

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

ศึกษาและพัฒนาระบบเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ของธุรกิจขายเสื้อผ้า

พีรัชต์ พิริยะจิระอนันต์

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์

คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา


กรกฎาคม 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

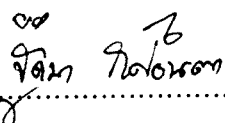
11
000 45904
-7 ก.พ. 2560
368986

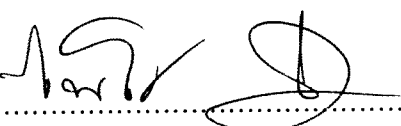
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ พีรัชต์ พิริยะจิระอนันต์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์ของ
มหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

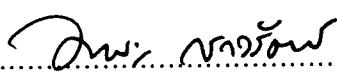

.....ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ เร้าชนชลกุล)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า


.....ประธานกรรมการ
(ดร.จิตติมา วงศ์อินตา)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ เร้าชนชลกุล)

คณะโลจิสติกส์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์ ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา


.....คณบดีคณะ โลจิสติกส์
(ดร.มานะ เซาวรัตน์)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2555

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จลงมิได้ถ้าไม่ได้รับความกรุณาเป็นอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพโรจน์ เร้าชนชกุล กรรมการที่ปรึกษางานนิพนธ์ ที่ได้อุทิศส่วสละเวลาอันมีค่ามาเป็นทีปรึษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วน และเอาใจใส่ด้วยดี ตลอดระยะเวลาในการทำงานนิพนธ์ฉบับนี้ ทำให้ผู้วิจัยได้รับประสบการณ์ในการทำงานวิจัย ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการเป็นกรรมการสอบและให้คำแนะนำเพื่อนำไปปรับปรุง แก้ไข อันเป็นประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้ ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีมีประโยชน์แก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ผู้ให้ข้อมูลในการทำงานนิพนธ์นี้ ขอขอบคุณเพื่อนนิสิตทุกคน และรวมไปถึงเจ้าหน้าที่คณะ โลจิสติกส์ทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกแก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์ของงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาพระคุณของบิดา มารดา และครอบครัว ผู้ให้ความรัก ความเมตตา และสนับสนุนให้ได้รับการศึกษาเป็นอย่างดีมาโดยตลอด และผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยพัฒนาการศึกษาในงานวิจัย และเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจต่อไป

พีรชต์ พิริยะจิระอนันต์

53920063: สาขาวิชา: การจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์; วท.ม. (การจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์)

คำสำคัญ: ต้นทุนฐานกิจกรรม/ Activity-Based Costing/ SWOT/ สินค้าออนไลน์

พีรชต์ พิริยะจิระอนันต์: ศึกษาและพัฒนาการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ของธุรกิจขายเสื้อผ้า (STUDY AND DEVELOPMENT OF ONLINE SHOPPING FOR INCREASING DISTRIBUTION CHANNELS). อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ไพโรจน์ เร้าชนชลกฤต, D.Eng., 87 หน้า. ปี พ.ศ. 2555

ธุรกิจขายเสื้อผ้า เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ ผู้ทำการวิจัยได้เลือกธุรกิจขายเสื้อผ้า ซึ่งมีร้านตั้งอยู่ในภาคเชียงใหม่ โดยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีคู่แข่งในธุรกิจประเภทดังกล่าวเกิดขึ้นใหม่หลายราย ประกอบกับศักยภาพปัจจุบันของร้านขายเสื้อผ้าแห่งนี้ที่มีความพร้อมทั้งทำเลที่ตั้ง ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว ทำให้ผู้ทำการวิจัยเล็งเห็นว่าควรเพิ่มขีดความสามารถของร้านไปในอีกระดับด้วยการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า จึงต้องการจะศึกษาและพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับร้านขายเสื้อผ้าแห่งนี้ ผ่านระบบออนไลน์

ในงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาด้านต้นทุนกิจกรรมของธุรกิจร้านขายเสื้อผ้า (กรณีศึกษา) ทั้งแบบหน้าร้าน และแบบออนไลน์ ให้ทราบถึงอัตราผลกำไรของทั้ง 2 แบบ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ นอกจากนี้ยังศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ แล้วทำการวิเคราะห์หาช่องทางการจัดจำหน่าย และประเภทสินค้าที่เหมาะสมในการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์

จากการศึกษาพบว่าร้านกรณีศึกษาควรเลือกช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ แบบหน้าเว็บไซต์ของร้านค้า และเมื่อพิจารณา ช่องทางการจัดจำหน่าย แบบหน้าเว็บไซต์ของร้านค้า พบว่าประเภทสินค้าที่ได้รับความนิยม มากที่สุดคือ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง อุปกรณ์เกี่ยวกับโทรศัพท์ ตามลำดับ

53920063: MAJOR: TRANSPORTATION AND LOGISTICS MANAGEMENT; M.Sc.

(TRANSPORTATION AND LOGISTICS MANAGEMENT)

KEYWORDS: ACTIVITY-BASED COSTING/ SWOT/ ONLINE SHOPPING

PHEERAT PIRIYAGEERAANANT: STUDY AND DEVELOPMENT OF ONLINE SHOPPING FOR INCREASING DISTRIBUTION CHANNELS. ADVISOR: PAIROJ RAOTHANACHONKUN, D.Eng., 87 P. 2012.

Apparel business becomes more popular recently. This introduces more challengers existed in the business in the last few years. With lots of competitors in clothes business located in Chiang Mai, online shopping is introduced for being one of distribution channel.

The aim of this research is to study activity-based costing and margins for clothes shop compared with online shopping. It is also to study consumer behavior of online shopping which will help to settle the appropriate products matched with customer requirements.

The results have been shown that online shopping is more effective than clothes shop which clothes, cosmetics and mobile accessories are most selected respectively.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฌ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
การคำนวณต้นทุน โลจิสติกส์กิจกรรม	4
หลักการทางสถิติ	6
โปรแกรม SPSS for Windows.....	8
SWOT.....	8
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
3 วิธีดำเนินการวิจัย	11
ศึกษา และเก็บข้อมูลการดำเนินงานของร้านกรณีศึกษา	11
ศึกษาต้นทุนฐานกิจกรรม.....	14
ศึกษา และสรุปข้อมูลดิบ ของความต้องการของผู้บริโภค ต่อการซื้อสินค้าผ่าน ระบบออนไลน์	16
ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรม SPSS for Window	25
การวิเคราะห์ SWOT	25
สรุปผลของการศึกษา และข้อเสนอแนะ	26

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3-1 ปริมาณ และต้นทุนของเสื้อผ้าที่รับเข้าย้อนหลัง 6 เดือน (ร้านกรณีศึกษา)	12
3-2 ปริมาณ และรายได้ ของการจำหน่ายเสื้อผ้า ย้อนหลัง 6 เดือน (ร้านกรณีศึกษา).....	13
3-3 เกณฑ์การกระจายต้นทุน แบ่งตามทรัพยากร	16
3-4 ค่าใช้จ่ายเริ่มต้น ในการเริ่มขายสินค้าผ่านอียิปต์	19
3-5 ค่าคอมมิชชั่น ที่ต้องเสียให้กับอียิปต์.....	19
4-1 ปริมาณ และรายได้ของการจำหน่ายเสื้อผ้า ย้อนหลัง 6 เดือน (ร้านกรณีศึกษา).....	28
4-2 ปริมาณ และต้นทุนของเสื้อผ้าที่รับเข้าย้อนหลัง 6 เดือน (ร้านกรณีศึกษา)	28
4-3 ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร กรณีหน้าร้าน	28
4-4 ต้นทุน โลจิสติกส์จำแนกตามทรัพยากร กรณีหน้าร้าน.....	29
4-5 ข้อมูลเวลาในการปฏิบัติงาน (ต่อวัน) และการใช้พื้นที่ในแต่ละกิจกรรม กรณีหน้าร้าน	29
4-6 จำนวนต้นทุนกิจกรรม กรณีหน้าร้าน.....	30
4-7 จำนวนต้นทุนต่อหน่วย กรณีหน้าร้าน.....	30
4-8 ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร กรณีออนไลน์	33
4-9 ต้นทุน โลจิสติกส์จำแนกตามทรัพยากร กรณีออนไลน์.....	33
4-10 ต้นทุนการขนส่งต่อหน่วย กรณีออนไลน์	33
4-11 ต้นทุนการเดินทาง กรณีออนไลน์.....	34
4-12 ข้อมูลเวลาในการปฏิบัติงาน (ต่อวัน) และการใช้พื้นที่ในแต่ละกิจกรรม กรณีออนไลน์	34
4-13 จำนวนต้นทุนกิจกรรม กรณีออนไลน์.....	35
4-14 จำนวนต้นทุนต่อหน่วย กรณีออนไลน์.....	36
4-15 การแจกแจงความถี่ของประเภทสินค้า แยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย	51
4-16 SWOT แบบหน้าร้าน	53
4-17 SWOT แบบออนไลน์.....	54

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2-1	ต้นทุนโดยรวมของแต่ละกิจกรรม..... 4
3-1	กระบวนการจัดการ กรณีขายสินค้าผ่านทางหน้าร้าน..... 12
3-2	กระบวนการจัดการ กรณีขายสินค้าผ่านทางออนไลน์..... 14
3-3	หน้าเว็บไซต์ของร้านค้าที่ขายสินค้าออนไลน์ (Propaholic) 17
3-4	Facebook ที่ขายสินค้าออนไลน์..... 18
3-5	เว็บไซต์ฝากขายที่ขายสินค้าออนไลน์ 20
3-6	เว็บไซต์หน้าร้านสำเร็จรูปที่ขายสินค้าออนไลน์..... 21
3-7	Application ที่ขายสินค้าออนไลน์ 22
3-8	คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก..... 22
3-9	Tablet 23
3-10	Smart Phone 24
3-11	คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ 25
4-1	กระบวนการจัดการ กรณีขายสินค้าผ่านทางหน้าร้าน..... 27
4-2	กระบวนการจัดการ กรณีขายสินค้าผ่านทางออนไลน์..... 32
4-3	ต้นทุนรับสินค้าเข้า ต้นทุนการคัดแยกสินค้า ต้นทุนกิจกรรมรวม ของการขายแบบ หน้าร้าน และแบบออนไลน์ 37
4-4	ต้นทุนทั้งหมด รายได้ กำไรของการขายแบบหน้าร้าน และแบบออนไลน์ 38
4-5	อัตรากำไรของการขายแบบหน้าร้าน และแบบออนไลน์ 38
4-6	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามเพศ..... 39
4-7	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามช่วงอายุ 40
4-8	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามระดับการศึกษา 40
4-9	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 41
4-10	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามอาชีพ 42
4-11	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามว่าเคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์หรือไม่ 43
4-12	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามว่าเคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์ประเภทใดบ้าง..... 44
4-13	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามว่าเคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์ จากช่องทางไหนบ้าง 45

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
4-14	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์ จากอุปกรณ์ใดบ้าง.	46
4-15	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามถึงความคิดเห็นว่าร้านค้าควรเป็นแบบหน้าร้าน หรือแบบร้านค้าออนไลน์	47
4-16	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามถึงความคิดเห็นว่าช่องทางการจ่ายเงิน ช่องทางไหน สะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถามที่สุด	48
4-17	จำนวนสินค้าที่ได้รับความนิยมในการซื้อผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของร้านค้า 3 อันดับแรก	52

