

**แผนธุรกิจ Book Gallery และร้านหนังสือแอมเล็ตแอนด์คอมพานี**



**ปิ่นอภัสร์ วุฒิพรสกุลโชติ**

**สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร**

**ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต**

**วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล**

**พ.ศ. 2563**

**ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล**

สารนิพนธ์

เรื่อง

**แผนธุรกิจ Book Gallery และร้านหนังสือแอมเล็ตแอนด์คอมพานี**

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่



.....  
นางสาวปิ่นภัสร์ วุฒิพรสกุลโชติ  
ผู้วิจัย

.....  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีระสา,  
Ph.D.  
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
รองศาสตราจารย์ณัฐวุฒิ พิมพา,  
Ph.D.  
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร อภาศิลป์,  
Ph.D.  
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ  
มหาวิทยาลัยมหิดล

.....  
ตรียุทธ พรหมศิริ,  
Ph.D.  
กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจร้านหนังสือแฮมเล็ด แอนด์ คอมพานี สมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือของ ผศ.ดร.ชนพล วีราสา อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ช่วยตรวจสอบ ให้คำปรึกษา รวมถึงแก้ไขส่วนที่บกพร่องของการทำสารนิพนธ์เล่มนี้ รวมถึงผู้มีส่วนร่วมให้การให้ความร่วมมือในการทำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านหนังสือ ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอขอบคุณเพื่อนๆ 20C ทุก ๆ ท่าน ในทุก ๆ ความช่วยเหลือ ทั้งผลึกทั้งคัน ให้งานชิ้นนี้เสร็จสมบูรณ์ได้อย่างตลอดรอดฝั่ง ขอขอบคุณคุณฐาปนพงษ์ อินทรชาติ สำหรับความช่วยเหลือ ทั้งในส่วนของ การหาข้อมูลเพิ่มเติม และการจัดเกลารายงานเล่มนี้ให้เสร็จสิ้นและลุล่วงไปได้อย่างราบรื่น

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณคณะกรรมการสอบ และคณาจารย์ทุกท่านที่สละเวลาให้ความรู้และคำแนะนำเพื่อให้สารนิพนธ์นี้สมบูรณ์ได้ด้วยดี

ปณณภัทร์ วุฒิพรสกุลโชติ

## บทสรุปผู้บริหาร

ในปัจจุบันจากความสะดวกในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ทำให้การซื้อหนังสือไม่จำเป็นต้องมาหน้าร้านเช่นเดิม จึงทำให้ร้านหนังสือแบรนด์ใหญ่และร้านหนังสืออิสระจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิตของผู้บริโภค ร้านหนังสือจะไม่ใช้สถานที่ที่ขายหนังสือเพียงอย่างเดียวแต่จะต้องสร้างประสบการณ์การซื้อหนังสือให้กับผู้ซื้อ หรือที่เรียกว่า Living Library โดยการสร้างคอนเทนต์จากหนังสือ การจัดงานเสวนา การจัดงานแสดงศิลปะ มีบรรณารักษ์ที่เข้าใจในหนังสือ รวมทั้งการสร้างคอนเทนต์บนสื่อออนไลน์ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างการอ่านจากตัวหนังสือและจากออนไลน์ ทำให้เกิดแนวคิดการทำธุรกิจร้านหนังสือที่มีชื่อว่า Hamlet and Co.

Hamlet and Co. เป็นร้านหนังสืออิสระ ดำเนินกิจการจำหน่ายหนังสือทั้งช่องทางออนไลน์และหน้าร้าน ในส่วนหน้าร้านจะเป็นการนำเสนอในรูปแบบของ Book Gallery เน้นประเภทหนังสือในหมวดหมู่ อดิษฐ์ประวัติ ปรัชญา ประวัติศาสตร์ และวรรณกรรมแปล ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ซึ่งเป็นประเภทหมวดหมู่ของหนังสือที่ได้รับความนิยมและมีปริมาณการพิมพ์จากสำนักพิมพ์อย่างต่อเนื่อง หนังสือของทางร้านจะผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนไปตามกระแสของสังคมปัจจุบัน และหนังสือที่ออกใหม่ โดยเฉพาะ The Best - Selling Book หรือหนังสือขายดีตลอดกาล โดยธีมการนำเสนอ Book Gallery จะเปลี่ยนแปลงไปตามหัวข้อหนังสือที่ต้องการนำเสนอในแต่ละเดือน

Hamlet and Co. แตกต่างจากร้านหนังสือทั่วไป ที่มุ่งเน้นการสร้างพื้นที่ระหว่างกันสำหรับผู้อ่าน (Social Space) โดยทำให้เกิดพื้นที่เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความเห็น ความสนใจที่คล้ายคลึงกัน ในด้านการอ่านหนังสือ ดังนั้นจึงจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานเสวนา หรือ Workshop เพื่อเป็นการดึงดูดผู้คนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอ่านหนังสือ เรียนรู้และแบ่งปันประสบการณ์ นอกจากนี้ Social Space ยังเหมาะสำหรับนักเขียนหน้าใหม่หรือสำนักพิมพ์ที่ต้องการโปรโมทหนังสือ ในส่วนของ Book Gallery จะนำหนังสือที่เป็นที่น่าสนใจและเป็นกระแสในช่วงเวลานั้น นำมาจัดแสดงเป็นรูปภาพ โดยเปลี่ยนตัวอักษรในหนังสือเป็นรูปภาพ และนำเสนอจากหน้าแรกจนถึงหน้าสุดท้าย โดย Book Gallery จะเปลี่ยนทุก ๆ เดือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้หนังสือมีความเข้าถึงผู้ที่สนใจได้ง่ายขึ้น และมีความสนุกสนานในการอ่าน โดยทั้ง Social Space และ Book Gallery จะทำให้เกิด Book Community เพิ่มปฏิสัมพันธ์ของคนอ่านให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและทำให้ชื่อของ Hamlet and Co. เป็นที่จดจำมากขึ้น

## บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้ที่ต้องการซื้อหนังสือ ประเภทอัตชีวประวัติ ปรัชญา ประวัติศาสตร์ และวรรณกรรมแปล ผู้ที่ชอบอ่านหนังสือ นักท่องเที่ยวที่ชอบงานศิลปะและพิพิธภัณฑ์ และนักเขียนหรือสำนักพิมพ์ที่ต้องการเช่าพื้นที่เพื่อจัดกิจกรรม กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา และสถานศึกษา ที่ต้องการความรู้เพิ่มเติมนอกเหนือจากบทเรียน โดยรายได้ของ Hamlet and Co. มาจาก 3 ทาง ประกอบด้วย การขายหนังสือทั้งช่องทางหน้าร้านและออนไลน์ การขายบัตรเข้าชม Book Gallery และการเช่าพื้นที่ทำ Workshop

ด้านการสื่อสารและส่งเสริมการขาย ในช่วงแรกทางร้านจะนำเสนอคอนเทนต์ที่น่าสนใจของหนังสือผ่านทาง Facebook Fan Page เพื่อสร้างฐานลูกค้าให้เกิด Engagement และกระตุ้นการซื้อด้วยการสร้างคอนเทนต์ผ่านทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการแบ่งปันเรื่องราว โดยใช้สื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook Instagram Twitter และ YouTube โดยอัปเดตธีมของ Book Gallery ในทุก ๆ เดือน มีการจัดจำหน่ายของที่ระลึกและหนังสือที่มีความเกี่ยวข้องกับหนังสือที่นำเสนอใน Gallery

ทางร้านมีแผนขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าภายใน 5 ปี โดยใช้หุ้นส่วนทางธุรกิจ ได้แก่ เครือโรงแรม สายการบิน และบริษัททัวร์เอเจนซี่ เพื่อให้ Hamlet and Co. เป็นสถานที่ต้องมาในอนาคต และจัดทำเว็บไซต์เพื่อรองรับการขายหนังสือออนไลน์ที่มากขึ้นในอนาคต โดยสถานที่ตั้งของร้าน Hamlet and Co. ตั้งอยู่ ปรีดิพนมยงค์ 8 ใกล้สถานีรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล

บริษัท Hamlet and Co. จะใช้เงินในการลงทุนในกิจการทั้งหมดจำนวน 1,386,000 บาท โดยอาศัยแหล่งเงินทุนจากเจ้าของกิจการทั้งหมด และประมาณการว่าจะทำให้มีผลการตอบแทนจากการลงทุน ภายในระยะเวลา 5 ปีแรกคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 4,215,409 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 92.65 และสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
<b>บทที่ 1</b> บทนำ	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	2
1.2 ข้อดีของร้านหนังสืออิสระ	4
<b>บทที่ 2</b> ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบของธุรกิจ	<b>6</b>
2.1 รายละเอียดบริษัท	6
2.2 วิสัยทัศน์	12
2.3 พันธกิจ	12
2.4 เป้าหมายธุรกิจ	12
2.4.1 เป้าหมายธุรกิจระยะสั้น (1-3 ปี)	12
2.4.2 เป้าหมายทางธุรกิจระยะกลาง (4-5 ปี)	13
2.4.3 เป้าหมายทางธุรกิจระยะยาว (5 ปีขึ้นไป)	13
2.5 รูปแบบธุรกิจและรายละเอียดของร้านหนังสือ	13
2.6 คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากการบริการ	14
<b>บทที่ 3</b> การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และการตลาด	<b>15</b>
3.1 ขนาดตลาดและแนวโน้มของอุตสาหกรรม	15
3.1.1 ขนาดของตลาด	15
3.1.2 แนวโน้มของตลาด	16
3.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	17
3.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายกฎเกณฑ์ของภาครัฐ (Political Factor)	17
3.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)	18
3.2.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor)	18

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.4 ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)	19
3.3 วิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)	20
3.3.1 คู่แข่งทางตรง	20
3.3.2 คู่แข่งทางอ้อม	25
3.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	25
3.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน	26
3.5.1 จุดแข็ง (Strengths)	26
3.5.2 จุดอ่อน (Weakness)	27
3.5.3 โอกาส (Opportunities)	27
3.5.4 อุปสรรค (Threats)	27
3.6 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)	28
3.6.1 การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (Threat of New Entrants)	28
3.6.2 อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier)	28
3.6.3 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customer)	28
3.6.4 สินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)	28
3.6.5 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)	29
<b>บทที่ 4    แผนการตลาด</b>	<b>30</b>
4.1 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goal)	30
4.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)	30
4.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer)	31
4.3.1 การแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation)	31
4.3.2 กลุ่มเป้าหมายหลัก	31
4.3.3 การวางตำแหน่ง Hamlet and Co.	32
4.4 ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning)	32



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)	33
4.5.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า/ บริการ (Product and Service Strategy)	33
4.5.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)	34
4.5.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place Strategy)	34
4.5.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย (Promotion Strategy)	34
4.5.5 กลยุทธ์ด้านบุคคล (People)	36
<b>บทที่ 5</b> <b>แผนการดำเนินงาน</b>	<b>37</b>
5.1 เป้าหมายของการดำเนินงาน	37
5.2 การวางแผนในการดำเนินงาน	37
5.3 การจัดตั้งบริษัท	37
5.4 กลยุทธ์ในการบริหาร	38
5.4.1 ส่วนของหน้าร้านหนังสือ Hamlet and Co.	38
5.4.2 ส่วนของ Book Gallery	38
5.4.3 ส่วนของการเช่าพื้นที่จัดกิจกรรม	39
5.4.4 ส่วนของช่องทางออนไลน์	39
5.5 นโยบายสินค้าและบริการ	40
<b>บทที่ 6</b> <b>การบริหารและจัดการองค์กร</b>	<b>41</b>
6.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร	41
6.2 โครงสร้างองค์กร	41
6.3 คุณสมบัติพนักงาน	42
6.4 ค่าใช้จ่ายการจ้างบุคลากร	43
<b>บทที่ 7</b> <b>แผนการเงิน</b>	<b>44</b>
7.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน	44
7.2 ขั้นตอนการจัดจำหน่ายหนังสือ	44
7.3 การเปรียบเทียบสายส่งที่มีอยู่ในตลาด	44



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
7.3.1 สายส่งซีอีดี	44
7.3.2 สายส่งอมรินทร์	45
7.3.3 สายส่งเคทีดีไทย	45
7.4 ที่มาของรายได้	45
7.4.1 รายได้จากสินค้าและบริการ	45
7.4.2 การประมาณการรายได้	46
7.5 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	46
7.6 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	50
7.7 การประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน	52
7.7.1 การประมาณการงบกำไรขาดทุน	52
7.7.2 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน	53
7.7.3 ประมาณการงบดุล	54
7.8 สรุปผลตอบแทนทางการเงิน	55
<b>บทที่ 8 ความเสี่ยงและการรับมือ</b>	<b>56</b>
8.1 ความเสี่ยงที่ควบคุมได้: การบริหารงานภายในร้านหนังสือ	56
8.1.1 หนังสือ	56
8.1.2 พนักงาน	56
8.1.3 การตกแต่งภายใน	56
8.2 ความเสี่ยงที่ควบคุมไม่ได้: ปัจจัยภายนอกระดับมหภาค	57
8.2.1 เทคโนโลยี	57
8.2.2 กิจกรรมที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย	57
<b>บทที่ 9 แผนงานในอนาคต</b>	<b>58</b>
9.1 แผนงานในปีที่ 5-9 และการต่อยอดในอนาคตของ Hamlet and Co.	58
9.1.1 หาหุ้นส่วนหรือร่วมงานกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ	58
9.1.2 ใช้ Big Data เข้ามาช่วยในธุรกิจ	58
9.1.3 การทำ E-Book	58

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
9.1.4 ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดแสดง Book Gallery	58
9.1.5 การเป็นศูนย์รวมของศิลปะ	59
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>60</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>61</b>
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	62
ภาคผนวก ข ตัวอย่างรูปแบบ idea Life style Book Gallery	66
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>68</b>



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
3.1	แสดงสรุปผลการวิเคราะห์อุตสาหกรรม	29
6.1	รายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการถือหุ้น	41
6.2	หน้าที่และคุณสมบัติพนักงาน	42
6.3	แรงงานในการขายและให้บริการ	43
6.4	แรงงานในการบริหาร	43
7.1	แสดงการเปรียบเทียบสายส่งที่มีอยู่ในตลาด	45
7.2	แสดงอุปกรณ์สำหรับการดำเนินงาน	47
7.3	แสดงความสามารถในการให้บริการสูงสุดต่อเดือน	47
7.4	แสดงปริมาณการให้บริการตามประมาณการการให้บริการ	47
7.5	แสดงอัตราค่าบริการต่อหน่วย	47
7.6	แสดงรายได้ต่อปี	48
7.7	แสดงต้นทุนค่าบริการแปรได้ต่อหน่วย	48
7.8	แสดงต้นทุนค่าบริการแปรได้	49
7.9	แสดงแรงงานในการขายและบริหาร	49
7.10	แสดงค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	49
7.11	แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด	49
7.12	แสดงเงินลงทุนในโครงการ	50
7.13	แสดงค่าเสื่อมราคา	50
7.14	แสดงค่าเสื่อมราคาในการบริการ	50
7.15	แสดงค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	51
7.16	แสดงลูกหนี้การค้า	51
7.17	แสดงเจ้าหนี้การค้า	51
7.18	แสดงงานระหว่างทำ	51
7.19	แสดงสต็อกวัสดุสิ้นเปลือง	51
7.20	แสดงงบกำไรขาดทุน	52

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
7.21	แสดงประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน	53
7.22	แสดงการประมาณการงบดุล	54
7.23	แสดงสรุปผลตอบแทนทางการเงิน	55



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 แสดงตัวอย่าง FB Fan Page ของร้าน	4
2.1 แสดงที่ตั้งร้านค้า	6
2.2 แสดงทำเลที่จัดตั้งร้านค้า	7
2.3 แสดงภาพบรรยากาศหน้าร้านบริเวณชั้น 1	8
2.4 แสดงแบบ Floor Plan	8
2.5 แสดงตัวอย่างลักษณะ โปสเตอร์ของ Book Gallery ที่เปลี่ยนเนื้อเรื่องในแต่ละเดือน	9
2.6 แสดงภาพบรรยากาศใน Book Gallery	9
2.7 แสดงภาพบรรยากาศใน Book Gallery	10
2.8 แสดงภาพบรรยากาศใน Book Gallery	10
2.9 แสดงภาพบรรยากาศใน Book Gallery	11
2.10 แสดงตราสัญลักษณ์ของร้านค้า	11
2.11 แสดงภาพแผนภูมิแสดงการทำงานของ Book Gallery	14
3.1 แสดงมูลค่าตลาดหนังสือในไทยล่าสุดปี 2560	15
3.2 แสดงช่องทางกรซื้อหนังสือล่าสุด ปี 2560	16
3.3 แสดงจำนวนร้านหนังสือในประเทศไทย	17
3.4 มูลค่าการเติบโตรวมของตลาดหนังสือในประเทศไทยจากภาวะอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์	18
3.5 แสดงโลโก้ของร้าน SE-ED	20
3.6 แสดงโลโก้ของร้าน B2S	21
3.7 แสดงโลโก้ของร้านนายอินทร์	21
3.8 แสดงโลโก้ร้าน Kinokuniya	22
3.9 แสดงโลโก้ของร้าน Candide Books & Café'	22
3.10 แสดงโลโก้ของร้าน	23
3.11 แสดงโลโก้ของร้าน Passport Bookshop	24
3.12 โลโก้ร้าน Readery	25
3.13 แสดงพฤติกรรมกรซื้อหนังสือ	26

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
4.1	แสดง Perceptual Map	32
4.2	แสดงบรรยากาศในส่วนของร้าน	33
4.3	แสดงรีวิวหนังสือและการทำ Content Creating	35
6.1	โครงสร้างองค์กร	41
7.1	แสดงขั้นตอนการจัดจำหน่ายหนังสือ	44



## บทที่ 1

### บทนำ

จากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ติดตามข่าวสารผ่านช่องทาง Social Media ส่งผลให้ วงการสิ่งพิมพ์ไทยเผชิญเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ โดยเฉพาะธุรกิจนิตยสาร และหนังสือพิมพ์ จากข้อมูลปี 2558 – 2560 มีสื่อสิ่งพิมพ์ปิดตัวหรือยกเลิกการพิมพ์บนกระดาษอย่างน้อย 36 แห่ง อาทิ นิตยสารซุบซิบ OOPS! OHO ZOO FHM เปรี๊ยะ lemonade Candy VIVA! FRIDAY KC WEEKLY C-Kids! VOLUME IMAGE COSMOPOLITAN บางกอกรายสัปดาห์ เนชั่นสุดสัปดาห์ seventeen สกุลไทย WHO I LIKE FLIMAX ขวัญเรือน ดิฉัน madam FIGARO คู่สร้างคู่สม พลอย แกมเพชร แมรี่ แคลร์ marie Claire Men’s Health, Women’s Health THE Hollywood Reporter Thailand billboard Thailand HEALTH & Cuisine ครีว Go Genius, WRITER และหนังสือพิมพ์บ้านเมือง เป็นต้น

ต่อมาในปี 2561 หนังสือพิมพ์ เชียงใหม่นิวส์ ที่นำเสนอข่าวสู่ภาคเหนือมากกว่า 27 ปี ก็ได้ยกเลิกรูปแบบของหนังสือพิมพ์ และไปนำเสนอข่าวในรูปแบบออนไลน์บนเว็บไซต์อย่างเต็มตัว และในปีเดียวกัน หนังสือพิมพ์ มวยสยาม ภายได้สังกัด บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้รวมเป็นฉบับเดียวกับหนังสือพิมพ์ สยามกีฬา หนังสือพิมพ์กีฬาค่ายเดียวกัน

อย่างไรก็ตามในปี 2562 ภาพรวมธุรกิจสำนักพิมพ์และร้านขายหนังสือ เริ่มส่งสัญญาณดีขึ้นตามลำดับ เห็นได้จากสำนักพิมพ์เริ่มมีรายได้ที่สูงขึ้น เช่น กลุ่มบริษัทเครืออมรินทร์ มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 14 ขณะที่หนังสือเล่มเติบโตกว่าร้อยละ 16 เช่นเดียวกับซีเอ็ด ที่มีผลประกอบการทำกำไรได้มากกว่า 14.61 ล้านบาทในปี 2562 และมีแผนจะเปิดสำนักพิมพ์ใหม่ขึ้นอีก 5 แห่ง

ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้เปิดเผยรายได้ของบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย ในปี 2560 มีรายละเอียดดังนี้

- สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย (บริษัท สยามอินเตอร์มีเดีย จำกัด (มหาชน) รายได้รวม 451,061,559.04 บาท
- ซีเอ็ด (บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) รายได้รวม 3,585,876.862 บาท
- อมรินทร์ (บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ยกเว้นช่องทางออนไลน์ รายได้รวม 1,823,022,221 บาท
- เคล็ดไทย (บริษัท เคล็ดไทย จำกัด รายได้รวม 117,685,218 บาท
- อนิเมท กรุ๊ป (บริษัท อนิเมท กรุ๊ป จำกัด รายได้รวม 28,292,132.55 บาท



- สถาพรบุ๊คส์ (บริษัท สถาพรบุ๊คส์ จำกัด รายได้รวม 152,195,008 บาท
- แจ่มใส (บริษัท แจ่มใส พับลิชชิ่ง จำกัด รายได้รวม 243,407,867.09 บาท
- โอเพ่นบุ๊คส์ (บริษัท โอเพ่น โซไซตี้ จำกัด รายได้รวม 6,032,594 บาท
- แชลมอน เฮ้าส์ (บริษัท แชลมอน เฮ้าส์ จำกัด รายได้รวม 46,871,792 บาท
- บรรลือสารีน (บริษัท บรรลือสารีน จำกัด รายได้รวม 41,832,955.11 บาท
- บันลือบุ๊คส์ (บริษัท บันลือบุ๊คส์ จำกัด รายได้รวม 17,801,962.63 บาท
- นานมีบุ๊คส์ (บริษัท นานมี บุ๊คส์ จำกัด รายได้รวม 457,121,506 บาท
- บงกช พับลิชชิ่ง (บริษัท บงกช พับลิชชิ่ง รายได้รวม 141,016,988 บาท

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ารายได้รวมของธุรกิจสำนักพิมพ์ สิ่งพิมพ์ ยังเป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดรายได้อย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี

นอกจากนี้ข้อมูลจากนายกสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) ยังระบุเกี่ยวกับงาน สัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ครั้งที่ 47 ปี 2562 ว่ามีผู้เข้าร่วมชมงานประมาณ 1.8 ล้านคนและมียอดขายหนังสือมากกว่า 500 ล้านบาท

แม้ในปัจจุบันจะมีเรื่องของเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งการขายหนังสือผ่านช่องทางออนไลน์ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Books) แต่พฤติกรรมความต้องการของผู้อ่านยังนิยมช่องทางการซื้อหนังสือจากร้านหนังสือ และจากงานสัปดาห์หนังสือรองลงมา โดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ ซื้อจากร้านหนังสือร้อยละ 45 ซื้อจากงานสัปดาห์หนังสือร้อยละ 44

แต่เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ช่องทางสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่เข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ทุกที่ ทุกเวลา ดังนั้นจึงทำให้ช่องทางออนไลน์ได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันของคนในยุคปัจจุบันไปแล้ว ทำให้ร้านหนังสือและสำนักพิมพ์ต่าง ๆ จำเป็นต้องมีช่องทางออนไลน์ไว้เพื่อการประชาสัมพันธ์และมีไว้เพื่อเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างกิจการและลูกค้าด้วยเช่นกัน

## 1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

ผู้จัดทำได้เห็นความสำคัญของการอ่านและต้องการส่งเสริมให้ผู้คนสนใจการอ่านให้มากขึ้น จึงได้มีแนวคิดที่จะทำร้านหนังสืออิสระ ซึ่งเป็นร้านหนังสือที่ไม่มีการจัดการจากส่วนกลาง เป็นร้านที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนร้านขายหนังสือทั่วไป มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมให้คนรักการอ่าน หรือแม้แต่ผู้คนที่ยังไม่ถึงกับชื่นชอบการอ่านหันมาให้ความสนใจกับการอ่านมากขึ้น ไม่ใช่แต่เพียงมุ่งเน้นประโยชน์จากการขายหนังสือเท่านั้น แต่ต้องการมุ่งเน้นในการสร้างสรรค์เนื้อหาและคัดกรอง

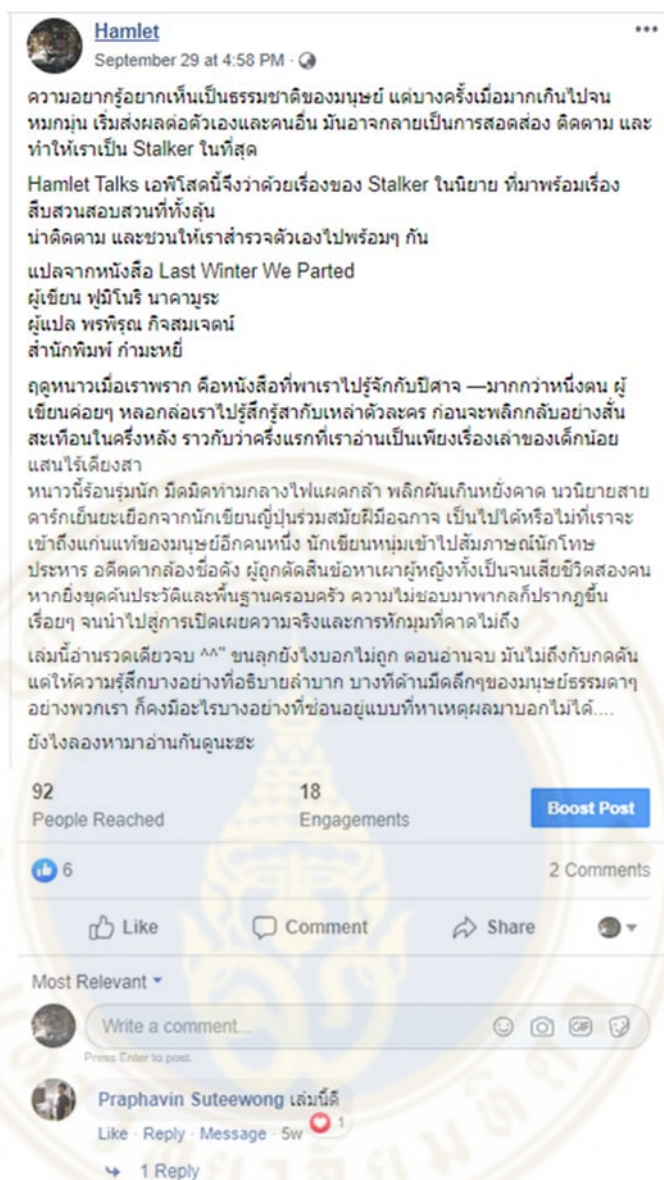
หนังสือที่น่าสนใจให้กับผู้ที่ชื่นชอบและสนใจหนังสือด้วยเช่นกัน โดยมีรูปแบบของธุรกิจเป็น Book Gallery ซึ่งเป็นการนำเอาหนังสือที่เป็นกระแสในช่วงเวลานั้นมานำเสนอในรูปแบบของรูปภาพและเรียงลำดับเนื้อหาจากหน้าแรกจนถึงหน้าสุดท้ายของหนังสือ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจและน่าสนใจ โดยทางร้านจะเป็นผู้ยอหนังสือให้เกิดความน่าสนใจแก่ผู้ที่สนใจหนังสือเล่มนั้น ๆ

ข้อดีของร้านหนังสืออิสระ คือ มีพื้นที่และบรรยากาศภายในร้าน พนักงานขายที่มีความรอบรู้เกี่ยวกับหนังสือ ความจงรักภักดีและเอกลักษณ์ของลูกค้า และมีรูปแบบที่จำกัด ตัวอย่างร้านหนังสืออิสระต้นแบบ ได้แก่

ร้านกึ่งอดิ (the Jam factory คลองสาน, กรุงเทพฯ) ร้าน Bookmoby (ออนไลน์บุ๊กสโตร์) และร้าน Shakespeare and company (ปารีส, ฝรั่งเศส) ร้านเหล่านี้เกิดจากกลุ่มคนที่เชื่อว่าการอ่านคือสิ่งที่ดีจึงต้องการสร้างพื้นที่ให้กับหนังสือดี ๆ และจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการอ่าน เพื่อสร้างและพัฒนาให้เป็นสังคมของผู้รักการอ่านหนังสือ

จากผลสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่มีความชื่นชอบเกี่ยวกับหนังสือพบว่า ยังมีความต้องการสำหรับร้านหนังสือลักษณะเดียวกับร้านหนังสืออิสระนี้อยู่ ผู้ที่สนใจเกี่ยวกับร้านหนังสือประเภทดังกล่าว มีมาจากหลากหลายสายวิชาชีพด้วยกัน นักเรียน นักศึกษา พนักงานออฟฟิศ จากกลุ่มรักหนังสือ ชมรมหนังสืออิสระทาง Facebook Social Media

รวมทั้งการทดลองทำ การจำลองเว็บไซต์จำลองเกี่ยวกับการรีวิวหนังสือที่น่าสนใจ รวมถึงจัดตั้ง Fan Page ใน Facebook เพื่อทดสอบแนวคิดความเป็นไปได้ของธุรกิจ พบว่า ตลาดมีความต้องการใช้บริการ ร้านหนังสืออิสระอยู่จริง ยังมีจำนวนคนที่สนใจเกี่ยวกับเนื้อหาดังกล่าว และต้องการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับชุมชนหนังสืออีกจำนวนไม่น้อย โดยแบ่งเป็นกลุ่มคนที่สนใจเกี่ยวกับเนื้อหาของหนังสือเป็นหลัก กับบรรยากาศร้านที่น่านั่งก็เป็นปัจจัยสำคัญในเลือกใช้บริการ



ภาพที่ 1.1 แสดงตัวอย่าง FB Fan Page ของร้าน

## 1.2 ข้อดีของร้านหนังสืออิสระ

1. พื้นที่ทางกายภาพ (Physical Space) ร้านหนังสืออิสระมีการจัดวางหนังสือ สร้างสรรค์บรรยากาศของร้านให้น่าเข้าไปใช้บริการ เชื่อเชิญให้สัมผัสเลือกอ่าน เลือกซื้อหนังสือ เป็นการเพิ่มโอกาสในการขายที่ต่างไปจากร้านค้าออนไลน์
2. รอบรู้เรื่องหนังสือ (Book Knowledge) พนักงานในร้านหนังสืออิสระมักมีความเป็นนักอ่านอยู่ในตัว ทำให้รู้จักหนังสือหลากหลายประเภทมากพอที่จะแนะนำและบอกต่อเรื่องราวโดย

ย่อของหนังสือแต่ละเล่มให้กับผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี คุณภาพของบริการที่แตกต่างจากร้านหนังสือแบบ Chain Store

3. ความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับคนที่ออกจากบ้านแล้วมาใช้เวลาเพื่อหาหนังสือสักเล่ม แทนการซื้อผ่านระบบออนไลน์แล้วรอรับหนังสืออีก 2-3 วัน ประสบการณ์ในการหาหนังสือที่ชื่นชอบ เป็นเรื่องราวที่น่าประทับใจที่ทำให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างผู้อ่านและร้านหนังสือ



## บทที่ 2

### ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบของธุรกิจ

#### 2.1 รายละเอียดบริษัท

ชื่อบริษัท:	ร้าน แสมเล็ด แอนด์ คอมพานี
รูปแบบธุรกิจ:	ร้านขายหนังสืออิสระที่มีรูปแบบการให้บริการในลักษณะของ Book Gallery
สินค้าและบริการ:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. จำหน่ายบัตรเข้าชมงาน Book Gallery</li> <li>2. ขายหนังสือทั้งช่องทางหน้าร้าน และ ออนไลน์</li> <li>3. ให้เช่าพื้นที่เพื่อการแสดงผลงานทางศิลปะ รวมถึงงานเปิดตัวหนังสือ</li> </ol>
สถานที่ตั้ง:	ภายในบริเวณพื้นที่ของ ศิริสุข อพาร์ทเมนต์ ปรีดิพนมยงค์ 8, ถนนสุขุมวิท 71, พระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

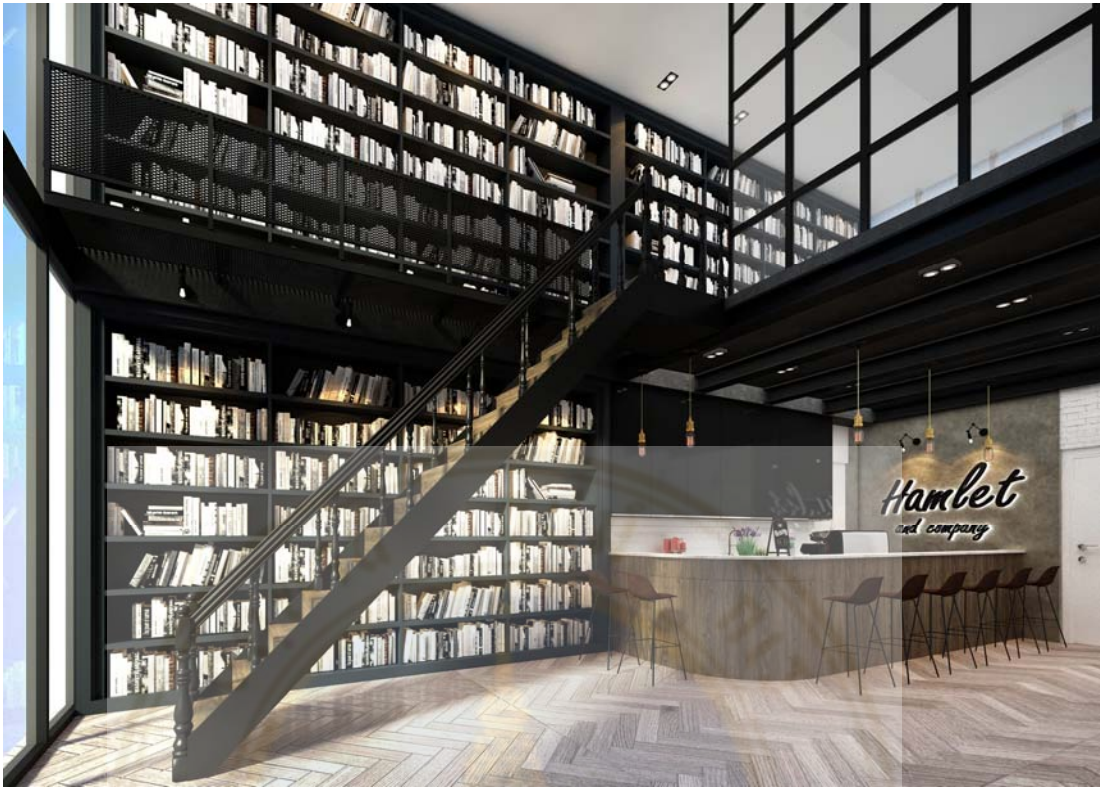


ภาพที่ 2.1 แสดงที่ตั้งร้านค้า

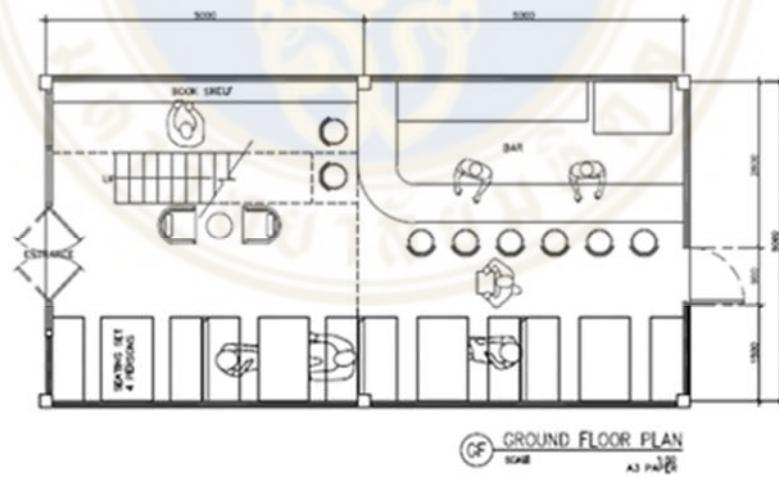




ภาพที่ 2.2 แสดงทำเลที่จัดตั้งร้านค้า



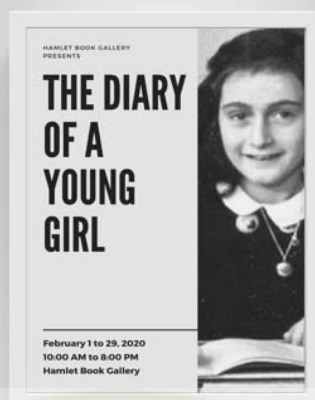
ภาพที่ 2.3 แสดงภาพบรรยากาศหน้าร้านบริเวณชั้น 1



ภาพที่ 2.4 แสดงแบบ Floor Plan



## Exhibition Poster



ภาพที่ 2.5 แสดงตัวอย่างลักษณะ โปสเตอร์ของ Book Gallery ที่เปลี่ยนเนื้อเรื่องในแต่ละเดือน

## Gallery Atmosphere



ภาพที่ 2.6 แสดงภาพบรรยากาศใน Book Gallery



ภาพที่ 2.7 แสดงภาพบรรยากาศใน Book Gallery

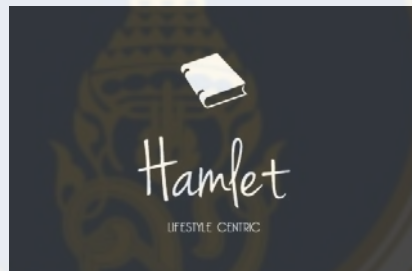


ภาพที่ 2.8 แสดงภาพบรรยากาศใน Book Gallery



ภาพที่ 2.9 แสดงภาพบรรยากาศใน Book Gallery

โลโก้บริษัท:



ภาพที่ 2.10 แสดงตราสัญลักษณ์ของร้านค้า

แฮมเล็ต แอนด์ คอมพานี เป็นชื่อที่มาจากตัวละครดังตัวหนึ่งในวรรณกรรมอังกฤษ เขียนโดย William Shakespeare ชื่อ Hamlet ซึ่งเป็นหนึ่งในวรรณกรรมเรื่องดังของ Shakespeare และโด่งดังไปทั่วโลก วรรณกรรมเรื่องนี้ได้รับการปรับปรุงและดัดแปลงหลายครั้งให้เป็นทั้งบทละคร ละครเวที และภาพยนตร์ เนื่องจากบทละครนี้มีการสร้างตัวละครไว้อย่างละเอียดลึกซึ้ง แฮมเล็ตจึงเป็นบทละครที่สามารถวิเคราะห์ตีความได้จากหลายมุมมอง มีชื่อเสียงเป็นอย่างมากในทุกยุคทุกสมัย ผู้จัดทำจึงนำชื่อนี้อ้างอิง เพื่อมาตั้งเป็นชื่อร้าน หวังจะให้เป็นที่สัญลักษณ์และตัวแทนของร้านที่สามารถจำได้ง่ายในสายตาผู้อ่าน

## 2.2 วิสัยทัศน์

ต้องการให้ชื่อของ Hamlet and Co. เป็นศูนย์กลางของนักอ่าน ผู้ที่ชื่นชอบศิลปะ พิพิธภัณฑสถาน และเป็นสถานที่ที่เก๋วลาดับต้นๆ ของกรุงเทพมหานคร

