมง
พุธ	■	■	■	■	■	■	■	■	■		8 ชั่วโมง
พฤหัสบดี	■	■	■	■	■	■	■	■	■		8 ชั่วโมง
ศุกร์	■	■	■	■	■	■	■	■	■		8 ชั่วโมง



จากตารางแสดงที่ 4-17 เมื่อเพิ่มจำนวนแรงงานเป็นสองคน สามารถลดระยะเวลาการทำงานลงได้ค่อนข้างมาก โดยมีเพียงวันจันทร์เท่านั้นที่มีการทำงานเกินเวลาที่กำหนด 30 นาที ซึ่งอยู่ที่ผู้ประกอบกิจการในการที่จะย้ายงานมาทำในวันถัดไปหรือให้เป็นการทำงานล่วงเวลา

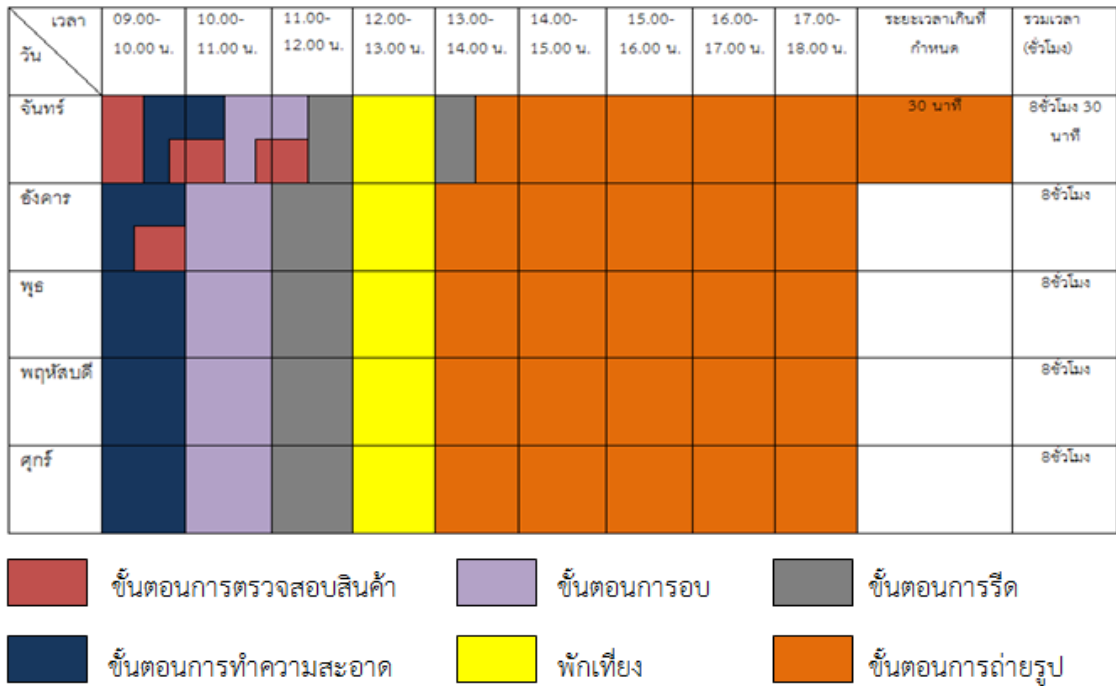
ตารางที่ 4-18 แสดงระยะเวลาการทำงานหลังจากการปรับปรุงเครื่องจักรในธุรกิจขนาดกลาง

เวลา วัน	09.00- 10.00 น.	10.00- 11.00 น.	11.00- 12.00 น.	12.00- 13.00 น.	13.00- 14.00 น.	14.00- 15.00 น.	15.00- 16.00 น.	16.00- 17.00 น.	17.00- 18.00 น.	ระยะเวลาเกินที่ กำหนด	รวมเวลา (ชั่วโมง)
จันทร์										30 นาที	8 ชั่วโมง 30 นาที
อังคาร										30 นาที	8 ชั่วโมง 30 นาที
พุธ										30 นาที	8 ชั่วโมง 30 นาที
พฤหัสบดี										30 นาที	8 ชั่วโมง 30 นาที
ศุกร์										30 นาที	8 ชั่วโมง 30 นาที

	ขั้นตอนการตรวจสอบสินค้า		ขั้นตอนการอบ		ขั้นตอนการรีด
	ขั้นตอนการทำความสะอาด		พักเที่ยง		ขั้นตอนการถ่ายรูป

จากตารางที่แสดง 4-18 จะเห็นได้ว่าการเลือกเครื่องจักรในการทำงานมีผลต่อระยะเวลาโดยตรงซึ่งระยะเวลาจากเดิมอยู่ที่ประมาณ 12 ชั่วโมง เมื่อทำการเปลี่ยนเครื่องจักรระยะเวลาอยู่ที่ 8 ชั่วโมง 30 นาที โดยระยะเวลารวมนั้นยังเกินเป้าหมายของการทำงานปกติที่ 8 ชั่วโมงจึงจำเป็นที่จะต้องออกแบบแผนการทำงานในขั้นตอนถัดไป ดังตารางที่ 4-19

ตารางที่ 4-19 แสดงการปรับปรุงแผนการทำงานธุรกิจขนาดกลาง



จากตารางที่ 4-19 จะเห็นได้ว่าการปรับปรุงกระบวนการทำงานนั้นโดยบางกิจกรรมสามารถทำควบคู่กันไปได้จึงทำให้สามารถลดระยะเวลาการทำงานลงได้โดยกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้คือการตรวจสอบสินค้าที่ทำควบคู่ไปกับขั้นตอนการทำความสะอาดสินค้าและขั้นตอนการอบ ซึ่งก่อนจะปรับปรุงแผนการทำงานระยะเวลาการทำงานอยู่ที่ 8 ชั่วโมง 30 นาที เมื่อปรับปรุงแผนการทำงานแล้วนั้นมีเพียงวันจันทร์วันแรกที่มีระยะเวลาการทำงานที่เกินมาเพียง 30 นาที และส่วนวันที่เหลือสามารถอยู่ในกรอบเวลาภายใต้การทำงานที่ 8 ชั่วโมง ซึ่งในธุรกิจขนาดกลางนี้จึงไม่จำเป็นที่จะต้องออกแบบจำนวนแรงงานเนื่องจากระยะเวลาอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 4-20 แสดงระยะเวลาการทำงานหลังจากการปรับปรุงเครื่องจักรในธุรกิจขนาดเล็ก







เวลา วัน	09.00- 10.00 น.	10.00- 11.00 น.	11.00- 12.00 น.	12.00- 13.00 น.	13.00- 14.00 น.	14.00- 15.00 น.	15.00- 16.00 น.	ระยะเวลาเกินที่ กำหนด	รวมเวลา (ชั่วโมง)
จันทร์									5 ชั่วโมง 30 นาที
อังคาร									5 ชั่วโมง 30 นาที
พุธ									5 ชั่วโมง 30 นาที
พฤหัสบดี									5 ชั่วโมง 30 นาที
ศุกร์									5 ชั่วโมง 30 นาที

	ขั้นตอนการตรวจสอบสินค้า		ขั้นตอนการอบ		ขั้นตอนการรีด
	ขั้นตอนการทำความสะอาด		พักเที่ยง		ขั้นตอนการถ่ายรูป

จากตารางที่ 4-20 จะเห็นได้ว่าการเลือกเครื่องจักรในการทำงานมีผลต่อระยะเวลาโดยตรงซึ่งระยะเวลาจากเดิมอยู่ที่ประมาณ 8 ชั่วโมง เมื่อทำการเปลี่ยนเครื่องจักรระยะเวลาอยู่ที่ 5 ชั่วโมง 30 นาที ซึ่งในธุรกิจขนาดเล็กนั้นระยะเวลาในการดำเนินแต่ละกิจกรรมจะเห็นได้ว่าเกิน 8 ชั่วโมง เพียงเล็กน้อยก่อนที่จะทำการออกแบบเลือกเครื่องจักร แต่เนื่องด้วยกิจกรรมโดยเฉพาะการตากสินค้านั้นต้องใช้สภาพแวดล้อมเป็นตัวกำหนดเช่นสภาพภูมิอากาศ ฤดูกาล จึงทำให้ไม่สามารถกำหนดเวลาการทำงานที่แน่นอนได้จึงจำเป็นต้องใช้เครื่องจักรเข้ามาช่วย ดังตารางที่ 4-21

ตารางที่ 4-21 แสดงการปรับปรุงแผนการทำงานธุรกิจขนาดเล็ก

เวลา วัน	09.00- 10.00 น.	10.00- 11.00 น.	11.00- 12.00 น.	12.00- 13.00 น.	13.00- 14.00 น.	14.00- 15.00 น.	15.00- 16.00 น.	ระยะเวลาเกินที่ กำหนด	รวมเวลา (ชั่วโมง)
จันทร์									5 ชั่วโมง 30 นาที
อังคาร									5 ชั่วโมง
พุธ									5 ชั่วโมง
พฤหัสบดี									5 ชั่วโมง
ศุกร์									5 ชั่วโมง

	ขั้นตอนการตรวจสอบสินค้า		ขั้นตอนการอบ		ขั้นตอนการรีด
	ขั้นตอนการทำความสะอาด		พักเที่ยง		ขั้นตอนการถ่ายรูป



จากตาราง 4-21 จะเห็นได้ว่าการปรับปรุงกระบวนการทำงานนั้นโดยบางกิจกรรมสามารถทำควบคู่กันไปได้โดยกิจกรรมที่ทำร่วมกัน คือ ขั้นตอนของการตรวจสอบสินค้ากับขั้นตอนการทำความสะอาดและขั้นตอนการอบ จึงทำให้สามารถลดระยะเวลาการทำงานลงไป ซึ่งก่อนจะปรับปรุงแผนการทำงานระยะเวลาการทำงานอยู่ที่ 5 ชั่วโมง 30 นาที เมื่อปรับปรุงแผนการทำงานแล้วนั้นมีเพียงวันจันทร์วันแรกที่มีระยะเวลาการทำงานที่เท่าเดิม และส่วนวันที่เหลือสามารถลดลงไปได้ 30 นาที อยู่ในกรอบเวลาภายใต้การทำงานที่ 8 ชั่วโมง ซึ่งในธุรกิจขนาดเล็กนี้ จึงไม่จำเป็นที่จะต้องออกแบบจำนวนแรงงานเนื่องจากระยะเวลาอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด โดยในธุรกิจขนาดเล็กนั้นเนื่องจากระยะเวลาอยู่ในช่วงเวลาที่กำหนด คือ 8 ชั่วโมงทั้งในตารางที่ 4-20 และตารางที่ 4-21 ดังนั้น ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการที่จะเลือกรูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม

#### 4.6.3 การเลือกเครื่องจักรในการทำงาน

จากการทำงานจะเห็นได้ว่ามีระยะเวลาที่ไม่สามารถปรับปรุงลดเวลาได้ด้วยการจ้างแรงงานหรือการออกแบบแผนการทำงาน เครื่องจักรจึงเป็นอุปกรณ์ที่สามารถทำให้เกิดการลดเวลาในการทำงานและเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ทำงาน โดยการเลือกเครื่องจักรนั้นจะใช้เกณฑ์ทางด้านคุณสมบัติและราคามาเป็นตัวชี้วัด โดยคิดค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรในการใช้งานอยู่ที่ 10 ปี โดยการเลือกเครื่องจักรในการทำงานนั้นจะมีการเลือก ดังนี้

เครื่องซักผ้าโดยการเลือกเครื่องซักผ้าที่คุณสมบัติสำคัญของเครื่องซักผ้าในธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดกลางคือความจุที่ 25 กิโลกรัม และในธุรกิจขนาดเล็กที่ 12.5 กิโลกรัม เป็นตัวเลือกหลัก จากนั้นจึงพิจารณาคุณสมบัติอื่นๆ โดยเครื่องซักผ้าขนาด 25 kg ถือเป็นเครื่องซักผ้าขนาดใหญ่โดยเครื่องซักผ้าขนาดใหญ่นั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ เครื่องซักผ้าแบบปกติที่ใช้กันตามครัวเรือนและเครื่องซักผ้าอุตสาหกรรม ซึ่งการเลือกประเภทเครื่องซักผ้าที่ขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งานโดยเมื่อเทียบกับชั่วโมงการทำงานต่อสัปดาห์แล้วนั้นอยู่ที่ 5 ชั่วโมง ดังนั้น การเลือกเครื่องซักผ้าจึงให้เครื่องซักผ้าที่ใช้ในครัวเรือนก็เพียงพอต่อการใช้งาน

ตารางที่ 4-22 แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเครื่องซักผ้าสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดกลาง

รูปสินค้า	แบรนด์/รุ่น สินค้า	คุณสมบัติ	ราคา (บาท)
	Haier/HWM250-1701D	ความจุในการซัก : 25 กิโลกรัม โปรแกรมซักด่วน : มี ระบบการซักพิเศษ : มี รับประกันมอเตอร์ : 12 ปี รับประกันตัวเครื่อง : 3 ปี ขนาดเครื่อง (ซม.) : 70.1 x 72.0 x 109.5 ซักแบบประหยัด : มี กำจัด/ป้องกันแบคทีเรียและเชื้อรา : มี ลดแรงสั่นสะเทือน/เสียงเบา : มี ระบบทำงานต่อเนื่องเมื่อไฟดับ : มี	29,990
	HITACHI SF-240XWV	ความจุในการซัก : 25 กิโลกรัม โปรแกรมซักด่วน : มี ระบบการซักพิเศษ : มี รับประกันมอเตอร์ : 12 ปี รับประกันตัวเครื่อง : 3 ปี ขนาดเครื่อง (ซม.) : 70.1x72.0x109.5 ซักแบบประหยัด : มี กำจัด/ป้องกันแบคทีเรียและเชื้อรา : มี ลดแรงสั่นสะเทือน/เสียงเบา : มี ระบบทำงานต่อเนื่องเมื่อไฟดับ : มี	26,990
	LG T2724SSAV	ความจุในการซัก : 24 กิโลกรัม โปรแกรมซักด่วน : มี ระบบการซักพิเศษ : มี รับประกันมอเตอร์ : 12 ปี รับประกันตัวเครื่อง : 1 ปี ขนาดเครื่อง (ซม.) : 68.6 x 102 x 72.1 ซักแบบประหยัด : มี กำจัด/ป้องกันแบคทีเรียและเชื้อรา : มี ลดแรงสั่นสะเทือน/เสียงเบา : มี ระบบทำงานต่อเนื่องเมื่อไฟดับ : มี	33,900

จากตารางแสดงที่ 4-22 การเลือกเครื่องจักรนั้นจากเกณฑ์ที่กำหนดจะอยู่ที่เครื่องซักผ้า HITACHI รุ่น SF-240XWV ขนาด 25 กิโลกรัม โดยมีราคาอยู่ที่ 26,990 บาท โดยกำหนดอายุการใช้งานที่ 10 ปี โดยการคิดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง ดังนี้

$$\text{คิดค่าเสื่อมราคาต่อปี} \quad 26,990 \div 10 = 2,699 \text{ บาท /ปี}$$




$$\text{คิดค่าเสื่อมราคาต่อเดือน} \quad 26,990 \div 120 = 224.91 \text{ บาท หรือประมาณ}$$

225 บาท/เดือน


ตารางที่ 4-23 แสดงค่าใช้จ่ายเครื่องจักรประเภทเครื่องซักผ้าในหนึ่งเดือน

ขนาดธุรกิจ	จำนวน เครื่องจักร	ราคา (บาท)	ค่าเสื่อม/เดือน (บาท)	ค่าไฟ (บาท)	ค่าน้ำ (บาท)
ขนาดใหญ่	2	53,380	450	575.18	78
ขนาดกลาง	1	26,690	225	287.59	39

ตารางที่ 4-24 แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเครื่องซักผ้าสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก [14]

รูปสินค้า	แบรนด์/รุ่น สินค้า	คุณสมบัติ	ราคา
	PANASONIC รุ่น NA-FS13X7LRC	ขนาดถังซัก (กิโลกรัม) : 13.5 รับประกันมอเตอร์ (ปี) : 10 รับประกันตัวเครื่อง (ปี) : 1 ระบบมอเตอร์ : INVERTER	15,490
	SAMSUNG รุ่น WA13F5S3QRY/ST	ขนาดถังซัก (กิโลกรัม) : 13 โปรแกรมการซัก : 6 โปรแกรม โปรแกรมซักดาวน์ : มี ระบบการซักพิเศษ : มี รับประกันมอเตอร์ (ปี) : 11 ขนาดเครื่อง (ซม.) : 61.0 x 103.0 x 67.0	11,190
	HAIER รุ่น HWM130-1701D	ขนาดถังซัก (กิโลกรัม) : 13 โปรแกรมการซัก : 12 โปรแกรม ระบบการซักพิเศษ : มี โปรแกรมซักดาวน์ : มี รับประกันมอเตอร์ (ปี) : 12 ขนาดเครื่อง (ซม.) : 61.0 x 109.5 x 62.0 รับประกันตัวเครื่อง (ปี) : 3 กำจัด/ป้องกันแบคทีเรีย และเชื้อรา : มี	14,990