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจขายเสื้อผ้า เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน โดยสำหรับงานวิจัยฉบับนี้ ผู้ทำการวิจัย ได้เลือกธุรกิจร้านขายเสื้อผ้า แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีหน้าร้านในการขายเสื้อผ้าอยู่แล้ว แต่พบว่า มีคู่แข่งในธุรกิจเกิดขึ้นใหม่ อย่างรวดเร็วใน 2-3 ปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้ทำการวิจัยจึงเล็งเห็นว่าร้านขายเสื้อผ้าแห่งนี้ มีศักยภาพที่ดี ทั้งทำเลที่ตั้ง ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และอื่น ๆ จึงต้องการจะศึกษาและพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับร้านขายเสื้อผ้าแห่งนี้ ผ่านระบบออนไลน์

โดยการเข้าสู่ธุรกิจบนโลกออนไลน์ (E-Commerce) นับ ได้ว่าเป็นอีกหนึ่งความหวังใหม่ของผู้ประกอบการ ในการเพิ่มฐานรายได้และศักยภาพในการเติบโตให้กับธุรกิจได้อย่างดี โดยในปัจจุบัน การทำธุรกิจบนโลกออนไลน์ เริ่มได้รับความนิยมจากบรรดาผู้ประกอบการมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการเอสเอ็มอี เนื่องจาก เป็นช่องทางที่มีการใช้เงินลงทุนไม่สูงนัก อีกทั้งจากอัตราการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตและการเพิ่มขึ้นของเว็บไซต์ ทางธุรกิจที่มีอย่างต่อเนื่อง ทำให้การประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการตลาดขนาดใหญ่ ไร้พรมแดน สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ไร้ขีดจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ ทำให้ธุรกิจออนไลน์ยังคงมีแนวโน้มเติบโตที่ดีต่อไป

หากพิจารณาธุรกิจที่มีการเปิดขายผ่านช่องทางออนไลน์แล้วนั้น จะเห็นว่า “ธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์” เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยมจากบรรดาผู้ประกอบการรายย่อยหรือเอสเอ็มอี และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากการสำรวจ โพลล์ของศูนย์วิจัยกสิกรไทยเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในปี พ.ศ.2555 พบว่า แนวโน้มของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสินค้าที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมากที่สุดผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เสื้อผ้า เนื่องจากมีราคาไม่แพงมาก ซื้อขายได้ง่าย และมีรูปแบบของสินค้าที่หลากหลายให้เลือกซื้อ ที่สำคัญเทรนด์ของแฟชั่นเสื้อผ้ามีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็วและบ่อย (Fast Fashion) ตามฤดูกาลและกระแสความนิยม ซึ่งสามารถดึงดูดหรือจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความ ต้องการได้ง่าย และเป็นสินค้าที่สามารถหาจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ได้ง่าย และมีการลงทุนไม่สูงนัก และมีราคาให้เลือกที่หลากหลายตั้งแต่ราคาถูก ไปจนถึงแพง ขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายและความต้องการของผู้ประกอบการเป็นหลัก และแม้ว่าจะไม่ได้เป็นผู้ประกอบการที่ผลิตเสื้อผ้า และ

จำหน่ายเองโดยตรง ก็สามารถเข้ามาทำธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากปัจจุบัน การมองหาแหล่งซื้อเสื้อผ้า ราคาส่งเพื่อนำมาจำหน่ายต่อให้กับผู้บริโภคมีค่อนข้างเยอะ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งค้าส่งเสื้อผ้าในไทย เช่น ประตูน้ำ โป้เบ๊ และจตุจักร หรือการนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น จีน และเกาหลี นอกจากนี้ ปัจจุบันความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีมากขึ้น นับเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการทำธุรกิจออนไลน์ ซึ่งจากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า เหตุผลที่ผู้บริโภคหันมาสนใจซื้อสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เนื่องจาก มีความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยในการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ทั้งความเชื่อมั่นในตัวผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ ความเชื่อมั่นในระบบการชำระเงิน และการเก็บรักษาข้อมูลต่าง ๆ ส่วนในด้านความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางด้านสารสนเทศ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการขยายการให้บริการของโครงข่ายอินเทอร์เน็ตไร้สาย ความเร็วสูง ประกอบกับความนิยมในอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตที่ถูกพัฒนาตามลำดับเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้การซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ สามารถทำได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, มีนาคม 2555)

โดยผู้ทำการวิจัยได้เริ่มจากการศึกษาต้นทุนกิจกรรม ของธุรกิจขายเสื้อผ้าทั้งแบบหน้าร้าน และแบบออนไลน์ แล้วทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคผ่านทางแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ เพื่อนำผลที่ได้มาศึกษา, วิเคราะห์ และพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านขายเสื้อผ้า (กรณีศึกษา)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาต้นทุนกิจกรรมของธุรกิจร้านขายเสื้อผ้า (กรณีศึกษา) ทั้งแบบหน้าร้าน และแบบออนไลน์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์
3. เพื่อศึกษา และวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่าย และประเภทสินค้าที่เหมาะสมในการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงต้นทุนกิจกรรมของธุรกิจร้านขายเสื้อผ้า (กรณีศึกษา) แบบหน้าร้าน และแบบออนไลน์
2. ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์

3. ทราบถึงช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการซื้อสินค้าออนไลน์ และประเภทสินค้า ตามความต้องการของผู้บริโภค

ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษา และเก็บข้อมูล กระบวนการปฏิบัติงาน สำหรับรูปแบบการขายแบบหน้าร้าน และแบบออนไลน์ ของร้านกรณีศึกษา
2. ศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ เพื่อร้านกรณีศึกษา สามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนา สินค้าและบริการ
3. ศึกษาข้อมูลที่ได้สอบถามความต้องการของผู้บริโภค แล้วนำผลที่ได้ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows เพื่อหาช่องทางการจัดจำหน่าย อุปกรณ์ที่ใช้ในการสั่งซื้อ และประเภทสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

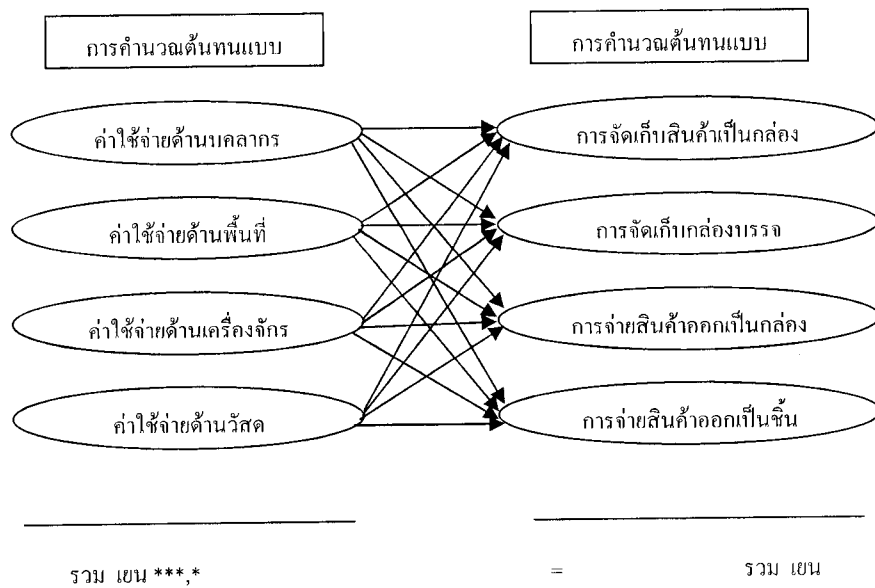
บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การคำนวณต้นทุนโลจิสติกส์กิจกรรม

องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (2548) กล่าวว่า ABC ย่อมาจากคำว่า “Activity-Based Costing” หมายความว่า “การคำนวณต้นทุนกิจกรรม” ซึ่งเป็นวิธีการคำนวณต้นทุนโดยใช้ “กิจกรรม” เป็นฐานในการคำนวณ โดยปกติองค์กรส่วนใหญ่ ใช้การคำนวณต้นทุนแบบดั้งเดิม โดยพิจารณาต้นทุนค่าใช้จ่าย 4 ประเภทหลัก คือ ค่าใช้จ่ายทางด้านบุคลากร ด้านพื้นที่ใช้สอย ด้านเครื่องจักรอุปกรณ์ และด้านวัสดุสิ้นเปลือง

เมื่อเปรียบเทียบการคำนวณต้นทุนแบบดั้งเดิมกับการคำนวณต้นทุนกิจกรรม (ABC) ในการคำนวณต้นทุนกิจกรรมในขั้นแรก จะต้องมีการจำแนกเนื้องานตามกิจกรรมที่ปฏิบัติจริง เมื่อแยกเป็นรายกิจกรรมได้แล้ว จึงจะพิจารณาค่าใช้จ่ายใน 4 ปัจจัยหลัก คือด้านบุคลากร พื้นที่ใช้สอย เครื่องจักรอุปกรณ์ และวัสดุสิ้นเปลืองของแต่ละกิจกรรม จะเห็นได้ว่า “การคำนวณต้นทุนกิจกรรม” เป็นการคำนวณค่าเฉลี่ยของต้นทุนที่เกิดขึ้นในรายละเอียดตามเนื้องานที่ปฏิบัติจริง ซึ่งเรียกว่า “ต้นทุนต่อหน่วย” หากนำต้นทุนต่อหน่วยมาคูณด้วยจำนวนครั้งที่ทำกิจกรรมนั้น ก็จะได้ต้นทุนโดยรวมของแต่ละกิจกรรม ดังภาพที่ 2-1



ภาพที่ 2-1 ต้นทุนโดยรวมของแต่ละกิจกรรม (องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น)

จากภาพที่ 2-1 จะเห็นว่า เมื่อใช้การคำนวณต้นทุนกิจกรรมตามตัวอย่าง สามารถจำแนกกิจกรรมการทำงานเป็น 4 กิจกรรม คือ การจัดเก็บสินค้าเป็นกล่อง การจัดเก็บกล่องบรรจุสินค้าเข้าชั้น การจ่ายสินค้าออกเป็นกล่อง และการจ่ายสินค้าออกเป็นชั้นตามจำนวนต้องการ จากนั้นจึงนำกรอบแนวคิดการคำนวณต้นทุนแบบดั้งเดิมคือคิดค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร พื้นที่ใช้สอย เครื่องจักร อุปกรณ์ และวัสดุสิ้นเปลืองมาคำนวณต้นทุน โดยแยกตามแต่ละกิจกรรมการทำงาน

ขั้นตอนการคำนวณต้นทุนกิจกรรม (ABC)

ขั้นตอนการคำนวณต้นทุนกิจกรรม (ABC) ประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 6 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1: การกำหนดกิจกรรม

ในการคำนวณต้นทุนโลจิสติกส์กิจกรรม (ABC) นั้น คำว่า “กิจกรรม (Activity)” จัดเป็นหน่วยเล็กที่สุดของการปฏิบัติงาน ซึ่งมีความหมายพิเศษกว่าคำอื่น ๆ เนื่องจากคำว่า “กิจกรรม” จะเป็นแกนหลักในการวิเคราะห์ในขั้นต่อไป คำว่า “กิจกรรม” จึงอาจจะเป็นจำนวนที่ค่อนข้างเข้าใจยากอยู่บ้างรวมทั้งจะมีความหมายเฉพาะตัว สำหรับในการวิเคราะห์แบบนี้ โดยกิจกรรม (Activity) หมายถึง หน่วยที่เล็กที่สุดของการปฏิบัติงานที่มีวัตถุประสงค์ของการทำงานอย่างชัดเจน หรืออีกนัยหนึ่งคือ หน่วยที่เล็กที่สุดของการปฏิบัติงานที่สามารถกำหนดให้เห็นภาพ (Image) ได้ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในเบื้องต้นว่าการกำหนดกิจกรรมการทำงานคลจิสติกส์นั้น ไม่ได้มีกฎเกณฑ์ตายตัว เพียงแต่จะต้องมีความเหมาะสมตามสภาพที่เกิดขึ้นจริงเท่านั้น การกำหนด “กิจกรรม” จะต้องไม่แบ่งย่อยหรือขยายจนเกินไป แต่ก็ไม่จำเป็นต้องคิดให้เป็นเรื่องยาก เพราะเมื่อกำหนด “กิจกรรม” แล้วพบว่าไม่เหมาะสมตามสภาพจริงก็สามารถแบ่งย่อยหรือรวมใหม่ก็ครั้งก็ได้จนกว่าจะได้กิจกรรมที่เหมาะสม