## 2.3 พันธกิจ

1. สร้างเนื้อหา (Content) ที่น่าสนใจและมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ทำให้ผู้คนสนใจที่จะซื้อหนังสือและร่วมมีปฏิสัมพันธ์กัน (Social Space) โดยมีหนังสือเป็นสื่อกลาง
2. สร้าง Book Gallery โดยการยืมหนังสือให้เข้าถึงง่าย เปลี่ยนจากตัวหนังสือมาเป็นรูปภาพ ซึ่งจะทำให้ร้านหนังสือ Hamlet and Co. มีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์เมื่อเทียบกับร้านหนังสืออื่น
3. สร้างความเชื่อมั่นให้กับคนอ่าน โดยพนักงานในร้านไม่ใช่แค่คนขายหนังสือ แต่เป็นคนที่จะแนะนำหนังสือให้เหมาะสมกับความต้องการได้
4. สร้างมูลค่าคืนกลับสู่สังคม เพิ่มความรู้และส่งเสริมการอ่านให้กับนักเรียนในสถานศึกษาโดยการให้มาทัศนศึกษาในหัวข้อที่ทางโรงเรียนสนใจ

## 2.4 เป้าหมายธุรกิจ

### 2.4.1 เป้าหมายธุรกิจระยะสั้น (1-3 ปี)

- เน้นการสร้าง Brand Awareness เพื่อพยายามให้เป็นที่รับรู้ในกลุ่มเป้าหมาย โดยสร้างเนื้อหา (Content) ให้ตรงใจกลุ่มเป้าหมายโดยเร็วและมากที่สุดอย่างต่อเนื่อง และจุดเด่นของ Social Space ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมาย
- หาพันธมิตรทางธุรกิจ ที่เป็นนักเขียนและสำนักพิมพ์ เพื่อทำให้เป็นที่รู้จักและสร้าง Hamlet and Co. ให้กลายเป็นศูนย์กลางของการเปิดตัวหนังสือใหม่
- จำหน่ายหนังสือทั้งช่องทางหน้าร้านและออนไลน์ ผ่านทาง Social media ต่าง ๆ

#### 2.4.2 เป้าหมายทางธุรกิจระยะกลาง (4-5 ปี)

- เริ่มทำ Strategic Partner กับ บริษัทต่าง ๆ เช่น เครือโรงแรม สายการบิน และเอเจนซีทัวร์ เพื่อเป็น 1 ในสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และ โฆษณาในเว็บไซต์ท่องเที่ยวและศิลปะ เพื่อเป็นสถานที่เที่ยวทางเลือกเกี่ยวกับศิลปะและพิพิธภัณฑ์
- จัดทำเว็บไซต์สำหรับการขายหนังสือช่องทางออนไลน์ ให้มีการรองรับการใช้งานมากขึ้นและสะดวกมากขึ้น

#### 2.4.3 เป้าหมายทางธุรกิจระยะยาว (5 ปีขึ้นไป)

- ขยายร้านและเพิ่มสาขาให้มีขนาดใหญ่ขึ้น รองรับการทำ Book Gallery ขนาดใหญ่มากขึ้น
- เป็นสถานที่จัดงานทางศิลปะที่นำมาจากต่างประเทศและเป็นศูนย์กลางทางศิลปะเหมือนกับหอศิลป์
- ซ่อลิขสิทธิ์การทำ E-book เพื่อรองรับการ Disruption ในอนาคต

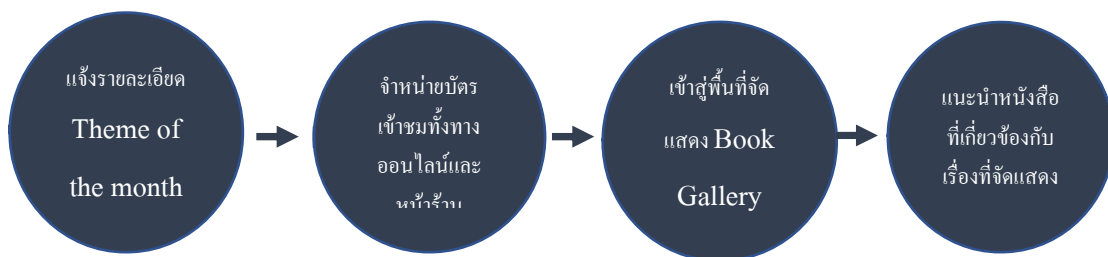
### 2.5 รูปแบบธุรกิจและรายละเอียดของร้านหนังสือ

Hamlet and Co. เป็นร้านหนังสืออิสระที่แตกต่างจากร้านหนังสือทั่วไป ที่ทำให้มีพื้นที่ที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้เขียนและคนอ่านหนังสือ โดยในแต่ละเดือนจะมีการจัด Book Gallery ซึ่งนำเสนอหนังสือในรูปแบบของการเล่าหนังสือผ่านทางรูปภาพ โดยย่อเนื้อหาตั้งแต่หน้าแรกจนถึงหน้าสุดท้ายของหนังสือ และธีการจัดแสดงจะเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสในทุก ๆ เดือน

หลังจากเดินชม Book Gallery จนจบแล้ว จะมีหนังสือที่ใช้ในการจัดแสดงและหนังสือที่เกี่ยวข้องกันขายหลังจากจบงานแสดง Book Gallery การซื้อหนังสือจะสามารถซื้อได้ทั้งหน้าร้านและออนไลน์ ตามความสะดวกของผู้อ่าน โดยช่วงแรกจะขายผ่านช่องทาง Social media เป็นหลัก เมื่อมีลูกค้ามากขึ้นจึงค่อยทำเว็บไซต์เพื่อเพิ่มความสะดวกมากขึ้น

ในส่วนในพื้นที่ Workshop นักเขียน สำนักพิมพ์ และนักศึกษา สามารถเช่าพื้นที่เพื่อจัดงานหรือแสดงผลงานได้ โดยทาง Hamlet and Co. มีพนักงานคอยช่วยเหลือและดูแลสถานที่ให้





ภาพที่ 2.11 แสดงภาพแผนภูมิแสดงการทำงานของ Book Gallery

## 2.6 คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากการบริการ

1. มีพื้นที่ Social space ให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้กันทั้งกับนักเขียนและผู้อ่านด้วยกัน
2. ได้รับประสบการณ์และความเพลิดเพลินจาก Book Gallery
3. ได้รับประสบการณ์จากงานศิลปะในแขนงอื่น ๆ นอกจากการอ่านหนังสือ เพราะมีพื้นที่การจัดแสดงของศิลปะชนิดอื่นด้วย
4. หนังสือที่ขายอยู่ ผ่านการคัดเลือกมาแล้วว่าเข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันที่กำลังเป็นกระแส

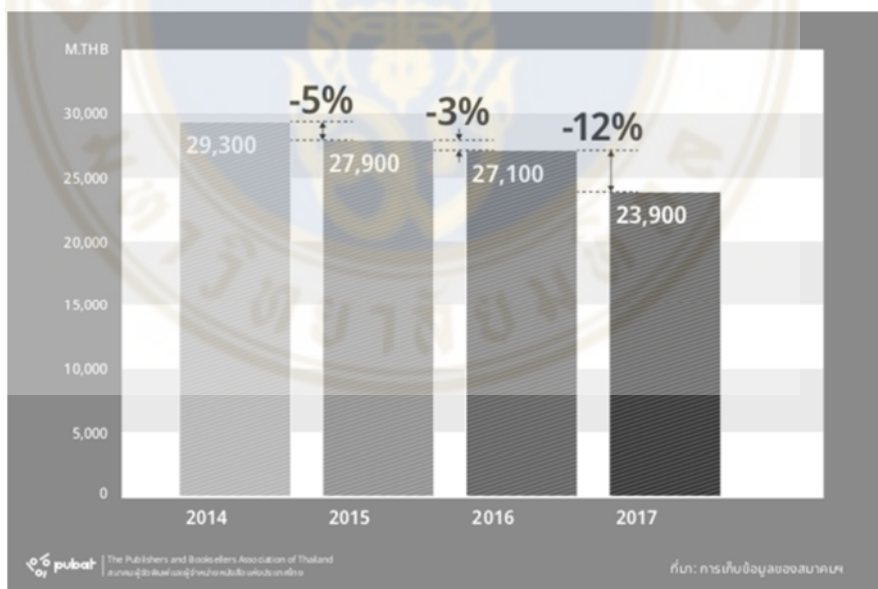
## บทที่ 3

### การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และการตลาด

#### 3.1 ขนาดตลาดและแนวโน้มของอุตสาหกรรม

##### 3.1.1 ขนาดของตลาด

คนไทยยังรักการอ่าน จากผลสำรวจ พบสถิติการซื้อหนังสือติดอันดับ 4 ของโลก จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 7,800 คน ใน 41 ประเทศทั่วโลก ช่วงเดือนมีนาคม 2562 ที่ผ่านมา พบว่าคนไทยมีความต้องการซื้อหนังสือในร้านหนังสือออนไลน์เพิ่มขึ้น ประมาณเดือนมีนาคม เมษายน และตุลาคม ซึ่งเป็นช่วงที่ร้านหนังสือออนไลน์จะนำหนังสือที่ไม่ใช่สินค้ายอดนิยมาลดราคาทำให้ช่วงเวลาดังกล่าว เป็นช่วงที่คึกคักที่สุดของปี



ภาพที่ 3.1 แสดงมูลค่าตลาดหนังสือในไทยล่าสุดปี 2560

ภาพรวมการอ่านของคนไทยอยู่ที่ร้อยละ 78.8 กรุงเทพฯ มาเป็นอันดับ 1 ขณะที่ยังมีคนไทยไม่อ่านหนังสือถึงร้อยละ 21.2 กลุ่มวัยรุ่นใช้เวลาอ่านสูงสุดเมื่อเทียบกับทุกวัย ผลสำรวจยังชี้ต่อว่าหนังสือยังไม่ตาย ตัวเลขการอ่านหนังสือเป็นเล่มที่ร้อยละ 88 ตามมาด้วยการอ่านบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์



ที่ร้อยละ 75.4 สะท้อนให้เห็นว่าหนังสือเป็นเล่มยังคงอยู่เคียงคู่สื่อแบบออนไลน์ นอกจากนี้ยังมีคำแนะนำสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรณรงค์การอ่านทั้งสองสื่อควบคู่ไปด้วยกัน

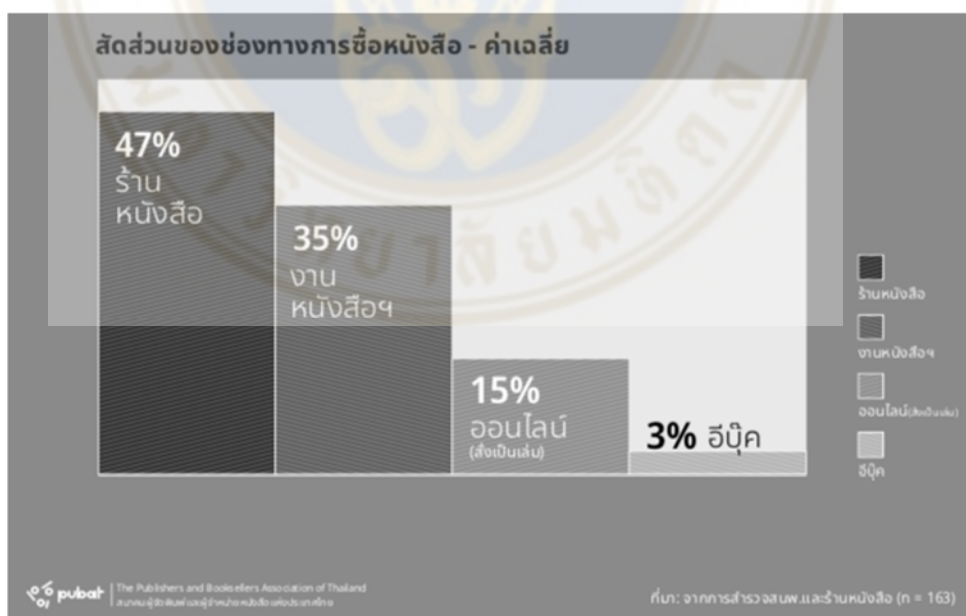
จากผลสำรวจการซื้อหนังสือในประเทศไทย คนไทยนั้นซื้อหนังสือจากร้านหนังสือถึงร้อยละ 63 ยืมจากห้องสมุดร้อยละ 5 จากเพื่อนร้อยละ 3 และ มีร้อยละ 29 ไม่อ่านหนังสือ

รูปแบบของหนังสือที่คนไทยสนใจซื้อ แยกออกเป็นหนังสือที่เป็นกระดาษในร้านหนังสือร้อยละ 71 หนังสือที่เป็นกระดาษในร้านหนังสือออนไลน์ร้อยละ 34 และ E-Book จากร้านหนังสือออนไลน์ร้อยละ 12

วรรณกรรมประเภทใดที่มีผู้อ่านจำนวนมากที่สุด แบ่งเป็นหนังสือนิยายร้อยละ 49 หนังสือเกี่ยวกับงานอดิเรกร้อยละ 40 หนังสือเกี่ยวกับธุรกิจร้อยละ 34 สารคดีร้อยละ 26 วิทยาศาสตร์ร้อยละ 21 วิทยาศาสตร์และตำราเรียน ร้อยละ 18

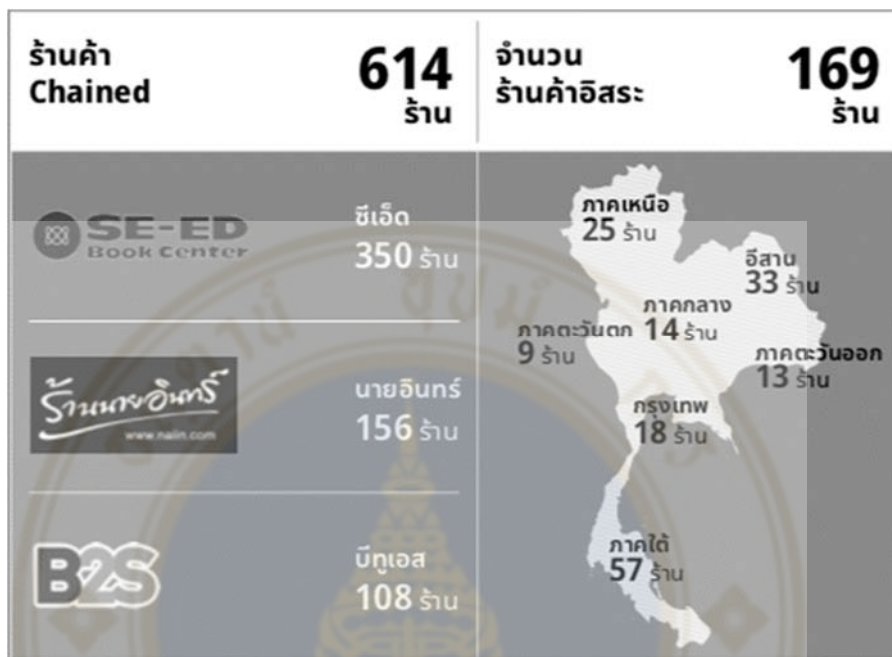
### 3.1.2 แนวโน้มของตลาด

จากการแถลงการณ์ล่าสุดของสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย ในปี 2561 ยอดขายหนังสือลดลง ยอดขาย E-book สูงขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารถชดเชยส่วนที่หายไปได้ ขณะที่นักเขียนชื่อดังที่มีฐานนักอ่านออกมาเขียนและตีพิมพ์เอง



ภาพที่ 3.2 แสดงช่องทางซื้อหนังสือล่าสุด ปี 2560

ในส่วนจขงร้านหนังสือ พบว่า ร้านเบบเซนส โตร์เริ่มทยอยปิดสาขาและลดขนาดสาขาลง โดย Se-ed ลดไปกว่า 24 สาขา แต่กลับมีร้านหนังสืออิสระใหม่ๆ เกิดขึ้น และการตกแต่งร้านเป็นแนวทางสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ของตัวเอง



ภาพที่ 3.3 แสดงจำนวนร้านหนังสือในประเทศไทย

จากการประชุมของสำนักพิมพ์ในประเทศไทย ได้ให้ความเห็นว่ทั้ง สำนักพิมพ์และร้านหนังสือ ควรจะต้องปรับตัวให้กลายเป็น Content Creator มากกว่าการขายหนังสือเพียงอย่างเดียว

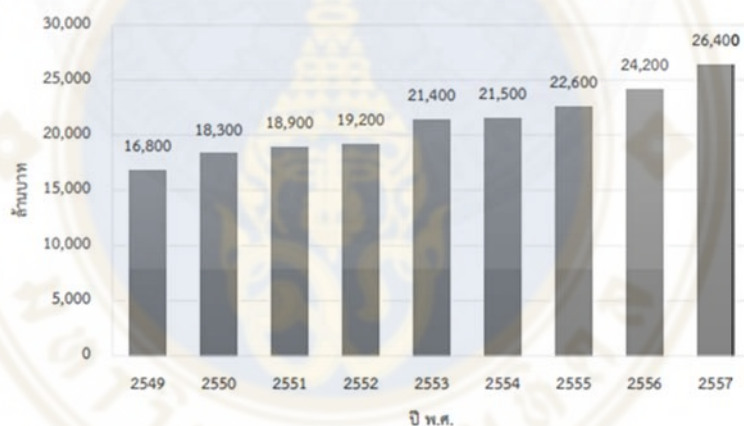
### 3.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

#### 3.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายกฏเกณฑ์ของภาครัฐ (Political Factor)

เป็นอีกนโยบายหนึ่งจากทางภาครัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ส่งเสริมการอ่าน เมื่อซื้อสินค้าประเภทหนังสือสามารถลดภาษีได้ 15,000 บาท ขณะเดียวกัน คณะรัฐมนตรี ได้เห็นชอบมาตรการภาษีเพื่อพยุงเศรษฐกิจในช่วงกลางปี 2562 โดยในส่วนของการส่งเสริมการอ่านนั้น สามารถนำค่าซื้อหนังสือและค่าบริการหนังสือ e-Book ที่จ่ายให้แก่บริษัท ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือนิติบุคคลอื่น ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. - 31 ธ.ค. 2562 มาลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่รวมกันไม่เกิน 15,000 บาท

### 3.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

ธุรกิจหนังสือถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจากลักษณะอุตสาหกรรมที่ยังมีศักยภาพในการเติบโตและมีช่องว่างทางการตลาดอยู่มาก ประกอบกับการผลักดันของภาครัฐที่ต้องการส่งเสริมให้ประชาชนมีการศึกษาที่สูงขึ้น และสร้างสังคมไทยให้เป็นสังคมของการอ่านและการเรียนรู้เพื่อให้ทันต่อการพัฒนาของโลกภายใต้นโยบายการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง (พ.ศ. 2552-2561) ส่งผลทำให้ตลาดหนังสือมีขนาดใหญ่ขึ้น มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีความหลากหลายทั้งในด้านปริมาณสิ่งพิมพ์ ประเภทสิ่งพิมพ์ และจำนวนร้านหนังสือในประเทศ ดังแสดงจากภาพที่ 3.4 จะเห็นได้ว่า ภาพรวมของตลาดหนังสือในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยมูลค่าการตลาดของธุรกิจหนังสือมีการเติบโตจาก 16,800 ล้านบาทในปี 2549 เป็น 26,400 ล้านบาทในปี 2557 คิดเป็นอัตราร้อยละ 57.14 ของมูลค่า ตลาดรวมหรือเฉลี่ยการเติบโตร้อยละ 6.35 ต่อปี



ภาพที่ 3.4 มูลค่าการเติบโตรวมของตลาดหนังสือในประเทศไทยจาก ภาวะอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ที่เฝ้า: สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย และศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2549-2557

### 3.2.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor)

นอกจากความสำคัญของธุรกิจต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ธุรกิจหนังสือยังเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการศึกษาและมีส่วนช่วยพัฒนาสังคมและประเทศในระยะยาว เนื่องจากหนังสือถือเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมและปัญญา ที่นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคทั้งในเรื่องการสะสมความรู้และพัฒนากระบวนการความคิดและสติปัญญาแล้ว ยังส่งผลต่อสังคมโดยรวมที่จะได้ประโยชน์ไปพร้อมกันด้วย เพราะสังคมที่มีประชากรที่อ่านหนังสือมาก ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของประชากร ที่จะช่วยยกระดับสังคมให้มีคุณภาพและเป็นพลังขับเคลื่อนให้สังคมและเศรษฐกิจของประเทศสามารถเติบโตและอยู่รอดได้ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม

แม้ธุรกิจหนังสือจะเป็นธุรกิจที่สร้างภูมิปัญญาให้กับสังคมและ มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ แต่จากข้อมูลภาวะอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ปี 2554 คาดการณ์ปี 2555 และแนวโน้มปี 2556 โดย สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย ปี 2554 จะเห็นได้ว่า โครงสร้างส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจหนังสือ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ยังคง กระจุกตัวอยู่กับผู้เล่นที่เป็นกลุ่มผู้นำตลาด (สำนักพิมพ์ที่มีรายได้สำหรับธุรกิจหนังสือมากกว่า 315 ล้านบาทต่อปี) และกลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ (สำนักพิมพ์ที่มีรายได้สำหรับธุรกิจหนังสือตั้งแต่ 115 ล้านบาทขึ้นไป แต่ไม่ถึง 315 ล้านบาทต่อปี) ที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง ซึ่งมีจำนวนไม่ถึง ร้อยละ 10 ของจำนวนสำนักพิมพ์ทั้งหมดที่ดำเนินการในประเทศไทย ในขณะที่กลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดกลาง (สำนักพิมพ์ที่มีรายได้สำหรับธุรกิจหนังสือตั้งแต่ 35 ล้านบาทขึ้นไป แต่ไม่ถึง 115 ล้านบาทต่อ ปี) และกลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก (สำนักพิมพ์ที่มีรายได้สำหรับธุรกิจหนังสือต่ำกว่า 35 ล้านบาทต่อปี) ซึ่งมีจำนวนรวมกันมากกว่า 300 ราย และคิดรวมเป็นสัดส่วนที่ใหญ่ที่สุดของธุรกิจหนังสือ กลับมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพียงร้อยละ 29.97 เท่านั้น (แบ่งเป็นสัดส่วนของกลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดกลางร้อยละ 16.09 และกลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดเล็กร้อยละ 13.88)

บางส่วนจากบทสัมภาษณ์ ร้านหนังสือ Candide กล่าวว่า ได้เพื่อนเพิ่มขึ้นจากการเปิดร้านหนังสือแห่งนี้ มีลูกค้าทั้งหน้าเก่าและหน้าใหม่ ยกตัวอย่าง เมื่อมีการจัดกิจกรรมในร้านขึ้น ทางร้านเชิญคนมาเสวนากัน เจ้าของร้านเล่าว่า จุดนี้เป็นจุดเด่นที่ร้านหนังสืออิสระมี แต่ร้านหนังสือใหญ่ๆ ไม่มี ส่วนเรื่องวิธีการเลือกหนังสือพื้นฐานมาจากรสนิยมของเจ้าของร้านเอง สำหรับร้านหนังสือ Candide เจ้าของร้านเป็นคนชอบอ่านวรรณกรรมไทย วรรณกรรมแปล และหนังสือทฤษฎีสังคม หนังสือบางเล่มหากมีลูกค้ามาถามหา ทางร้านจะทำการจัดหาหนังสือเล่มดังกล่าวเพื่อนำมาวางขายเพิ่ม คนส่วนใหญ่จะไม่เคยเห็นหนังสือในร้านมาก่อน ซึ่งนี่คงเป็นจุดเด่นของทางร้าน ซึ่งแสดงถึงรสนิยมการอ่านที่หลากหลาย หนังสือจำพวกแนวคิดหนักๆ ทางร้าน Candide ยังคงขายได้อย่างต่อเนื่อง จุดนี้คือสิ่งสำคัญที่ทางร้าน Candide เน้นย้ำกับผู้สัมภาษณ์ มิฉะนั้นคงมีแต่หนังสือ Best Seller ให้เลือกซื้อ ซึ่งในฐานะผู้เป็นร้านหนังสืออิสระจำเป็นต้องเป็นทางเลือกให้กับคนอ่าน จากบทสัมภาษณ์ข้างต้น แสดงให้เห็นแล้วว่าการอ่านหนังสือจะเป็นสิ่งสำคัญต่อสังคมอย่างแท้จริง

### 3.2.4 ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)

จากการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดผลกระทบบางประการสำหรับธุรกิจหนังสือ ทั้งนี้เป็นการกระทบด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตไปโดยเฉพาะ Social Media ที่มาเปลี่ยนวิธีการเข้าถึงข่าวสาร ทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลต่อการโฆษณาหนังสือ โดยในปัจจุบันมากกว่าร้อยละ 70 ของผู้อ่านหนังสือ รับรู้

ข่าวสารจาก Social Media ก่อนที่จะมาซื้อหนังสือ และการซื้อหนังสือในปัจจุบันก็ไม่ได้จำกัดเฉพาะในร้านหนังสือเพียงอย่างเดียว แต่ยังสามารถซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตได้

ในส่วนของ Community มีการสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้กันมากขึ้นในอินเทอร์เน็ต ทำให้ร้านหนังสือหลาย ๆ ร้านใช้พื้นที่ตรงนี้ในการสร้างแบรนด์ร้านหนังสือขึ้นมา

ในส่วนของ E-Book เริ่มมีบทบาทมากขึ้น ซึ่งในอนาคตคาดว่าจะมีขนาดตลาดที่ใหญ่ขึ้น

### 3.3 วิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)

#### 3.3.1 คู่แข่งทางตรง

คู่แข่งทางตรง ร้าน Hamlet and Company มองว่าใครคือเจ้าตลาดเจ้าใหญ่ และเป็นร้านที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ในประเทศไทย โดยวิเคราะห์ปัจจัยของกลยุทธ์การตลาด จุดแข็ง และจุดอ่อนของแต่ละร้าน โดยแบ่งเป็นสองกลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มร้านหนังสือที่เป็นร้านหนังสือขนาดใหญ่มีหลายสาขา กับร้านหนังสืออิสระ ดังนี้

##### 3.3.1.1 SE-ED



ภาพที่ 3.5 แสดงโลโก้ของร้าน SE-ED

ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับหนังสือ หลัก ๆ 3 ส่วน คือ

- ธุรกิจร้านหนังสือ โดยเป็นผู้ดำเนินงานร้าน ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ และเครือข่าย ซึ่งได้แก่ ร้านเครือข่ายซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ และศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยหลายแห่งที่บริษัทฯ เป็นผู้บริหารเอง ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมทั้งการบริหารพื้นที่ขายหนังสือในรูปแบบต่าง ๆ ในพื้นที่ศูนย์การค้า

- ธุรกิจรับจัดจำหน่ายหนังสือ โดยจัดจำหน่ายให้กับหนังสือที่บริษัทฯ ผลิตเอง และสำนักพิมพ์อื่น เพื่อจำหน่ายให้กับร้านหนังสือทั่วไป รวมทั้งช่องทางการขายอื่น ๆ

- ธุรกิจสำนักพิมพ์ โดยผลิตหนังสือสาระความรู้ในหมวดต่าง ๆ รวมทั้งผลิตสินค้าที่เป็น nonbook เช่น CD เพื่อพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ และการรับจ้างพิมพ์



ในธุรกิจร้านหนังสือ ธุรกิจรับจัดจำหน่ายหนังสือ และธุรกิจสำนักพิมพ์ ทั้งสามส่วนนี้ บริษัทฯ มีบทบาทในฐานะที่เป็นผู้นำตลาดรายใหญ่ของธุรกิจแต่ละส่วนและธุรกิจทั้ง 3 ส่วนนี้แต่ละส่วนต่างก็เกี่ยวเนื่องซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มโดยรวมให้กับบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี แต่จุดที่แตกต่างจากร้านหนังสืออิสระขนาดอื่น ๆ คือ ไม่มี Book Advisor มาช่วยลูกค้าในการค้นหาหรือแนะนำหนังสือที่ลูกค้าสนใจ การจัดร้านเป็นแบบเดียวกันหมดทั่วประเทศกว่าสามร้อยสาขา

### 3.3.1.2 B2S



#### ภาพที่ 3.6 แสดงโลโก้ของร้าน B2S

บีทูเอส แหล่งรวมหนังสือทั้งภาษาไทย ภาษาต่างประเทศ สินค้าไลฟ์สไตล์ อุปกรณ์เครื่องเขียน อุปกรณ์ศิลปะและสื่อบันเทิงที่ครบครันที่สุด โดยเน้นแนวคิดของร้าน เป็นศูนย์รวมไลฟ์สไตล์ที่สอดคล้องและตอบโต้กับการใช้ชีวิตของลูกค้าในหลายกลุ่มได้เป็นอย่างดี ร้านบีทูเอส จึงคัดสรรสินค้าที่มีความหลากหลายสำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน

บีทูเอส จัดแบ่งประเภทหนังสือและนิตยสารเป็นหมวดหมู่อย่างชัดเจน ได้แก่ Foreign Book (หนังสือต่างประเทศ) Literature (วรรณกรรม) Mother & Child (แม่และเด็ก) Wisdom (จิตวิทยา/พัฒนาตนเอง Learning (วิชาการ/ความรู้) Business (บริหาร) Living (ชีวิต สุขภาพ สันทนาการ) Travel (หนังสือท่องเที่ยว) และ Magazine (นิตยสาร)

นอกจากสินค้าประเภทหนังสือแล้วยังมีสินค้าอื่น ๆ เช่น Stationery Art & Craft และ Lifestyle product ซึ่งจุดแตกต่างของร้าน B2S และร้านหนังสือเซนต์อื่น ๆ คือ มีสินค้าประเภท Lifestyle ต่าง ๆ ขายเพิ่ม แต่ไม่มีผู้แนะนำหนังสือให้สำหรับลูกค้าที่สนใจเนื้อหาหนังสือ เบื้องต้นหรือต้องการหาหนังสือที่มีเนื้อหาตามที่ต้องการ ทั้งทางหน้าร้าน และช่องทางออนไลน์

### 3.3.1.3 Nai-In



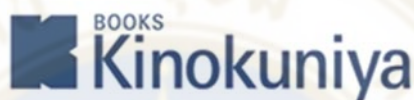
#### ภาพที่ 3.7 แสดงโลโก้ของร้านนายอินทร์

บริษัท อมรินทร์ บুক เซ็นเตอร์ จำกัด เป็นหนึ่งในสายงานในเครือของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งดำเนินธุรกิจค้าปลีกหนังสือผ่านหน้าร้านในนาม “ร้านนายอินทร์”

จากสาขาแรกที่ท่าพระจันทร์ ร้านนายอินทร์ และเปิดสาขาเพิ่มอีกในเวลา ต่อรวมแล้ว 77 สาขาแล้วในปัจจุบัน

ดำเนินการแบบเดียวกับร้านหนังสือเช่นดังร้านอื่น และไม่มี Book Advisor ที่แนะนำเนื้อหาหนังสือให้กับลูกค้า

#### 3.3.1.4 Kinokuniya



ภาพที่ 3.8 แสดงโลโก้ร้าน Kinokuniya

ร้านคิโนะคุนิยะ (Kinokuniya) ก่อตั้งโดย คุณ โมอิจิ ทานาเบะ เปิดให้บริการ ครั้งแรกที่ย่านชินจูกุ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น จุดเด่นที่สุดของร้านคิโนะคุนิยะคือ ความครบครันของหนังสือ ทางร้านต้องการให้ผู้อ่านทุกคนที่เดินเข้ามาได้พบกับหนังสือที่ตัวเองต้องการ หรือพยายามวางจำหน่ายหนังสือให้หลากหลายมากที่สุด แม้หนังสือที่เพิ่มเข้ามาในแต่ละช่วงเวลาจะขายได้น้อย ปัจจุบันมีทั้งหมด 25 สาขา

#### 3.3.1.5 Candide Books & Café



ภาพที่ 3.9 แสดงโลโก้ของร้าน Candide Books & Café

เป็นร้านหนังสืออิสระที่ตั้งอยู่ในโครงการ The Jam Factory ที่มีร้านกาแฟ Li-bra-ry ตั้งอยู่บริเวณพื้นที่ติดกัน ด้วยพื้นที่ร้านที่กว้างขวาง การจัดวางที่เรียบง่าย จึงทำให้ลูกค้าสามารถ

เดินดูหนังสือได้เรื่อย ๆ ที่นี้มีโต๊ะเก้าอี้บริการนักอ่านทั้งอินดอร์ เอาท์ดอร์ นอกจากนี้ คุณดวงฤทัย เอะสะนาชาตัง เจ้าของร้าน ยังเป็นบรรณาธิการ และผู้ก่อตั้งสำนักพิมพ์ระหว่างบรรทัด ที่ผลิตหนังสือคุณภาพดีออกมาแล้วจำนวนมาก

ซึ่งก็อดคิดเองถือเป็นอีกผลงานหนึ่งที่สร้างจากความรักในหนังสือของคุณดวงฤทัยเช่นกัน เดิมทีร้าน Candide ไม่มีโซนคาเฟ่ตั้งแต่เริ่มแรก หากแต่เจ้าของร้านได้รับเสียงสะท้อนจากนักอ่านว่า นักอ่านหรือตัวลูกค้าไม่มีที่นั่งเพื่อชิมช้อบารมณณ์และดื่มด่ำกับบรรยากาศของทางร้าน ด้วยตัวร้านที่มีเสน่ห์สวยงาม บรรยากาศตัวโครงการเอง จึงเหมาะแก่การนั่งจิบกาแฟและเพลิดเพลินกับหนังสือที่ตัวเองเพิ่งซื้อมาเพื่อเริ่มอ่าน จึงได้เกิดโซนคาเฟ่ของ Li-bra-ry ขึ้นในเวลาต่อมา โซนหนังสือและโซนกาแฟของร้านนี้ ไม่ได้มีฉาก หรือ โชนใด ๆ กั้นแยกออกจากกัน ดังนั้นจึงมองดูเหมือนเป็นร้านๆ เดียวกัน กาแฟมีราคาปกติ อยู่ที่ 80-100 บาท รสชาติกาแฟไม่ได้พิเศษอะไร ขนมนมีเพียง 3-4 อย่าง ส่วนอาหารทางร้านไม่มีบริการ ปลั๊กไฟไม่ค่อยมี จะมีเป็นบางจุดเท่านั้น หากต้องการที่จะอ่านหนังสือของทางร้าน คุณต้องชำระเงินก่อนที่จะหยิบหนังสือออกมาอ่านที่โต๊ะได้

จุดเด่นของร้าน Candide คือการเลือกหนังสือและการพบปะกันของคนในร้าน ในบางครั้งลูกค้ามาตามหาหนังสือที่เคยเห็นในร้านเก่า หรือเราจะพบเห็นบ่อยครั้งกับภาพคนซื้อกับเจ้าของร้านนั่งคุยแลกเปลี่ยนกัน

- Location อยู่ภายในโครงการ the Jam Factory ซึ่งโครงการนี้ มีที่จอดรถประมาณ 10-15 คันโดยประมาณ
  - อัตราค่าจอดรถ ชม.ละ 50 บาท หากมีตราประทับจากทางร้านค้า จะสามารถจอดได้ฟรี 2 ชม.
  - ที่อยู่: The Jam Factory 41/4 ถนนเจริญนคร คลองสาน กรุงเทพมหานคร 10600
  - วัน-เวลา: เปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00-20.00 น.
  - การเดินทาง: ทำเรือคลองสาน
- 3.3.1.6 Bookmoby Readers Cafe'

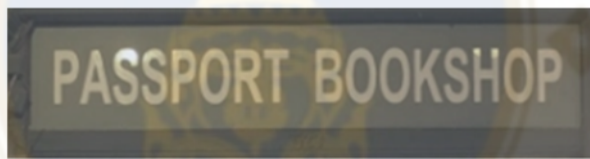


ภาพที่ 3.10 แสดงโลโก้ของร้าน

Bookmoby Readers' Cafe (บุ๊กโมบี รีดีเคอร์ส คาเฟ่) เป็นร้านหนังสือขนาด 1 ห้อง ที่ตั้งอยู่ในหอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร บรรยากาศร้านเป็นไปแบบสบายผ่อนคลาย ด้านหน้ามีโซฟา ส่วนด้านในร้านก็มีหนังสือวางขายซึ่งมีเนื้อหาที่น่าสนใจให้เลือกสรรมากมาย เหมาะสำหรับผู้ที่ยลและสนใจในแวดวงหนังสือ และวรรณกรรม โดยเฉพาะงานประพันธ์ที่ค่อนข้างจริงจัง วรรณกรรมไทยสร้างสรรค์ บทกวี วรรณกรรมแปลร่วมสมัย วรรณกรรมคลาสสิก นอกจากนี้ เป็นร้านหนังสือแล้ว ยังเป็นพื้นที่สำหรับการจัดงานเสวนาระหว่างนักเขียนเป็นระยะๆ ทำให้บุ๊กโมบี รีดีเคอร์ส คาเฟ่ เป็นพื้นที่พบปะแลกเปลี่ยนระหว่างนักอ่านและนักเขียน จุดเด่นของร้านนี้คือ เป็นหนังสือเฉพาะทางเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น คนซื้อหรือลูกค้าของทางร้านจึงเป็นลูกค้าประจำเท่านั้น และมีรสนิยมในประเภทหนังสือนั้น ๆ คล้ายกันกับเจ้าของร้านบุ๊กโมบี นอกจากนี้ หนังสือตลาดจะหายากสำหรับร้านนี้ จึงเป็นจุดเด่นในแง่ความเป็นอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์และคาแรคเตอร์ของร้าน

ร้าน Bookmoby Readers Cafe ที่อยู่: ชั้น 4 หอศิลปวัฒนธรรมแห่ง กรุงเทพมหานคร ถนนพญาไท Bangkok, Thailand

### 3.3.1.7 ร้านหนังสือเดินทาง (Passport Bookshop)



ภาพที่ 3.11 แสดงโลโก้ของร้าน Passport Bookshop

เป็นร้านที่มีคาแรคเตอร์ที่ชัดเจนมากของร้านหนังสืออิสระ โดยมี คุณหนุ่ม อำนาจ รัตนมณี หรือ “หนุ่ม หนังสือเดินทาง” ร้านนี้มีทั้งหมด 2 ชั้น โดยบริเวณชั้นล่างถูกจัดให้เป็นร้านหนังสือ ลูกค้านักอ่านที่เข้ามาสามารถนั่งอ่านหนังสือและสั่งกาแฟดื่มได้ นอกจากนี้ ร้านหนังสือเดินทางยังมีการจัดเสวนางานเขียนของกลุ่มนักอ่าน หรือการทำกิจกรรมของนักเขียนชื่อดัง หรือจะเป็นงานเปิดตัวหนังสือ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลงานสัปดาห์หนังสืออิสระ แต่กิจกรรมเหล่านี้จะจัดขึ้นบริเวณชั้นสอง ซึ่งเป็นพื้นที่ว่างที่ทางร้านอนุญาตให้เข้าจัดกิจกรรม

สำหรับร้านหนังสือเดินทาง จะไม่มีที่จอดรถ ขนาดในตัวร้านค่อนข้างเล็ก มีโต๊ะเก้าอี้ ขนาดสองคนนั่งจำนวน 2 ชุด ตามปกติแล้ว หากไม่มีงานเสวนาหรือเวิร์คช็อป ชั้นบนก็จะไม่เปิดให้บริการ ทำให้พื้นที่ด้านล่างของร้าน เล็กมากจนไม่สามารถเดินสวนกันได้

### 3.3.1.8 ร้าน Readery



ภาพที่ 3.12 โลโก้ร้าน Readery

ร้าน Readery เป็นร้านหนังสือที่เน้นไปทางการทำคอนเทนต์ ในมุมการตลาดสำหรับร้าน Readery คือ content marketing มุ่งเน้นไปในสายการตลาดให้หนังสือ โดยร่วมมือกับสำนักพิมพ์ เพื่อเปิดพื้นที่ให้คนอ่าน และสนับสนุนให้เกิดกลุ่มคนอ่านหนังสือที่แข็งแกร่งขึ้น สร้างสรรค์ขึ้น โดยในกลุ่มสมาชิกร้านจะได้เจอกับคนอ่านหน้าใหม่ ซึ่งทางร้าน Readery มองว่าเป็นข้อดีของการทำลูกค้าคลับเช่นนี้