ตารางที่ 4-24 แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเครื่องซักผ้าสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก [14] (ต่อ)

รูปสินค้า	แบรนด์/รุ่น สินค้า	คุณสมบัติ	ราคา
	HITACHI รุ่น SF-130 TCV	ขนาดถังซัก (กิโลกรัม) : 13 โปรแกรมการซัก : 12 โปรแกรม รับประกันมอเตอร์ (ปี) : 10 รับประกันตัวเครื่อง (ปี) : 1 ระบบมอเตอร์ : INVERTER	16,490

จากตารางแสดงที่ตารางที่ 4-24 การเลือกเครื่องจักรนั้นจากเกณฑ์ที่กำหนด จะอยู่ที่เครื่องซักผ้า SAMSUNG รุ่น WA13F5S3QRY/ST ขนาด 13 กิโลกรัม โดยมีราคาอยู่ที่ 11,190 บาท โดยกำหนดอายุการใช้งานที่ 10 ปี โดยการคิดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง ดังนี้

$$\text{คิดค่าเสื่อมราคาต่อปี} \quad 11,190 \div 10 = 1,119 \text{ บาท /ปี}$$

$$\text{คิด ค่าเสื่อมราคาต่อเดือน} \quad 11,190 \div 120 = 93.25 \text{ บาท หรือประมาณ}$$

94 บาท/เดือน

ตารางที่ 4-25 แสดงค่าใช้จ่ายเครื่องจักรประเภทเครื่องซักผ้าในหนึ่งเดือน

ขนาดธุรกิจ	จำนวน เครื่องจักร	ราคา (บาท)	ค่าเสื่อม/เดือน (บาท)	ค่าไฟ (บาท)	ค่าน้ำ (บาท)
ขนาดเล็ก	1	11,190	94	202.59	26

เครื่องอบผ้าโดยการเลือกเครื่องอบผ้าที่คุณสมบัติสำคัญของเครื่องซักผ้าใน ธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดกลาง คือ ความจุที่ 25 กิโลกรัม และในธุรกิจขนาดเล็กที่ 12.5 กิโลกรัม เป็นตัวเลือกหลัก จากนั้นจึงพิจารณาคุณสมบัติอื่นๆ โดยเรื่องซักอบผ้าขนาด 25 kg ถือเป็นเครื่องซักผ้า ขนาดใหญ่ โดยเครื่องซักผ้าขนาดใหญ่สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ เครื่องซักผ้าแบบปกติที่ ใช้กันตามครัวเรือนและเครื่องซักผ้าอุตสาหกรรม ซึ่งการเลือกประเภทเครื่องซักผ้าขึ้นอยู่กับลักษณะ การใช้งานโดยเมื่อเทียบกับชั่วโมงการทำงานต่อสัปดาห์แล้วนั้นอยู่ที่ 5 ชั่วโมง ดังนั้นการเลือกเครื่อง ซักผ้าจึงให้เครื่องซักผ้าที่ใช้ในครัวเรือนก็เพียงพอต่อการใช้งาน

ตารางที่ 4-26 แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเครื่องซักผ้าสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ [14]

รูปสินค้า	แบรนด์/รุ่นสินค้า	คุณสมบัติ	ราคา
	WHIRLPOOL รุ่น 3LWED4705FW	ขนาดถังอบ (กก) : 10.5 ระบบการอบแบบ : AIR VENTED AUTO DRY โปรแกรมการอบ : 13 ปรับระดับการอบ : 4	34,100
	LGรุ่น RC9066A3F. ABWP GST	ขนาดถังซัก (kg) : 10.5 เทคโนโลยี : Sensor Dry Smart diagnosis รับประกันมอเตอร์ (Year): 5 รับประกันตัวเครื่อง (Year):	25,998
	LGรุ่น RC9011A1	ขนาดถังซัก (kg) : 10.5 เทคโนโลยี :Sensor Dry Smart diagnosis รับประกันมอเตอร์ (Year):5 รับประกันตัวเครื่อง (Year):1	26,700

จากตารางที่ 4-26 การเลือกเครื่องจักรนั้นจากเกณฑ์ที่กำหนดจะอยู่ที่เครื่องอบผ้า LGรุ่น RC9066A3F.ABWP GST ขนาด 10.5 กิโลกรัม โดยมีราคาอยู่ที่ 25,998 บาท โดยกำหนดอายุการใช้งานที่ 10 ปี โดยการคิดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง ดังนี้

คิดค่าเสื่อมราคาต่อปี  $25,998 \div 10 = 2,599.8$  บาท หรือประมาณ 2,600 บาท/ปี คิดค่าเสื่อมราคาต่อเดือน  $25,998 \div 120 = 216.65$  บาท หรือประมาณ 217 บาท/เดือน

ตารางที่ 4-27 แสดงค่าใช้จ่ายเครื่องจักรประเภทเครื่องอบผ้าในหนึ่งเดือน

ขนาดธุรกิจ	จำนวนเครื่องจักร	ราคา (บาท)	ค่าเสื่อม/เดือน (บาท)	ค่าไฟ (บาท)
ขนาดใหญ่	5	129,990	1,085	1,202.63

ตารางที่ 4-28 แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเครื่องอบผ้าสำหรับธุรกิจขนาดกลาง (25kg/วัน) [14]

รูปสินค้า	แบรนด์/รุ่น สินค้า	คุณสมบัติ	ราคา
	WHIRLPOOL รุ่น 3LWED4705FW	ขนาดถังอบ (กก) : 10.5 ระบบการอบแบบ : AIR VENTED AUTO DRY โปรแกรมการอบ : 13 ปรับระดับการอบ : 4	34,100
	LG รุ่น RC9066A3F. ABWP GST	ขนาดถังซัก (kg) : 10.5 เทคโนโลยี : Sensor Dry Smart diagnosis รับประกันมอเตอร์ (Year):5 รับประกันตัวเครื่อง (Year):	25,998
	LGรุ่น RC9011A1	ขนาดถังซัก (kg) : 10.5 เทคโนโลยี :Sensor Dry Smart diagnosis รับประกันมอเตอร์ (Year): 5 รับประกันตัวเครื่อง (Year): 1	26,700

จากตารางแสดงที่ 4-28 การเลือกเครื่องจักรนั้นจากเกณฑ์ที่กำหนดจะอยู่ที่เครื่องอบผ้า LGรุ่น RC9066A3F.ABWP GST ขนาด 10.5 กิโลกรัม โดยมีราคาอยู่ที่ 25,998 บาท โดยกำหนดอายุการใช้งานที่ 10 ปี โดยการคิดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง ดังนี้

คิดค่าเสื่อมราคาต่อปี  $25,998 \div 10 = 2,599.8$  บาท หรือประมาณ 2,600 บาท/ปี

คิดค่าเสื่อมราคาต่อเดือน  $25,998 \div 120 = 216.65$  บาท หรือประมาณ 217 บาท/เดือน

ในการเลือกเครื่องอบผ้านั้นโดยมีความจุรวมอยู่ที่ 25 กิโลกรัม ซึ่งจากตารางการเลือกได้ทำการเลือกเครื่องจักรที่มีความจุรวมกัน ที่ 21 กิโลกรัม ซึ่งยังขาดอยู่อีก 4 กิโลกรัม แต่เนื่องด้วยเครื่องอบผ้าที่อยู่ในท้องตลาดนั้นมีการผลิตขั้นต่ำความจุอยู่ที่ 7 กิโลกรัมซึ่งแสดงให้เห็นดังตารางที่ 4-29

ตารางที่ 4-29 แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเครื่องอบผ้าสำหรับธุรกิจขนาดกลาง (25kg)/วัน [14]

รูปสินค้า	แบรนด์/รุ่น สินค้า	คุณสมบัติ	ราคา
	BEKO รุ่น DU8133PAOW	ขนาดถังอบ (กก) : 8 ระบบการอบแบบ : CONDENSING โปรแกรมการอบ : 16 ระบบป้องกันผ้ายับ : มี รับประกันมอเตอร์ (Year) : 5 รับประกันตัวเครื่อง (Year) : 2	20,490
	INDESIT รุ่น IDV 75-EU +	ขนาดถังอบ (กก) : 7 ระบบการอบแบบ : AIR VENTED โปรแกรมการอบ : 12 ปรับระดับการอบ : REMAINING TIME รับประกันมอเตอร์ (Year) : 10 รับประกันตัวเครื่อง (Year) : 2	17,900
	ELECTROLUX รุ่น EDV705HQWA	ขนาดถังอบแห้ง (กิโลกรัม) : 7 ระบบอบ:VENTING รับประกันมอเตอร์ (ปี) : 2 รับประกันตัวเครื่อง (ปี) : 2	15,990

จากตารางที่ 4-29 การเลือกเครื่องจักรนั้นจากเกณฑ์ที่กำหนดจะอยู่ที่เครื่องอบผ้า INDESIT รุ่น IDV 75-E+ ขนาด 7 กิโลกรัม โดยมีราคาอยู่ที่ 17,900 บาท ซึ่งเมื่อพิจารณาจากเกณฑ์ที่วางไว้ที่ราคาที่ถูกที่สุด ซึ่งราคาไม่ได้ถูกที่สุดจากตัวเลือกดังตาราง 4-32 แต่เมื่อพิจารณาถึง

การประกันมอเตอร์ซึ่งเป็นระยะ 10 ปี ครบกำหนดการใช้งานและราคาที่แตกต่างกันเพียง 2,000 บาท จึงเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจกว่า

คิดค่าเสื่อมราคาต่อปี  $17900 \div 10 = 1,790$  บาท /ปี

คิดค่าเสื่อมราคาต่อเดือน  $17900 \div 120 = 149.1$  บาท หรือประมาณ 150 บาท/เดือน

ตารางที่ 4-30 แสดงค่าใช้จ่ายเครื่องจักรประเภทเครื่องอบผ้าในหนึ่งเดือน


ขนาดธุรกิจ	แบรนด์/รุ่นสินค้า	จำนวนเครื่องจักร	ราคา (บาท)	ค่าเสื่อม/เดือน (บาท)	ค่าไฟ (บาท)
ขนาดกลาง	LGรุ่น RC9011A1	2	51,996	434	405.18
	INDESITรุ่น IDV 75-EU	1	17,990	150	180.08

ตารางที่ 4-31 แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเครื่องอบผ้าสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก (12.5 kg/วัน) [14]

รูปสินค้า	แบรนด์/รุ่นสินค้า	คุณสมบัติ	ราคา
	BEKO รุ่น DU8133PAOW	ขนาดถังอบ (กก) : 8 ระบบการอบแบบ : CONDENSING โปรแกรมการอบ : 16 ระบบป้องกันผ้ายับ : มี รับประกันมอเตอร์ (Year) : 5 รับประกันตัวเครื่อง (Year) : 2	20,490
	INDESIT รุ่น IDV 75-EU +	ขนาดถังอบ (กก) : 7 ระบบการอบแบบ : AIR VENTED โปรแกรมการอบ : 12 ปรับระดับการอบ : REMAINING TIME รับประกันมอเตอร์ (Year) : 10 รับประกันตัวเครื่อง (Year) : 2	17,900



ตารางที่ 4-31 แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเครื่องอบผ้าสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก (12.5kg/วัน) [14]  
(ต่อ)

รูปสินค้า	แบรนด์/รุ่น สินค้า	คุณสมบัติ	ราคา
	ELECTROLUX รุ่น EDV705HQWA	ขนาดถังอบแห้ง (กิโลกรัม) : 7 ระบบอบ : VENTING รับประกันมอเตอร์ (ปี) : 2 รับประกันตัวเครื่อง (ปี) : 2	15,990

จากตารางแสดงที่ 4-31 การเลือกเครื่องจักรนั้นจากเกณฑ์ที่กำหนดจะอยู่ที่เครื่องอบผ้า INDESIT รุ่น IDV 75-E+ ขนาด 7 กิโลกรัม โดยมีราคาอยู่ที่ 17,900 บาท ซึ่งเมื่อพิจารณาจากเกณฑ์ที่วางไว้ที่ราคาที่ถูกที่สุด ซึ่งราคาไม่ได้ถูกที่สุดจากตัวเลือกดังตารางที่ 4-33 แต่เมื่อพิจารณาถึงการรับประกันมอเตอร์ซึ่งเป็นระยะ 10 ปี ครบกำหนดการใช้งานและราคาที่ต่างกันเพียง 2,000 บาท จึงเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจกว่า

คิดค่าเสื่อมราคาต่อปี  $17900 \div 10 = 1,790$  บาท /ปี

คิดค่าเสื่อมราคาต่อเดือน  $17900 \div 120 = 149.1$  บาท หรือประมาณ 150

บาท/เดือน

ตารางที่ 4-32 แสดงค่าใช้จ่ายเครื่องจักรประเภทเครื่องอบผ้าในหนึ่งเดือน

แบรนด์/ รุ่นสินค้า	จำนวน เครื่องจักร	ราคา (บาท)	ค่าเสื่อม/เดือน (บาท)	ค่าไฟ (บาท)
INDESIT รุ่น IDV 75-EU +	2	35,980	300	360.16

เตารีดอุตสาหกรรมในการเลือกเตารีดนั้นจะเลือกในรูปแบบของเตารีดไอน้ำ อุตสาหกรรมอันเนื่องมาจากการใช้ที่ค่อนข้างหนัก และการรีดที่ทำได้อย่างรวดเร็วมากกว่าเตารีดปกติและเวลาที่สามารถใช้งานได้ต่อเนื่อง ซึ่งแสดงให้เห็น ดังตารางที่ 4-33

ตารางที่ 4-33 แสดงตัวเลือกเครื่องจักรประเภทเตารีดผ้าอุตสาหกรรม [15]

รูปสินค้า	แบรนด์/รุ่น สินค้า	คุณสมบัติ	ราคา
	Shengtai รุ่น ST-75	<p>มีระบบควบคุมความร้อนอัตโนมัติ มีมาตรวัดน้ำ – สามารถออกแบบพิเศษเพื่อกันน้ำรั่ว</p> <p>ใช้ไฟ 220 V</p> <p>หม้อต้มใช้ไฟ 1000 W</p> <p>เตารีดใช้ไฟ 900 W</p> <p>แรงดันไอน้ำ 3.9 ba</p> <p>จุน้ำได้ 1.8 L</p> <p>ใช้งานต่อเนื่องได้ 3 ชั่วโมง</p> <p>มีวาล์วสำหรับปรับความแรงไอน้ำ</p>	7,500
	Shengtai รุ่น ST-6	<p>มีระบบควบคุมความร้อนอัตโนมัติ มีมาตรวัดน้ำ – สามารถออกแบบพิเศษเพื่อกันน้ำรั่ว</p> <p>ใช้ไฟ 220 V</p> <p>หม้อต้มใช้ไฟ 1000 W</p> <p>เตารีดใช้ไฟ 900 W</p> <p>แรงดันไอน้ำ 3.9 bar</p> <p>จุน้ำได้ 4 L</p> <p>ใช้งานต่อเนื่องได้ 6-10 ชั่วโมง</p> <p>มีวาล์วสำหรับปรับความแรงไอน้ำ</p>	8,900
	Silverstar รุ่น ES-94A	<p>มีระบบควบคุมความร้อนอัตโนมัติ มีมาตรวัดน้ำ – สามารถออกแบบพิเศษเพื่อกันน้ำรั่ว</p> <p>ใช้ไฟ 220 V</p> <p>หม้อต้มใช้ไฟ 1000 W</p> <p>เตารีดใช้ไฟ 900 W</p> <p>แรงดันไอน้ำ 3.9 bar</p> <p>จุน้ำได้ 4 L</p> <p>ใช้งานต่อเนื่องได้ 4-6 ชั่วโมง</p> <p>มีวาล์วสำหรับปรับความแรงไอน้ำ</p>	4,500

จากตารางแสดงที่ 4-33 การเลือกเครื่องจักรนั้นจากเกณฑ์ที่กำหนดจะอยู่ที่ เตารีดผ้ารุ่น Silverstar รุ่น ES-94A โดยมีราคาอยู่ที่ 4,500 บาท โดยกำหนดอายุการใช้งานที่ 10 ปี โดยการคิด ค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง ดังนี้

$$\text{คิดค่าเสื่อมราคาต่อปี} \quad 4,500 \div 10 = 450 \text{ บาท /ปี}$$

$$\text{คิดค่าเสื่อมราคาต่อเดือน} \quad 4,500 \div 120 = 37.5 \text{ บาท หรือประมาณ 38}$$

บาท/เดือน

**ตารางที่ 4-34** แสดงค่าใช้จ่ายเครื่องจักรประเภทเครื่องรีดผ้าอุตสาหกรรมในหนึ่งเดือน

ขนาดธุรกิจ	จำนวนเครื่องจักร	ราคา (บาท)	ค่าเสื่อม/เดือน (บาท)	ค่าไฟ (บาท)	ค่าน้ำ (บาท)
ขนาดใหญ่	2	9,000	76	982	20
ขนาดกลาง	1	4,500	38	441	10
ขนาดเล็ก	1	4,500	38	352.73	5