ขั้นตอนที่ 2: การศึกษาต้นทุนของทรัพยากรทั้งหมดที่ใช้โดยจำแนกตามประเภทของทรัพยากร

ทรัพยากรที่ใช้เป็น Input ในกิจกรรมการทำงาน โลจิสติกส์ สามารถจำแนกออกเป็น 4 ประเภท คือ ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร พื้นที่ใช้สอย เครื่องจักรอุปกรณ์ และวัสดุใช้งาน/วัสดุสิ้นเปลือง โดยคำว่า Input หมายถึง ปัจจัยทุกชนิดที่ได้นำมาใช้เพื่อปฏิบัติกิจกรรมโลจิสติกส์ภายในองค์กร มีรายละเอียดดังนี้ การเก็บข้อมูลค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร, การเก็บข้อมูลค่าใช้จ่ายด้านพื้นที่ใช้สอย, การเก็บข้อมูลค่าใช้จ่ายด้านเครื่องจักรอุปกรณ์, การเก็บข้อมูลค่าใช้จ่ายด้านวัสดุใช้งาน และวัสดุสิ้นเปลือง

ขั้นตอนที่ 3: กำหนดเกณฑ์การกระจายต้นทุนจำแนกตามทรัพยากรที่นำมาใช้แต่ละประเภท

เมื่อได้ กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจากขั้นตอนที่ 1 และต้นทุนของทรัพยากรที่ใช้ทั้งหมดจากขั้นตอนที่ 2 ส่วนในขั้นตอนที่ 3 นี้จะเป็นการกระจายต้นทุนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ใช้ในแต่ละกิจกรรมตามที่จำแนกไว้ในขั้นตอนที่ 2 ซึ่งจะต้องกำหนดเกณฑ์การกระจายเอาไว้ในเบื้องต้น โดยนับเป็นหน่วยของกิจกรรมตามสภาพจริงที่เป็นอยู่ เช่นหน่วยการกระจายค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร ควรเป็นค่าใช้จ่ายตามชั่วโมงการปฏิบัติงาน แต่หน่วยการกระจายต้นทุนของพื้นที่ที่ใช้งานน่าจะเป็นตารางเมตร เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4: คำนวณต้นทุนทั้งหมดของแต่ละกิจกรรม

หลังจากเสร็จสิ้นขั้นตอนที่ 3 ผู้วิเคราะห์ก็จะได้ “กิจกรรม” ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจากขั้นตอนที่ 1 และต้นทุนของทรัพยากรที่ใช้ทั้งหมดจากขั้นตอนที่ 2 และเกณฑ์การกระจายต้นทุนค่าใช้จ่ายทั้งหมดตาม Input แต่ละตัว จากขั้นตอนที่ 3 ในขั้นตอนนี้ผู้วิเคราะห์ก็สามารถคำนวณต้นทุนทั้งหมดของแต่ละกิจกรรมได้ เมื่อรวมจำนวนต้นทุนจำแนกตามทรัพยากรที่ใช้ที่ได้กระจายไปตามแต่ละกิจกรรม ผลลัพธ์รวมที่ได้นั้นคือ “ต้นทุนกิจกรรม”

ขั้นตอนที่ 5: การศึกษาปริมาณงานของแต่ละกิจกรรม

เมื่อได้ต้นทุนของแต่ละกิจกรรมเรียบร้อยแล้ว ขั้นต่อไปก็คือการศึกษาปริมาณปฏิบัติงาน แสดงว่าได้ทำกิจกรรมนั้น ๆ ไปเท่าใด ซึ่งก็หมายถึงจำนวนครั้งของการทำกิจกรรมนั้น ๆ นั่นเอง หากนำปริมาณการปฏิบัติงานไปหารต้นทุนกิจกรรม ก็จะได้ผลลัพธ์เป็นต้นทุนต่อหน่วย ดังนั้น ปริมาณการปฏิบัติงาน จึงเป็นข้อมูลที่จะทำให้การคำนวณต้นทุนกิจกรรม (ABC) เสร็จสมบูรณ์

ขั้นตอนที่ 6: คำนวณต้นทุนต่อหน่วยของกิจกรรม

เมื่อได้ข้อมูลปริมาณการปฏิบัติงานแล้ว ขั้นต่อไป คือ การคำนวณ “ต้นทุนต่อหน่วย” ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการคำนวณต้นทุนกิจกรรม วิธีการคำนวณสามารถใช้วิธีการธรรมดา ก็จะได้ผลลัพธ์ของ “ต้นทุนต่อหน่วย” ดังสูตรต่อไปนี้

$$\text{ต้นทุนต่อหน่วย} = \text{ต้นทุนทั้งหมดของกิจกรรม} \div \text{ปริมาณการปฏิบัติงาน}$$

หลักการทางสถิติ

กัลยา(2545) กล่าวว่า สถิติ หมายถึง ศาสตร์ที่ว่าด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูล การนำเสนอข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในทางปฏิบัติแล้วคำว่า สถิติ จะหมายถึงการวางแผนการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การนำเสนอข้อมูลเบื้องต้น การวิเคราะห์ข้อมูล และนำผลจากการวิเคราะห์มาสรุปเกี่ยวกับลักษณะของสิ่งที่สนใจ และสามารถนำผลสรุปนั้นมาช่วยในการตัดสินใจได้

ขั้นตอนการใช้สถิติกับงานต่าง ๆ

การที่จะนำหลักเกณฑ์ทางสถิติไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผลให้ฝ่ายบริหารใช้ในการตัดสินใจ จะต้องมียุทธศาสตร์ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผล
3. การนำเสนอข้อมูล เป็นการนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากขั้นที่ 2 ไปประยุกต์ใช้กับงานด้านต่าง ๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจ

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยที่สนใจศึกษาโดยตรง เช่น สนใจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อรัฐบาลชุดปัจจุบัน หน่วยที่สนใจศึกษา คือ ประชาชนไทยทุกคน การสำรวจในเรื่องนี้คือ การไปสอบถามความคิดเห็น สำหรับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจทำได้หลายวิธี คือ สัมภาษณ์ โทรศัพท์ สัมภาษณ์ การวัดค่า เป็นต้น

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจประเภทการสำรวจด้วยตัวอย่าง

หมายถึง การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเพียงบางหน่วยของประชากร จึงเป็นการประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย การเลือกตัวอย่างจากประชากรทำได้หลายวิธี แต่ไม่ว่าจะใช้วิธีใด ก็มีหลักเกณฑ์เพื่อที่จะให้ได้ตัวแทนที่ดีของประชากร คำว่าตัวแทนที่ดี หมายถึง ตัวอย่างที่ถูกเลือกมาควรจะต้องประกอบด้วยลักษณะต่างๆ ของประชากรครบถ้วน เช่น การหารายได้เฉลี่ยของประชากรขนาด 3 ล้านคน และถ้าประชากรมีความแตกต่างกันมากคือ ประกอบด้วยคนที่มีรายได้สูง รายได้ปานกลาง รายได้ต่ำ ถ้าเลือกตัวอย่างมา 5,000 คน ผู้ที่ตกเป็นตัวอย่างก็ควรประกอบด้วยคนที่มีรายได้สูง รายได้ปานกลาง และต่ำในสัดส่วนเดียวกันกับของประชากร

ในกรณีที่ประชากรมีลักษณะที่สนใจคล้ายคลึงกัน เช่น รายได้ไม่แตกต่างกันมากนัก ขนาดตัวอย่างไม่จำเป็นต้องมาก แต่ถ้าประชากรมีลักษณะที่สนใจศึกษาแตกต่างกัน ควรให้ขนาดตัวอย่างใหญ่ เพื่อให้ครบทุกลักษณะของประชากร เมื่อเก็บข้อมูลตัวอย่างแล้ว จะสามารถประมาณค่าของลักษณะของประชากรได้ ข้อดี คือ ประหยัดเวลา ได้ผลสำรวจเร็ว และข้อมูลจะมีคุณภาพดี เนื่องจากปริมาณงานน้อยจึงสามารถคุมงานได้ทั่วถึง ส่วนข้อเสียคือ เกิดความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง และถ้าขนาดตัวอย่างน้อยเกินไปจะทำให้ข้อมูลตัวอย่างไม่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร

การนำเสนอกราฟของตัวแปร (ข้อมูล) เริงคุณภาพ 1 ตัว

Bar Chart จะแสดงจำนวนของค่าตัวแปรเชิงคุณภาพแต่ละค่า นอกจากนี้ในแกนตั้งของ Bar Chart อาจจะใช้ร้อยละแทนความถี่ได้

โปรแกรม SPSS for Windows

กัลยา(2548) กล่าวว่า SPSS for Windows (Statistical Package for Social Science) เป็นโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และมีการจัดการข้อมูลอย่างมีระบบ โดยจะมีการแสดงค่าสถิติต่าง ๆ พร้อมกราฟ และตาราง ฯลฯ

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS for Windows

ขั้นตอนการใช้โปรแกรม SPSS for Windows มาวิเคราะห์ข้อมูล มี 5 ขั้นตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

1. เลือกเพิ่มข้อมูล

กรณีที่ยังไม่มีเพิ่มข้อมูลจะต้องสร้างเพิ่มข้อมูลโดยใช้ Data Editor ของ SPSS แต่ถ้ามีเพิ่มข้อมูลอยู่แล้ว จะต้องเปิดเพิ่มที่นำมาวิเคราะห์ เพิ่มข้อมูลที่จะใช้อาจสร้างโดยโปรแกรมอื่น ๆ เช่น Excel, Loyus, dBase หรือ Access ก็ได้

2. การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

3. เลือกวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติจากเมนู Analyze

การจะเลือกวิธีหรือเทคนิคทางสถิติเทคนิคใดในการวิเคราะห์ข้อมูล จะต้องพิจารณาจากวัตถุประสงค์ และชนิดของข้อมูล นั่นคือ จะต้องเลือกวิธีวิเคราะห์ที่ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ตอบวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้

4. เลือกตัวแปรที่จะใช้ในการวิเคราะห์

หลังจากเลือกวิธีการวิเคราะห์แล้ว จะต้องเลือกตัวแปรที่ต้องวิเคราะห์จากเพิ่มข้อมูลที่เปิดไว้ โดยจะต้องพิจารณาว่าตัวแปรที่เลือกจะต้องเป็นชนิดใด ตามเงื่อนไขของวิธีการวิเคราะห์ที่เลือก และอาจจะต้องใส่ค่าต่างๆ ตามเงื่อนไขของวิธีวิเคราะห์นั้น ๆ