### 3.3.2 คู่แข่งทางอ้อม

ร้าน Lifestyle Café อื่น ๆ ทุกวันนี้คนต้องการ พื้นที่เพื่อพบปะพูดคุย ต้องการหาสถานที่ เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศหรือต้องการ Social Space ดังนั้น จึงอาจเป็นสถานที่อื่น ที่ไหนก็ได้ที่บรรยากาศดี และมีสไตล์เป็นของตัวเอง

## 3.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

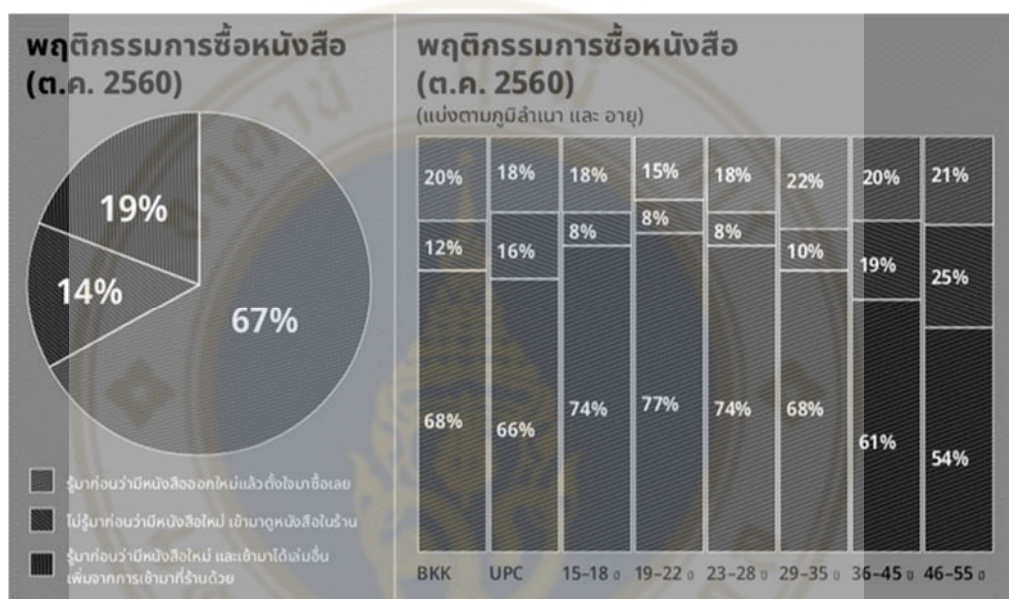
พฤติกรรมการอ่านของคนไทยจากผลสำรวจปี 2561 พบว่า คนไทยอ่านหนังสือประมาณ 49.7 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 78.8 ใช้เวลาในการอ่านหนังสือ 80 นาทีต่อวัน เหตุผลที่อ่านหนังสือ แยกเป็น เพิ่มพูนความรู้ร้อยละ 46 สนใจอยากรู้ร้อยละ 30.5 เพื่อให้ทราบข้อมูลข่าวสารร้อยละ 36.8 ส่วนเหตุผล ส่วนใหญ่ของคนที่ไม่ชอบอ่านหนังสือคือ ชอบดูโทรทัศน์ร้อยละ 30.3 ไม่ชอบ ไม่สนใจร้อยละ 25.3 และอ่านหนังสือไม่ออกร้อยละ 25

นอกจากนี้ยังพบข้อมูลที่น่าสนใจในกลุ่มเด็กเล็กอายุต่ำกว่า 6 ปี ราว 1.1 ล้านคน หรือ คิดเป็นร้อยละ 63.8 ขาดโอกาสเข้าถึงการอ่าน เพราะความเข้าใจที่ว่ายังเด็กเกินไป จนอาจเป็นสาเหตุ สำคัญให้เด็กไม่ได้รับการปลูกฝังนิสัยรักการอ่าน รวมถึงอ่านไม่ออกหรืออ่านไม่คล่อง อีกทั้งการใช้



สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพียงอย่างเดียวมีจำนวนร้อยละ 5.4 เพิ่มขึ้นถึง 3 เท่า ซึ่งมีเด็กถึง 145,000 คน ถูกพ่อแม่เลี้ยง โดยให้คู่มืออิเล็กทรอนิกส์เพียงอย่างเดียว จึงน่าเป็นห่วงกับพัฒนาการการเรียนรู้ โดยเฉพาะเด็กแรกเกิดจนถึง 1 ขวบครึ่ง พ่อแม่สามารถอ่านหนังสือ เล่านิทาน ให้เด็กฟังได้ตั้งแต่แรกเกิด เพื่อเป็นการส่งเสริมการอ่านให้กับเด็ก

ในส่วนของ การซื้อหนังสือผ่านทางช่องทางออนไลน์ มีการเติบโตขึ้นมาก โดยมีแนวโน้มทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ที่มีการสนับสนุนกัน (Omni Channel) เพื่อตอบโจทย์กับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป



ภาพที่ 3.13 แสดงพฤติกรรม การซื้อหนังสือ

### 3.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์ โดยมีปัจจัยสนับสนุน ดังนี้

#### 3.5.1 จุดแข็ง (Strengths)

- มีการนำเสนอหนังสือในรูปแบบของ Book Gallery

Book Review ของร้าน Hamlet and Co. มี Online Channel สำหรับรีวิวหนังสือ ทั้งใหม่และเก่า ซึ่งการรีวิวเป็นไปลักษณะของการอ่านและเขียนรีวิวออกมา จุดประสงค์ก็เพื่อช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้นว่า เป็นแนวหนังสือที่ชอบหรือไม่ รวมทั้งเป็นการตลาดอย่างหนึ่ง ที่จะกระตุ้นให้

เกิดการขาย ซึ่งตัวอย่างการรีวิวหนังสือที่เราทดลองทำนั้น ได้รับผลตอบรับที่ดีในระดับหนึ่งจาก Social media ทั้งในรูปแบบของ Website และ Facebook Fan Page

ข้อแตกต่างการเขียนรีวิวของร้าน Hamlet and Co. คือ หนังสือที่รีวิว จะผ่านการอ่าน โดยทีมงานของ Hamlet and Co. ซึ่งแตกต่างจากร้านหนังสืออื่นที่รีวิวหนังสือจากคำโปรยหลังปก

- หนังสือที่ทางร้าน Hamlet and Co. เลือกรมาขายเป็นหลัก คือ หนังสือประเภท อัตชีวประวัติ ปรัชญา ประวัติศาสตร์ และวรรณกรรมแปล ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ The Best - Selling Book หรือหนังสือขายดีตลอดกาล รวมทั้งผลงานของนักเขียนซีไรต์ ตั้งแต่ปี 2522 – 2562 รวมเป็นเวลา 40 ปี

- สร้างปฏิสัมพันธ์กับชุมชนของคนรักหนังสือ ผ่าน Social Space โดยผ่านการเสวนาตามหัวข้อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เป็นกระแสในขณะนั้น

### 3.5.2 จุดอ่อน (Weakness)

- เป็นผู้เล่นใหม่ในตลาดร้านหนังสืออิสระ
- ความสามารถของพนักงานขาย จำเป็นต้องได้รับการฝึกฝนและอาศัยเวลาในการทำความเข้าใจในหนังสือ และเนื้อหาของหนังสือแต่ละประเภท

### 3.5.3 โอกาส (Opportunities)

- นโยบายส่งเสริมการอ่านจากภาครัฐ ในแง่ความต้องการที่จะพัฒนาศักยภาพทางด้านการศึกษาให้กับเด็กให้เท่าเทียม และนโยบายลดหย่อนภาษีกับสินค้าประเภทหนังสือเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ

- นโยบายการควบคุมราคาหนังสือให้เป็นไปตามกลไกตลาด และเป็นราคามาตรฐาน ไม่มีการลดราคาหนังสือใหม่เพื่อแข่งขันกัน

- โอกาสทางด้านต้นทุนของสินค้า เนื่องจากการขายสินค้าประเภทหนังสือ ไม่จำเป็นต้องสต็อกสินค้าแล้วจ่ายเงิน แต่จะจ่ายเงินให้สายส่งมือหนังสือถูกขายไปให้กับลูกค้าปลายทางแล้ว ทำร้านหนังสือมีโอกาสในการเลือกประเภทหนังสือได้มากขึ้นและมีความหลากหลาย

### 3.5.4 อุปสรรค (Threats)

- คู่แข่งหลักเริ่มมีการพัฒนาที่จะใส่นวัตกรรมเข้าไปเพิ่มมากขึ้น มีช่องทางสื่อสารใหม่ๆ และน่าสนใจตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ได้แก่ การใช้ Podcast เล่าเรื่องที่น่าสนใจ

- หนังสือเป็นสินค้าที่ไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในชีวิตเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ

- การสร้าง Brand Awareness จำเป็นต้องใช้เวลา รวมถึงการต้องใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการรับรู้ถึงร้านหนังสือใหม่ในตลาด

### 3.6 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)

#### 3.6.1 การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (Threat of New Entrants)

อุตสาหกรรมหนังสือเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ได้มีความแตกต่างกันในด้านของผลิตภัณฑ์ คือทุกร้านหนังสือสามารถขายหนังสือเหมือนกันได้ รายได้จากหนังสือมีมูลค่าใกล้เคียงกัน จะแตกต่างกันที่การเลือกประเภทหนังสือของแต่ละร้าน ดังนั้นการคุกคามของผู้เข้ามาใหม่มีระดับการแข่งขันปานกลาง

#### 3.6.2 อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier)

อำนาจการต่อรองอยู่ที่สายส่ง ซึ่งจะมีหน้าที่คัดกรองร้านหนังสืออิสระที่เหมาะสม น่าสนใจ คาดการณ์ว่าร้านหนังสือนั้นจะสามารถทำยอดขายให้แก่ตัวหนังสือได้ ดังนั้นอำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์มีสูง

#### 3.6.3 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customer)

ปัจจุบันตลาดของหนังสือ ร้านหนังสืออิสระ มีความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นตาม ขนาดของตลาด ตามเทรนด์และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ได้จำกัดแค่ร้านหนังสือขนาดใหญ่อีกต่อไปเหมือนเมื่ออดีตที่ผ่านมา มีช่องทางการจัดจำหน่ายมากมายทั้งหน้าร้านตัวเอง ซึ่งแต่ละร้านหนังสืออิสระก็มีเอกลักษณ์ของร้านที่แตกต่างกันและน่าสนใจ รวมทั้งการขายหนังสือออนไลน์ที่เปลี่ยนไปตามพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนั้นอำนาจการต่อรองของลูกค้าจึงมีสูง

#### 3.6.4 สินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)

ในแง่ของสินค้า ตัวหนังสือที่เป็นกระดาษ ยังไม่มีสินค้าทดแทน ในส่วนของ E-Book ถึงแม้จะมีการเบโต แต่ก็ยังไม่สามารถเข้ามาแทนที่หนังสือได้ เพราะความรู้สึกของการสัมผัสกระดาษ และวัฒนธรรมของการอ่านไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยี ในส่วนของธุรกิจบริการที่คล้ายกันได้แก่ ร้านอาหาร ร้านกาแฟสามารถทดแทนร้านหนังสืออิสระได้ ดังนั้นระดับผลกระทบของสินค้าทดแทนอยู่ในระดับปานกลาง

### 3.6.5 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)

ในปัจจุบันธุรกิจประเภทร้านหนังสือ มีการแข่งขันที่ไม่รุนแรง ไม่มีการตัดราคาเกิดขึ้น แต่การแข่งขันที่แท้จริงคือการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ได้แก่ เริ่มมีการซื้อหนังสือผ่านช่องทางออนไลน์ การเข้าถึงเนื้อหาก่อนที่จะตัดสินใจซื้อหนังสือ และการใช้ Social Media ของผู้บริโภค ดังนั้น การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมของธุรกิจร้านหนังสือจึงมีระดับผลกระทบปานกลาง

ตารางที่ 3.1 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์อุตสาหกรรม

ปัจจัยกระทบ	ระดับของแรงกระทบ	ผลกระทบโดยรวมต่อบริษัท
การเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ (Threats of New Entrants)	ปานกลาง	0
อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)	สูง	(-)
อำนาจต่อรองจากลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)	สูง	(-)
แรงผลักดันจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)	ปานกลาง	0
การแข่งขันในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)	ปานกลาง	0

หมายเหตุ: (+) ส่งผลดีต่อบริษัท, (-) ส่งผลเสียต่อบริษัท, (0) อาจสร้างทั้งผลดีและผลเสียให้กับบริษัท

## บทที่ 4

### แผนการตลาด

#### 4.1 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goal)

เพราะเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าขึ้น ผู้ซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกที่ทุกเวลาและมีอินเทอร์เน็ต ยกตัวอย่าง เมื่อคุณเดินเข้าร้านเสื้อผ้าร้านหนึ่ง พนักงานร้านสามารถทราบชื่อคุณ ได้ทันที โทรศัพท์ ในกระเป๋าคุณได้เชื่อมต่อแล้วส่งสัญญาณไปบอกพนักงานที่หน้าจอไอแพด ว่าคุณซื้อเสื้อแบบไหน ก่อนหน้านี้ออนไลน์ ไซส์เสื้อผ้าของคุณ และแฟชั่นแบบไหนที่คุณเพิ่งจะเข้าไปดูบนอินสตาแกรม ในร้านเดียวกันอาจมีลูกค้าอีกท่านที่กำลังลองเสื้อผ้าที่เห็นในออนไลน์เมื่อคืน ในขณะที่พนักงานอีกคน กำลังแชทเรื่องสไตส์ และให้คำแนะนำลูกค้าเรื่องแบบเสื้อผ้าที่เหมาะสม

สิ่งเหล่านี้กำลังเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและไม่ใช่เฉพาะร้านเสื้อผ้า แต่เกิดขึ้นกับธุรกิจทุกประเภท ดังนั้นแผนการตลาดของ Hamlet and Co. คือเชื่อมโยงระหว่างช่องทางหน้าร้าน และช่องทางออนไลน์เข้าด้วยกัน

#### 4.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)

1. สร้างการรับรู้และการยอมรับกับกลุ่มเป้าหมายในช่วงเริ่มต้นให้เข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะ Engagement กับตัว Community ที่ทางร้านพยายามสร้างขึ้น ทางร้านได้ทดลองสร้าง Facebook Fan page เพื่อดู Feedback ของผู้ติดตามว่ามีความสนใจในเนื้อหา (Content) ที่ทางร้าน Hamlet and Co. พยายามนำเสนอให้ออกมาในรูปแบบและคาแรคเตอร์หลักของทางร้านหรือไม่
2. กระตุ้นการรับรู้ผ่านทาง Social Media เพื่อให้เกิดการจดจำอัตลักษณ์ของร้าน และกระตุ้นพฤติกรรมความต้องการซื้อของผู้บริโภค ด้วย Content Creating ด้วยการรีวิวหนังสือที่น่าสนใจ
3. ส่งเสริมการให้ผู้บริโภคเห็นว่า การอ่านหนังสือมีประโยชน์ สร้างความผ่อนคลาย โดยทางร้านมีหนังสือหลากหลายประเภทให้ลูกค้าได้มีตัวเลือกสำหรับการอ่าน เพื่อให้เข้ากับ Lifestyle ของผู้บริโภคแต่ละประเภทในแต่ละสังคม
4. ขยายฐานลูกค้าเพิ่มเติม ผ่านทาง Social Media และ Platform ที่น่าสนใจเพิ่มขึ้นภายในระยะเวลา 5 ปี



### 4.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer)

การกำหนดโดยใช้กลยุทธ์ (STP) โดยแบ่ง Segmentation ดังนี้

#### 4.3.1 การแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation)

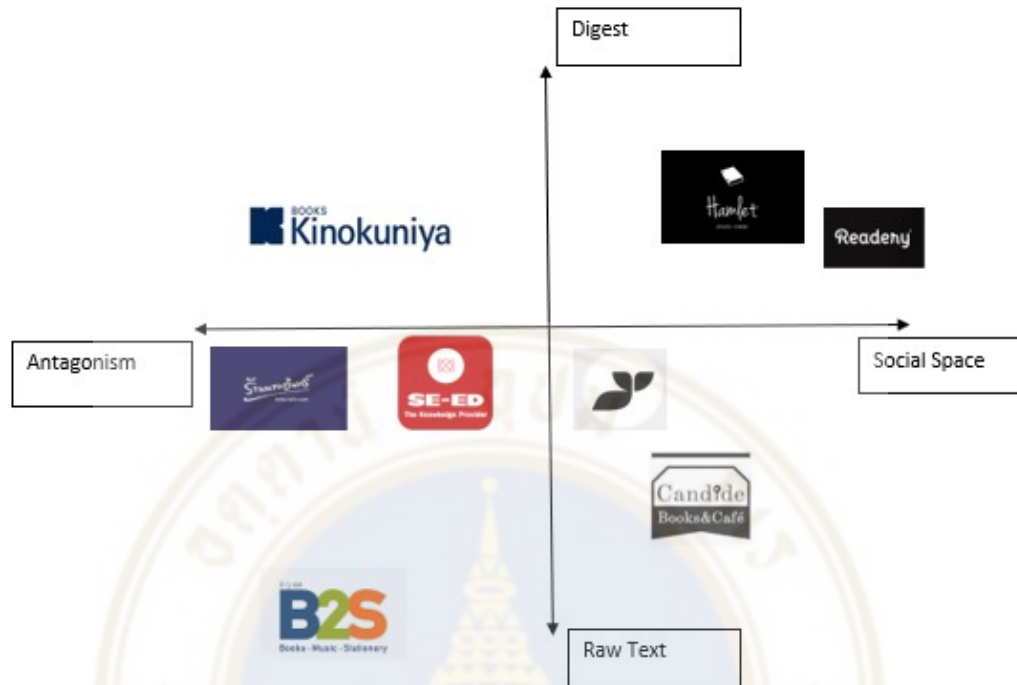
แบ่งตามหลักจิตวิทยา

- กลุ่มคนที่สนใจเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ปรัชญา และชีวประวัติ
- กลุ่มคนที่ชื่นชอบเกี่ยวกับ ศิลปะและพิพิธภัณฑ์
- กลุ่มคนที่มีพฤติกรรมกรบรีโภคตามกระแสของสังคม (FOMO)
- กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
- กลุ่มนักเรียนและนักศึกษา

#### 4.3.2 กลุ่มเป้าหมายหลัก

- 4.3.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก Primary Target กำหนดไว้ที่ร้อยละ 80 ของ
- ผู้ใช้บริการ
- กันและกัน
- เสวนา
- หนังสือ
- วัฒนธรรมของไทย
- คนรักการอ่านหนังสือ ที่ชอบแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน
  - นักเขียน ที่ชอบการเล่าเรื่อง และแบ่งปันกับผู้อ่านในรูปแบบของกิจกรรมเสวนา
  - สำนักพิมพ์ ที่ต้องการ สถานที่ไว้วางสินค้าและทำกิจกรรมเพื่อโปรโมทหนังสือ
  - กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สนใจและต้องการอ่านหนังสือไทย หรือวัฒนธรรมของไทย
  - กลุ่มที่ชอบเสพย์งานศิลปะ หรือชอบเยี่ยมชม นิทรรศการและพิพิธภัณฑ์
- 4.3.2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง Secondary Target กำหนดไว้ที่ร้อยละ 20 ของ
- ผู้ใช้บริการ
- นอกจากนี้จากบทเรียน
- กลุ่มนักเรียนและนักศึกษา ที่ต้องการหาข้อมูลและความรู้เพิ่มเติม

### 4.3.3 การวางตำแหน่ง Hamlet and Co.



ภาพที่ 4.1 แสดง Perceptual Map

### 4.4 ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning)

Hamlet and Co. แตกต่างจากร้านหนังสือทั่วไป ที่มุ่งเน้นการสร้างพื้นที่ระหว่างกันสำหรับผู้อ่าน (Social Space) โดยทำให้เกิดพื้นที่เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความเห็น ความสนใจที่คล้ายคลึงกันในการอ่านหนังสือ ดังนั้นจึงจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานเสวนา หรือ Workshop เพื่อเป็นการดึงดูดผู้คนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอ่านหนังสือ เรียนรู้และแบ่งปันประสบการณ์ นอกจากนี้ Social Space ยังเหมาะสำหรับนักเขียนหน้าใหม่หรือสำนักพิมพ์ที่ต้องการโปรโมทหนังสือ ในส่วนของ Book Gallery จะนำหนังสือที่เป็นที่น่าสนใจและเป็นกระแสในช่วงเวลานั้น นำมาจัดแสดงเป็นรูปภาพ โดยเปลี่ยนตัวอักษรในหนังสือเป็นรูปภาพ และนำเสนอจากหน้าแรกจนถึงหน้าสุดท้าย โดย Book Gallery จะเปลี่ยนทุก ๆ เดือน

ดังนั้น Hamlet and Co. เป็น Content Creator ที่สร้างทั้ง Book Gallery และ Social Space

## 4.5 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)

กลยุทธ์ทางการตลาดแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

### 4.5.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า/ บริการ (Product and Service Strategy)

- จำหน่ายบัตรเข้าชมงาน Book Gallery ซึ่งธีมเนื้อเรื่องของงาน Book Gallery จะเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละเดือน ขึ้นอยู่กับหนังสือที่เป็นกระแสในช่วงเวลานั้น โดยเปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00 – 22.00 น.