สตูดิโอถ่ายรูปใช้เพื่อการถ่ายรูป เพื่อให้เกิดความสวยงามของภาพที่ออกมา และเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของสินค้าให้มากยิ่งขึ้น

**ตารางที่ 4-35** แสดงตัวเลือกประเภทสตูดิโอถ่ายสินค้า

รูปสินค้า	แบรนด์/รุ่นสินค้า	คุณสมบัติ	ราคา
	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาฉากขนาด 2.3x2 เมตร =1</li> <li>- ฉากสีขาว ขนาด 3x4 เมตร =1</li> <li>- Softbox 50 x 70 LED 1 ดวง = 3</li> <li>- ไฟ LED E27 30W =3</li> <li>- ขาตั้งไฟ 2 เมตร =2</li> <li>- ขาตั้งไฟ 2.8 เมตร = 1</li> <li>- แขนตัว T ต่อขาตั้งไฟ =1</li> </ul>	6,590
	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาฉากขนาด 2.8x3 เมตร =1</li> <li>- ฉากสีขาว ขนาด 2x4 เมตร =1</li> <li>- Softbox 50x70 LED 1 ดวง =3</li> <li>- ไฟ LED E27 30W =2</li> <li>- ขาตั้งไฟ 2 เมตร =2</li> <li>- ขาตั้งไฟ 2.8 เมตร = 1</li> </ul>	9,900

จากตารางที่ 4-35 การเลือกเครื่องจักรนั้นจากเกณฑ์ที่กำหนดจะอยู่ที่เตารีดผ้ารุ่น Silverstar รุ่น ES-94A โดยมีราคาอยู่ที่ 4,500 บาท โดยกำหนดอายุการใช้งานที่ 10 ปี โดยการคิดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง ดังนี้

$$\text{คิดค่าเสื่อมราคาต่อปี} \quad 6,590 \div 10 = 659 \text{ บาท / ปี}$$

คิดค่าเสื่อมราคาต่อเดือน  $6,590 \div 120 = 54.91$  บาท หรือประมาณ 55 บาท/เดือน

**ตารางที่ 4-36** แสดงค่าใช้จ่ายสตูดิโอถ่ายภาพในหนึ่งเดือน

ขนาดธุรกิจ	จำนวนเครื่องจักร	ราคา (บาท)	ค่าเสื่อม/เดือน (บาท)	ค่าไฟ (บาท)
ขนาดใหญ่	2	9,000	76	982
ขนาดกลาง	1	4,500	38	441
ขนาดเล็ก	1	4,500	38	352.73

#### 4.6.4 สรุปค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 4-37 แสดงการลงทุนในธุรกิจขนาดต่างๆ

ขนาดธุรกิจ	เครื่องซักผ้า		เครื่องอบผ้า		เตารีดอุตสาหกรรม		สตูดิโอถ่ายรูป		รวม (บาท)
	จำนวน (เครื่อง)	ราคา (บาท)	จำนวน (เครื่อง)	ราคา (บาท)	จำนวน (เครื่อง)	ราคา (บาท)	จำนวน (เครื่อง)	ราคา (บาท)	
ใหญ่	2	53,380	5	129,990	2	9,000	1	6,590	198,960
กลาง	1	26,690	3	69,986	1	4,500	1	6,590	107,766
เล็ก	1	11,190	2	35,980	1	4,500	1	6,590	58,260

ตารางที่ 4-38 แสดงต้นทุนค่าดำเนินการในธุรกิจต่อเดือน

ขนาด ธุรกิจ	ค่าเสื่อม ราคา เครื่อง ซักผ้า (บาท)	ค่าเสื่อม ราคา เครื่อง อบผ้า (บาท)	ค่าเสื่อม ราคา เครื่อง รีดผ้า (บาท)	ค่าเสื่อม ราคา สตูดิโอ (บาท)	ค่า อุปกรณ์ มือถือ (บาท)	ค่าแรง คนงาน (บาท)	ค่าไฟ (บาท)	ค่าน้ำ (บาท)	ค่าขนส่ง ทางเรือ (บาท)	ค่า การตลาด (บาท)	ค่าสถานที่ (บาท)	เงินเดือน ผู้บริหาร (บาท)	รวม (บาท)
ใหญ่	450	1,085	76	55	1,500	16,000	2788.61	98	54,000	10,000	5,000	20,000	111,052.61
ขนาดกลาง	225	584	38	55	750	8,000	1341.39	49	27,000	5,000	5,000	15,000	58,042.39
เล็ก	94	300	38	55	434	5,000	943.98	31	13,500	2,500	5,000	10,000	37,895.98

## 4.7 การวิเคราะห์ทางการเงิน

### 4.7.1 การวิเคราะห์ผลประกอบการของธุรกิจ

จากข้อมูลตารางต้นทุนของสินค้าในแต่ละประเภททำให้สามารถทราบถึงผลประกอบการของธุรกิจในสินค้าประเภทต่างๆ โดยจะแบ่งตามความสามารถของการขายในช่วงยอดขายที่ต่างกัน

ตารางที่ 4-39 แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเสื้อยืด (คิดราคาขายที่ 150% ของต้นทุน)

จำนวนสินค้า (ชิ้น)	ต้นทุนสินค้า (บาท)	ต้นทุนรวม (บาท)	ยอดขาย		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
4,000	480,000	591,052.61	10	120,000	-471,052.61
4,000	480,000	591,052.61	20	240,000	-351,052.61
4,000	480,000	591,052.61	30	360,000	-231,052.61
4,000	480,000	591,052.61	40	480,000	-111,052.61
4,000	480,000	591,052.61	50	600,000	8,947.39
4,000	480,000	591,052.61	60	720,000	128,947.39
4,000	480,000	591,052.61	70	840,000	248,947.39
4,000	480,000	591,052.61	80	960,000	368,947.39
4,000	480,000	591,052.61	90	1,080,000	488,947.39
4,000	480,000	591,052.61	100	1,200,000	608,947.39

จากตารางที่ 4-39 ในการลงทุนจะมีผลกำไรเมื่อยอดขายสินค้ามียอดขายตั้งแต่ 50% ขึ้นไป และยอดขายที่ต่ำกว่า 50% เป็นยอดขายที่ทำให้ธุรกิจขาดทุน ซึ่งส่งผลไม่ดีต่อการทำธุรกิจ โดยมีกำไรสูงสุดอยู่ที่ 608,947.39 บาท/เดือน

ตัวอย่างวิธีคิด ยอดขายที่ 100%

$$\begin{aligned} \text{ต้นทุนสินค้า} &= (\text{ต้นทุนดำเนินการ (ตารางที่)} + \text{ราคาสินค้า}) \\ &= 111,052.61 + 480,000 = 591,052.61 \text{ บาท} \\ \text{จำนวนยอดขายที่ 100\%} &= 4,000 \text{ ตัว} \\ \text{ราคาตัวละ} &= 300 \text{ บาท} \\ \text{ราคารวม } 4,000 \times 300 &= 1,200,000 \text{ บาท} \\ \text{คิดกำไรขาดทุน} &= \text{ราคารวม} - \text{ต้นทุน} \\ &= 1,200,000 - 591,052.61 = 608,947.39 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ตารางที่ 4-40 แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเสื้อแจ็กเก็ต (คิดราคาขายที่ 150% ของต้นทุน)

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ต้นทุน สินค้า (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
3,000	900,000	1,011,052.61	10	225,000	-786,052.61
3,000	900,000	1,011,052.61	20	450,000	-561,052.61
3,000	900,000	1,011,052.61	30	675,000	-336,052.61
3,000	900,000	1,011,052.61	40	900,000	-111,052.61
3,000	900,000	1,011,052.61	50	1,250,000	238,947.39
3,000	900,000	1,011,052.61	60	1,350,000	338,947.39
3,000	900,000	1,011,052.61	70	1,575,000	563,947.39
3,000	900,000	1,011,052.61	80	1,800,000	788,947.39
3,000	900,000	1,011,052.61	90	2,025,000	1,013,947.39
3,000	900,000	1,011,052.61	100	2,250,000	1,238,947.39

จากตารางที่ 4-40 ในการลงทุนจะมีผลกำไรเมื่อยอดขายสินค้ามียอดขายตั้งแต่ 50% ขึ้นไป และยอดขายที่ต่ำกว่า 50% เป็นยอดขายที่ทำให้ธุรกิจขาดทุนซึ่งส่งผลไม่ดีต่อการทำธุรกิจ โดยมรกำไรสูงสุดอยู่ที่ 1,238,947.39 บาท/เดือน

ตัวอย่างวิธีคิด ยอดขายที่ 100%

$$\begin{aligned}
 \text{ต้นทุนสินค้า} &= (\text{ต้นทุนดำเนินงานกิจการ (ตารางที่)} + \text{ราคาสินค้า}) \\
 &= 111,052.61 + 900,000 = 1,011,052.61 \text{ บาท} \\
 \text{จำนวนยอดขายที่ 100\%} &= 3,000 \text{ ตัว} \\
 \text{ราคาตัวละ} &= 750 \text{ บาท} \\
 \text{ราคารวม } 3,000 \times 750 &= 2,250,000 \text{ บาท} \\
 \text{คิดกำไรขาดทุน} &= \text{ราคารวม} - \text{ต้นทุน} \\
 &= 2,250,000 - 1,011,052.61 = 1,238,947.39 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

**ตารางที่ 4-41** แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อผ้า (คิดราคาขายที่ 150% ของต้นทุน)

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ต้นทุน สินค้า (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
2,000	240,000	298,042.39	10	60,000	<b>-238,042.39</b>
2,000	240,000	298,042.39	20	120,000	<b>-178,042.39</b>
2,000	240,000	298,042.39	30	180,000	<b>-118,042.39</b>
2,000	240,000	298,042.39	40	240,000	<b>-58,042.39</b>
2,000	240,000	298,042.39	50	300,000	1,957.61
2,000	240,000	298,042.39	60	360,000	61,957.61
2,000	240,000	298,042.39	70	420,000	121,957.61
2,000	240,000	298,042.39	80	480,000	181,957.61
2,000	240,000	298,042.39	90	540,000	241,957.61
2,000	240,000	298,042.39	100	600,000	301,957.61

จากตารางที่ 4-41 ในการลงทุนจะมีผลกำไรเมื่อยอดขายสินค้ามียอดขายตั้งแต่ 50% ขึ้นไป และยอดขายที่ต่ำกว่า 50% เป็นยอดขายที่ทำให้ธุรกิจขาดทุนซึ่งส่งผลไม่ดีต่อการทำธุรกิจ โดยมีกำไรสูงสุดอยู่ที่ 301,957.61 บาท / เดือน

**ตารางที่ 4-42** แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อแจ๊คเก็ต (คิดราคาขายที่ 150% ของต้นทุน)

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ราคา (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
1,500	450,000	508,042.39	10	112,250	<b>-395,792.39</b>
1,500	450,000	508,042.39	20	225,000	<b>-283,042.39</b>
1,500	450,000	508,042.39	30	337,500	<b>-170,542.39</b>
1,500	450,000	508,042.39	40	450,000	<b>-58,042.39</b>
1,500	450,000	508,042.39	50	562,500	54,457.61
1,500	450,000	508,042.39	60	675,000	166,957.61
1,500	450,000	508,042.39	70	787,500	279,457.61
1,500	450,000	508,042.39	80	900,000	391,957.61
1,500	450,000	508,042.39	90	1,012,500	504,457.61
1,500	450,000	508,042.39	100	1,125,000	616,957.61



จากตารางที่ 4-42 ในการลงทุนจะมีผลกำไรเมื่อยอดขายสินค้ามียอดขายตั้งแต่ 50% ขึ้นไป และยอดขายที่ต่ำกว่า 50% เป็นยอดขายที่ทำให้ธุรกิจขาดทุนซึ่งส่งผลไม่ดีต่อนการทำธุรกิจ โดยมีกำไรสูงสุดอยู่ที่ 616,957.61 บาท / เดือน

**ตารางที่ 4-43** แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อยืด (คิดราคาขายที่ 150% ของต้นทุน)

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ราคา (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย (บาท)		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
1,000	120,000	157,895.98	10	30,000	-127,895.98
1,000	120,000	157,895.98	20	60,000	-97,895.98
1,000	120,000	157,895.98	30	90,000	-67,895.98
1,000	120,000	157,895.98	40	120,000	-37,895.98
1,000	120,000	157,895.98	50	150,000	-7,895.98
1,000	120,000	157,895.98	60	180,000	22,104.02
1,000	120,000	157,895.98	70	210,000	52,104.02
1,000	120,000	157,895.98	80	240,000	82,104.02
1,000	120,000	157,895.98	90	270,000	112,104.02
1,000	120,000	157,895.98	100	300,000	142,104.02

จากตารางที่ 4-43 ในการลงทุนจะมีผลกำไรเมื่อยอดขายสินค้ามียอดขายตั้งแต่ 60% ขึ้นไป และยอดขายที่ต่ำกว่า 50% เป็นยอดขายที่ทำให้ธุรกิจขาดทุนซึ่งส่งผลไม่ดีต่อนการทำธุรกิจ โดยมีกำไรสูงสุดอยู่ที่ 142,104.02 บาท/เดือน

**ตารางที่ 4-44** แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อแจ็กเก็ต (คิดราคาขายที่ 150% ของต้นทุน)

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ราคา (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย (บาท)		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
750	225,000	262,895.98	10	56,250	<b>-206,645.98</b>
750	225,000	262,895.98	20	112,500	<b>-150,395.98</b>
750	225,000	262,895.98	30	168,750	<b>-94,145.98</b>
750	225,000	262,895.98	40	225,000	<b>-37,895.98</b>
750	225,000	262,895.98	50	281,250	18,354.02
750	225,000	262,895.98	60	337,500	74,604.02
750	225,000	262,895.98	70	393,750	130,854.02
750	225,000	262,895.98	80	450,000	187,104.02
750	225,000	262,895.98	90	506,250	243,354.02
750	225,000	262,895.98	100	562,500	299,604.02

จากตารางที่ 4-44 ในการลงทุนจะมีผลกำไรเมื่อยอดขายสินค้ามียอดขายตั้งแต่ 60% ขึ้นไป และยอดขายที่ต่ำกว่า 50% เป็นยอดขายที่ทำให้ธุรกิจขาดทุนซึ่งส่งผลไม่ดีต่อการทำธุรกิจ โดยมีกำไรสูงสุดอยู่ที่ 299,604.02/ เดือน

#### 4.7.2 การวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน

การวิเคราะห์ทางการเงินเพื่อแสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าในการลงทุนการตัดสินใจในการลงทุนโดยการวิเคราะห์จะใช้ผลของค่า NPV, IRR และ PB ในการตัดสินใจในการลงทุนประกอบธุรกิจโดยเวลาที่ใช้ประกอบกิจการอยู่ที่ 10 ปี แบ่งสินค้าเป็นสองประเภทและขนาดธุรกิจที่สามระดับ โดยยอดขายที่เอามาวิเคราะห์นั้นจะนำยอดขายที่เริ่มมีกำไรมาวิเคราะห์

**ตารางที่ 4-45** แสดงผลทางการเงินของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเสื้อยืด

ยอดขาย (%) ของสินค้าในสต็อก	NPV	IRR (%)	ระยะเวลาคืนทุน (เดือน)
50%	460,774.06	53	22.23
60%	8,828,950.84	778	1.54
70%	17,677,127.32	1,501	0.79
80%	26,525,303.96	2,225	0.53
90%	35,373,480.59	2,949	0.40
100%	46,520,100.30	3,679	0.32

จากตารางที่ 4-45 ที่ยอดขายตั้งแต่ 50% มี NPV และ IRR เป็นค่าบวก ซึ่งเป็นผลดีต่อการตัดสินใจในการทำธุรกิจ ซึ่งระยะเวลาคืนทุนที่มากที่สุดอยู่ที่ 22.23 เดือน และระยะเวลาคืนทุนเร็วที่สุดอยู่ที่ 0.32 เดือน

**ตารางที่ 4-46** แสดงผลทางการเงินของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเสื้อแจ็กเก็ต

ยอดขาย (%) ของสินค้าในสต็อก	NPV	IRR (%)	ระยะเวลาคืนทุน (เดือน)
50%	18,424,774.50	1,441	0.83
60%	26,218,847.71	2,044	0.58
70%	43,755,512.42	3,401	0.35
80%	61,292,177.14	4,785	0.25
90%	78,828,841.85	6,115	0.19
100%	96,365,506.56	7,473	0.16

จากตารางที่ 4-46 ที่ยอดขายตั้งแต่ 50% มี npv และ irr เป็นค่าบวกซึ่งเป็นผลดีต่อการตัดสินใจในการทำธุรกิจ ซึ่งระยะเวลาคืนทุนที่มากที่สุดอยู่ที่ 0.83 เดือน และระยะเวลาคืนทุนเร็วที่สุดอยู่ที่ 0.16 เดือน