5. แปลผลจาก Output

ผลลัพธ์ที่ได้จะอยู่ใน Viewer ผู้ใช้จะต้องสามารถแปลผล และนำไปประยุกต์ใช้ได้

SWOT

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี กล่าวว่า SWOT Analysis หรือในชื่อไทยชื่ออื่นเช่น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และศักยภาพ หรือ การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ สำหรับองค์กร หรือ โครงการ ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนด จุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาส และอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กร

เทคนิคนี้ อัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey) ได้ชื่อว่าเป็นผู้ริเริ่มแนวคิดนี้โดยนำเทคนิคนี้มาแสดงในงานสัมมนาที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด

คำว่า “SWOT” นั้นมาจากตัวย่อภาษาอังกฤษ 4 ตัว ได้แก่

S มาจาก *Strengths* หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในบริษัท เช่น จุดแข็งด้านส่วนประสม จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการผลิต จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล บริษัทจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

W มาจาก *Weaknesses* หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ของบริษัท ซึ่งบริษัทจะต้องหาวิธีการแก้ปัญหาที่

O มาจาก *Opportunities* หมายถึง โอกาส ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน นักการตลาดที่ดีจะต้องเสาะแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ และใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น

T มาจาก *Threats* หมายถึง อุปสรรค ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและพยายามขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ได้จริง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุภกานต์ อัครชัยพานิชย์ (2546) ได้ทำการศึกษาต้นทุนกิจกรรมสำหรับผู้ประกอบการขนส่งสินค้าโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ต้นทุนกิจกรรม ต้นทุนการให้บริการ และต้นทุนที่เกิดจากลูกค้าแต่ละรายได้อย่างถูกต้องของผู้ประกอบการรายหนึ่งซึ่งดำเนินธุรกิจด้วยการรวบรวมสินค้าของลูกค้าในเขตชานเมืองกรุงเทพฯ เพื่อไปส่งปลายทางที่อยู่ในต่างจังหวัด โดยมีการพัฒนาแบบจำลองต้นทุนกิจกรรมออกเป็น 5 ขั้นตอนครอบคลุมกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแผนกธุรการ แผนกคลังสินค้าและแผนกขนส่ง นอกจากนี้ในแบบจำลองสามารถแสดงต้นทุนการใช้จ่ายแยกเป็นขาไปและขากลับ และต้นทุนที่เกิดจากการไม่สามารถใช้ประโยชน์จากความจุของรถได้อย่างเต็มที่ ซึ่งเป็นประโยชน์ในเชิงบริหารได้ต่อไป

สิทธิลา โชติสุขรัตน์ (2546) ได้นำระบบต้นทุนกิจกรรมไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ต้นทุนกิจกรรมดำเนินงานกระจายสินค้าของธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อความบันเทิง มี

วัตถุประสงค์เพื่อแสดงต้นทุนตามกิจกรรม และต้นทุนในการกระจายสินค้าไปที่ลูกค้าแต่ละราย โดยใช้ข้อมูลของลูกค้า 5 รายตั้งแต่กิจกรรมการรับสินค้าจากฝ่ายผลิตจนถึงการส่งสินค้าไปยังลูกค้าของบริษัท เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้กับลูกค้ารายอื่น ๆ ผลจากการวิเคราะห์ต้นทุนกิจกรรมพบว่าต้นทุนที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ต้นทุนแฝงที่เกิดจากการเก็บสินค้าคงคลังและสินค้าคงคลังส่วนใหญ่เป็นสินค้าคืน จึงได้เสนอแนวทางลดต้นทุนโดยการให้ระบบสินค้าคงคลังถูกจัดการโดยผู้ขาย (VMI) มาประยุกต์ใช้กับบริษัทตัวอย่าง

ทัตพล กุลวงศ์ (2545) ได้เก็บรวบรวม และจำแนกข้อมูลต้นทุนออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ต้นทุนแรงงานทางตรง ต้นทุน โสหุ่ยการผลิตที่สามารถคำนวณเข้าสู่ผลิตภัณฑ์โดยตรงส่วนต้นทุน โสหุ่ยการผลิตที่ไม่สามารถคำนวณเข้าสู่ผลิตภัณฑ์จะนำวิธีการ ต้นทุนตามกิจกรรมมาประยุกต์ใช้และมีการสร้าง โปรแกรมคอมพิวเตอร์ขึ้น เพื่อใช้ในการคำนวณ ต้นทุนของผลิตภัณฑ์และรายงานผลเป็นระบบต้นทุนตามกิจกรรมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริงในการตัดสินใจที่จะช่วยให้เกิดความพร้อมในการปรับปรุงด้านต่าง ๆ

สมพงษ์ ปัญญาธิง (2553) นำระบบต้นทุนฐานกิจกรรมวิเคราะห์ผู้ให้บริการรับจ้างขนส่ง โดยเพื่อศึกษากิจกรรมที่เกิดขึ้นและวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรมครอบคลุมกิจกรรมตั้งแต่รับสินค้าจากลูกค้าที่ศูนย์กระจายสินค้าตัวอย่างจนถึงการดำเนินการขนส่งไปตามศูนย์กระจายสินค้า ตามภูมิภาคทั้ง 6 ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์กระจายสินค้าจังหวัดเชียงใหม่ พิษณุโลก ขอนแก่น นครราชสีมา สุราษฎร์ธานี และหาดใหญ่ โดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรม และใช้ผังกิจกรรมการไหลของข้อมูลสารสนเทศ และวัสดุมาแสดงตัวแบบของกิจกรรม และทรัพยากรที่ใช้

ฐิติพันธ์ รัตนศิริวิไล (2549) ได้นำระบบต้นทุนกิจกรรมมาประยุกต์ใช้ในการคำนวณ ต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าทั้ง 4 ประเภท ของบริษัท โดยมุ่งเน้นไปที่กระบวนการผลิต วัตถุดิบหลัก (ผ้า) เป็นสิ่งที่ลูกค้าจัดหามา การคำนวณต้นทุนจะคำนึงถึงวัสดุสิ้นเปลือง และค่าใช้จ่ายในการผลิตที่เกิดขึ้น โดยอ้างอิงจากผังบัญชีปัจจุบัน ผลจากการวิจัยพบว่า การคำนวณต้นทุนระบบต้นทุนกิจกรรม สามารถสะท้อนต้นทุนที่ควรจะเป็น ได้มากกว่าการคำนวณต้นทุนแบบเดิม และสามารถนำไปใช้ในการเสนอราคาสินค้าได้อย่างเหมาะสม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

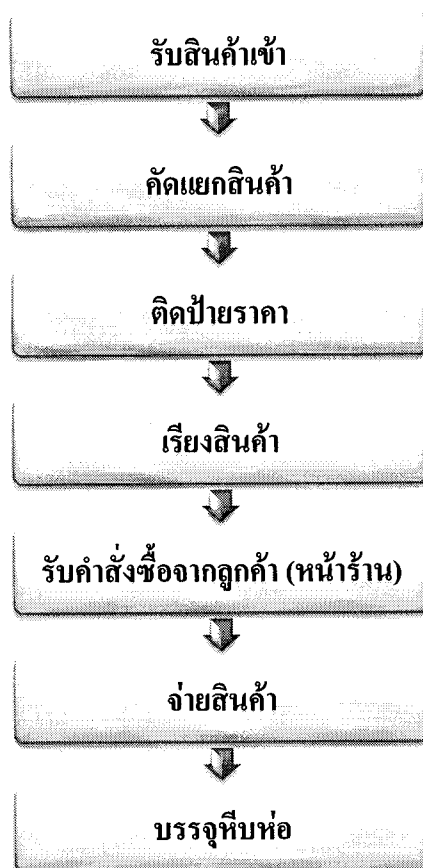
ในบทนี้ได้มีการอธิบายถึงวิธีการดำเนินการ ในการทำงานวิจัย เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ ในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ของธุรกิจร้านขายเสื้อผ้า โดยทาง ผู้ทำการวิจัย ได้เริ่มจากการศึกษาต้นทุนฐานกิจกรรมของธุรกิจร้านขายเสื้อผ้า กรณีหน้าร้าน และ กรณีออนไลน์ แล้วนำมาเปรียบเทียบอัตรากำไรของทั้ง 2 กรณี หลังจากนั้นจึงทำการศึกษาความ ต้องการของผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ เมื่อได้ทำการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคแล้ว ผู้ทำการวิจัยจะนำผลที่ได้มาสรุปผล และหา แนวทาง เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจต่อไป

ซึ่งการวิจัยนี้ ได้มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ศึกษา และเก็บข้อมูลการดำเนินงานของร้านกรณีศึกษา
2. ศึกษาต้นทุนฐานกิจกรรม
 - 2.1 กำหนดกิจกรรม
 - 2.2 ศึกษาต้นทุนของทรัพยากรที่ใช้
 - 2.3 กำหนดเกณฑ์การกระจายต้นทุน
 - 2.4 คำนวณต้นทุนทั้งหมดของแต่ละกิจกรรม
 - 2.5 ศึกษาปริมาณงานของแต่ละกิจกรรม
 - 2.6 คำนวณต้นทุนต่อหน่วย
3. ศึกษาและสรุปผล ความต้องการของผู้บริโภค ต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์
4. ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรม SPSS for window
5. วิเคราะห์ SWOT
6. สรุปผลของการศึกษา และข้อเสนอแนะ

ศึกษา และเก็บข้อมูลการดำเนินงานของร้านกรณีศึกษา

1. กระบวนการจัดการ กรณีหน้าร้าน



ภาพที่ 3-1 กระบวนการจัดการ ทรัพย์สินค้าผ่านทางหน้าร้าน

2. รายงานปริมาณ และต้นทุนของเสื้อผ้าที่รับเข้า ย้อนหลัง 6 เดือน (ร้านกรณีศึกษา)

ตารางที่ 3-1 ปริมาณ และต้นทุนของเสื้อผ้าที่รับเข้าย้อนหลัง 6 เดือน (ร้านกรณีศึกษา)

เดือน	ปริมาณเสื้อผ้าที่รับเข้า (ตัว/ เดือน)	ต้นทุนเสื้อผ้าที่รับเข้า (บาท/ เดือน)
สิงหาคม 2554	2,080	353,000
กันยายน 2554	2,120	361,200
ตุลาคม 2554	2,280	387,000
พฤศจิกายน 2554	1,998	359,640
ธันวาคม 2554	2,098	357,760
มกราคม 2554	2,044	323,400

ตารางที่ 3-1 (ต่อ)

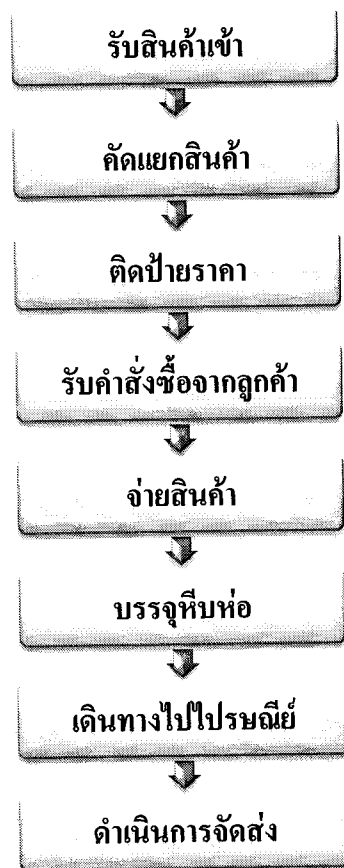
เดือน	ปริมาณเสื้อผ้าที่รับเข้า (ตัว/เดือน)	ต้นทุนเสื้อผ้าที่รับเข้า (บาท/เดือน)
	$\Sigma = 12,620$	$\Sigma = 2,142,000$
ราคาเฉลี่ย (บาท/ตัว)	$2,142,000 \div 12,620 = 169.73 \approx 170$	
ปริมาณเฉลี่ย (ตัว/วัน)	$12,620 \div (30 \times 6) = 70.11 \approx 70$	