- ในการบริการของทาง Hamlet and Company สำหรับหน้าร้าน จะเปิดให้บริการเวลา 10.00 – 22.00 น. มีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำทางด้านหนังสือ โดยมีหนังสือประเภท อัจฉริยะ ประวัติ ปรัชญา ประวัติศาสตร์ และวรรณกรรมแปล ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ The Best - Selling Book หรือหนังสือขายดีตลอดกาล รวมทั้งผลงานของนักเขียนซีไรต์ ตั้งแต่ปี 2522 – 2562 รวมเป็นเวลา 40 ปี

ในส่วนของช่อง Online ทางร้าน Hamlet and Co. มีบริการขายหนังสือและให้คำแนะนำในรูปแบบการรีวิวหนังสือก่อนที่จะซื้อสินค้าจริง

- บริการให้เช่าพื้นที่ในบริเวณชั้นสามของร้านหนังสือ สำหรับการทำเวิร์คช็อปที่เกี่ยวกับศิลปะต่าง ๆ หรือการเปิดตัวหนังสือใหม่ เพื่อเปิดโอกาสให้นักเขียนหรือสำนักพิมพ์ใช้พื้นที่ของร้านในการทำกิจกรรมโดยเปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00 – 22.00 น.



ภาพที่ 4.2 แสดงบรรยากาศในส่วน of ร้าน

#### 4.5.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

- ร้านหนังสือได้ร้อยละ 25 ของราคาหนังสือ

ธุรกิจหนังสือจะเป็นลักษณะของการฝากขาย โดยสำนักพิมพ์ สายส่งหรือเจ้าของหนังสือจะนำหนังสือไปฝากวางหน้าร้าน รายได้ของทางร้านก็จะได้อีกเมื่อขายหนังสือได้ หากขายไม่ได้เมื่อครบกำหนดเวลา สายส่งหนังสือก็จะรับหนังสือกลับไป ต่างจากธุรกิจอื่นตรงที่ต้องชำระเงินก่อนวางสินค้าในร้าน ดังนั้นร้านหนังสือไม่ต้องแบกรับต้นทุนในส่วนนี้ ไม่รวมความเสี่ยงในกรณีที่หนังสือหายหรือชำรุด ดังนั้น ภาระการจัดการต้นทุน และการบริหารสต็อกตกอยู่กับสายส่ง

- ระบบการทำงานของสายส่งหนังสือ

มีสองระบบคือ ระบบฝากขาย สำนักพิมพ์นำหนังสือมาฝากสายส่งจัดจำหน่าย โดยสายส่งจะทำหน้าที่กระจายหนังสือไปตามร้านต่าง ๆ โดยให้เครดิตในการขาย 30-60 วัน แล้วเก็บเงินจากร้านหนังสือไปจ่ายให้สำนักพิมพ์

อีกระบบคือ ระบบขายขาด คือสำนักพิมพ์ขายขาดให้สายส่ง หมายถึงสำนักพิมพ์ขายหนังสือทั้งหมดให้กับสายส่ง โดยสายส่งต้องจ่ายเงินสดทันที ถ้าเป็นระบบนี้ สายส่งจะคิดส่วนแบ่งเป็นร้อยละ 50 จากราคาปก

#### 4.5.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ร้านหนังสืออิสระ Hamlet and Company ตั้งอยู่ย่านพระโขนง ซอยปรีดิพนมยงค์ ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าพระโขนง ย่านพระโขนงมีโครงการใหม่ๆ เกิดขึ้น ได้แก่ Nai Pa Art Complex Summer Hill ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ซูเปอร์มาร์เก็ต ฟิตเนส ลาน street food และ Co-working Space ในอนาคตมีอาคารสำนักงานสูง 6 ชั้น Summer Hub Offices

ทางด้านช่องทางออนไลน์ มีทั้ง Facebook Fan page และ Instagram ของทางร้านที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอัพเดท แผนที่ตั้งและบรรยากาศของร้านผ่านทาง Social media

#### 4.5.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย (Promotion Strategy)

Hamlet and Co. มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างในด้านการเสนอเนื้อหาของหนังสือแต่ละเล่ม มีการรีวิวหนังสือฟฟ และแชร์ให้กับคนที่ติดตามร้านได้เห็นถึงความน่าสนใจของหนังสือเล่มนั้น ๆ ในมุมมองของคนที่อ่านจริง ไม่ใช่แค่คำโปรยหลังปก





ภาพที่ 4.3 แสดงวิธีวางหนังสือและการทำ Content Creating

- การโฆษณา (Advertising) การโฆษณาหลักของ Hamlet and Co. เน้นไปในช่องทาง Social Media ในลักษณะการ Feed Content ในหน้าเพจหลัก รวมทั้ง Facebook และ Instagram ซึ่งถือเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพสูงในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในวงกว้างมากที่สุด ทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของทางร้านไม่ว่าเป็นบรรยากาศของร้าน สถานที่ตั้ง เวลาเปิด-ปิด และโปรโมชั่น เป็นต้น



- การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ทาง Hamlet and Co. ยังคงใช้ช่องทางการสื่อสารหลักในช่องทางออนไลน์ โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและขายบัตรต่าง ๆ ได้แก่ Tripadvisor Klook Zipevent เป็นต้น
- การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) Hamlet and Co. มีการจัดสิทธิพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการในรูปแบบต่าง ๆ คือสมาชิก Hamyaltly เป็นสมาชิกของทางร้าน มีส่วนลดพิเศษ เมื่อซื้อสินค้าครบ 1,000 บาท จะได้รับสิทธิเป็นสมาชิกโดยอัตโนมัติ สำหรับผู้ที่เป็สมาชิกนอกจากจะได้รับส่วนลดแล้ว ยังได้รับบริการพิเศษจากทางร้าน คือเมื่อลูกค้าได้มีประวัติการซื้อหนังสือกับทางร้านจะมีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับหนังสือที่ลูกค้าซื้อเป็นประจำ มีการคัดเลือกประเภทของหนังสือที่ลูกค้าชื่นชอบ และเมื่อมีหนังสือประเภทที่ใกล้เคียงหรือเป็นหนังสือที่มีแนวโน้มว่าลูกค้าจะชอบ จะมีการติดต่อกลับจากทางร้านในช่องทางต่าง ๆ เพื่ออัปเดตข้อมูลอยู่ตลอดเวลาว่า หนังสือหรือเนื้อหาที่ลูกค้าสนใจกำลังเข้ามาขายภายในร้าน ทำให้ลูกค้าไม่พลาดข่าวสารและสินค้าที่ลูกค้าต้องการสะสม โดยที่ลูกค้าได้รับข้อมูลในการตัดสินใจก่อนการซื้ออย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังแสดงถึงความใส่ใจต่อลูกค้าเพื่อเป็นการเปิดประสบการณ์ใหม่ให้กับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการกับทางร้าน และในช่วงปีใหม่ก็จะส่งหนังสือไปให้สมาชิกโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายด้วย

#### 4.5.5 กลยุทธ์ด้านบุคคล (People)

มาตรฐานการบริการที่ดีถือเป็นหัวใจหลักของ Hamlet and Co. ซึ่งจะเกิดขึ้นได้จากบุคลากรที่มีประสิทธิภาพของทางร้านที่มุ่งมั่นการบริการที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความผ่อนคลายตามวัตถุประสงค์ของทางร้าน โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกบุคลากรที่มีใจรักบริการ มีใจรักการอ่านหนังสือเป็นหัวใจหลักด้วยยิ้มแย้มแจ่มใส และมีอัธยาศัยดี โดยเริ่มแรกของการเป็นพนักงาน จำเป็นต้องผ่านการอบรมในขั้นตอนการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้เกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกันและลดข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น รวมถึงการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาทักษะในการทำงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า

## บทที่ 5

### แผนการดำเนินงาน

#### 5.1 เป้าหมายของการดำเนินงาน

1. ขายหนังสือทั้งช่องทางหน้าร้านและช่องทางออนไลน์
2. ขาย Ticket จาก Book Gallery ที่เป็นรูปแบบของ Exhibition
3. ให้เช่าสถานที่ภายในร้านหนังสือเพื่อการจัดกิจกรรม

#### 5.2 การวางแผนในการดำเนินงาน

พระโขนงเป็นสถานที่ตั้งของร้าน Hamlet and Co. โดยส่วนมากร้านหนังสืออิสระทั่วไปมีปัญหาเกี่ยวกับที่จอดรถ ดังนั้นทำเลที่ตั้งของ Hamlet and Co. จึงคำนึงถึงที่จอดรถเป็นหลัก Hamlet and Co. จึงเลือกเป็นอาคารในซอยประดิพนมยงค์ 8 ติดถนนใหญ่ ใกล้รถไฟฟ้า สามารถจอดรถได้ 8-10 คัน ค่าเช่า 15,000 บาทต่อเดือน ขนาดของอาคาร หน้ากว้าง 4 เมตร ลึก 12 เมตร มีโต๊ะให้บริการลูกค้า 15 โต๊ะ โดยใน 1 โต๊ะมี ลักษณะ คือ 2 ที่นั่งต่อหนึ่งโต๊ะ และ 4 ที่นั่งต่อหนึ่งโต๊ะ

อาคารพาณิชย์ 4 ชั้น ใกล้รถไฟฟ้าพระโขนง ใกล้ทางด่วนเพียง 2 นาที โดยร้าน Hamlet and Co. แบ่งเป็น โซนขายหนังสือในบริเวณชั้นที่ 1 พื้นที่สำหรับการจัด Book Gallery บนชั้นที่ 2 และ ส่วนพื้นที่ให้เช่าเพื่องานเสวนาและ Workshop บนชั้นที่ 3

Hamlet and Co. มีแผนที่จะต้องปรับปรุงและตกแต่งเพื่อทำผนังเป็นชั้นหนังสือ จำเป็นต้องจ้าง Interior เพื่อทำการตกแต่งภายในใหม่ทั้งหมด

#### 5.3 การจัดตั้งบริษัท

การจัดตั้งบริษัทมีขั้นตอนดังนี้

1. จองซื้อบริษัทที่เว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า โดยใช้ชื่อ “บริษัท แฮมเล็ต แอนด์ คอมพานี จำกัด”

2. การจดทะเบียนบริษัท การจัดตั้งบริษัท ทำในรูปแบบ Online (E-Registration) โดยมีขั้นตอนดังนี้

- ลงทะเบียนผู้ใช้งานเพื่อจดทะเบียนบริษัท
- ยืนยันตัวตนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเพื่อเปิดบัญชีผู้ใช้งานในการจดทะเบียน
- ทำการจดทะเบียนบริษัทในเว็บไซต์
- ผู้ถือหุ้นทุกคนลงลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ในการจดทะเบียนบริษัท
- ชำระค่าธรรมเนียมในการจดทะเบียนบริษัท
- รับเอกสารในการจดทะเบียนบริษัทตามช่องทางที่ระบุไว้

โดยจดด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ที่ตั้งของสำนักงานใหญ่เป็นสถานที่เดียวกับที่ตั้งสำนักงาน

## 5.4 กลยุทธ์ในการบริหาร

### 5.4.1 ส่วนของหน้าร้านหนังสือ Hamlet and Co.

- ต้อนรับลูกค้าเข้าร้าน
- สอบถามถึงการเป็นสมาชิกของลูกค้า
- ให้ลูกค้าในการเยี่ยมชมบรรยากาศของทางร้านพร้อมทั้ง พนักงานเตรียมพร้อมในการตอบรับคำถามเกี่ยวกับหนังสือของลูกค้า

• ลูกค้าสามารถหาที่นั่งได้จากพื้นที่ ที่ทางร้านจัดไว้ให้

• ลูกค้าสามารถเลือกหยิบหนังสือมาเปิดอ่านได้จนพอใจก่อนจะตัดสินใจซื้อแล้วจึงชำระเงินที่หน้าเคาน์เตอร์จ่ายเงินของโซนหนังสือ

- ลูกค้าออกจากร้าน

### 5.4.2 ส่วนของ Book Gallery

• ลูกค้าซื้อ Ticket ผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่ทางร้านมี Promotion ผูกไว้ หรือสามารถซื้อโดยตรงผ่านเว็บไซต์และหน้าร้านหนังสือของทางร้านเอง

• เมื่อถึงวันให้บริการ แจกรายละเอียด Ticket ที่ซื้อมาให้กับพนักงานต้อนรับของร้านได้ทราบ

- สามารถใช้บริการได้ทันที โดยเดินขึ้นไปเยี่ยมชม Book Gallery บนชั้น 2 ของร้าน Hamlet and Co.

- ภายในงาน Book Gallery จะอธิบายถึงรายละเอียดของงานในแต่ละเดือน ผู้เข้าชมสามารถเดินเที่ยวชมได้ด้วยตนเอง หรือหากมีข้อสงสัยสามารถติดต่อพนักงานของทางร้าน Hamlet and Co. ได้ตลอดเวลาการเยี่ยมชม

- เมื่อเดินเยี่ยมชมตั้งแต่จุดแรกของ Gallery จนถึงจุดสุดท้ายของ Gallery ทางร้าน Hamlet and Co. จะมีหนังสือที่เป็นเรื่องเดียวกันกับที่ทาง Gallery นำเสนอ วางจำหน่ายเพิ่มเติม ในกรณีหากลูกค้าสนใจเลือกซื้อกลับบ้านเพื่อต้องการอ่านรายละเอียดของหนังสือเพิ่มเติม

- นอกจากหนังสือที่นำเสนอในธีมของงานเดือนนั้น ๆ Hamlet and Co. ยังมีหนังสือแนะนำที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่น่าสนใจใน Book Gallery แนะนำให้ลูกค้าไปอ่านเพิ่มเติมได้ หากลูกค้าสนใจ

#### 5.4.3 ส่วนของการเข้าพื้นที่จัดกิจกรรม

- ลูกค้าต้องจองวันเวลา ล่วงหน้ากับทางร้าน ซึ่งสามารถติดต่อทางร้านได้ทั้งทางหน้าร้านและออนไลน์

- นัดพบเพื่อพูดคุยรายละเอียดของกิจกรรมและกำหนดระยะเวลาการจัดงาน

- เมื่อตกลงรายละเอียดเรียบร้อยแล้ว ทางร้านนำเสนอใบเสนอราคา

- ลูกค้าชำระค่ามัดจำ ร้อยละ 50 ของมูลค่าการจัดงาน

- ลูกค้าสามารถเข้ามาจัดพื้นที่สำหรับการทำกิจกรรมก่อนการทำกิจกรรมจริง ล่วงหน้า 1 วัน

- ชำระค่าบริการที่เหลือในวันจัดกิจกรรม

- เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรม ลูกค้าจะต้องจัดการพื้นที่เพื่อให้ทางร้านเตรียมพร้อมสำหรับงานเสวนาถัดไป

#### 5.4.4 ส่วนของช่องทางออนไลน์

- ลูกค้าสามารถสั่งซื้อหนังสือได้ทาง Line และ Facebook

- ส่งรูปปกหนังสือที่ต้องการซื้อมาทาง Line และ Facebook

- ทางร้านยืนยันการสั่งซื้อ พร้อมทั้งให้ลูกค้าแจ้งการโอนเงินและส่งสลิปมาทาง Line และ Facebook

- ทางร้าน Hamlet and Co. จะมีการส่งยื่นยันรายการสั่งซื้อ ไปทางอีเมลล์ เพื่อแจ้งเกี่ยวกับรายการสินค้าและแจ้งสถานะของสินค้าทางระบบออนไลน์
- เสร็จสิ้นการสั่งซื้อช่องทางออนไลน์

## 5.5 นโยบายสินค้าและบริการ

สำหรับหนังสือที่ Hamlet and Co. ต้องการจะเลือกวางในร้านเพื่อสร้างอัตลักษณ์เป็นหนังสือประเภท อธิชีวประวัติ ปรัชญา ประวัติศาสตร์ และวรรณกรรมแปล ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ซึ่งเป็นประเภทหมวดหมู่ของหนังสือที่ได้รับความนิยมและมีปริมาณการพิมพ์จากสำนักพิมพ์อย่างต่อเนื่อง หนังสือของทางร้านจะผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนไปตามกระแสของสังคมปัจจุบัน และหนังสือที่ออกใหม่ โดยเฉพาะ The Best - Selling Book หรือหนังสือขายดีตลอดกาล นอกจากนี้ ยังมีหนังสือที่ได้รับรางวัลซีไรต์ที่เป็นภาษาไทย และงานซีไรต์จากนักเขียนไทยแปลเป็นภาษาต่างประเทศ ทั้งนี้เราต้องการที่จะรวบรวมให้ Hamlet and Co. เป็นแหล่งรวมตัวของงานที่ทรงคุณค่าทางวรรณกรรมไทยที่ได้รับการแปลเป็นภาษาต่างประเทศด้วย ยกตัวอย่างเช่น “ลับแลแก่งคอย” (นวนิยายรางวัลซีไรต์ปี 2552 ของ อุทิศ เหมะมูล) ได้รับการทยอยแปลเป็นภาษาอังกฤษในชื่อ “The Brotherhood of Kaeng Khoi” เรียบร้อยแล้ว

สิ่งที่น่าประทับใจคือ การได้เห็น การแปล งานของนักเขียนไทย เป็นภาษาต่างประเทศ ดังนั้น หากรัฐบาลมีโครงการสนับสนุนนักเขียนไทยอย่างจริงจังและต่อเนื่อง จะทำให้หนังสือไทยเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก



## บทที่ 6 การบริหารและจัดการองค์กร

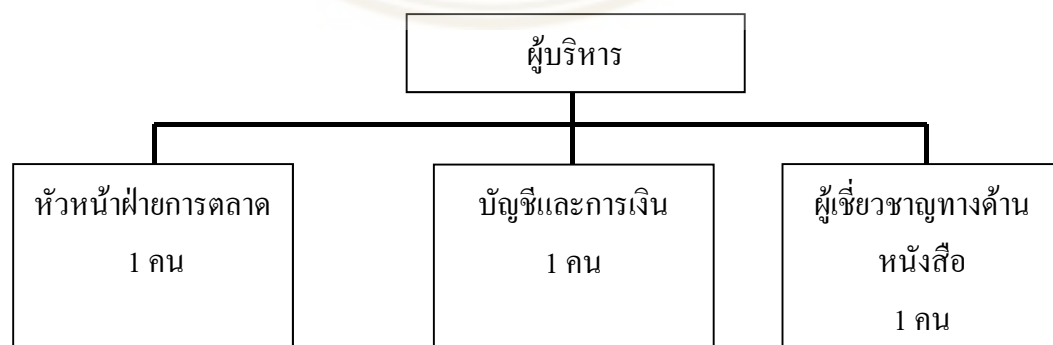
### 6.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร

Hamlet and Co. จัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด โดยมีการลงทุนร่วมกันจำนวน 3 คน มีทุนจดทะเบียนจำนวน 1,000,000 บาท ต้องการเงินลงทุนทั้งหมดจำนวน 1,386,000 บาท โดยมีการจัดสรรหุ้น หุ้นละ 100 บาท เป็นจำนวน 13,860 หุ้น

ตารางที่ 6.1 รายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการถือหุ้น

ลำดับที่	ชื่อผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	ราคาหุ้นละ	เงินลงทุน
1	นางสาวปิ่นฉัตร วุฒิพรสกุลโชติ	5,544 หุ้น	40%	100	554,400 บาท
2	นายกาญจน์ ครงศ์สุวรรณ	4,158 หุ้น	30%		415,800 บาท
3	นายฐาปนพงษ์ อินทรชาติ	4,158 หุ้น	30%		415,800 บาท
รวม		13,860 หุ้น	100%		1,386,000 บาท

### 6.2 โครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 6.1 โครงสร้างองค์กร

### 6.3 คุณสมบัติพนักงาน

ร้านหนังสือ Hamlet and Co. เปิดให้บริการจำหน่ายหนังสือ และจัดแสดง Book Gallery ตั้งแต่เวลา 10.00 – 22.00 น.