**ตารางที่ 4-47** แสดงผลทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อยืด

ยอดขาย (%) ของสินค้าในสต็อก	NPV	IRR (%)	ระยะเวลาคืนทุน (เดือน)
50%	36,577.99	17	55.04
60%	4,220,666.31	690	1.73
70%	8,644,754.62	1,358	0.88
80%	13,068,842.94	2,026	0.59
90%	17,492,931.26	2,694	0.44
100%	21,917,019.57	3,362	0.35

จากตารางที่ 4-47 ที่ยอดขายตั้งแต่ 50% มี NPV และ IRR เป็นค่าบวกซึ่งเป็นผลดีต่อการตัดสินใจในการทำธุรกิจ ซึ่งระยะเวลาคืนทุนที่มากที่สุดอยู่ที่ 55.04 เดือน และระยะเวลาคืนทุนเร็วที่สุดอยู่ที่ 0.35 เดือน

**ตารางที่ 4-48** แสดงผลทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อแจ็คเก็ต

ยอดขาย (%) ของสินค้าในสต็อก	NPV	IRR (%)	ระยะเวลาคืนทุน (เดือน)
50%	3,907,655.27	606	1.97
60%	12,202,820.86	1,859	0.64
70%	20,497,986.45	3,112	0.38
80%	28,793,152.05	4,365	0.27
90%	37,088,317.64	5,617	0.21
100%	45,383,483.23	6,870	0.17

จากตารางที่ 4-48 ที่ยอดขายตั้งแต่ 50% มี NPV และ IRR เป็นค่าบวกซึ่งเป็นผลดีต่อการตัดสินใจในการทำธุรกิจ ซึ่งระยะเวลาคืนทุนที่มากที่สุดอยู่ที่ 1.97 เดือน และระยะเวลาคืนทุนเร็วที่สุดอยู่ที่ 0.17 เดือน

**ตารางที่ 4-49** แสดงผลทางการเงินของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อยืด

ยอดขาย(%) ของสินค้าในสต็อก	NPV	IRR (%)	ระยะเวลาคืนทุน (เดือน)
60%	1,571,575.61	455	2.63
70%	3,783,619.77	1,073	1.11
80%	5,995,663.93	1,691%	0.70
90%	8,207,708.08	2,309%	0.51
100%	10,419,752.24	2,927%	0.40

จากตารางที่ 4-49 ที่ยอดขายตั้งแต่ 60% มี NPV และ IRR เป็นค่าบวกซึ่งเป็นผลดีต่อการตัดสินใจในการทำธุรกิจ ซึ่งระยะเวลาคืนทุนที่มากที่สุดอยู่ที่ 2.63 เดือน และระยะเวลาคืนทุนเร็วที่สุดอยู่ที่ 0.40 เดือน

**ตารางที่ 4-50** แสดงผลทางการเงินของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อแจ็คเก็ต

ยอดขาย(%) ของสินค้าในสต็อก	NPV	IRR (%)	ระยะเวลาคืนทุน (เดือน)
50%	1,295,070.09	378	3.17
60%	5,442,652.89	1,537	0.78
70%	9,590,235.68	2,659	0.44
80%	13,737,818.48	3,854	0.31
90%	17,885,401.28	5,012	0.23
100%	23,164,965.23	6,177	0.19

จากตารางที่ 4-50 ที่ยอดขายตั้งแต่ 50% มี NPV และ IRR เป็นค่าบวกซึ่งเป็นผลดีต่อการตัดสินใจในการทำธุรกิจ ซึ่งระยะเวลาคืนทุนที่มากที่สุดอยู่ที่ 3.17 เดือน และระยะเวลาคืนทุนเร็วที่สุดอยู่ที่ 0.19 เดือน

#### 4.7.3 เปรียบเทียบผลกำไรโดยใช้จำนวนเงินในการลงทุนเป็นเกณฑ์

การเปรียบเทียบผลกำไรโดยใช้ต้นทุนของสินค้าเป็นเกณฑ์เป็นการเปรียบเทียบระหว่างกำไรของยอดขายสินค้าในแต่ละช่วงของระบบใหม่กับระบบที่ทำการใช้อยู่ ณ ปัจจุบัน โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อทดสอบสินค้าในและประเภท ดังนี้

กระสอบสินค้าประเภทเสื่อยืด = 10,000 บาท จำนวน 200 ตัว

กระสอบสินค้าประเภทเสื่อแจคเก็ต 15,000 บาท จำนวน 150 ตัว

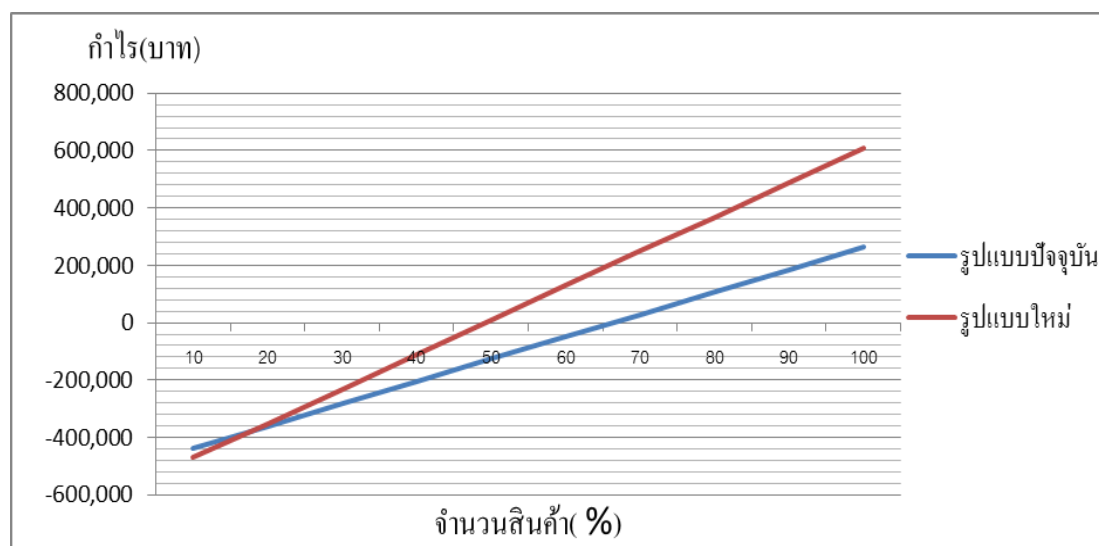
ตารางที่ 4-51 แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเสื่อยืดในระบบใหม่

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ต้นทุน สินค้า (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย (บาท)		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
4,000	480,000	591,052.61	10	120,000	-471,052.61
4,000	480,000	591,052.61	20	240,000	-351,052.61
4,000	480,000	591,052.61	30	360,000	-231,052.61
4,000	480,000	591,052.61	40	480,000	-111,052.61
4,000	480,000	591,052.61	50	600,000	8,947.39
4,000	480,000	591,052.61	60	720,000	128,947.39
4,000	480,000	591,052.61	70	840,000	248,947.39
4,000	480,000	591,052.61	80	960,000	368,947.39
4,000	480,000	591,052.61	90	1,080,000	488,947.39
4,000	480,000	591,052.61	100	1,200,000	608,947.39

ตารางที่ 4-52 แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเลี้ยงสัตว์ในระบบปัจจุบัน

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ราคา (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
2,592	480,000	515,409	10	77,760	-437,649
2,592	480,000	515,409	20	155,520	-359,889
2,592	480,000	515,409	30	233,280	-282,129
2,592	480,000	515,409	40	311,040	-204,369
2,592	480,000	515,409	50	388,800	-126,609
2,592	480,000	515,409	60	466,560	-48,849
2,592	480,000	515,409	70	544,320	28,911
2,592	480,000	515,409	80	622,080	106,671
2,592	480,000	515,409	90	699,840	184,431
2,592	480,000	515,409	100	777,600	262,191

จากตารางที่ 4-51 และ 4-52 สามารถนำข้อมูลมาเปรียบเทียบและแสดงให้เห็นถึงการเปรียบเทียบผลกำไรที่ต่างกันดังรูปที่ 4-1



รูปที่ 4-1 แสดงการเปรียบเทียบผลกำไรระหว่างการขายเลี้ยงสัตว์ในระบบปัจจุบันและระบบใหม่

จากรูปที่ 4-1 จะเห็นว่ารูปแบบใหม่นั้นสามารถทำผลกำไรได้มากกว่าในรูปแบบปัจจุบันเห็นได้กำไรสินค้าในช่วงยอดขายต่างๆ นั้นในระบบใหม่สามารถทำกำไรได้ที่ยอดขาย 50% (2,000 ตัว) และระบบปัจจุบันสามารถทำกำไรที่ยอดขาย 70% (1,815 ตัว) ซึ่งยอดขายในระบบเก่า

สามารถทำกำไรได้เร็วกว่าจากจำนวนสินค้าที่ขาย แต่เมื่อวัดที่ผลกำไรสูงสุดในระบบใหม่มีผลกำไรสูง  
กว่าถึง 346,756.39 บาท

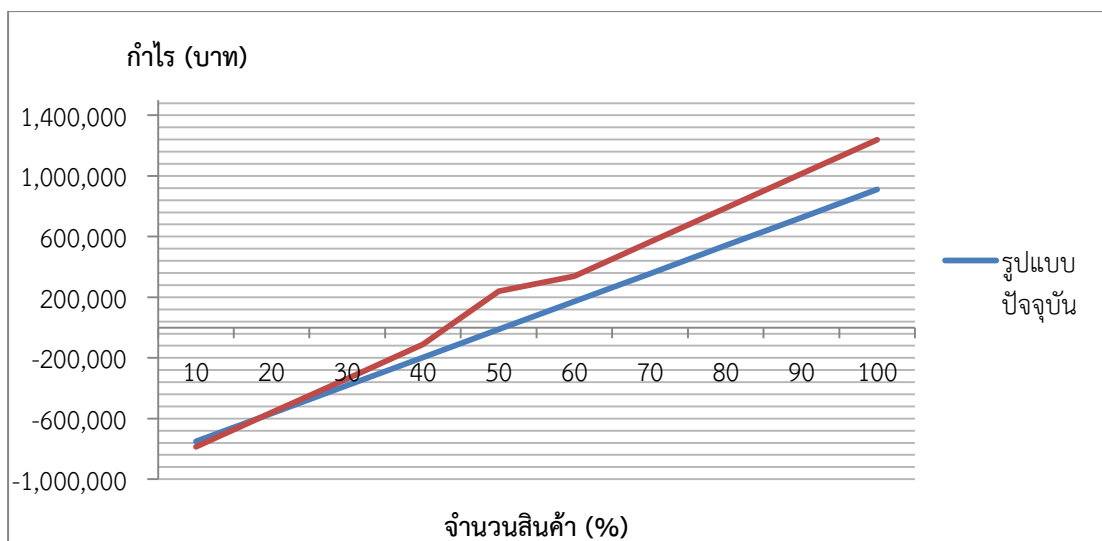
**ตารางที่ 4-53** แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทแจ๊คเก็ตในระบใหม่

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ต้นทุน สินค้า (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
3,000	900,000	1,011,052.61	10	225,000	-786,052.61
3,000	900,000	1,011,052.61	20	450,000	-561,052.61
3,000	900,000	1,011,052.61	30	675,000	-336,052.61
3,000	900,000	1,011,052.61	40	900,000	-111,052.61
3,000	900,000	1,011,052.61	50	1,250,000	238,947.39
3,000	900,000	1,011,052.61	60	1,350,000	338,947.39
3,000	900,000	1,011,052.61	70	1,575,000	563,947.39
3,000	900,000	1,011,052.61	80	1,800,000	788,947.39
3,000	900,000	1,011,052.61	90	2,025,000	1,013,947.39
3,000	900,000	1,011,052.61	100	2,250,000	1,238,947.39

**ตารางที่ 4-54** แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเสื้อแจ๊คเก็ตในระบบปัจจุบัน

จำนวนสินค้า (ชิ้น)	ราคา (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
2,460	900,000	934,770	10	225,000	-750,270
2,460	900,000	934,770	20	450,000	-565,770
2,460	900,000	934,770	30	675,000	-381,270
2,460	900,000	934,770	40	900,000	-196,770
2,460	900,000	934,770	50	1,250,000	-12,270
2,460	900,000	934,770	60	1,350,000	172,230
2,460	900,000	934,770	70	1,575,000	356,730
2,460	900,000	934,770	80	1,800,000	541,230
2,460	900,000	934,770	90	2,025,000	725,730
2,460	900,000	934,770	100	2,250,000	910,230

จากตารางที่ 4-53 และ 4-54 สามารถนำข้อมูลมาเปรียบเทียบและแสดงให้เห็นถึง  
การเปรียบเทียบผลกำไรที่ต่างกันดังรูปที่ 4-2



รูปที่ 4-2 แสดงการเปรียบเทียบผลกำไรระหว่างการขายเสื้อแจ๊คเก็ตในระบบปัจจุบันและระบบใหม่

จากรูปที่ 4-2 จะเห็นได้ว่ากำไรสินค้าในช่วงยอดขายต่าง ๆ นั้นในระบบใหม่สามารถทำกำไรได้ที่ยอดขาย 50% (1,500 ตัว) และระบบปัจจุบันสามารถทำกำไรที่ยอดขาย 60% (1,476 ตัว) แต่เมื่อวัดที่ผลกำไรสูงสุดในระบบใหม่มีผลกำไรสูงกว่าถึง 328,717.39 บาท

ตารางที่ 4-55 แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อยืดในระบบใหม่

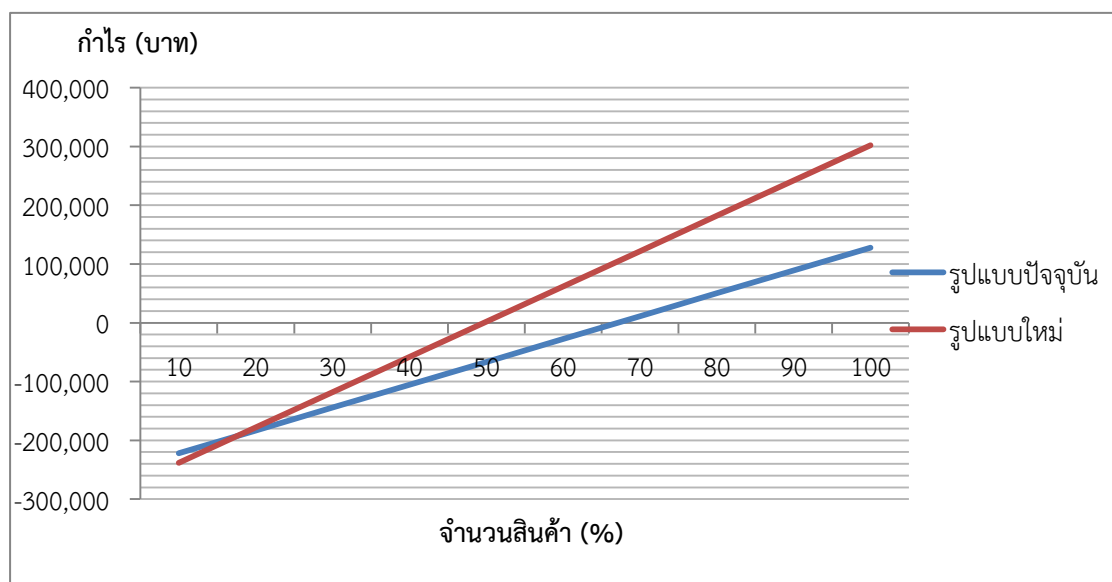
จำนวนสินค้า (ชิ้น)	ราคา (บาท)	ต้นทุนรวม (บาท)	ยอดขาย		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
2,000	240,000	298,042.39	10	60,000	-238,042.39
2,000	240,000	298,042.39	20	120,000	-178,042.39
2,000	240,000	298,042.39	30	180,000	-118,042.39
2,000	240,000	298,042.39	40	240,000	-58,042.39
2,000	240,000	298,042.39	50	300,000	1,957.61
2,000	240,000	298,042.39	60	360,000	61,957.61
2,000	240,000	298,042.39	70	420,000	121,957.61
2,000	240,000	298,042.39	80	480,000	181,957.61
2,000	240,000	298,042.39	90	540,000	241,957.61
2,000	240,000	298,042.39	100	600,000	301,957.61



ตารางที่ 4-56 แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อผ้าตัดในระบบปัจจุบัน

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ราคา (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
1,296	240,000	260,857	10	60,000	-221,977
1,296	240,000	260,857	20	120,000	-183,097
1,296	240,000	260,857	30	180,000	-144,217
1,296	240,000	260,857	40	240,000	-105,337
1,296	240,000	260,857	50	300,000	-66,457
1,296	240,000	260,857	60	360,000	-27,577
1,296	240,000	260,857	70	420,000	11,303
1,296	240,000	260,857	80	480,000	50,183
1,296	240,000	260,857	90	540,000	89,063
1,296	240,000	260,857	100	600,000	127,943

จากตารางที่ 4-55 และ 4-56 สามารถนำข้อมูลมาเปรียบเทียบและแสดงให้เห็นถึง  
การเปรียบเทียบผลกำไรที่ต่างกัน ดังรูปที่ 4-3