3. รายงานปริมาณ และรายได้ ของการจำหน่ายเสื้อผ้า ย้อนหลัง 6 เดือน (ร้านกรณีศึกษา)

ตารางที่ 3-2 ปริมาณ และรายได้ ของการจำหน่ายเสื้อผ้า ย้อนหลัง 6 เดือน (ร้านกรณีศึกษา)

เดือน	ปริมาณการจำหน่ายเสื้อผ้า (ตัว/เดือน)	รายได้การจำหน่ายเสื้อผ้า (บาท/เดือน)
สิงหาคม 2554	1,470	482,900
กันยายน 2554	1,525	508,280
ตุลาคม 2554	1,576	530,010
พฤศจิกายน 2554	1,405	465,595
ธันวาคม 2554	1,487	489,180
มกราคม 2554	1,540	495,025
	$\Sigma = 9,003$	$\Sigma = 2,970,990$
ราคาเฉลี่ย (บาท/ตัว)	$2,970,990 \div 9,003 = 330$	
ปริมาณเฉลี่ย (ตัว/วัน)	$9,003 \div (30 \times 6) = 50.02 \approx 50$	

4. กระบวนการจัดการ กรณีออนไลน์



ภาพที่ 3-2 กระบวนการจัดการ กรณีขายสินค้าผ่านทางออนไลน์

ศึกษาต้นทุนฐานกิจกรรม

1. กำหนดกิจกรรม

กิจกรรม (Activity) เป็นหน่วยที่เล็กที่สุดของการปฏิบัติงานที่มีวัตถุประสงค์ของการทำงานอย่างชัดเจน ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้ทำการวิจัยได้ศึกษากิจกรรมของรูปแบบการขาย 2 ประเภท คือ รูปแบบการขายแบบหน้าร้าน และรูปแบบการขายแบบออนไลน์ ซึ่งมีทั้งกิจกรรมที่เหมือนกัน และกิจกรรมที่ต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน ซึ่งจะทำให้ผู้ทำการวิจัยสามารถทำการวิเคราะห์ และปรับปรุงกิจกรรมได้ถูกต้อง และเหมาะสม

2. ศึกษาต้นทุนของทรัพยากรที่ใช้

ในกิจกรรมการทำงาน โลจิสติกส์สำหรับงานวิจัยนี้ สามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภท

คือ

2.1 ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร โดยในงานวิจัยนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ทำการกำหนดค่าจ้าง สำหรับรูปแบบการขายแบบหน้าร้าน เป็นค่าจ้างรายวัน ในอัตรา 250 บาท/ วัน (10 ชั่วโมง) ซึ่งสามารถคำนวณค่าจ้างรายเดือนได้ประมาณ 7,500 บาท/เดือน แต่ในรูปแบบการขายแบบออนไลน์ นั้น กิจกรรมในการดำเนินงานต่าง ๆ มีความแตกต่างจากรูปแบบการขายแบบหน้าร้าน ซึ่งกิจกรรมที่เกิดขึ้นในรูปแบบการขายแบบออนไลน์ จึงไม่จำเป็นต้องมีการจ้างงานแบบรายวัน คือโดยไม่จำเป็นต้องมีการเฝ้าหน้าร้านทั้งวันนั่นเอง โดยผู้ทำการวิจัยจึงได้มีการกำหนดค่าจ้าง เป็นแบบราย ชั่วโมง ในอัตรา 25 บาท/ ชั่วโมง โดยทำงานวันละ 6 ชั่วโมง ซึ่งสามารถคำนวณค่าจ้างรายวันได้คือ 150 บาท/ วัน หรือประมาณ 4,500 บาท/เดือน และทั้ง 2 รูปแบบผู้ทำการวิจัยคิดค่าเสียโอกาสของเจ้าของร้านด้วย มูลค่า 15,000 บาท/เดือน

2.2 ค่าใช้จ่ายด้านพื้นที่ใช้สอย คือค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการใช้สถานที่ เช่น ค่าเช่า ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งในงานวิจัยนี้ ในรูปแบบการขายแบบหน้าร้าน มีค่าใช้จ่ายด้านพื้นที่ใช้สอย คือค่าเช่าสถานที่ 25,000 บาท/ เดือน และมีค่าไฟฟ้าเฉลี่ย 2,000 บาท/ เดือน รวมค่าใช้จ่ายด้านพื้นที่ใช้สอยเท่ากับ 27,000 บาท/ เดือน ส่วนรูปแบบการขายแบบออนไลน์ มีค่าใช้จ่าย คือ ค่าไฟฟ้าเฉลี่ย 1,200 บาท/เดือน และอินเทอร์เน็ต 590 บาท/เดือน รวมค่าใช้จ่ายด้านพื้นที่ใช้สอยเท่ากับ 1.790 บาท/ เดือน

2.3 ค่าใช้จ่ายด้านวัสดุสิ้นเปลือง คือวัสดุที่ใช้งานได้เพียงครั้งเดียว โดยในรูปแบบการขายแบบหน้าร้าน มีวัสดุสิ้นเปลืองได้แก่ ป้ายราคา โดยมีต้นทุน 0.5 บาท/ แผ่น และถุงบรรจุสินค้า มีต้นทุน 4.6 บาท/ ใบ ส่วนรูปแบบการขายแบบออนไลน์ มีวัสดุสิ้นเปลืองได้แก่ ป้ายราคา โดยมีต้นทุน 0.5 บาท/ แผ่น ซองกระดาษสีน้ำตาลใช้ในการจัดส่งสินค้า โดยมีต้นทุน 2.5 บาท/ ใบ น้ำมันเชื้อเพลิงในการเดินทางไปจัดส่งสินค้าที่ทำการไปรษณีย์ โดยคิดอัตราน้ำมัน 31.54 บาท/ ลิตร ส่วนอัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันเท่ากับ 14 กิโลเมตร/ ลิตร ระยะทางไป-กลับ 4 กิโลเมตร/ วัน นั้นหมายความว่า การใช้น้ำมันเท่ากับ 0.286 ลิตร สรุปต้นทุนคือ 9.01 บาท/ วัน

3. กำหนดเกณฑ์การกระจายต้นทุน

เป็นการกำหนดเกณฑ์การกระจายเอาไว้เบื้องต้นโดยนับเป็นหน่วยของกิจกรรมตามสภาพจริงที่เป็นอยู่

ตารางที่ 3-3 เกณฑ์การกระจายต้นทุน แบ่งตามทรัพยากร

ทรัพยากรที่ใช้	เกณฑ์การกระจายต้นทุน	
	แบบหน้าร้าน	แบบออนไลน์
บุคลากร พื้นที่ วัสดุสิ้นเปลือง	จำนวนเวลาปฏิบัติงาน ตามการใช้งานจริง ปริมาณที่ใช้	จำนวนเวลาปฏิบัติงาน ตามการใช้งานจริง ปริมาณที่ใช้

4. คำนวณต้นทุนทั้งหมดของแต่ละกิจกรรม

ผู้ทำการวิจัยจะทำการคำนวณต้นทุนทั้งหมดของแต่ละกิจกรรม และเมื่อรวมจำนวนต้นทุนจำแนกตามทรัพยากรที่ใช้ไปตามแต่ละกิจกรรม ผลลัพธ์รวมที่ได้ นั่นคือ “ต้นทุนกิจกรรม”

5. ศึกษาปริมาณงานของแต่ละกิจกรรม

หมายถึงจำนวนครั้งของการทำกิจกรรมนั้น ๆ เพื่อจะทำให้ผู้ทำการวิจัยได้ทราบข้อมูล “ต้นทุนต่อหน่วย”

6. คำนวณต้นทุนต่อหน่วย

ก็เป็นขั้นตอนการคำนวณ ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการคำนวณต้นทุนกิจกรรม

ศึกษา และสรุปข้อมูลดิบ ของความต้องการของผู้บริโภค ต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์

ในการวิจัยนี้ ขั้นตอนการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์นั้น ผู้ทำการวิจัย ได้เลือกจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนั้นทางผู้ทำการวิจัย ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่มี E-Mail อยู่แล้ว โดยพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว ต้องมีการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นทางช่องทางไหนก็ตาม เช่น คอมพิวเตอร์, Tablet, Smart Phone ฯลฯ โดยการแบบสอบถามนี้ จะสามารถทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภค ต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ และความเหมาะสมของการบริการต่าง ๆ

โดยในแบบสอบถามนั้น ทางผู้ทำการวิจัยได้ทำการสอบถามในหัวข้อต่าง ๆ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ช่องทางการซื้อสินค้าออนไลน์ (ตามแบบสอบถามของงานวิจัยนี้)

1.1 หน้าเว็บไซต์ของร้านค้า โดยเว็บไซต์ประเภทนี้ จะมีชื่อเว็บไซต์เป็นของตัวเอง ไม่จำเป็นต้องลิงก์กับเว็บไซต์อื่น ๆ เช่น WWW.ชื่อร้าน.COM เป็นต้น



ภาพที่ 3-3 หน้าเว็บไซต์ของร้านค้าที่ขายสินค้าออนไลน์ (Propaholic)

1.2 Facebook เป็น Social Network ที่ได้รับความนิยมค่อนข้างสูง และมีสมาชิกจำนวนมากทั่วโลก ซึ่งได้รับความนิยมค่อนข้างมากจากร้านต่าง ๆ เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย



ภาพที่ 3-4 Facebook ที่ขายสินค้าออนไลน์

1.3 เว็บไซต์ฝากขาย (เช่น ebay, DBD Mart) เว็บไซต์ประเภทนี้ต้องมีชื่อที่ลิงค์จากเจ้าของเว็บไซต์ด้วย เช่น <http://www.ebay.com/> รหัสสินค้า, <http://www.dbdmart.net/> ชื่อร้าน

เว็บไซต์ EBAY นั้น มีค่าใช้จ่ายที่เราต้องเสีย ดังนี้

ค่าใช้จ่ายเริ่มต้นที่ท่านต้องเสียคือ ค่าลงสินค้า ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3-4 ค่าใช้จ่ายเริ่มต้น ในการเริ่มขายสินค้าผ่านอียเบย์

เริ่มต้นประมูลที่	เสียค่าลงสินค้า	เสียค่าลงสินค้า
\$0.01 – \$0.99	ลงฟรี 50 ชิ้นต่อเดือน * (เมื่อลงครบให้ดูตารางข้าง ๆ)	\$0.10
\$1.00 – \$9.99		\$0.25
\$10.00 – \$24.99		\$0.50
\$25.00 – \$49.99		\$0.75
\$50.00 – \$199.99		\$1.00

แต่เมื่อท่านขายได้ท่านก็ต้องเสียค่าคอมมิชชั่นอียเบย์ด้วยนะครับ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3-5 ค่าคอมมิชชั่น ที่ต้องเสียให้กับอียเบย์

หากปิดราคาประมูลที่	ต้องเสียค่าคอมมิชชั่น
สินค้าขายไม่ได้	ไม่ต้องเสีย
\$0.01 – \$25.00	9% ของราคาที่ปิดประมูลวันสุดท้าย + ค่าส่งสินค้า (ชาร์จค่าคอมมิชชั่นสูงสุดไม่เกิน \$100)
\$25.01 – \$1,000.00	
\$1,000 ขึ้นไป	