ตารางที่ 6.2 หน้าที่และคุณสมบัติพนักงาน

Position	Working hours	Job Description	Qualification	Salary
ผู้บริหาร	13.00-23.00	กำหนดแผนธุรกิจ วางแผนนโยบาย คัดเลือกพนักงาน	มีความรู้และความเข้าใจ เรื่องหนังสือ วุฒิปริญญาตรี ขยัน อดทน มีระเบียบ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ใช้ภาษาอังกฤษได้ดี	จ่ายเป็นเงิน ปีนผล
หัวหน้าฝ่าย การตลาด	11.00-21.00	สำรวจตลาด สื่อสารการขาย ผลิตสื่อต่าง ๆ จัดการรายการสั่งซื้อ	มีความสนใจเรื่อง หนังสือและกาแฟ วุฒิปริญญาตรี ขยัน อดทน มีระเบียบ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ใช้ภาษาอังกฤษได้ดี	จ่ายเป็นเงิน ปีนผล
หัวหน้าฝ่ายบัญชี คลังหนังสือ และ บริหารทั่วไป	9.00 -18.00	ควบคุมสินค้าเข้า-ออก ดูแลการเงินของบริษัท จัดการคลังหนังสือ	ขยัน อดทน มีระเบียบ วุฒิปริญญาตรี มีมนุษยสัมพันธ์ดี	จ่ายเป็นเงิน ปีนผล
เจ้าหน้าที่แนะนำ หนังสือ	8.00 -18.00	ให้คำแนะนำสินค้าอย่าง ละเอียดหน้าร้าน สร้างยอดขายให้ได้ตาม เป้าหมาย	มีความสนใจเรื่องหนังสือ ขยัน อดทน มีระเบียบ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ใช้ภาษาอังกฤษได้ดี	20,000 บาท

ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบริหาร ฝ่ายบัญชี ทั้ง 3 ตำแหน่ง หน้าที่เป็นผู้รับหน้าที่ไปทั้ง 3 ท่าน สำหรับระดับปฏิบัติการ จะรับสมัครผ่านช่องทางของบริษัท เช่น Website , Facebook และกรมการจัดหางาน เป็นต้น

สวัสดิการของพนักงาน เป็นไปตามระเบียบของกระทรวงแรงงาน โดยทั่วไปทำงานไม่เกินวันละ 8 ชม. ค่าล่วงเวลาสมทบ 1.5 เท่าของค่าแรง และได้รับวันหยุด 1 วันต่อสัปดาห์

## 6.4 ค่าใช้จ่ายการจ้างบุคลากร

ค่าใช้จ่ายการจ้างบุคลากรในการดำเนินธุรกิจมีดังนี้

ตารางที่ 6.3 แรงงานในการขายและให้บริการ

เงินเดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
20,000	พนักงานประจำร้านแนะนำ หนังสือ	1	1	1	1	1
ค่าแรงในการให้บริการ		240,000	240,000	240,000	240,000	240,000

ตารางที่ 6.4 แรงงานในการบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หุ้นส่วน 1 ดูแลการตลาด ประชาสัมพันธ์	1	1	1	1	1
หุ้นส่วน 2 ดูแลการซื้อหนังสือ	1	1	1	1	1
หุ้นส่วน 3 บัญชี	1	1	1	1	1
ค่าแรงในการบริหาร	0	0	0	0	0

ค่าแรงในการบริหารจะจ่ายเป็นเงินปันผลหลังจากปีที่ 5 เป็นต้นไป

## บทที่ 7

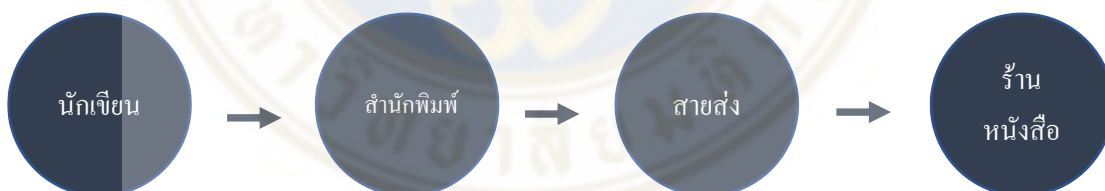
### แผนการเงิน

#### 7.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน

ด้วยลักษณะการดำเนินธุรกิจของ Hamlet and Co. ที่ต้องใช้พื้นที่ในการทำงานและมีที่จอดรถเพียงพอ มีพื้นที่ 4x12 เมตร สามารถเดินทางได้โดยสะดวกโดยรถยนต์ รถโดยสารสาธารณะ จากการสำรวจพื้นที่ในกรุงเทพและปริมณฑลทำให้ได้ตัวเลือกที่เหมาะสม โดยวิเคราะห์จากสถานที่การเดินทางสะดวก และค่าเช่าที่มีราคาเหมาะสม

#### 7.2 ขั้นตอนการจัดจำหน่ายหนังสือ

เริ่มจากนักเขียน เมื่อเขียนหนังสือเสร็จแล้วจะทำการนำส่งสำนักพิมพ์ เพื่อจัดพิมพ์ตามจำนวนที่นักเขียนต้องการ จากนั้นกระบวนการจัดจำหน่ายจะผ่านสายส่งเพื่อกระจายหนังสือไปร้านหนังสือต่าง ๆ ทั่วประเทศ



ภาพที่ 7.1 แสดงขั้นตอนการจัดจำหน่ายหนังสือ

#### 7.3 การเปรียบเทียบสายส่งที่มีอยู่ในตลาด

##### 7.3.1 สายส่งซีเอ็ด

การจัดจำหน่าย : หนังสือจะถูกพิจารณาโดยกรรมการสามท่านว่า เหมาะสมพอที่ซีเอ็ดจะจัดจำหน่ายให้หรือไม่ โดยหักค่าจัดจำหน่ายที่ร้อยละ 45 จากราคาปก และต้องมียอดพิมพ์ 3,000 เล่ม

การฝากขาย : ผ่านร้านซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ คิดค่าบริการร้อยละ 45 จากราคาปก บวกค่าขนส่ง ร้อยละ 1.4

### 7.3.2 สายส่งอมรินทร์

การจัดจำหน่าย : หักค่าจัดจำหน่ายที่ร้อยละ 45 จากราคาปก และต้องมียอดพิมพ์ 3,000 เล่ม  
การฝากขาย : ในช่องทางร้านนายอินทร์ คิดค่าบริการร้อยละ 40 จากราคาปก

### 7.3.3 สายส่งเคล็ดไทย

สายส่งรายนี้ทำหน้าที่รวบรวมหนังสือจากสำนักพิมพ์เล็ก ๆ ที่มีอยู่มากมาย นำมารวบรวม ส่งเข้าร้านซีเอ็ด ร้านนายอินทร์ และร้านหนังสือที่ไม่ใช่แบรนด์ดังอื่น ๆ

การจัดจำหน่าย : หักค่าจัดจำหน่ายร้อยละ 42

ตารางที่ 7.1 แสดงการเปรียบเทียบสายส่งที่มีอยู่ในตลาด

	สายส่งซีเอ็ด	สายส่งอมรินทร์	สายส่งเคล็ดไทย
การจัดจำหน่าย	ค่าจัดจำหน่ายที่ร้อยละ 45 จากราคาปก	ค่าจัดจำหน่ายที่ร้อยละ 45 จากราคาปก	ค่าจัดจำหน่ายร้อยละ 42 จากราคาปก
การฝากขาย	ค่าบริการร้อยละ 45 จากราคา ปก บวกค่าขนส่ง ร้อยละ 1.4	คิดค่าบริการร้อยละ 40 จากราคาปก	-

## 7.4 ที่มาของรายได้

### 7.4.1 รายได้จากสินค้าและบริการ

ธุรกิจ Hamlet and Co. มีโครงสร้างรายได้ดังนี้

- รายได้จากการขายบัตรเข้าชม Book Gallery
- รายได้จากการหนังสือ
- รายได้จากการให้เช่าสถานที่เพื่อจัดกิจกรรม เช่น งานเสวนาเกี่ยวกับหัวข้อหนังสือ

ในกระแสที่น่าสนใจ งานเปิดตัวหนังสือ งานนักเขียนพบนักอ่าน เป็นต้น



## 7.4.2 การประมาณการรายได้

7.4.2.1 รายได้จากการขายบัตรเข้าชม Book Gallery: คิดค่าเข้าชมท่านละ 140 บาท

7.4.2.2 รายได้จากการขายหนังสือ: ราคาของหนังสือมีหลายราคา โดยเฉลี่ยแล้วจะมีราคาประมาณ 300 บาท ซึ่งร้านหนังสือจะได้ ร้อยละ 25 คิดเป็น 75 บาท โดยหนังสือจะได้มาจากสายส่งอีกที

รายได้ของสายส่ง มีดังนี้

- หนังสือจากสำนักพิมพ์ในไทยปกติ คือร้อยละ 20-40 จากราคาปก ความหมายคือ ถ้าหนังสือราคา 100 บาท สายส่งจะได้ประมาณ 20-40 บาท
- หนังสือต่างประเทศ จะมีส่วนแบ่งที่มากกว่า ซึ่งอยู่ที่ประมาณร้อยละ 55-70 ส่วนค่าขนส่งจากต่างประเทศ จะรวมอยู่ในค่าน้ำหนังสืออยู่แล้ว รวมเบ็ดเสร็จ (All Inclusive) ตกอยู่ที่กิโลกรัมละ 45 บาท และ หนังสือเป็นสินค้าที่ไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า โดยวิธีการนำหนังสือต่างประเทศ มาขาย ใช้วิธีการติดต่อทางอีเมลกับสายส่งต่างประเทศ

จะเห็นว่าไม่มีต้นทุนค่าน้ำหนังสือ เพราะลักษณะการขายหนังสือจะสามารถติดต่อสายส่งหรือนักเขียน แล้วนำมาขายก่อนได้ โดยที่ยังไม่ต้องจ่ายเงินค่าน้ำหนังสือ ซึ่งมีระยะเวลาเครดิตตามที่สายส่งหรือนักเขียนเป็นคนกำหนดไว้ ทางสายส่งจะจ่ายให้เป็นค่าคอมมิชชั่นสำหรับการขายต่อเล่มคิดเป็นร้อยละ 25

7.4.2.3 รายได้จากการเช่าสถานที่: ให้เช่าพื้นที่เปิดตัวหนังสือหรือทำกิจกรรม ไม่รวมอุปกรณ์ คิดราคา 10,000 บาทต่อวัน ซึ่งรองรับคนได้สูงสุดครั้งละ 30 คน

## 7.5 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

1. ค่าเช่าสำนักงาน: Hamlet and Co. ได้ทำการเช่าอาคารพาณิชย์ในราคา 15,000 บาท ต่อเดือน มีดาวน์หน้า 3 เดือนเป็นเงิน 45,000 บาทและสัญญาขั้นต่ำ 1 ปี

2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน: Hamlet and Co. มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานหลัก คือ การจัดทำ Book Gallery และค่าน้ำหนังสือ โดยจ้าง บริษัท Jai Architect จำกัด เป็นผู้รับผิดชอบในเรื่องของ Interior Design ให้เหมาะสมกับเนื้อหาของหนังสือ

ตารางที่ 7.2 แสดงอุปกรณ์สำหรับการดำเนินงาน

อุปกรณ์การขาย	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม
Interior and Decoration	1 ชุด	100,000	100,000
ผนังและชั้นวางหนังสือ	6 เซ็ต	10,000	60,000
โต๊ะเก้าอี้	15 เซ็ต	2,000	30,000
<b>รวม</b>			<b>190,000</b>

ตารางที่ 7.3 แสดงความสามารถในการให้บริการสูงสุดต่อเดือน

ความสามารถในการให้บริการสูงสุดต่อเดือน			
	ชื่อบริการ	จำนวน/เดือน	หน่วย
บริการ 1	ค่านั่งสัปดาห์	900	เล่ม
บริการ 2	ค่าจำหน่ายบัตรเข้าชม	1,120	ใบ
บริการ 3	ค่าเช่าสถานที่	4	งาน

ตารางที่ 7.4 แสดงปริมาณการให้บริการตามประมาณการการให้บริการ

ปริมาณการให้บริการ ตามประมาณการการให้บริการ				หน่วย :		เล่ม
คิดเป็นร้อยละของปริมาณการบริการสูงสุด		60%	80%	100%	100%	100%
	ชื่อบริการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
บริการ 1	จำนวนหนังสือ	6,480	8,640	10,800	10,800	10,800
บริการ 2	จำนวนบัตรเข้าชม	8,064	10,752	13,440	13,440	13,440
บริการ 3	จำนวนเช่าสถานที่	29	38	48	48	48

ตารางที่ 7.5 แสดงอัตราค่าบริการต่อหน่วย

	ชื่อบริการ	บาท	หน่วย
บริการ 1	ค่านั่งสัปดาห์	75	บาท
บริการ 2	ค่าจำหน่ายบัตรเข้าชม	140	บาท
บริการ 3	ค่าเช่าสถานที่	10,000	งาน

ตารางที่ 7.6 แสดงรายได้ต่อปี

	ชื่อบริการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
บริการ 1	ค่าหนังสือ	486,000	648,000	810,000	810,000	810,000
บริการ 2	ค่าจำหน่ายบัตรเข้าชม	1,128,960	1,505,280	1,881,600	1,881,600	1,881,600
บริการ 3	ค่าเช่าสถานที่	288,000	384,000	480,000	480,000	480,000
	รวม	1,902,960	2,537,280	3,171,600	3,171,600	3,171,600
	รายได้ต่อเดือน	158,580	211,440	264,300	264,300	264,300

ตารางที่ 7.7 แสดงต้นทุนค่าบริการแปรได้ต่อหน่วย

บริการ 1	ค่าหนังสือ		
ต้นทุน 1	ต้นทุนหนังสือ (ไม่มีสินค้าคงคลัง)	0	บาท / เล่ม
	รวม	0	บาท / เล่ม

บริการ 2	ค่าจำหน่ายบัตรเข้าชม		
ต้นทุน 1	การตกแต่ง Gallery	18	บาท / คน
	รวม	18	บาท / คน

บริการ 3	ค่าเช่าสถานที่		
ต้นทุน 1	ค่าน้ำและค่าไฟ	1000	บาท / งาน
ต้นทุน 2	ค่าพนักงานเสริมสำหรับวันจัดงาน	1000	บาท / งาน
	รวม	2000	บาท / งาน

ต้นทุนการตกแต่ง Gallery คิดจาก การที่ บริษัท Jai Architect จำกัด คิดมูลค่าต่องานต่อเดือน ราคา 20,000 บาท โดยมีจำนวนบัตรเข้าชมขายได้เดือนละ 1,120 ใบ ต้นทุนต่อใบจึงเท่ากับ 18 บาท/คน

ตารางที่ 7.8 แสดงต้นทุนค่าบริการแปรได้

	ชื่อบริการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
บริการ 1	ค่านั่งสือ	-	-	-	-	-
บริการ 2	ค่าจำหน่ายบัตรเข้าชม	145,152	193,536	241,920	241,920	241,920
บริการ 3	ค่าเช่าสถานที่	57,600	76,800	96,000	96,000	96,000
	<b>รวม</b>	<b>202,752</b>	<b>270,336</b>	<b>337,920</b>	<b>337,920</b>	<b>337,920</b>

ตารางที่ 7.9 แสดงแรงงานในการขายและบริหาร

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
20,000	พนักงานแนะนำหนังสือ	1	1	1	1	1
	ค่าแรงในการขายและบริหาร	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000

ตารางที่ 7.10 แสดงค่าใช้จ่ายในการให้บริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำและค่าไฟ	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
<b>รวม</b>	<b>180,000</b>	<b>180,000</b>	<b>180,000</b>	<b>180,000</b>	<b>180,000</b>

ตารางที่ 7.11 แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
โฆษณา Facebook	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
<b>รวม</b>	<b>60,000</b>	<b>60,000</b>	<b>60,000</b>	<b>60,000</b>	<b>60,000</b>

## 7.6 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

แบ่งเป็น การตลาด การซื้อขายหนังสือ และ บัญชี โดยทั้ง 3 ส่วนนี้ จะมีหุ้นส่วนทั้ง 3 คน เป็นผู้ดูแล โดยจ่ายค่าตอบแทนเป็นเงินปันผลหลังจากปีที่ 5 เป็นต้นไป

ตารางที่ 7.12 แสดงเงินลงทุนในโครงการ

เงินลงทุนในโครงการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ที่ดินและการปรับปรุง	180,000	180,000	-
สิ่งปลูกสร้าง	600,000	600,000	-
อุปกรณ์สำหรับการดำเนินงาน	190,000	190,000	-
ยานพาหนะ	-	-	-
อุปกรณ์สำนักงาน	60,000	60,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	100,000	100,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	256,000	256,000	-
<b>รวม</b>	<b>1,386,000</b>	<b>1,386,000</b>	-

ตารางที่ 7.13 แสดงค่าเสื่อมราคา

สิ่งปลูกสร้าง	10	ปี
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	10	ปี
อุปกรณ์สำนักงาน	5	ปี
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	5	ปี

ตารางที่ 7.14 แสดงค่าเสื่อมราคาในการบริการ

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สิ่งปลูกสร้าง	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
อุปกรณ์สำหรับการดำเนินงาน	19,000	19,000	19,000	19,000	19,000
<b>รวม</b>	<b>79,000</b>	<b>79,000</b>	<b>79,000</b>	<b>79,000</b>	<b>79,000</b>



ตารางที่ 7.15 แสดงค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
อุปกรณ์สำหรับการดำเนินงาน	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
<b>รวม</b>	<b>32,000</b>	<b>32,000</b>	<b>32,000</b>	<b>32,000</b>	<b>32,000</b>

ตารางที่ 7.16 แสดงลูกหนี้การค้า

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ลูกหนี้การค้า	158,580	211,440	264,300	264,300	264,300
ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	158,580	52,860	52,860	-	-

ตารางที่ 7.17 แสดงเจ้าหนี้การค้า

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เจ้าหนี้การค้า	16,896	22,528	28,160	28,160	28,160
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	16,896	5,632	5,632	-	-

ตารางที่ 7.18 แสดงงานระหว่างทำ

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เจ้าหนี้การค้า	16,896	22,528	28,160	28,160	28,160
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	16,896	5,632	5,632	-	-

ตารางที่ 7.19 แสดงสต็อกวัสดุสิ้นเปลือง

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง	16,896	22,528	28,160	28,160	28,160
สต็อกวัสดุสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น	16,896	5,632	5,632	-	-