รูปที่ 4-3 แสดงการเปรียบเทียบผลกำไรระหว่างการขายเสื้อผ้าตัดในระบบปัจจุบันและระบบใหม่

จากรูปที่ 4-3 จะเห็นได้ว่ากำไรสินค้าในช่วงยอดขายต่างๆ นั้น ในระบบใหม่สามารถทำกำไรได้ตั้งแต่ยอดขายที่ 50% (1,000 ตัว) และระบบปัจจุบันสามารถทำกำไรที่ยอดขาย 60% (907 ตัว) แต่เมื่อวัดที่ผลกำไรสูงสุดในระบบใหม่มีผลกำไรสูงกว่าถึง 174,064.61 บาท

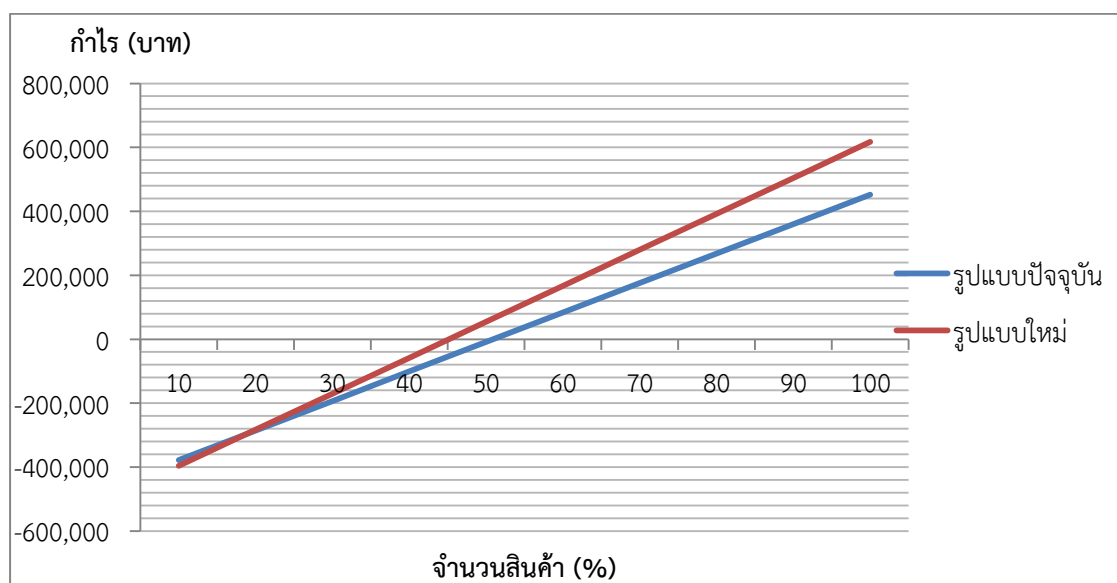
ตารางที่ 4-57 แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นเกิดในระบบใหม่

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ราคา (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย (บาท)		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
1,500	450,000	508,042.39	10	112,250	-395,792.39
1,500	450,000	508,042.39	20	225,000	-283,042.39
1,500	450,000	508,042.39	30	337,500	-170,542.39
1,500	450,000	508,042.39	40	450,000	-58,042.39
1,500	450,000	508,042.39	50	562,500	54,457.61
1,500	450,000	508,042.39	60	675,000	166,957.61
1,500	450,000	508,042.39	70	787,500	279,457.61
1,500	450,000	508,042.39	80	900,000	391,957.61
1,500	450,000	508,042.39	90	1,012,500	504,457.61
1,500	450,000	508,042.39	100	1,125,000	616,957.61

ตารางที่ 4-58 แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดกลางประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นเกิดในระบบปัจจุบัน

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ราคา (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
1,230	450,000	470,064	10	92,250	-377,814
1,230	450,000	470,064	20	184,500	-285,564
1,230	450,000	470,064	30	276,750	-193,314
1,230	450,000	470,064	40	369,000	-101,064
1,230	450,000	470,064	50	461,250	-8,814
1,230	450,000	470,064	60	553,500	83,436
1,230	450,000	470,064	70	645,750	175,686
1,230	450,000	470,064	80	738,000	267,936
1,230	450,000	470,064	90	830,250	360,186
1,230	450,000	470,064	100	922,500	452,436

จากตารางที่ 4-57 และ 4-58 สามารถนำข้อมูลมาเปรียบเทียบและแสดงให้เห็นถึงการเปรียบเทียบผลกำไรที่ต่างกัน ดังรูปที่ 4-4



รูปที่ 4-4 แสดงการเปรียบเทียบผลกำไรระหว่างการขายเสื้อแจ๊คเก็ตในระบบปัจจุบันและระบบใหม่

จากรูปที่ 4-4 จะเห็นได้ว่ากำไรสินค้าในช่วงยอดขายต่างๆ นั้นในระบบใหม่สามารถทำกำไรได้ตั้งแต่ยอดขายที่ 50 % และระบบปัจจุบันสามารถทำกำไรที่ยอดขาย 60% แต่เมื่อวัดที่ผลกำไรสูงสุดในระบบใหม่มีผลกำไรสูงกว่าถึง 164,521.61 บาท

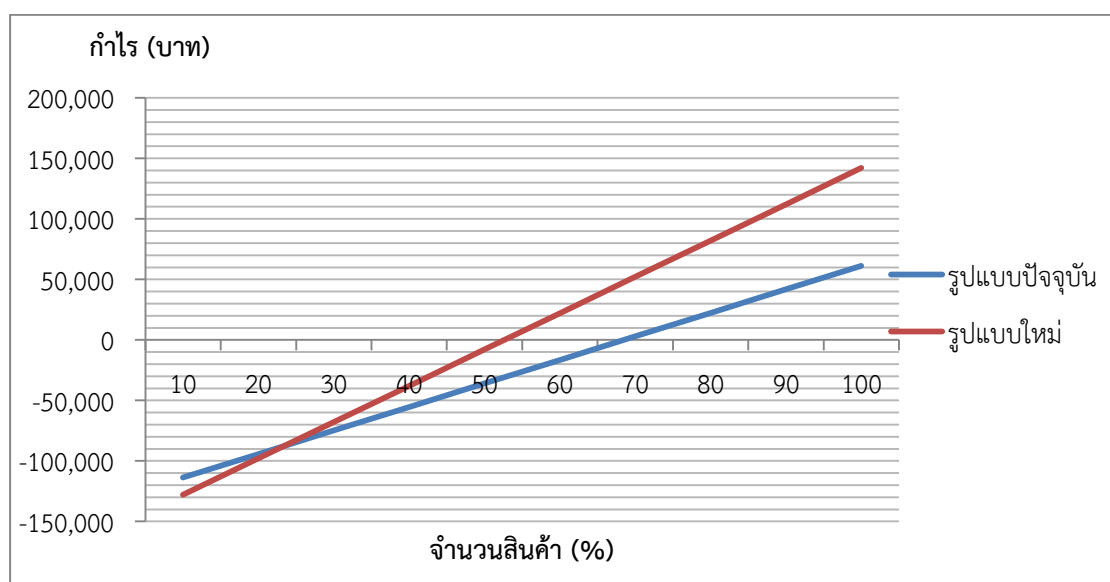
ตารางที่ 4-59 แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อยืดในระบบใหม่

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ราคา (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
1,000	120,000	157,895.98	10	30,000	-127,895.98
1,000	120,000	157,895.98	20	60,000	-97,895.98
1,000	120,000	157,895.98	30	90,000	-67,895.98
1,000	120,000	157,895.98	40	120,000	-37,895.98
1,000	120,000	157,895.98	50	150,000	-7,895.98
1,000	120,000	157,895.98	60	180,000	22,104.02
1,000	120,000	157,895.98	70	210,000	52,104.02
1,000	120,000	157,895.98	80	240,000	82,104.02
1,000	120,000	157,895.98	90	270,000	112,104.02
1,000	120,000	157,895.98	100	300,000	142,104.02

ตารางที่ 4-60 แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเลี้ยงสัตว์ในระบบปัจจุบัน

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ราคา (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
648	120,000	133,081	10	19,440	-113,641
648	120,000	133,081	20	38,880	-94,201
648	120,000	133,081	30	58,320	-74,761
648	120,000	133,081	40	77,760	-55,321
648	120,000	133,081	50	97,200	-35,881
648	120,000	133,081	60	116,640	-16,441
648	120,000	133,081	70	136,080	2,999
648	120,000	133,081	80	155,520	22,439
648	120,000	133,081	90	174,960	41,879
648	120,000	133,081	100	194,400	61,319

จากตารางที่ 4-59 และ 4-60 สามารถนำข้อมูลมาเปรียบเทียบและแสดงให้เห็นถึงการเปรียบเทียบผลกำไรที่ต่างกัน ดังรูปที่ 4-5



รูปที่ 4-5 แสดงการเปรียบเทียบผลกำไรระหว่างการขายเลี้ยงสัตว์ในระบบปัจจุบันและระบบใหม่

จากรูปที่ 4-5 จะเห็นได้ว่ากำไรสินค้าในช่วงยอดขายต่างๆ นั้นในระบบใหม่สามารถทำกำไรที่ยอดขาย 60% (600 ตัว) และระบบปัจจุบันสามารถทำกำไรที่ยอดขาย 70% (454 ตัว) แต่เมื่อวัดที่ผลกำไรสูงสุดในระบบใหม่มีผลกำไรสูงกว่าถึง 164,521.61 บาท

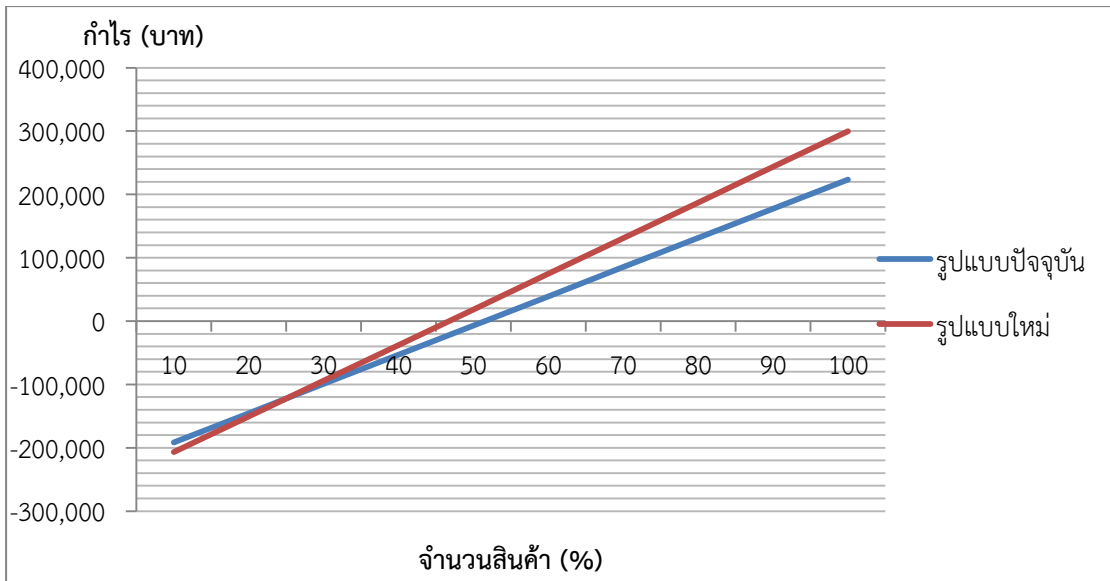
ตารางที่ 4-61 แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อแจ๊คเก็ตในระบอบใหม่

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ราคา (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย		
			สัดส่วน (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
750	225,000	262,895.98	10	56,250	<b>-206,645.98</b>
750	225,000	262,895.98	20	112,500	<b>-150,395.98</b>
750	225,000	262,895.98	30	168,750	<b>-94,145.98</b>
750	225,000	262,895.98	40	225,000	<b>-37,895.98</b>
750	225,000	262,895.98	50	281,250	18,354.02
750	225,000	262,895.98	60	337,500	74,604.02
750	225,000	262,895.98	70	393,750	130,854.02
750	225,000	262,895.98	80	450,000	187,104.02
750	225,000	262,895.98	90	506,250	243,354.02
750	225,000	262,895.98	100	562,500	299,604.02

ตารางที่ 4-62 แสดงผลกำไรสินค้าของธุรกิจขนาดเล็กประเภทเสื้อแจ๊คเก็ตในระบอบปัจจุบัน

จำนวน สินค้า (ชิ้น)	ราคา (บาท)	ต้นทุน รวม (บาท)	ยอดขาย		
			ยอดขายที่ (%)	รายได้ (บาท)	กำไร (บาท)
615	225,000	237,685	10	4,625	<b>-191,560</b>
615	225,000	237,685	20	92,250	<b>-145,435</b>
615	225,000	237,685	30	138,375	<b>-99,310</b>
615	225,000	237,685	40	184,500	<b>-53,185</b>
615	225,000	237,685	50	230,625	<b>-7,060</b>
615	225,000	237,685	60	276,750	39,065
615	225,000	237,685	70	322,875	85,190
615	225,000	237,685	80	369,000	131,315
615	225,000	237,685	90	415,125	177,440
615	225,000	237,685	100	461,250	223,565

จากตารางที่ 4-61 และ 4-62 สามารถนำข้อมูลมาเปรียบเทียบและแสดงให้เห็นถึงการเปรียบเทียบผลกำไรที่ต่างกัน ดังรูปที่ 4-6



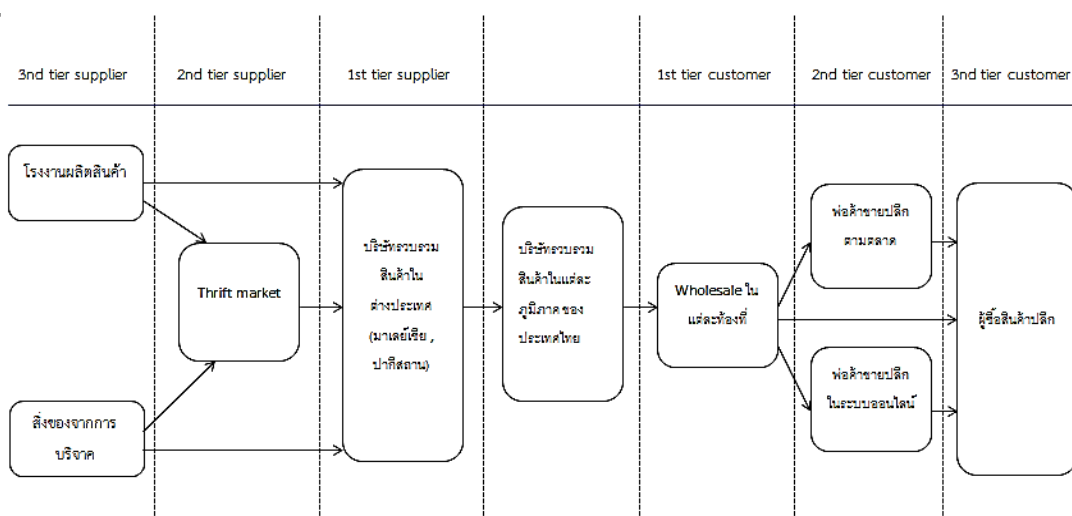
รูปที่ 4-6 แสดงการเปรียบเทียบผลกำไรระหว่างการขายแฉีกเกิดในระบบปัจจุบันและระบบใหม่

จากรูปที่ 4-6 จะเห็นได้ว่ากำไรสินค้าในช่วงยอดขายต่างๆ นั้นในระบบใหม่สามารถทำกำไรได้ที่ยอดขาย 50% (375ตัว) และระบบปัจจุบันสามารถทำกำไรที่ยอดขาย 60% (369 ตัว) แต่เมื่อวัดที่ผลกำไรสูงสุดในระบบใหม่มีผลกำไรสูงกว่าถึง 66,039.02 บาท

#### 4.7.4 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจเสื้อผ้ามือสอง

##### 1. ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจเสื้อผ้ามือสองในปัจจุบัน

ห่วงโซ่อุปทานในรูปแบบปัจจุบันของผู้ขายสินค้าออนไลน์ ดังรูปที่ 4-7



รูปที่ 4-7 ห่วงโซ่อุปทานของเสื้อผ้ามือสองในปัจจุบัน

จากรูปที่ 4-7 ในระบบห่วงโซ่อุปทานของเสื้อผ้ามือสองในระบบใหม่นั้น จะแบ่งออกเป็นสองส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คือ ส่วนได้มาซึ่งเสื้อผ้ามือสองซึ่งการได้มาของเสื้อผ้ามือสองนั้น มีกระบวนการ ดังนี้