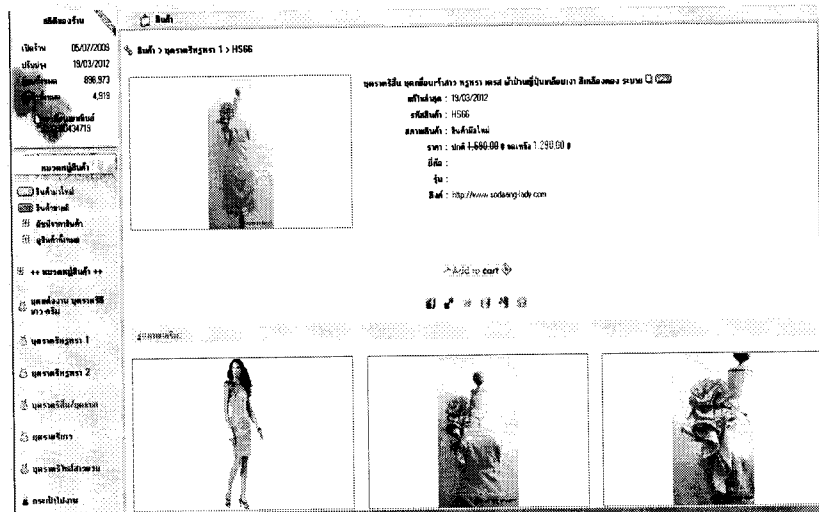
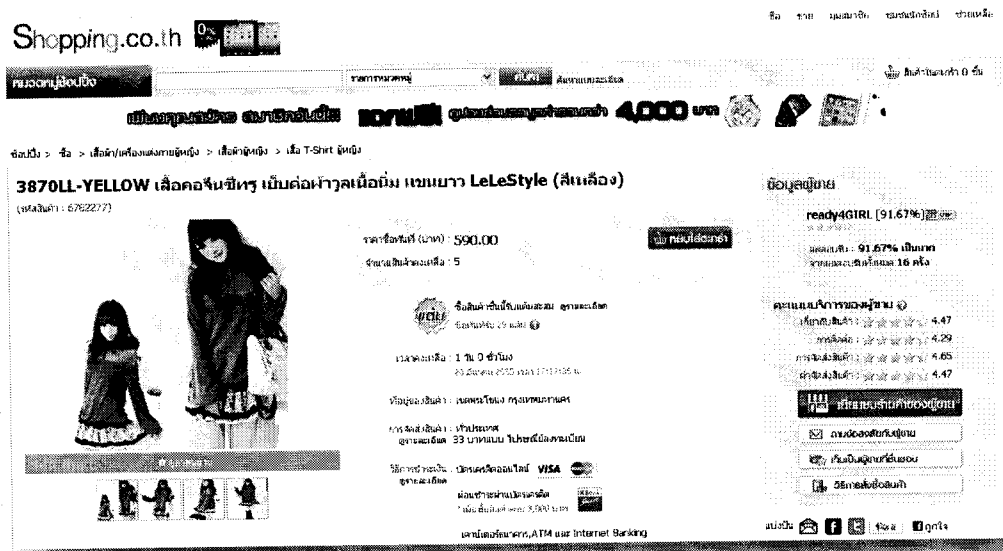
กฎของอียเบย์ ค่าธรรมเนียมอียเบย์จะถูกเก็บทุกวันที่ 15, 30 หรือ 31 ของเดือน โดยจะเก็บผ่านจากเครดิตการ์ด หรือหากต้องการจะจ่ายผ่านจาก PayPal ก็สามารทำได้

The screenshot shows an eBay product listing. At the top, there's the eBay logo and navigation links like 'My eBay', 'Sell', 'Community', 'Customer Support', and 'Cart'. Below that, there are category filters for 'ELECTRONICS', 'FASHION', 'MOTORS', 'TICKETS', 'DEALS', and 'CLASSIFIEDS'. The main product title is 'New Women's Sexy Mini Clubwear Cocktail Party One off Shoulder Sleeveless Dress'. The item condition is 'New with tags'. The price is listed as 'US \$9.60'. There are buttons for 'Buy It Now', 'Add to cart', and 'Add to watch list'. A 'Bill Me Later' option is also visible, offering '\$10 back on 1st purchase & 6 months to pay'. The shipping is 'FREE Economy Shipping from outside US'. The seller information includes the username 'itshotale77', a feedback score of '95.4% Positive feedback', and a location in 'China, China'. Other item information shows the item number '110832715434' and shipping to 'United States, Europe, Canada, Mexico'. The listing also features a 'NEW eBay shopping cart' notification and a 'Print Report item' link.

The screenshot shows the website for 'Grazie lady shoes'. The header features the 'grazie' logo and a navigation menu with links for 'Home', 'Profile', 'Map', 'Catalog', 'Facilities', 'News', 'Management', and 'VOD'. There are social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube. The main content area displays a 'Knowledge' section with the title 'บริการจัดส่งรองเท้าไปรษณีย์จัดส่งรองเท้า' and a 'Last Update' of '24/02/2011 18:08:37'. Below this is a 'Products Update' section listing items like 'B-38 Brand : Grazie' and 'T-01 Brand : Grazie'. A 'Calendar News' section shows the date 'Monday, March 19, 2012 4:35:48 PM'. The main product listing is for 'รองเท้า' (shoes) with a '1. G-13 รองเท้า (ID : 43895)' and includes details like 'Brand : Grazie', 'Model : G-01', 'Last Update : 25/02/2554 16 06 Preview : 195', and 'Size : 33-41'.

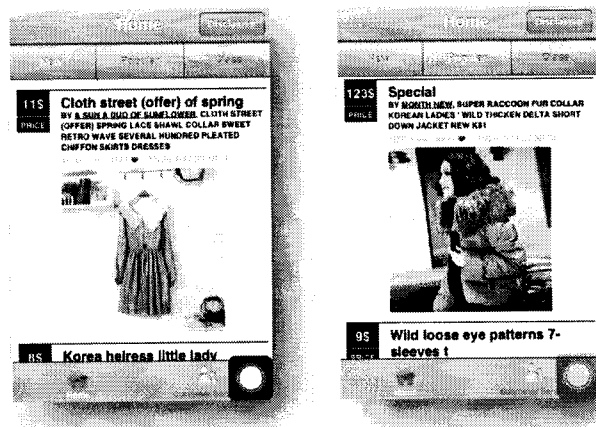
ภาพที่ 3-5 เว็บไซต์ฝากขายที่ขายสินค้าออนไลน์ (eBay Inc., 1995-2012)

1.4 เว็บไซต์หน้าร้านสำเร็จรูป (เช่น weloveshopping, shopping.sanook.com)
เว็บไซต์ประเภทนี้มีค่าใช้จ่ายในการเปิดหน้าร้าน ซึ่งมีราคาที่แตกต่างกันไปแล้วแต่รายละเอียด
จำนวนสินค้าที่จะลงขาย



ภาพที่ 3-6 เว็บไซต์หน้าร้านสำเร็จรูปที่ขายสินค้าออนไลน์ (บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด)

1.5 Application ที่ใช้ได้กับ Table หรือ Smart Phone



ภาพที่ 3-7 Application ที่ขายสินค้าออนไลน์

2. อุปกรณ์ที่ใช้ซื้อสินค้าออนไลน์ (ตามแบบสอบถามของงานวิจัยนี้)

2.1 คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก



ภาพที่ 3-8 คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก

2.2 Tablet (เช่น Apple iPad, HP TouchPad, BlackBerry PlayBook, Samsung Galaxy

Tab)



ภาพที่ 3-9 Tablet (บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด มหาชน)

368986

2.3 Smart Phone (เช่น iPhone, BlackBerry, Samsung Galaxy)



ภาพที่ 3-10 Smart Phone (Siamphone Dot Com: Mobilephone Catalog Online (Thailand))

2.4 คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ



ภาพที่ 3-11 คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (OLX, Inc.)

ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรม SPSS for Window

เมื่อได้ข้อมูลดิบ และทำการสรุปเรียบร้อยแล้ว ทางผู้ทำการวิจัยก็จะได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ด้วย โปรแกรม SPSS for Windows โดยผู้ทำการวิจัยต้องการใช้โปรแกรมดังกล่าวสร้างตารางแจกแจงความถี่ เพื่อหาจำนวน และร้อยละของประเภทสินค้า แยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย โดยผลที่ได้ ผู้ทำการวิจัยต้องการนำมาใช้ในการประกอบธุรกิจต่อไป

การวิเคราะห์ SWOT

เพื่อหาแนวทางการพัฒนา การบริการ และสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเป็นการเตรียมการรับมือกับคู่แข่งทั้งหลายเก่า และรายใหม่ ๆ

สรุปผลของการศึกษา และข้อเสนอแนะ

เมื่อทางผู้ทำการวิจัยได้ทำการดำเนินการมาถึงการสรุปผลแล้วนั้น ข้อมูลและผลที่ได้ทางผู้ทำการวิจัยก็จะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ และปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า นอกจากนั้นยังเพื่อการพัฒนาธุรกิจในสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น เพื่อความโดดเด่นของธุรกิจ และเพื่อความได้เปรียบต่อคู่แข่ง

บทที่ 4

ผลการวิจัย

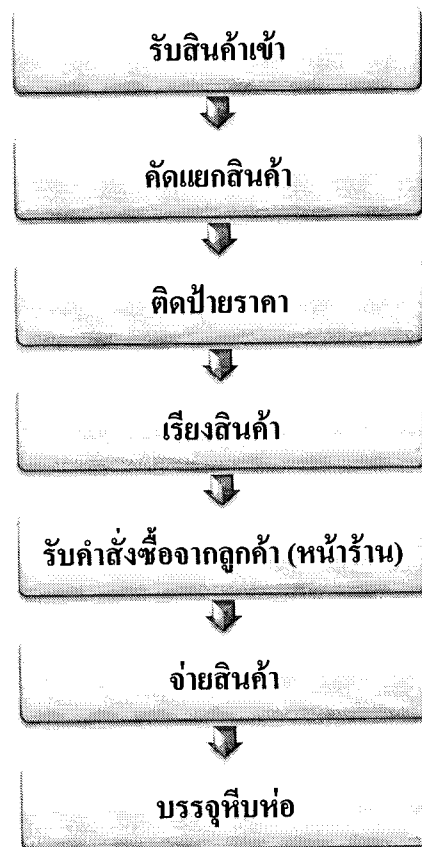
หลังจากที่ทางผู้ทำการวิจัย ได้ทำการรวบรวมข้อมูลดิบต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว ผู้ทำการวิจัย จะนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการศึกษาและทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ผลการคำนวณต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity Based Costing)

โดยในงานวิจัยนี้ ได้ทำการวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรมทั้งหมด 2 กระบวนการ ปฏิบัติงาน คือ กระบวนการการขายแบบหน้าร้าน และกระบวนการการขายแบบออนไลน์

1. วิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรม รูปแบบการขายแบบหน้าร้าน

1.1 กระบวนการปฏิบัติงาน สำหรับรูปแบบการขายแบบหน้าร้าน ของร้านกรณีศึกษา เป็นไปตามลำดับตามแผนภาพด้านล่าง



ภาพที่ 4-1 กระบวนการจัดการ กรณีขายสินค้าผ่านทางหน้าร้าน

1.2 ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการคำนวณต้นทุนฐานกิจกรรม ซึ่งได้อธิบายไว้ในบทที่ 3 แล้ว ดังนี้คือ

ปริมาณ และรายได้ ของการจำหน่ายเสื้อผ้า ย้อนหลัง 6 เดือน (ร้านกรณีศึกษา)

ตารางที่ 4-1 ปริมาณ และรายได้ของการจำหน่ายเสื้อผ้า ย้อนหลัง 6 เดือน (ร้านกรณีศึกษา)