## 7.7 การประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

### 7.7.1 การประมาณการงบกำไรขาดทุน

#### ตารางที่ 7.20 แสดงงบกำไรขาดทุน

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	1,902,960	2,537,280	3,171,600	3,171,600	3,171,600
ต้นทุนการให้บริการ					
ต้นทุนบริการแปรได้	202,752	270,336	337,920	337,920	337,920
แรงงานในการบริการ	-	-	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	79,000	79,000	79,000	79,000	79,000
ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
รวมต้นทุนการให้บริการ	461,752	529,336	596,920	596,920	596,920
กำไรขั้นต้น	1,441,208	2,007,944	2,574,680	2,574,680	2,574,680
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
แรงงานในการขายและบริหาร	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	32,000	32,000	32,000	32,000	32,000
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	-	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	332,000	332,000	332,000	332,000	332,000
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	1,109,208	1,675,944	2,242,680	2,242,680	2,242,680
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	1,109,208	1,675,944	2,242,680	2,242,680	2,242,680
ภาษีเงินได้	221,842	335,189	448,536	448,536	448,536
กำไรสุทธิ	887,366	1,340,755	1,794,144	1,794,144	1,794,144

## 7.7.2 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน

ตารางที่ 7.21 แสดงประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>แหล่งที่มาของเงินลงทุน</b>					
เงินลงทุน	1,230,000	-	-	-	-
เงินกู้ยืม	-	-	-	-	-
รายได้	1,902,960	2,537,280	3,171,600	3,171,600	3,171,600
เจ้าหน้าที่การค้าที่เพิ่มขึ้น	16,896	5,632	5,632	-	-
<b>รวมแหล่งที่มา (ก.)</b>	<b>3,149,856</b>	<b>2,542,912</b>	<b>3,177,232</b>	<b>3,171,600</b>	<b>3,171,600</b>
<b>แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน</b>					
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	1,130,000	-	-	-	-
ต้นทุนบริการ - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	382,752	450,336	517,920	517,920	517,920
ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
ภาษีเงินได้	221,842	335,189	448,536	448,536	448,536
ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	158,580	52,860	52,860	-	-
งานระหว่างทำที่เพิ่มขึ้น	38,479	5,632	5,632	-	-
สต็อกวัสดุสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น	16,896	5,632	5,632	-	-
ชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
<b>รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)</b>	<b>2,248,549</b>	<b>1,149,649</b>	<b>1,330,580</b>	<b>1,266,456</b>	<b>1,266,456</b>
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	901,307	2,294,570	4,141,222	6,046,366
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	901,307	1,393,263	1,846,652	1,905,144	1,905,144
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	901,307	2,294,570	4,141,222	6,046,366	7,951,510

## 7.7.3 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 7.22 แสดงการประมาณการงบดุล

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินในธนาคาร	901,307	2,294,570	4,141,222	6,046,366	7,951,510
ลูกหนี้การค้า	158,580	211,440	264,300	264,300	264,300
งานระหว่างทำ	38,479	44,111	49,743	49,743	49,743
สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง	16,896	22,528	28,160	28,160	28,160
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,115,262	2,572,650	4,483,426	6,388,570	8,293,714
สินทรัพย์ถาวร					
ที่ดินและการปรับปรุง	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
สิ่งปลูกสร้าง	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	190,000	190,000	190,000	190,000	190,000
ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
อุปกรณ์สำนักงาน	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,130,000	1,130,000	1,130,000	1,130,000	1,130,000
หักค่าเสื่อมราคาสะสม	111,000	222,000	333,000	444,000	555,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	1,019,000	908,000	797,000	686,000	575,000
รวมสินทรัพย์	2,134,262	3,480,650	5,280,426	7,074,570	8,868,714
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
เจ้าหนี้การค้า	16,896	22,528	28,160	28,160	28,160
รวมหนี้สินหมุนเวียน	16,896	22,528	28,160	28,160	28,160
หนี้สินระยะยาว	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	16,896	22,528	28,160	28,160	28,160
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
เงินลงทุน	1,230,000	1,230,000	1,230,000	1,230,000	1,230,000
กำไรสะสม	887,366	2,228,122	4,022,266	5,816,410	7,610,554
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,117,366	3,458,122	5,252,266	7,046,410	8,840,554
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,134,262	3,480,650	5,280,426	7,074,570	8,868,714

## 7.8 สรุปผลตอบแทนทางการเงิน

แผนการเงินของบริษัทประมาณค่าใช้จ่ายเงินลงทุนและรายได้สามารถประมาณการผลตอบแทนทางการเงินได้ดังนี้

ตารางที่ 7.23 แสดงสรุปผลตอบแทนทางการเงิน

กระแสเงินสดสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	887,366	1,340,755	1,794,144	1,794,144	1,794,144
ค่าเสื่อมราคา	111,000	111,000	111,000	111,000	111,000
กระแสเงินสดสุทธิ	998,366	1,451,755	1,905,144	1,905,144	1,905,144
รายการ					
มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ	4,215,409 บาท				
BC Ratio	4.04 เท่า				
อัตราผลตอบแทนในการลงทุน	92.65%				
ระยะเวลาคืนทุน	1.6 ปี				

บริษัท Hamlet and Co. จะใช้เงินในการลงทุนในกิจการทั้งหมดจำนวน 1,386,000 บาท โดยอาศัยแหล่งเงินทุนจากเจ้าของกิจการทั้งหมด และประมาณการว่าจะทำให้มีผลการตอบแทนจากการลงทุน ภายในระยะเวลา 5 ปีแรกคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 4,215,409 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 92.65 และสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน



## บทที่ 8

### ความเสี่ยงและการรับมือ

ความเสี่ยงของธุรกิจร้านหนังสือ มีทั้งในแง่การบริหารกิจการและพฤติกรรมกรรมการอ่านที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน ดังนั้นการควบคุมและการคาดการณ์ถึงปัญหาที่จะเข้ามาในอนาคตจึงเป็นเรื่องสำคัญ โดยแบ่งความเสี่ยงออกเป็น 2 ชนิด คือ ความเสี่ยงที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้

#### 8.1 ความเสี่ยงที่ควบคุมได้: การบริหารงานภายในร้านหนังสือ

##### 8.1.1 หนังสือ

เนื่องจากสายส่งหนังสือ จะเป็นผู้ที่เลือกร้านหนังสือว่าร้านไหนเหมาะสมหรือไม่ ดังนั้น Hamlet and Co. จะต้องสร้างจุดเด่นและการันตีให้ได้ว่าร้านสามารถขายหนังสือได้ตามที่สายส่งต้องการ

##### 8.1.2 พนักงาน

เนื่องจากพนักงานร้านหนังสือ จะต้องไม่ใช่แค่คนขายหนังสือ แต่จะต้องเป็นคนที่สามารถแนะนำหนังสือและเข้าใจในหนังสือเล่มที่ลูกค้าถามได้ ดังนั้น จะต้องมีการฝึกพนักงานในการเล่าเรื่อง และจะต้องอ่านหนังสือให้ครอบคลุมกับหนังสือที่ทางร้านมี

##### 8.1.3 การตกแต่งภายใน

การตกแต่งภายในถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะ จะสามารถสร้างอารมณ์ร่วมให้เกิดขึ้นกับผู้อ่านได้และการตกแต่งจะต้องคล้ายตามธีมของ Book Gallery ด้วย ถ้าการตกแต่งไม่ตรงตามกำหนดการหรือไม่ตรงตามธีม ก็จะทำให้เกิดความเสียหายได้ ดังนั้นจึงต้องมีผู้เชี่ยวชาญทางด้านนี้โดยเฉพาะและมีการกำหนดขอบเขตการทำงานให้เป็นที่ไปตามที่ต้องการ

## 8.2 ความเสี่ยงที่ควบคุมไม่ได้: ปัจจัยภายนอกระดับมหภาค

### 8.2.1 เทคโนโลยี

ในปัจจุบันเทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ซึ่งหนังสือเองก็ถูกเปลี่ยนเป็น E-Book ดังนั้น Hamlet and Co. ต้องวางแผนเพื่อรองรับการมาของ E-book ในอนาคต โดยจะมีการทำสัญญากับนักเขียนหน้าใหม่ เพื่อเป็นตัวแทนผลิตและจำหน่าย E-book

### 8.2.2 กิจกรรมที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย

ที่ผ่านมาผู้คนใช้เวลาว่างในการอ่านหนังสือ ฟังเพลง และท่องเที่ยว แต่ในปัจจุบันมีกิจกรรมที่เยอะมากขึ้น เช่น การออกกำลังกาย บอร์ดเกมส์ และการดู Netflix เป็นต้น ซึ่งทำให้เวลาในการอ่านหนังสือน้อยลง ดังนั้น การอ่านหนังสือจึงควรถูกเปลี่ยนไปเป็นการเข้าถึงเนื้อหาของหนังสือให้มีความกระชับและน่าสนใจมากขึ้น

## บทที่ 9 แผนงานในอนาคต

### 9.1 แผนงานในปีที่ 5-9 และการต่อยอดในอนาคตของ Hamlet and Co.

เนื่องจากสถานที่ที่ใหญ่ขึ้น จะเพิ่มในส่วนของ Co-Working Space เพื่อเพิ่มช่องทางรายได้ และเพิ่มจำนวนลูกค้า ในส่วนของหนังสือเล่มจะยังคงอยู่ แต่จะมีการทำ E-Book เพิ่มขึ้น มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามามากขึ้น เพื่อต้องการที่จะเป็นศูนย์รวมของศิลปะแห่งหนึ่งในกรุงเทพ

#### 9.1.1 หาหุ้นส่วนหรือร่วมงานกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ

ร่วมงานกับหุ้นส่วนขนาดใหญ่ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ได้แก่ บริษัททัวร์เอเจนซี่จากต่างประเทศ เพื่อต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวในกรุงเทพ

Interior Designer เพื่อการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ และพิพิธภัณฑที่มีชื่อเสียงระดับโลก เพื่อนำเอาผลงานมาจัดแสดงในประเทศไทย เป็นต้น

#### 9.1.2 ใช้ Big Data เข้ามาช่วยในธุรกิจ

การนำข้อมูลการซื้อหนังสือของผู้อ่านจากเว็บไซต์มาวิเคราะห์โดยใช้ AI เพื่อคิดว่าลูกค้าชอบหนังสือแบบไหน ทางร้านจะได้นำเสนอหนังสือที่คิดว่าลูกค้าจะชอบมากที่สุด

#### 9.1.3 การทำ E-Book

ทางร้านจะมีการทำ E-book เพื่อรองรับการ Disruption ในอนาคต โดยจะติดต่อกับนักเขียน และทำสัญญากัน เพื่อเป็นตัวแทนในการผลิตและจำหน่ายในอนาคตด้วย

#### 9.1.4 ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดแสดง Book Gallery

การใช้เทคโนโลยีเสียงและภาพเคลื่อนไหว จะทำให้การชม Book Gallery เปลี่ยนไป จากเดิมเพื่อให้เกิดความสมจริงและมีความน่าสนใจในเนื้อหามากขึ้น

### 9.1.5 การเป็นศูนย์รวมของศิลปะ

ในอนาคต Hamlet and Co. จะไม่ใช่แค่ร้านหนังสือเพียงอย่างเดียว หากแต่จะเป็นศูนย์รวมของ หนังสือ ศิลปะ วัฒนธรรม และพิพิธภัณฑ์ เพราะ ศาสตร์เหล่านี้มีความคล้ายคลึงกันในเรื่อง การเข้าถึงอารมณ์ดังนั้น การมาเข้ามาใช้บริการที่ Hamlet and Co. จะได้สิ่งเหล่านี้กลับไปทั้งหมด



## บรรณานุกรม

- ภานิณี ปานน้อย. (2558). *ร้านหนังสืออิสระ: ความเชื่อ ความฝัน และการอ่าน*. สืบค้นเมื่อ วันที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2562 จาก [http://hs.rajabhat.edu/phocodownloadpap/hs\\_magazine/2\\_2558/5.pdf](http://hs.rajabhat.edu/phocodownloadpap/hs_magazine/2_2558/5.pdf).
- ตินิน จารุเชียร. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2562 จาก [www.pubat.or.th](http://www.pubat.or.th).
- A Day Magazine online. (2561). *ทำร้านหนังสืออย่างไรให้รอดในอนาคต*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2562 จาก <https://adaymagazine.com/global-how-can-bookstore-survive/>.
- BIT. (2562). *ลบทภาพคนไทย 8 บรรทัด ผลสำรวจล่าสุดเผย คนไทยอ่านหนังสือ 80 นาที*. วันสืบค้นเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 จาก <https://www.bltbangkok.com/CoverStory>.
- Lifestyle Magazine. (2557). *“Candide Bookshop” พุดคุยกับร้านหนังสือท้องถิ่น พื้นที่เพื่อคนรักการอ่านที่ไม่เหมือนใคร*. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2562 จาก <https://www.dooddot.com/candide-bookshop/>.
- M Thai. (2562). *เผยผลสำรวจการอ่านปี 2561 วัยรุ่นใช้เวลาอ่านสูงสุดเมื่อเทียบกับทุกวัย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2562 จาก <https://teen.mthai.com/education/168527.html>.
- Simon Wilson. (2561). *Why is Auckland slowly strangling its art gallery?*. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2562 จาก <https://thespinoff.co.nz/auckland/12-12-2017/the-gallery-of-all-our-dreams/>.
- Soimilk. (2559). *20 ร้านหนังสืออิสระในกรุงเทพฯ ที่นักอ่านต้องไปสักครั้ง และอีกหลายๆ ครั้ง*. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2562 จาก <https://www.soimilk.com/city-living/news/Bangkok-Best-Independent-Bookstores>.





ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถาม

#### แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ Book Store

##### คำชี้แจง

- แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา
- แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบการศึกษางานวิจัย โดยข้อมูลที่ได้รับจากท่าน ทางผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับ และจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น คำตอบของท่านไม่มีข้อใดผิดหรือถูก หรือกระทบต่อตัวท่านแต่อย่างใด จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านอย่างอิสระ เพื่อประโยชน์สูงสุดต่องานวิจัย โดยเนื้อหาวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้
  - ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการของร้านหนังสือ
  - ส่วนที่ 3: ความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านในลักษณะ Book Gallery
 ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์

##### ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

###### 1. เพศ

- ชาย                                       หญิง                                       ไม่ระบุ

###### 2. อายุ

- 18-25 ปี                                       26-30 ปี                                       31-35 ปี  
 36-40 ปี                                       41-45 ปี                                       45 ปีขึ้นไป

###### 3. การศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี                                       ปริญญาตรี  
 ปริญญาโท     สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ
- |  |  |   |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> นักศึกษา        | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน |
| <input type="checkbox"/> พ่อบ้าน/แม่บ้าน | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว         | <input type="checkbox"/> อื่นๆ              |
5. รายได้ต่อเดือน
- |   |   |  |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20,000 | <input type="checkbox"/> 20,001-40,000  | <input type="checkbox"/> 40,001-60,000             |
| <input type="checkbox"/> 60,001-80,000  | <input type="checkbox"/> 80,001-100,000 | <input type="checkbox"/> ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป |
6. ที่อยู่ปัจจุบัน
- กรุงเทพฯ เขต.....
- ปริมณฑล จังหวัด .....
- จังหวัดอื่น ๆ โปรดระบุ .....

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ร้านหนังสือ

1. ท่านเข้าร้านหนังสือบ่อยแค่ไหน
- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เดือนละหนึ่งครั้ง    | <input type="checkbox"/> สามเดือน ต่อหนึ่งครั้ง |
| <input type="checkbox"/> หกเดือนต่อหนึ่งครั้ง | <input type="checkbox"/> ปีละหนึ่งครั้ง         |
2. ช่วงเวลาที่ท่านซื้อสินค้าและบริการร้านหนังสือ
- |                                      |  |                                      |
|--------------------------------------|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 8.00-10.00  | <input type="checkbox"/> 16.00-19.00     | <input type="checkbox"/> 10.00-13.00 |
| <input type="checkbox"/> 13.00-16.00 | <input type="checkbox"/> 19.00 เป็นต้นไป |                                      |
3. เวลาที่ท่านซื้อสินค้าและบริการร้านหนังสือ โปรดระบุ.....
4. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและใช้บริการร้านหนังสือที่ท่านเต็มใจที่จะจ่าย
- |                                      |                                      |  |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1-100 บาท   | <input type="checkbox"/> 301-400 บาท | <input type="checkbox"/> 101-200 บาท   |
| <input type="checkbox"/> 401-500 บาท | <input type="checkbox"/> 201-300 บาท | <input type="checkbox"/> 500 บาทขึ้นไป |
5. สิ่งที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการร้านหนังสือ (เลือกเพียง 2 ข้อ)
- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ตัวท่านเอง                         | <input type="checkbox"/> แฟน/สามี/ภรรยา                         |
| <input type="checkbox"/> บิดา/มารดา/ลูก                     | <input type="checkbox"/> การ การบอกต่อ                          |
| <input type="checkbox"/> การแนะนำจากเพื่อน                  | <input type="checkbox"/> รีวิวแนะนำต่าง ๆ ทาง Social media      |
| <input type="checkbox"/> เปิด การค้นหาสถานที่ใกล้ตัวจาก App | <input type="checkbox"/> การเดินทางผ่าน / ขับรถผ่านสถานที่นั้นๆ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ                              |   |

6. จุดประสงค์หรือลักษณะซื้อสินค้าหรือใช้บริการร้านหนังสือของท่าน
- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ความเงียบสงบภายในร้าน             | <input type="checkbox"/> หาสถานที่นั่งทำงานนอกสถานที่        |
| <input type="checkbox"/> หาร้านอาหารใหม่ๆ ในการทดลอง       | <input type="checkbox"/> บรรยากาศร้าน / Theme ร้านที่น่าสนใจ |
| <input type="checkbox"/> หลีกหนีความจำเจจากร้านประจำเดิม ๆ | <input type="checkbox"/> การมีส่วนร่วมกันของคนในร้าน         |
| <input type="checkbox"/> ความชอบส่วนตัว                    | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....                         |
7. การตกแต่งร้านมีอิทธิพลกับท่านหรือไม่ในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการร้านหนังสือ
- มี  ไม่มี
8. ปัจจัยที่ทำให้ท่านมาซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำ
- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> อาหารอร่อย                 | <input type="checkbox"/> ราคาสมเหตุสมผล          |
| <input type="checkbox"/> การมีส่วนร่วมของ Community | <input type="checkbox"/> บริการของพนักงานร้านค้า |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....                |  |
9. ปัญหาที่ท่านพบเจอจากร้านหนังสือตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- มารยาทของพนักงานในร้านหนังสือ
  - คุณภาพของร้านไม่ตรงตามรีวิวใน Social Media
  - คุณภาพไม่เหมาะสมกับราคา
  - บรรยากาศร้านไม่ตรงตามความต้องการ
  - การแนะนำของพนักงานไม่ชัดเจน
  - การมีส่วนร่วมของท่านกับร้านหนังสือ
  - การเดินทางไม่สะดวกสบาย
  - ที่จอดรถไม่เพียงพอ
  - การจำกัดเวลาของการใช้บริการ
  - ที่นั่งไม่เพียงพอ
  - ปลั๊กไฟ, Wifi etc
  - อื่นๆ.....

### ส่วนที่ 3: ความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านหนังสือในรูปแบบ Book Gallery

1. คุณมีความสนใจในการอ่านหนังสือหรือไม่  
 มี                                       ไม่มี                                       เป็นบางครั้ง
2. ท่านเคยใช้บริการพิพิธภัณฑ์ หรือ Art Gallery บ้างหรือไม่  
 เคย                                       ไม่เคย
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรหากมีการผสมกันระหว่าง ร้านขายหนังสือและ Art Gallery ในลักษณะ/  
รูปแบบร้านตามภาพประกอบ  
เป็นคำถามแสดงความคิดเห็นแบบเปิด

.....

.....

.....





### ภาคผนวก ข

### ตัวอย่างรูปแบบ idea Life style Book Gallery