- ขั้นตอนการเก็บรวบรวม การรวบรวมเสื้อผ้ามือสองนั้นจะมาโดยสามช่องทางหลักๆ ได้แก่ โรงงานผลิตสินค้า สิ่งของจากการบริจาค และห้างสรรพสินค้าเสื้อผ้ามือสอง
- ขั้นตอนการแยกประเภทสินค้า เมื่อบริษัทรวบรวมสินค้าได้แล้วนั้นจะทำการแยกประเภทสินค้าออกเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบของแต่ละบริษัทกำหนด เมื่อทำการแยกประเภทสินค้าตามหมวดหมู่ที่กำหนดก็จะทำการแพ็คสินค้าให้อยู่ในรูปของกระสอบเพื่อสะดวกต่อการขนส่ง
- ขั้นตอนการขนส่งโดยจะเข้ามาในประเทศไทยทั้งทางบกและทางทะเล โดยจะเข้ามาถึงท่าเรือหรือท่าอากาศยานภายในประเทศแต่ละภูมิภาคจากนั้นจึงทำการกระจายสินค้าไปยังพ่อค้าแต่ละท้องถิ่น

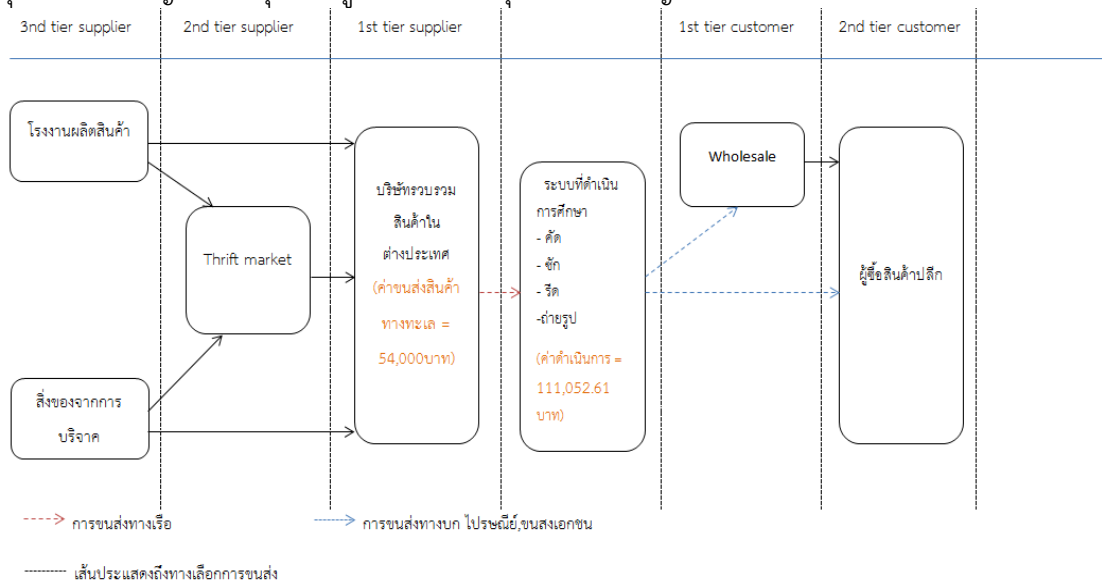
ส่วนที่ 2 การจัดการสินค้าเพื่อที่จะทำการขายในธุรกิจโดยมีขั้นตอน ดังนี้ เมื่อได้รับสินค้ามาจากพ่อค้าในแต่ละท้องถิ่นแล้วนั้น ผู้ขายจำทำการคัดสินค้าภายในกระสอบพ่อค้าในระบบออนไลน์จะทำการคัดแยกสินค้าที่มีคุณภาพมาเพื่อขายสินค้าโดยมีกระบวนการต่างๆ เช่น การทำความสะอาด การรีด และการถ่ายรูป เป็นต้น

ซึ่งปัญหาจากขั้นตอนกระบวนการในปัจจุบันนั้น ปัญหาหลักที่เกิด ขึ้น คือ การควบคุมจำนวนสินค้าไม่ได้ทำให้ต้นทุนสินค้าไม่คงที่ซึ่งเป็นผลทำให้ผลกำไรที่ได้น้อยลงและรูปแบบการวางแผนทำได้ยาก

## 2. โซ่อุปทานของธุรกิจเสื้อผ้ามือสองรูปแบบที่ใหม่

### 2.1 ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจเสื้อผ้ามือสองรูปแบบที่นำเสนอสำหรับ

ธุรกิจขนาดใหญ่ ห่วงโซ่อุปทานรูปแบบใหม่ในธุรกิจขนาดใหญ่



รูปที่ 4-8 โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของสินค้ามือสองในธุรกิจขนาดใหญ่

จากรูปที่ 4-8 ในระบบห่วงโซ่อุปทานของเสื้อผ้ามือสองในระบบใหม่นั้นจะแบ่งออกเป็นสามส่วน โดยได้แก่

ส่วนที่ 1 คือ ส่วนได้มาซึ่งเสื้อผ้ามือสองซึ่งการได้มาของ เสื้อผ้ามือสองนั้นมีกระบวนการ ดังนี้

- ขั้นตอนการเก็บรวบรวม การรวบรวมเสื้อผ้ามือสองนั้นจะมาโดยสามช่องทางหลักๆ ได้แก่ โรงงานผลิตสินค้า สิ่งของจากการบริจาค และห้างสรรพสินค้าเสื้อผ้ามือสอง
- ขั้นตอนการแยกประเภทสินค้า เมื่อบริษัทรวบรวมสินค้าได้แล้วนั้น จะทำการแยกประเภทสินค้าออกเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบของแต่ละบริษัทกำหนด เมื่อทำการแยกประเภทสินค้าตามหมวดหมู่ที่กำหนดก็จะทำการแพ็คสินค้าให้อยู่ในรูปของกระสอบเพื่อสะดวกต่อการขนส่ง

ส่วนที่ 2 การจัดการสินค้าเพื่อที่จะทำการขายในธุรกิจโดยมีขั้นตอน ดังนี้

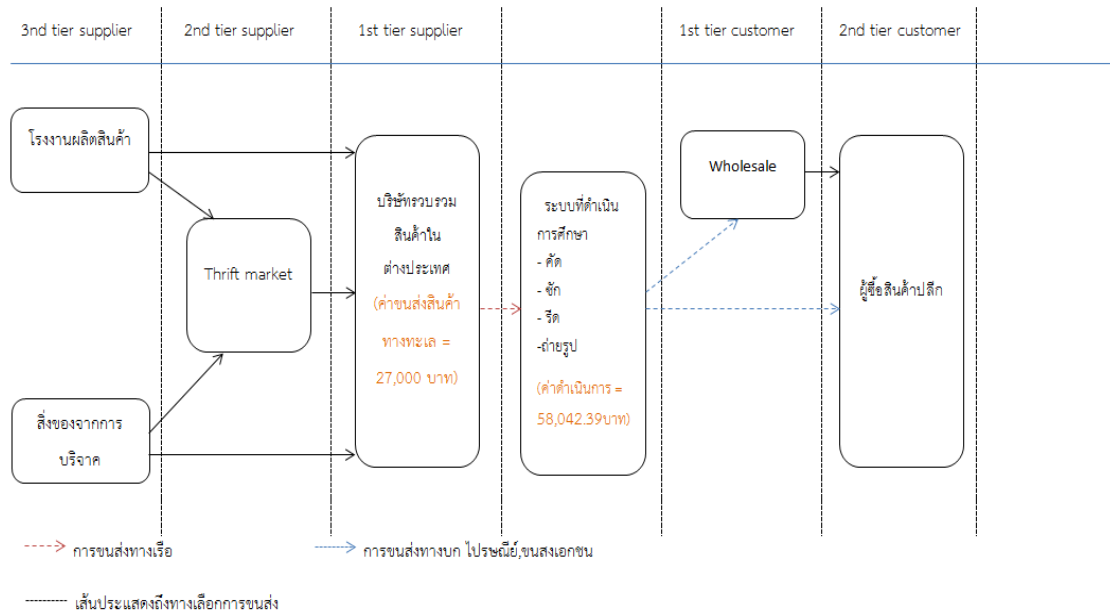
- การนำเข้าสินค้า โดยในการนำเข้าขนส่งสินค้านั้นเป็นการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีช่องทางหลักๆ ในการขนส่งอยู่สองช่องทาง ได้แก่ ทางอากาศโดยเครื่องบิน และทางทะเลโดยเรือขนส่ง ซึ่งระยะเวลาและค่าใช้จ่ายจะต่างกันมาก โดยการเลือกการขนส่งจะเลือกการขนส่งทางทะเลเนื่องจากต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยมีต้นทุนค่าขนส่งอยู่ที่ 54,000 บาท
- การดำเนินการเพื่อทำการจำหน่ายสินค้า โดยให้มีการดำเนินการ จะมีกระบวนการหลักๆ ได้แก่ การตรวจสอบสินค้า การทำความสะอาดสินค้า การอบสินค้า การรีดสินค้า และการถ่ายรูป เป็นกระบวนการหลักโดยในแต่ละกระบวนการมีต้นทุนต่าง ตลอดจนต้นทุนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนการจ้างงาน เป็นต้น โดยต้นทุนในการจัดการอยู่ที่ 111,052.61 บาท

ส่วนที่ 3 การขนส่งสินค้าถึงลูกค้า

- ในขั้นตอนการขนส่งนั้นจะไม่มีต้นทุนใดทั้งสิ้น โดยขั้นตอนการขนส่งจะใช้บริการการขนส่งเอกชนและไปรษณีย์ไทยเป็นหลัก เนื่องจากในปัจจุบันนั้นบริษัทขนส่งมีการบริการลูกค้าโดยการรับสินค้าถึงสถานที่ในสินค้าจำนวนมาก ซึ่งทำให้ในส่วนนี้ไม่มีต้นทุนเกิดขึ้น

2.2 โซ่อุปทานของธุรกิจเสื้อผ้ามือสองรูปแบบที่นำเสนอสำหรับธุรกิจขนาดกลาง





รูปที่ 4-9 โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของสินค้ามือสองในธุรกิจขนาดกลาง

จากรูปที่ 4-9 ในระบบห่วงโซ่อุปทานของเสื้อผ้ามือสองในระบบใหม่นั้นจะแบ่งออกเป็นสามส่วน โดยได้แก่

ส่วนที่ 1 คือ ส่วนได้มาซึ่งเสื้อผ้ามือสอง

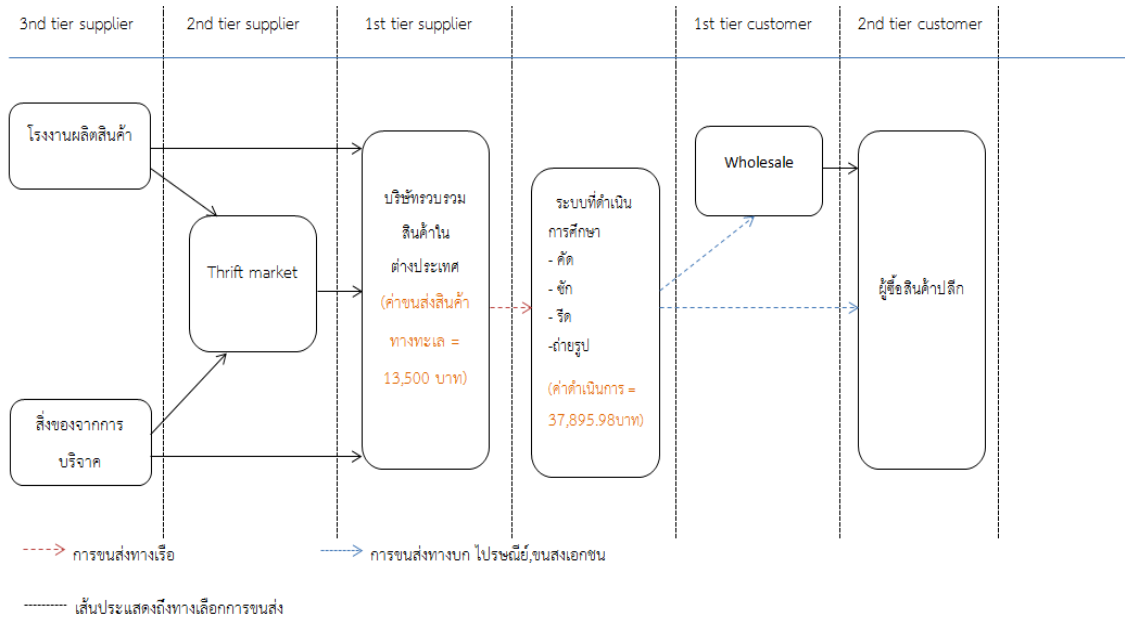
ส่วนที่ 2 การจัดการสินค้าเพื่อที่จะทำการขายในธุรกิจ การขนส่งให้ถึงลูกค้า โดยจะอธิบายเฉพาะในส่วนที่ 2

ส่วนที่ 2 การจัดการสินค้าเพื่อที่จะทำการขายในธุรกิจโดยมีขั้นตอนดังนี้

- การนำเข้าสินค้า โดยในการนำเข้าขนส่งสินค้านั้นเป็นการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีช่องทางหลักๆ ในการขนส่งอยู่สองช่องทาง ได้แก่ ทางอากาศโดยเครื่องบินและทางทะเลโดยเรือขนส่ง ซึ่งระยะเวลาและค่าใช้จ่ายจะต่างกันมาก โดยการเลือกการขนส่งจะเลือกการขนส่งทางทะเลเนื่องจากต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยมีต้นทุนค่าขนส่งอยู่ที่ 27,000 บาท

- การดำเนินการเพื่อทำการจำหน่ายสินค้า โดยให้มีการดำเนินการจะมีกระบวนการหลักๆ ได้แก่ การตรวจสอบสินค้า การทำความสะอาดสินค้า การอบสินค้า การรีดสินค้า และการถ่ายรูป เป็นกระบวนการหลักๆ โดยในแต่ละกระบวนการมีต้นทุนต่างๆ ตลอดจนต้นทุนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนการจ้างงาน เป็นต้น โดยต้นทุนในการจัดการอยู่ที่ 58,042.39 บาท

2.3 ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจเสื้อผ้ามือสองรูปแบบที่นำเสนอสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก



รูปที่ 4-10 โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของสินค้ามือสองในธุรกิจขนาดเล็ก

จากรูปที่ 4-10 ในระบบห่วงโซ่อุปทานของเสื้อผ้ามือสองในระบบใหม่นั้นจะแบ่งออกเป็นสามส่วน โดยได้แก่

ส่วนที่ 1 คือ ส่วนได้มาซึ่งเสื้อผ้ามือสอง

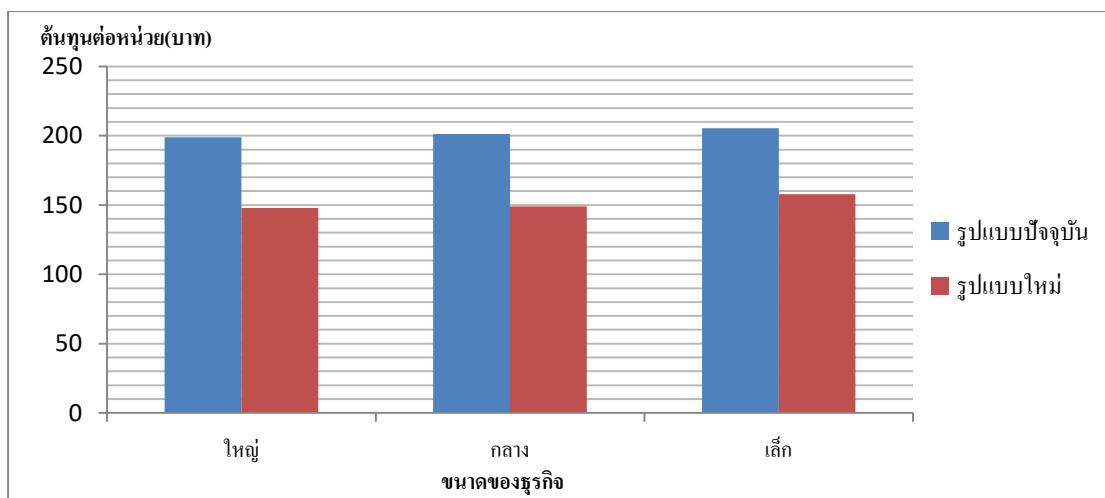
ส่วนที่ 2 การจัดการสินค้าเพื่อที่จะทำการขายในธุรกิจ การขนส่งให้ถึงลูกค้า โดยจะอธิบายเฉพาะในส่วนที่ 2