สินค้า	ปริมาณ (ตัว/ 6 เดือน)	รายได้ (บาท/ 6 เดือน)	ราคาเฉลี่ย (บาท/ ตัว)	ปริมาณเฉลี่ย (ตัว/ วัน)
เสื้อผ้า	9,003	2,970,990	330	50

ปริมาณ และต้นทุนของเสื้อผ้าที่รับเข้า ย้อนหลัง 6 เดือน (ร้านกรณีศึกษา)

ตารางที่ 4-2 ปริมาณ และต้นทุนของเสื้อผ้าที่รับเข้าย้อนหลัง 6 เดือน (ร้านกรณีศึกษา)

สินค้า	ปริมาณ (ตัว/ 6 เดือน)	ต้นทุน (บาท/ 6 เดือน)	ราคาเฉลี่ย (บาท/ ตัว)	ปริมาณเฉลี่ย (ตัว/ วัน)
เสื้อผ้า	12,620	2,142,000	170	70

ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร

ตารางที่ 4-3 ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร กรณีหน้าร้าน

	จำนวนคนงาน (คน)	ราคารวม (บาท/ วัน)	ราคารวม (บาท/ เดือน)
ค่าจ้างรายวัน	1	250	7500
เจ้าของร้าน	1	-	15,000

1.3 ต้นทุน โลจิสติกส์จำแนกตามทรัพยากรที่ใช้มีดังนี้คือ

ตารางที่ 4-4 ต้นทุนโลจิสติกส์จำแนกตามทรัพยากร กรณีหน้าร้าน

ทรัพยากรที่ใช้	ต้นทุนต่อเดือน (บาท)	หมายเหตุ
พนักงาน	22,500	
พื้นที่	27,000	ค่าเช่าที่ ค่าไฟฟ้า
ป้ายราคา	1,050	ป้ายราคาสินค้า ใบละ 0.5 บาท
ถุงบรรจุสินค้า	6,900	ถุงกระดาษสีน้ำตาล ใบละ 4.6 บาท
รวม	57,450	

1.4 ข้อมูลเวลาในการปฏิบัติงาน (ต่อวัน) และการใช้พื้นที่ในแต่ละกิจกรรม เป็นดังนี้

ตารางที่ 4-5 ข้อมูลเวลาในการปฏิบัติงาน (ต่อวัน) และการใช้พื้นที่ในแต่ละกิจกรรม กรณีหน้าร้าน

กิจกรรม	เวลาต่อตัว (นาที)	จำนวนต่อ วัน (ตัว)	เวลาต่อวัน (นาที)	การใช้พื้นที่ (ตารางเมตร)	วัสดุสิ้นเปลือง
การรับสินค้าเข้า	3	70	210	13	
การคัดแยกสินค้า	5	70	350	13	
การติดป้ายราคา	1	70	70	1.5	ป้ายราคา
การเรียงสินค้า	1	70	70	65	
การรับคำสั่งซื้อ (หน้าร้าน)	1	50	50	1.5	
การจ่ายสินค้า	1	50	50	1.5	
การบรรจุหีบห่อ	0.5	50	25	1.5	ถุงกระดาษ
รวม	12.5		825	97	

1.5 คำนวณต้นทุนกิจกรรม

ตารางที่ 4-6 จำนวนต้นทุนกิจกรรม กรณีหน้าร้าน

กิจกรรม	พนักงาน			พื้นที่			ป้ายราคา		ดูกระดาษ		ต้นทุนกิจกรรม
	นาที	%	จำนวนเงิน	ตร.ม.	%	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	
การรับสินค้าเข้า	10	25.4	5,715	13	13.40	3,618.0	-	-	-	-	9,333.0
การคัดแยกสินค้า	50	42.4	9,540	13	13.40	3,618.0	-	-	-	-	13,158.0
การติดป้ายราคา	70	8.5	1,913	1.5	1.55	418.5	100.00	1050	-	-	3,381.0
การเรียงสินค้า	70	8.5	1,913	65	67.00	18,090.0	-	-	-	-	20,002.5
การรับคำสั่งซื้อ (หน้าร้าน)	50	6.1	1,373	1.5	1.55	418.5	-	-	-	-	1,791.0
การจ่ายสินค้า	50	6.1	1,373	1.5	1.55	418.5	-	-	-	-	1,791.0
การบรรจุหีบห่อ	25	3.0	675	1.5	1.55	418.5	-	-	100.00	6,900	7,993.5
รวม	825	100.0	22,500	97	100.00	27,000.0	100.00	1050	100.00	6,900	57,450

1.6 จำนวนต้นทุนต่อหน่วย

ตารางที่ 4-7 จำนวนต้นทุนต่อหน่วย กรณีหน้าร้าน

กิจกรรม	ต้นทุนกิจกรรม	ปริมาณที่ทำ/ เดือน	หน่วย	ต้นทุนกิจกรรม/ ตัว
การรับสินค้าเข้า	9,333.0	2,100	ตัว	4.444
การคัดแยกสินค้า	13,158.0	2,100	ตัว	6.266

ตารางที่ 4-7 (ต่อ)

กิจกรรม	ต้นทุนกิจกรรม	ปริมาณที่ทำ/ เดือน	หน่วย	ต้นทุนกิจกรรม/ ตัว
การคิดป้ายราคา	3,381.0	2,100	แผ่น	1.610
การเรียงสินค้า	20,002.5	2,100	ตัว	9.525
การรับคำสั่งซื้อ (หน้าร้าน)	1,791.0	1,500	ตัว	1.194
การจ่ายสินค้า	1,791.0	1,500	ตัว	1.194
การบรรจุหีบห่อ	7,993.5	1,500	ใบ	5.329
รวม	57,450			

1.7 คำนวณอัตรากำไร

$$\text{ต้นทุนทั้งหมด (กิจกรรม+สินค้า)} = 57,450 + 357,000 = 414,450 \text{ บาท}$$

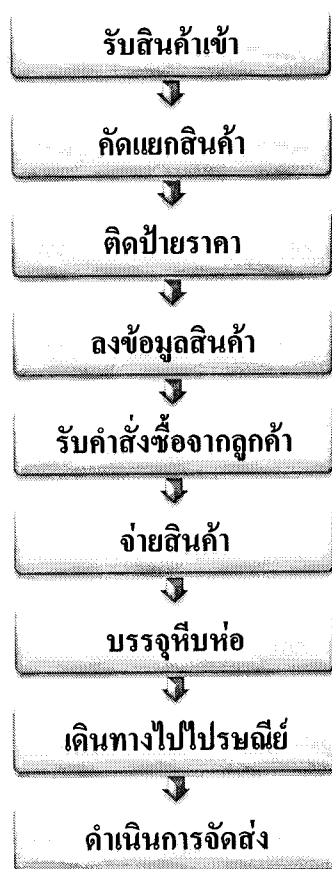
$$\text{รายได้} = 495,000 \text{ บาท}$$

$$\text{กำไร} = 80,550 \text{ บาท}$$

$$\text{อัตรากำไร} = 16.3\%$$

2. วิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรม รูปแบบการขายแบบออนไลน์

2.1 กระบวนการปฏิบัติงาน สำหรับรูปแบบการขายแบบออนไลน์ เป็นไปตามลำดับตามแผนภาพด้านล่าง



ภาพที่ 4-2 กระบวนการจัดการ กรณีขายสินค้าผ่านทางออนไลน์

2.2 ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการคำนวณต้นทุนฐานกิจกรรม สำหรับรูปแบบการขายแบบออนไลน์นั้น ทางผู้ทำการวิจัยได้กำหนดให้ปริมาณการรับสินค้าเข้า ปริมาณการขาย และต้นทุนสินค้า มีค่าเท่ากับรูปแบบการขายแบบหน้าร้าน แต่ข้อมูลที่แตกต่างออกไปคือ ราคาเฉลี่ยในการขายสินค้าต่อตัว ทางผู้ทำการวิจัยได้ทำการกำหนดให้มีราคาที่สูงกว่าแบบหน้าร้าน 50 บาท แสดงว่าราคาขายแบบออนไลน์เฉลี่ยเท่ากับ 380 บาท/ตัว เนื่องจากมีการบวกราคาค่าขนส่งเข้าไปด้วย

ส่วนค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร ในรูปแบบการขายแบบออนไลน์ ได้อธิบายไว้ในบทที่ 3 แล้วนั้น สามารถสรุปได้ คือ

ตารางที่ 4-8 ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร กรณีออนไลน์

	จำนวนคนงาน (คน)	ราคารวม (บาท/ วัน)	ราคารวม (บาท/ เดือน)
ค่าจ้างรายชั่วโมง	1	150	4500
เจ้าของร้าน	1	-	15,000

2.3 ต้นทุน โลจิสติกส์จำแนกตามทรัพยากรที่ใช้มีดังนี้ คือ

ตารางที่ 4-9 ต้นทุนโลจิสติกส์จำแนกตามทรัพยากร กรณีออนไลน์

ทรัพยากรที่ใช้	ต้นทุนต่อเดือน (บาท)	หมายเหตุ
พนักงาน	19,500.0	
พื้นที่	2,590.0	ค่าอินเทอร์เน็ต , ค่าไฟฟ้า,ค่าเช่าโดเมน
ป้ายราคา	1,050.0	ป้ายราคาสินค้า ใบละ 0.5 บาท
หีบห่อ	3,750.0	ซองกระดาษสีน้ำตาล ใบละ 2.5 บาท
น้ำมันเชื้อเพลิง	270.3	ณ ราคา 31.54 บาท/ลิตร
ค่าธรรมเนียมไปรษณีย์	49,500.0	
รวม	76,660.3	

2.4 ต้นทุนการขนส่งต่อหน่วย

ตารางที่ 4-10 ต้นทุนการขนส่งต่อหน่วย กรณีออนไลน์

รายการ	ต้นทุน	
ค่าธรรมเนียมไปรษณีย์	33	บาท
ค่าหีบห่อ	2.5	บาท
รวม	35.5	บาท

2.5 ต้นทุนการเดินทาง

ตารางที่ 4-11 ต้นทุนการเดินทาง กรณีออนไลน์

ระยะทาง	4	กม.
อัตราการสิ้นเปลืองน้ำมัน	14	กม./ ลิตร
สรุปการใช้น้ำมัน	0.286	ลิตร
ราคาน้ำมัน (ณ วันที่ 29 พ.ย. 54)	31.54	บาท/ ลิตร
สรุปต้นทุนขนส่ง	9.01	บาท/ เที่ยว

2.6 ข้อมูลเวลาในการปฏิบัติงาน (ต่อวัน) และการใช้พื้นที่ในแต่ละกิจกรรม เป็นดังนี้

ตารางที่ 4-12 ข้อมูลเวลาในการปฏิบัติงาน (ต่อวัน) และการใช้พื้นที่ในแต่ละกิจกรรม กรณีออนไลน์

กิจกรรม	เวลาต่อตัว (นาที)	จำนวนต่อวัน (ตัว)	เวลาต่อวัน (นาที)	การใช้พื้นที่ (ตารางเมตร)	วัสดุ สิ้นเปลือง
การรับสินค้าเข้า	3	70	210	12	
การคัดแยกสินค้า	5	70	350	12	
การติดป้ายราคา	1	70	70	1.5	ป้ายราคา
ลงข้อมูลสินค้า	5	70	350	1.5	
การรับคำสั่งซื้อ	1	50	50	1.5	
การจ่ายสินค้า	1	50	50	1.5	
การบรรจุหีบห่อ	1.5	50	75	1.5	ซองกระดาษ
เดินทางไปโปรยณีย์	4	1	4	-	น้ำมันเชื้อเพลิง
ดำเนินการจัดส่ง	0.6	50	30	-	ค่าธรรมเนียม
รวม	22.1		1189	31.5	