ส่วนที่ 2 การจัดการสินค้าเพื่อที่จะทำการขายในธุรกิจโดยมีขั้นตอน ดังนี้

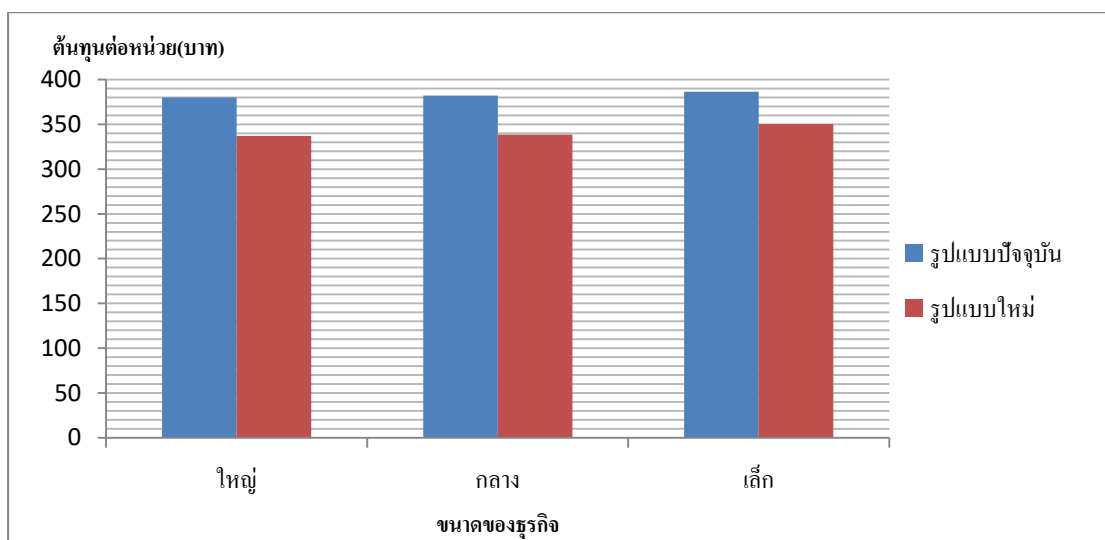
- การนำเข้าสินค้า โดยในการนำเข้าขนส่งสินค้านั้นเป็นการขนส่งสินค้านั้นระหว่างประเทศมีช่องทางหลักๆ ในการขนส่งอยู่สองช่องทาง ได้แก่ ทางอากาศโดยเครื่องบิน และทางทะเลโดยเรือขนส่ง ซึ่งระยะเวลาและค่าใช้จ่ายจะต่างกันมาก โดยการเลือกการขนส่งจะเลือกการขนส่งทางทะเลเนื่องจากต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยมีต้นทุนค่าขนส่งอยู่ที่ 13,500 บาท

- การดำเนินการเพื่อทำการจำหน่ายสินค้า โดยการดำเนินการจะมีกระบวนการหลักๆ ได้แก่ การตรวจสอบสินค้า การทำความสะอาดสินค้า การอบสินค้า การรีดสินค้า และการถ่ายรูป เป็นกระบวนการหลักโดยในแต่ละกระบวนการมีต้นทุนต่างๆ ตลอดจนต้นทุนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนการจ้างงาน เป็นต้น โดยต้นทุนในการจัดการอยู่ที่ 37,895.98 บาท

จากระบบห่วงโซ่อุปทานทั้งสองระบบนั้นจะเห็นได้ว่าในระบบห่วงโซ่อุปทานระบบใหม่สามารถที่จะควบคุมและออกแบบวิธีการดำเนินการได้ชัดเจน มีต้นทุนที่คงที่ มีกำไรที่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้าจากสัดส่วนยอดขายต่างๆ และไม่มีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้องซึ่งเป็นผลทำให้ต้นทุนสินค้าต่อหน่วยต่ำลงไปด้วยโดยเมื่อแสดงการเปรียบเทียบได้ผลดังรูปที่ 4-11 และรูปที่ 4-12



รูปที่ 4-11 แสดงการเปรียบเทียบต้นทุนต่อหน่วยในสินค้าประเภทเสื้อยืด



รูปที่ 4-12 แสดงการเปรียบเทียบต้นทุนต่อหน่วยในสินค้าประเภทเสื้อแจ็กเก็ต

จากรูปที่ 4-12 และ 4-1-3 เห็นได้ว่าในระบบห่วงโซ่อุปทานแบบใหม่นั้นสามารถลดต้นทุนต่อหน่วยจากระบบปัจจุบัน ซึ่งมาจากการจัดการที่เป็นระบบและสินค้าที่สามารถทราบปริมาณอย่างชัดเจนทำให้ค่าดำเนินการต่างๆ สามารถวางแผนได้ โดยปัจจัยหลักในการที่ลดต้นทุนสินค้าต่อหน่วยได้นั้น คือ การลดความเสี่ยงของการได้มาซึ่งสินค้าจากรูปแบบเก่าที่ใช้วิธีการเปิดกระสอบมาเป็นการเปลี่ยนแปลงระบบ supplier เข้ามาแทน

ในการวิจัยระบบห่วงโซ่อุปทานในระบบปัจจุบันและระบบใหม่นั้นเป็นการเปรียบเทียบให้เห็นถึงข้อดีและข้อเสียในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาในระบบห่วงโซ่อุปทานของเสื้อผ้ามือสอง ซึ่งค่อนข้างที่จะมีความเสี่ยงสูงในปัจจุบัน เพื่อให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่และปัจจุบันได้เข้าใจถึงระบบห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบตลอดจนต้นทุนต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละกระบวนการ โดยปัจจัยหลักที่จะทำให้ธุรกิจเสื้อผ้ามือสองมีกำไรเพิ่มมากขึ้น คือ การลดความเสี่ยงซึ่งจำเป็นอย่างมากสำหรับผู้ประกอบการทุกท่าน

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อลดความเสี่ยงในการธุรกิจประเภทเสื้อผ้ามือสอง โดยทำการศึกษาข้อมูลทั้งระบบของเสื้อผ้ามือสองในปัจจุบัน โดยทำการสำรวจเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจและผู้ซื้อสินค้ามือสองในจังหวัดสงขลา ผู้ทำธุรกิจและผู้ซื้อเสื้อผ้ามือสองในระบบออนไลน์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางและเกณฑ์ในการเปรียบเทียบและพัฒนาระบบห่วงโซ่อุปทานในรูปแบบใหม่เพื่อลดความเสี่ยงในเรื่องของการหาสินค้าและการได้มาซึ่งจำนวนสินค้าที่มากขึ้นตลอดจนสุดท้าย คือ การเพิ่มผลกำไรให้มากขึ้นจากรูปแบบในปัจจุบัน ซึ่งในการวิจัยมีเกณฑ์ทางการตลาด กฎหมาย และวิธีการดำเนินการ ซึ่งมีผลการวิจัยสรุป ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยการพัฒนาระบบห่วงโซ่อุปทาน จากการเปรียบเทียบกับระบบที่มีในปัจจุบัน โดยสิ่งสำคัญที่สุด คือ เรื่องของต้นทุนการจัดการทางด้านต่างๆ ในขั้นตอนการขนส่งนั้นจะใช้การขนส่งทางเรือ เนื่องจากมีมูลค่าการขนส่งที่ต่ำที่สุดในทั้งสามขนาดของกิจการและมีระยะเวลาในการขนส่งสินค้าอยู่ที่ 30 วัน โดยในการขนส่งนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศนั้นจะใช้บริการของบริษัทขนส่งเป็นหลักเนื่องจากเมื่อรวมภาษีทางด้านกฎหมายในกรณีที่น่าเข้ามาด้วยตนเองแล้วนั้นจะมีมูลค่าสูงกว่า โดยต้นทุนในการดำเนินการนั้นจะแบ่งตามขนาดของธุรกิจ คือ ขนาดใหญ่มีต้นทุนอยู่ที่ 198,960 บาท ขนาดกลางมีต้นทุนอยู่ที่ 107,766 บาท และขนาดเล็กมีต้นทุนอยู่ที่ 58,260 บาท และในขนาดของกิจการต่างๆ นั้นเมื่อวิเคราะห์ผลทางด้านการเงิน ในธุรกิจขนาดใหญ่ประเภทเสื้อยืดและเสื้อแจ๊คเก็ต นั้นมีค่า NPV และ IRR เป็นบวก ตั้งแต่ยอดขายที่ 50% ขึ้นไป และมีกำไรสูงสุด เมื่อเปรียบเทียบกับระบบปัจจุบันมีผลกำไรมากกว่าอยู่ที่ 346,756.39 บาท และ 328,717.39 ตามลำดับ ในกิจการขนาดกลางประเภทเสื้อยืดและเสื้อแจ๊คเก็ตนั้นมีค่า NPV และ IRR เป็นบวกตั้งแต่ยอดขายที่ 50% ขึ้นไป และเมื่อเทียบกับระบบปัจจุบันมีผลกำไรมากกว่าอยู่ที่ 174,064.61 บาท และ 164,521.61 ตามลำดับ และสุดท้ายในกิจการขนาดเล็กในประเภทเสื้อยืดมีค่า NPV และ IRR เป็นบวกอยู่ที่ยอดขาย 60% และในประเภทเสื้อแจ๊คเก็ตมีค่า NPV และ IRR เป็นบวกอยู่ที่ยอดขาย 50% โดยมีผลกำไรสูงสุดมากกว่าในระบบปัจจุบัน 164,521.61 บาท และ 66,039.02 บาท ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบทางด้านความเสี่ยงของสินค้าแล้วนั้นจะเห็นได้ว่าความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากสินค้าเป็น 0 % จึงทำให้สามารถรู้ค่าต้นทุน ผลกำไร และการออกแบบเครื่องจักรต่างๆ ได้สะดวกและแม่นยำ

#### 5.2 ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากในธุรกิจสินค้ามือสองในปัจจุบันนั้นยังค่อนข้างเป็นระบบปิดการหาข้อมูลและการวิเคราะห์ผลสถานการณ์ในปัจจุบันจึงเป็นการทำได้ค่อนข้างยาก เช่น การเก็บข้อมูลจากการเปิดกระสอบสินค้าซึ่งในการเก็บข้อมูลในปริมาณเยอะๆ นั้นจำเป็นที่จะต้องเก็บกับพ่อค้ารายใหญ่เนื่องจากใช้เงินลงทุน

ในการเปิดกระสอบค่อนข้างสูงซึ่งพ่อค้ารายใหญ่จะมีประสบการณ์ในการเลือกกระสอบสินค้าจึงทำให้มีผลต่อค่าเฉลี่ยของสินค้าสูงตามไปด้วย และการเก็บข้อมูลของผู้ประกอบการในปัจจุบันทั้งระบบการขายในตลาดสินค้ามือสองและระบบออนไลน์พบว่าขาดความรู้อย่างมากในการจัดการระบบการเงินการบัญชี ทำให้ผลที่ได้อาจมีความคลาดเคลื่อนออกไป

## บรรณานุกรม

- [1] สำนักงานสถิติแห่งชาติ, “สรุปผลที่สำคัญ การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2560,” [ออนไลน์]. Available: <http://nso.go.th/site/2014/DocLib13>. [ 27 พฤศจิกายน 2561].
- [2] พวงเพชร ศิริโอต, ปัจจัยด้านความตั้งใจซื้อที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ามือสองของผู้บริโภคในตลาด, นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2558.
- [3] จุฑารัตน์ เกียรติรัศมี, ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคกรุงเทพมหานครและปริมณฑล, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558.
- [4] ศุภิสรา แสงฤทธิ์, การศึกษาธุรกิจนำเข้าสินค้ามือสองจากญี่ปุ่น กรณีศึกษาโกดังสินค้ามือสองนำเข้าจากญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่, เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2556.
- [5] อรทัย หมิ่นพันธ์, ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองในตลาดนัดจตุจักร, ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2553.
- [6] สมพงษ์ ปัญญาอึ้งยง, การวิเคราะห์ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม: กรณีศึกษาผู้ให้บริการรับจ้างขนส่ง, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2553.
- [7] พงษ์ชัย อธิคมรัตน์กุล และ ปฎล รัตนชุม, การวิเคราะห์ต้นทุนรายกิจกรรมสำหรับงานขนส่งสินค้าทางถนน กรณีศึกษา: บริษัท ขนส่งปูนซีเมนต์, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2558.
- [8] มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, “Sukhothai Thammathirat open University,” 15 กรกฎาคม 2558. [ออนไลน์]. Available: [http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom\\_14/](http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom_14/). [1 ธันวาคม 2560].
- [9] ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่, กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด, 2541.
- [10] MBA holiday, “supply chain management” [ออนไลน์]. Available: <http://marketingthai.blogspot.com/2011/12/supply-chain-management.html>. [1 ธันวาคม 2561].
- [11] กรมศุลกากร, “วิธีการคำนวณภาษีของที่ใช้แล้ว,” [ออนไลน์]. Available: <http://www.customs.go.th>. [1 ธันวาคม 2561].
- [12] ข้อมูลจังหวัดสงขลา, [ออนไลน์]. Available: <https://www.songkhla.go.th/th>. [ พฤษภาคม 2562].
- [13] “เครื่องใช้ไฟฟ้า” [ออนไลน์]. Available: [https://www.powerbuy.co.th/?gclid=EAlaQobChMI0-nL-frS4glVxBwrCh1toAJREAYASAAEgK7-fD\\_BwE](https://www.powerbuy.co.th/?gclid=EAlaQobChMI0-nL-frS4glVxBwrCh1toAJREAYASAAEgK7-fD_BwE) [12 พฤษภาคม 2562].

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- [14] “เตารีดอุตสาหกรรม” [ออนไลน์]. Available: <http://www.fongfab.com/index.php?lay=show&ac=article&id=538778916>[12 พฤษภาคม 2562].
- [15] กรมศุลกากร”พระราชบัญญัตินำเข้าและส่งออก” [ออนไลน์]. Available: [http://www.customs.go.th/list\\_strc\\_download.php?show\\_search=1&ini\\_content=other](http://www.customs.go.th/list_strc_download.php?show_search=1&ini_content=other) [ 5 พฤษภาคม 2562].



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม



### แบบสอบถาม

เรื่อง การพัฒนาระบบห่วงโซ่อุปทานเสื้อผ้ามือสอง

---

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลจากแบบสอบถามนี้เพื่อนำไปใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระในระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงวิชาการเท่านั้น ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาในการตอบแบบสอบถามจากท่าน และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกวิทย์ สมบูรณ์  
นักศึกษาปริญญาโท  
คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาการจัดการอุตสาหกรรม  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้เดินตลาดสินค้ามือสอง

**คำชี้แจง** กรุณาตอบแบบสอบถาม โดยทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูล

<p>1. เพศ  <input type="checkbox"/> ชาย    <input type="checkbox"/> หญิง</p> <p>2. อายุ  <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15 ปี  <input type="checkbox"/> 15 – 30 ปี  <input type="checkbox"/> 31 – 40 ปี  <input type="checkbox"/> 41 – 50 ปี  <input type="checkbox"/> สูงกว่า 50 ปี</p> <p>3. อาชีพ  <input type="checkbox"/> นักเรียน / นักศึกษา  <input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป  <input type="checkbox"/> ข้าราชการ/ พนักงาน  <input type="checkbox"/> รัฐวิสาหกิจ  <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน  <input type="checkbox"/> เจ้าของกิจการ</p> <p>4. รายได้ต่อเดือน  <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท  <input type="checkbox"/> 10,000 – 15,000 บาท  <input type="checkbox"/> 15,000 – 20,000 บาท  <input type="checkbox"/> มากกว่า 20,000 บาท</p> <p>5. ความถี่ในการซื้อสินค้ามือสอง  <input type="checkbox"/> ทุกสัปดาห์  <input type="checkbox"/> 2 สัปดาห์ / ครั้ง  <input type="checkbox"/> 3 สัปดาห์ / ครั้ง  <input type="checkbox"/> 4 สัปดาห์ / ครั้ง  <input type="checkbox"/> มากกว่า 4 สัปดาห์/ครั้ง</p>	<p>6. ค่าใช้จ่ายการซื้อสินค้าต่อชิ้น  <input type="checkbox"/> ขึ้นอยู่กับคุณภาพ  <input type="checkbox"/> 10 – 50 บาท  <input type="checkbox"/> 51 – 100 บาท  <input type="checkbox"/> 101 – 200 บาท  <input type="checkbox"/> 200 – 300 บาท  <input type="checkbox"/> มากกว่า 300 บาท</p> <p>7. ปัจจัยซื้อสินค้ามือสอง  <input type="checkbox"/> ราคาถูก                      <input type="checkbox"/> แบรินด์สินค้า  <input type="checkbox"/> คุณภาพดี                    <input type="checkbox"/> ประเภทสินค้า  <input type="checkbox"/> รูปแบบการจำหน่าย      <input type="checkbox"/> การบริการ  <input type="checkbox"/> สถานที่</p> <p>8. สินค้ามือสองท่านนิยมซื้อ  <input type="checkbox"/> เสื้อยืด                              <input type="checkbox"/> กางเกงยีนส์/กางเกงลำลอง  <input type="checkbox"/> Jacket/เสื้อกันหนาว        <input type="checkbox"/> ชุดกีฬา  <input type="checkbox"/> ชุดนอน                            <input type="checkbox"/> อื่นๆ.....</p> <p style="text-align: center;">ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบคำถาม  ข้อมูลที่ได้จะเก็บรักษาไว้เป็นความลับและจะนำมาใช้ประโยชน์เพื่อ  ทำการวิจัยในครั้งนี้นี้เท่านั้น</p>
---	--

แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจเสื้อผ้ามอสองรูปแบบตลาดขายสินค้า

รายการค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่าย (บาท)/วัน	ค่าใช้จ่าย (บาท)/เดือน
ค่าลูกจ้าง	1,850	37,000
ค่าเช่าสถานที่	800	16,000
ค่าอาหาร	200	4,000
ค่าน้ำมันรถ	400	8,000
ค่าโกดังเก็บสินค้า	3,00	3,000
ต้นทุนสินค้า	-	200,000
<b>รวม</b>	<b>3,550</b>	<b>271,000</b>

**ข้อเสนอแนะ**

.....

.....

.....

.....

.....

## แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบธุรกิจในรูปแบบออนไลน์

รายการค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่าย (บาท)	ค่าใช้จ่าย (บาท)/เดือน
ค่าซักรีด		
ค่าการตลาด		
ค่าการเดินทาง		
ค่าอุปกรณ์ถ่ายรูป		
ค่าสตูดิโอถ่ายรูป		
ค่าสถานที่		

**ข้อเสนอแนะ**

.....

.....

.....

.....

.....

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสอง  
 ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการซื้อเสื้อผ้ามือสอง  
 โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด  
 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้ามือสอง	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ผลิตภัณฑ์ (คุณภาพ)					
ราคา					
การจัดจำหน่าย (รูปแบบร้านค้า)					
แบรนด์สินค้า					
ประเภทของสินค้า					
การบริการ					
สถานที่ของตลาด					
ผลิตภัณฑ์ (คุณภาพ)					
ราคา					
การจัดจำหน่าย (รูปแบบร้านค้า)					

**ข้อเสนอแนะ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ท่านกรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถามครบทุกข้อไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสอง  
 ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการซื้อเสื้อผ้ามือสอง  
 โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด  
 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้ามือสอง	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ผลิตภัณฑ์ (คุณภาพ)					
ราคา					
การจัดจำหน่าย (รูปแบบร้านค้า)					
แบรนด์สินค้า					
ประเภทของสินค้า					
การบริการ					
สถานที่ของตลาด					
ผลิตภัณฑ์ (คุณภาพ)					
ราคา					
การจัดจำหน่าย (รูปแบบร้านค้า)					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ท่านกรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถามครบทุกข้อไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย



ภาคผนวก ข  
กฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง

## 1. พระราชบัญญัติ การส่งออกป็นอกและการนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า พ.ศ.2522 [17]

### พิธีการศุลกากรนำเข้าทางเรือ

ในการนำเข้าสินค้า ผู้นำเข้าจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และประกาศที่กรมศุลกากรและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการนำเข้า อาทิ กระทรวงพาณิชย์สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กรมศุลกากร ฯลฯ ที่กำหนดไว้ให้ครบถ้วน โดยมีคำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสาร เพื่อปฏิบัติตามขั้นตอนพิธีการศุลกากรในการนำเข้าสินค้า ดังนี้

1. ผู้นำเข้าต้องยื่นแบบ กศก. 99/1 ใบขนสินค้าขาเข้าพร้อมแบบแสดงรายการภาษีสรรพสามิตและภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับการนำเข้าสินค้าทั่วไปทุกประเภท ยกเว้นสินค้าที่กรมศุลกากรกำหนดให้ใช้ ใบขนฯ ประเภทอื่น

2. เอกสารที่ควรจัดเตรียมในการนำเข้าสินค้าสำหรับพิธีการชำระอากร พิธีการวางประกัน พิธีการขนถ่ายข้างลำ พิธีการคลัง สินค้าทัณฑ์บนประเภทร้านค้าปลอดอากร ต้องมีเอกสารประกอบ ได้แก่

2.1 ต้นฉบับใบขนสินค้าขาเข้า (กศก. 99/1) พร้อมสำเนา 1 ฉบับ เว้นแต่กรณีที่กรมศุลกากรกำหนดให้มีการจัดทำคู่ฉบับเพิ่ม เช่น สำหรับการนำเข้าอาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน วัตถุระเบิด การนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงที่ต้องส่งเงินเข้ากองทุนน้ำมัน กรณีดังกล่าวต้องมีสำเนาใบขนสินค้าขาเข้า 2 ฉบับ

2.2 ใบสั่งปล่อยสินค้า (กศก. 100/1)

2.3 บัญชีราคาสินค้า (Invoice)

2.4 บัญชีรายละเอียดบรรจุหีบห่อ (Packing List)

2.5 ใบตราส่งสินค้า (Bill of Lading)

2.6 ใบแจ้งยอดเบี้ยประกัน (Insurance Premium Invoice)

2.7 ใบอนุญาตหรือหนังสืออนุญาตสำหรับสินค้าควบคุมการนำเข้าได้จาก [www.customs.go.th](http://www.customs.go.th) เลือกรายการของควบคุมการนำเข้า-ส่งออก

2.8 ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) กรณีขอลดอัตราอากร

2.9 เอกสารอื่น ๆ เช่น เอกสารแสดงส่วนผสม คุณลักษณะและการใช้งานของสินค้าแค็ตตาล็อก เป็นต้น

3. พิธีการหลายเที่ยวเรือ ต้องเพิ่มพิมพ์เขียว (BLUE PRINT) แบบแปลน แบบพิมพ์หรือเอกสารประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาให้ทำใบขนสินค้าหลายเที่ยวเรือ

4. พิธีการขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิต้องเพิ่มสำเนาใบขนสินค้าขาเข้า (กศก.99/1) อีก 1 ฉบับ

5. พิธีการส่งเสริมการลงทุนต้องหนังสืออนุมัติให้ยกเว้นหรือลดหย่อนอากรจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

6. พิธีการสินค้าส่งกลับ (RE-EXPORT) มี 2 กรณี ดังนี้ คือ

กรณีสินค้าอยู่ในอารักขาของศุลกากร ต้องเพิ่มเอกสารดังนี้ คือ

6.1 คำร้องขอผ่อนผันทำใบขนสินค้าส่งกลับ (RE-EXPORT) ชำระอากร 1 ใน 10

6.2 ใบขนสินค้าขาออก (กศก.101/1) พร้อมเอกสารประกอบ

- กรณีสินค้าอยู่นอกอารักขาของศุลกากร ต้องเพิ่มเอกสาร ดังนี้ คือ
- 6.3 คำร้องขอผ่อนผันทำใบขนสินค้าส่งกลับ (RE-EXPORT) ขอคืนอากร 9 ใน 10
  - 6.4 ใบขนสินค้าขาออก (กศก.101/1) พร้อมเอกสารประกอบ
  7. พิธีการนำของออกจากเขตอุตสาหกรรมส่งออก (EPZ) ต้องเพิ่มเอกสาร ดังนี้ คือ
    - 7.1 แบบ กนอ. 02-1 กรณีสินค้านำเข้าเป็นวัตถุดิบ
    - 7.2 แบบ กนอ. 02-1 และ กนอ.101 กรณีสินค้านำเข้าเป็นเครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือและเครื่องใช้ รวมทั้งส่วนประกอบของสินค้าดังกล่าวที่จำเป็นต้องใช้ในการผลิตสินค้าหรือการค้าเพื่อส่งออก

### ขั้นตอนการปฏิบัติพิธีการนำเข้าสินค้าทางเรือ

1. ผู้นำเข้าหรือตัวแทนจัดเตรียมข้อมูลใบขนสินค้าเข้าสู่เครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเอง หรือผ่าน Service Counter และให้ผู้นำเข้าหรือตัวแทนส่งข้อมูลใบขนสินค้ามายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร ระบบคอมพิวเตอร์กรมศุลกากรจะตรวจสอบข้อมูลกับแฟ้มข้อมูลอ้างอิง การอนุมัติ/อนุญาต เกี่ยวข้องและตรวจสอบบัญชีสินค้าสำหรับเรือโดยอัตโนมัติผ่านระบบคอมพิวเตอร์
2. การตรวจสอบปล่อยสินค้าจะนำระบบบริหารความเสี่ยง (Risk Management) มาใช้ในการสั่งการตรวจตามเงื่อนไขที่หน่วยงานศุลกากรกำหนดไว้ในระบบ Profile เพื่อจัดกลุ่มใบขนสินค้าเป็น 2 กลุ่ม คือ ให้เปิดตรวจ (Red Line) หรือให้ยกเว้นการตรวจ (Green Line) เมื่อระบบตรวจสอบเสร็จแล้วจะกำหนดเลขที่ใบขนสินค้าและสั่งการตรวจให้อัตโนมัติ พร้อมกับแจ้งตอบกลับไปยัง ผู้ประกอบการทราบผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์และแจ้งโรงพักสินค้าหรือท่าเทียบเรือทราบถึงผลการสั่งการตรวจจากศุลกากร
  - 2.1 กรณียกเว้นการตรวจ ผู้ประกอบการสามารถติดต่อโรงพักสินค้าหรือท่าเทียบเรือรับมอบสินค้าได้ทันที
  - 2.2 กรณีให้เปิดตรวจ ผู้ประกอบการสามารถติดต่อโรงพักสินค้าหรือท่าเทียบเรือเพื่อเตรียมของเพื่อตรวจแล้วติดต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากรเพื่อตรวจสอบปล่อยสินค้า
3. การชำระและวางเงินประกันค่าภาษีอากร ผู้ประกอบการสามารถเลือกชำระและวางเงินประกันที่สำนักงานศุลกากร หรือชำระและวางเงินประกันผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ได้
4. การวางค้ำประกันค่าภาษีอากร ผู้ประกอบการสามารถเลือกวางค้ำประกันที่สำนักงานศุลกากรหรือวางค้ำประกันผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Guarantee) ได้
5. การตรวจสอบปล่อยสินค้าขาเข้า เป็นการตรวจ ณ ท่าที่ระบุในบัญชีสินค้าว่ามีชื่อส่งของถึงแต่ผู้ประกอบการสามารถแจ้งความประสงค์ขอขนย้ายสินค้าไปตรวจสอบปล่อยนอกเขตท่าที่นำเข้าได้ แต่ต้องแจ้งล่วงหน้าในขั้นตอนจัดเตรียมใบขนสินค้าก่อนส่งมายังระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร
6. ผู้นำของเข้านำใบขนสินค้าพร้อมใบเสร็จเสียภาษีอากร เอกสาร Deliver Order (D/O) ไปดำเนินการตรวจสอบปล่อยสินค้าในท่าเรือและขนถ่ายสินค้านำเข้ามาที่โกดังหรือโรงงาน หรือบริษัท

7. ผู้นำเข้าหรือตัวแทนต้องจัดเก็บข้อมูลบัญชีราคาสินค้าในรูปของสื่อคอมพิวเตอร์เป็นเวลาไม่น้อย 6 เดือน เพื่อใช้สำหรับการตรวจสอบใบขนสินค้าหลังการตรวจปล่อย โดยให้สามารถจัดพิมพ์เป็นรายงานเมื่อกรมศุลกากรร้องขอ ดังนี้

- 7.1 IMPORT/EXPORT INVOICE LIST BY DECLARATION ITEM
- 7.2 IMPORT/EXPORT INVOICE LIST BY INVOICE ITEM
- 7.3 IMPORT/EXPORT INVOICE LIST

สำนักงานศุลกากรท่าเรือแหลมฉบัง  
(สทบ.) สำนักงานศุลกากรท่าเรือแหลมฉบัง ศรีราชา ชลบุรี 20230

ภาคผนวก ค  
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

## ตารางที่ ค-1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้เดินตลาด

ข้อมูล	จำนวน (322 คน)	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	200	62.11
หญิง	122	37.89
<b>2. อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	14	4.35
20 – 30 ปี	151	46.89
31 – 40 ปี	95	29.50
41 – 50 ปี	36	11.18
มากกว่า 50 ปี	26	8.07
<b>3. อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	40	12.42
ข้าราชการ/พนักงานประจำ	28	8.70
ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์	67	20.81
รับจ้างทั่วไป	150	46.58
อื่นๆ	37	11.49
<b>4. รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	64	19.88
10,000-15,000 บาท	164	50.93
15,001- 20,000 บาท	43	13.35
20,001 – 25,000 บาท	26	8.07
มากกว่า 25,000 บาท	25	7.76
<b>5. ความถี่ในการซื้อสินค้า</b>		
ทุกสัปดาห์	134	41.61
2 สัปดาห์/ครั้ง	96	29.81
3 สัปดาห์/ครั้ง	28	8.71
4 สัปดาห์/ครั้ง	22	6.83
มากกว่า 4 สัปดาห์/ครั้ง	32	9.94

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (ต่อ)

## ตารางที่ ค-2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้เดินตลาด

ข้อมูล	จำนวน (322 คน)	ร้อยละ
<b>6. ค่าใช้จ่ายสินค้าต่อชิ้น</b>		
ขึ้นอยู่กับคุณภาพ	68	21.12
10 – 50 บาท	107	33.23
51 – 100 บาท	85	26.40
101 – 200 บาท	34	10.55
200 – 300 บาท	16	4.97
มากกว่า 300 บาท	12	3.73
<b>7. สินค้ามือสองท่านนิยมซื้อ</b>		
ชุดนอน	11	3.42
Jacket/เสื้อกันหนาว	104	32.30
ชุดกีฬา	78	24.22
เสื้อยืด	81	25.16
อื่นๆ	47	14.60

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์

ตารางที่ ค- 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์

ข้อมูล	จำนวน (344 คน)	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	106	30.81
หญิง	238	69.19
<b>2. อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	49	14.24
20 – 30 ปี	204	59.30
30 – 40 ปี	73	21.22
41 – 50 ปี	18	5.23
มากกว่า 50 ปี	0	0.00
<b>3. อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	153	44.48
ข้าราชการ/พนักงานประจำ	73	21.22
ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์	17	4.94
รับจ้างทั่วไป	36	10.47
อื่นๆ	43	12.50
<b>4. รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	35	10.17
10,000-15,000 บาท	157	45.64
15,001- 20,000 บาท	84	24.42
20,001 – 25,000 บาท	31	9.01
มากกว่า 25,000 บาท	15	4.36



ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลการใช้จ่ายและการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์

ตารางที่ค-2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์

ข้อมูล	จำนวน (344 คน)	ร้อยละ
<b>5. ความถี่ในการซื้อสินค้า</b>		
ทุกสัปดาห์	114	33.14
2 สัปดาห์ / ครั้ง	43	12.50
3 สัปดาห์/ครั้ง	34	9.88
4 สัปดาห์/ครั้ง	126	36.63
มากกว่า 4 สัปดาห์/ครั้ง	27	7.85
<b>6. สินค้าที่ท่านนิยมซื้อ</b>		
ชุดนอน	12	3.49
Jacket/เสื้อกันหนาว	117	34.01
ชุดกีฬา	87	25.29
เสืวยืด	96	27.91
อื่นๆ	34	9.88
<b>7. ความเหมาะสมด้านราคา</b>		
เหมาะสม	287	83.43
มีราคาแพงไป	17	4.94
มีราคาถูกไป	40	11.63

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองในตลาดสินค้า

**ตารางที่ ค-3** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ			ลำดับที่
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
1. ผลิตภัณฑ์ (คุณภาพ)	5.00	0.00	มากที่สุด	1
2. ราคา	5.00	0.00	มากที่สุด	1
3. การจัดจำหน่าย (รูปแบบร้านค้า)	2.92	0.64	น้อย	7
4. แบรินต์สินค้า	3.71	0.98	ปานกลาง	4
5. ประเภทของสินค้า	3.67	0.99	ปานกลาง	5
6. การบริการ	3.50	0.87	ปานกลาง	6
7. สถานที่ของตลาด	4.38	0.70	มาก	3

จากตารางที่ ค-3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยการตัดสินใจที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้ามือสองในตลาดขายสินค้าด้วยค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์ (คุณภาพ) ราคา สถานที่ของตลาด แบรินต์สินค้า ประเภทของสินค้า การบริการ ตามลำดับ

**ส่วนที่ 4** ข้อมูลปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสองในระบบออนไลน์

**ตารางที่ ค-4** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ			ลำดับที่
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
1. ผลิตภัณฑ์ (คุณภาพ)	5.00	0.00	มากที่สุด	1
2. ราคา	4.67	0.47	มาก	2
3. การจัดจำหน่าย (รูปแบบร้านค้า)	3.63	0.99	ปานกลาง	3
4. แบรินต์สินค้า	4.54	0.50	มาก	4
5. ประเภทของสินค้า	4.46	0.50	มาก	5
6. การบริการ	4.04	0.79	มาก	6
7. ความน่าเชื่อถือ	5.00	0.00	มากที่สุด	1

จากตารางที่ ค-4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยการตัดสินใจที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้ามือสองในระบบออนไลน์มีค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ความน่าเชื่อถือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย แบรินต์สินค้า ประเภทของสินค้า

**ประวัติผู้เขียน****ผู้เขียน**

นายเอกวิทย์ สมบูรณ์

**รหัสประจำตัวนักศึกษา**

5710121098

**วุฒิการศึกษา****วุฒิ****ชื่อสถาบัน****ปีที่สำเร็จการศึกษา**

วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

2555

(สาขาวิศวกรรมเหมืองแร่)

**ตำแหน่งงานและสถานที่ทำงาน**

-