2.7 จำนวนต้นทุนกิจกรรม

ตารางที่ 4-13 จำนวนต้นทุนกิจกรรม กรณีออนไลน์

กิจกรรม	พนักงาน		พื้นที่		ปีราคา		ของกระดาษ		เดินทาง		ขนส่ง		ต้นทุนกิจกรรม
	นาที	%	จำนวนเงิน	ตร.ม.	%	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	%	จำนวนเงิน	
การรับสินค้าเข้า	210	17.66	3,444.07	12	38.10	986.67	-	-	-	-	-	-	4,430.74
การคัดแยกสินค้า	350	29.44	5,740.12	12	38.10	986.67	-	-	-	-	-	-	6,726.78
การตีป้ายราคา	70	5.89	1,148.02	1.5	4.76	123.33	100	1,050	-	-	-	-	2,321.36
ลงข้อมูลสินค้า	350	29.44	5,740.12	1.5	4.76	123.33	-	-	-	-	-	-	5,863.45
การรับคำสั่งซื้อ	50	4.21	820.02	1.5	4.76	123.33	-	-	-	-	-	-	943.35
การจ่ายสินค้า	50	4.21	820.02	1.5	4.76	123.33	-	-	-	-	-	-	943.35
การบรรจุหีบห่อ	75	6.31	1,230.03	1.5	4.76	123.33	100	3,750	-	-	-	-	5,103.36
เดินทางไป ปริมณีย์	4	0.34	65.60	-	-	-	-	-	100	270.3	-	-	335.90
ดำเนินการจัดส่ง	30	2.52	492.01	-	-	-	-	-	-	-	-	49,500.0	49,992.01
รวม	1,189	100.0	19,500	31.5	100	2,590	100	1,050	100	270.3	100	49,500.0	76,660.30

2.8 คำนวณต้นทุนต่อหน่วย

ตารางที่ 4-14 คำนวณต้นทุนต่อหน่วย กรณีออนไลน์

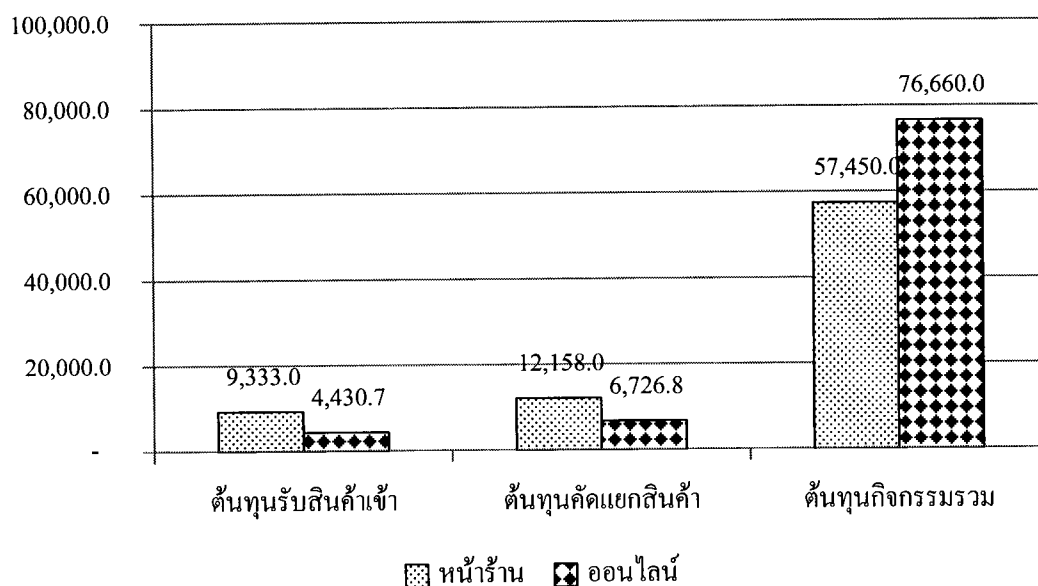
กิจกรรม	ต้นทุนกิจกรรม	ปริมาณที่ทำ/ เดือน	หน่วย	ต้นทุนกิจกรรม/ ตัว
การรับสินค้าเข้า	4,430.74	2,100	ตัว	2.110
การคัดแยกสินค้า	6,726.78	2,100	ตัว	3.203
การตีคป้ายราคา	2,321.36	2,100	แผ่น	1.105
ลงข้อมูลสินค้า	5,863.45	2,100	ตัว	2.792
การรับคำสั่งซื้อ	943.35	1,500	ตัว	0.629
การจ่ายสินค้า	943.35	1,500	ตัว	0.629
การบรรจุหีบห่อ	5,103.36	1,500	ตัว	3.402
เดินทางไปไปรษณีย์	335.90	30	ครั้ง	11.197
ดำเนินการจัดส่ง	49,992.01	1,500	ตัว	33.33
รวม	76,660			

2.9 คำนวณอัตรากำไร

$$\begin{aligned} \text{ต้นทุนทั้งหมด (สินค้า+กิจกรรม)} &= 357,000 & + & 76,660 & = & 433,660 \text{ บาท} \\ \text{รายได้} &= & 570,000 & \text{ บาท} \\ \text{กำไร} &= & 136,339.7 & \text{ บาท} \\ \text{อัตรากำไร} &= & 23.92\% & \end{aligned}$$

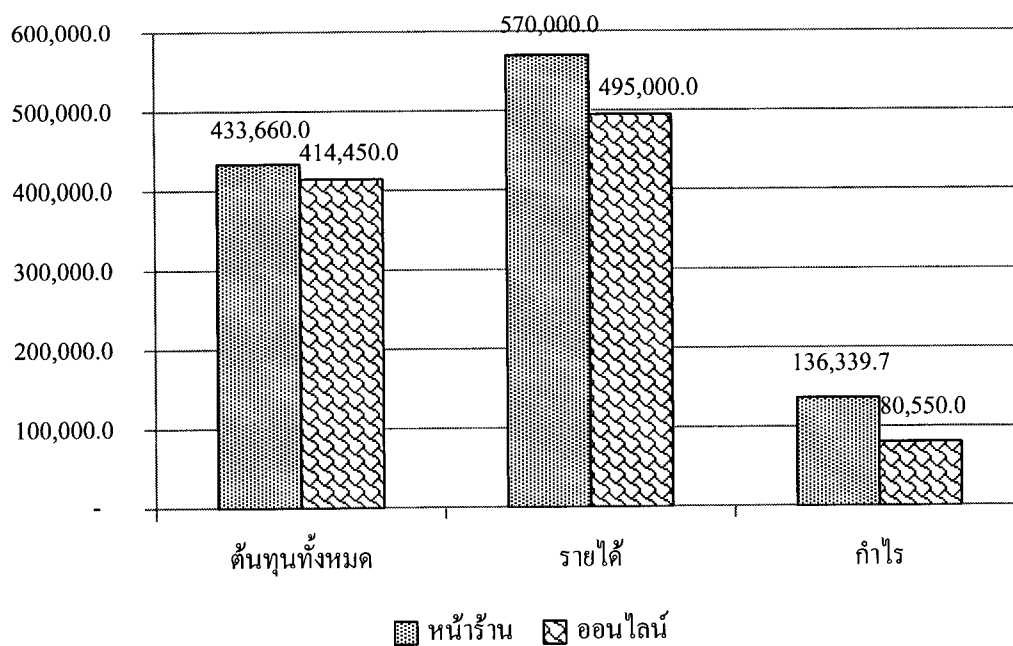
3. สรุปผล วิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรม

จากการวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรม สามารถสรุปผลด้วยกราฟได้ดังนี้

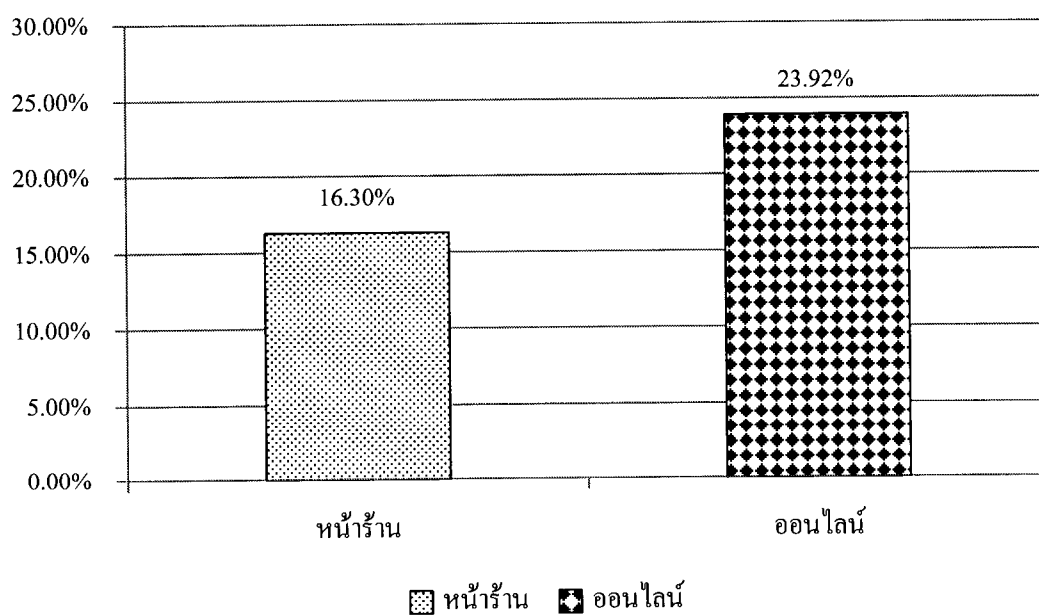


ภาพที่ 4-3 ต้นทุนรับสินค้าเข้า ต้นทุนการคัดแยกสินค้า ต้นทุนกิจกรรมรวม ของการขายแบบหน้าร้าน และแบบออนไลน์

จากภาพที่ 4-3 แสดงให้เห็นว่า ต้นทุนแบบหน้าร้านในกิจกรรมการรับสินค้าเข้า การคัดแยกสินค้า เป็นต้น มีต้นทุนที่สูงกว่าแบบออนไลน์ แต่เมื่อดูผลการคำนวณต้นทุนกิจกรรมรวม การขายสินค้าแบบออนไลน์ กลับมีต้นทุนกิจกรรมรวมสูงกว่าแบบหน้าร้าน ผู้ทำการวิจัยได้ย้อนกลับไปดูผลพบว่า ในกิจกรรมดำเนินการจัดส่ง ของแบบออนไลน์นั้นมีต้นทุนที่สูงถึง 49,992.01 บาท จึงทำให้ต้นทุนกิจกรรมรวมของแบบออนไลน์จึงสูงกว่าแบบหน้าร้าน และไปในแนวโน้มนเดียวกันคือ ในภาพที่ 4-4 แสดงให้เห็นว่าต้นทุนทั้งหมดของการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์จะมีต้นทุนที่สูงกว่า แบบหน้าร้าน แต่เมื่อดูจากรายได้ และกำไร การขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์กลับมีค่าตอบแทนที่สูงกว่าแบบหน้าร้าน ส่วนในภาพที่ 4-5 แสดงให้เห็นว่า การขายสินค้าแบบออนไลน์ก็มีอัตรากำไรที่สูงกว่า แบบหน้าร้าน



ภาพที่ 4-4 ต้นทุนทั้งหมด รายได้ กำไรของการขายแบบหน้าร้าน และแบบออนไลน์



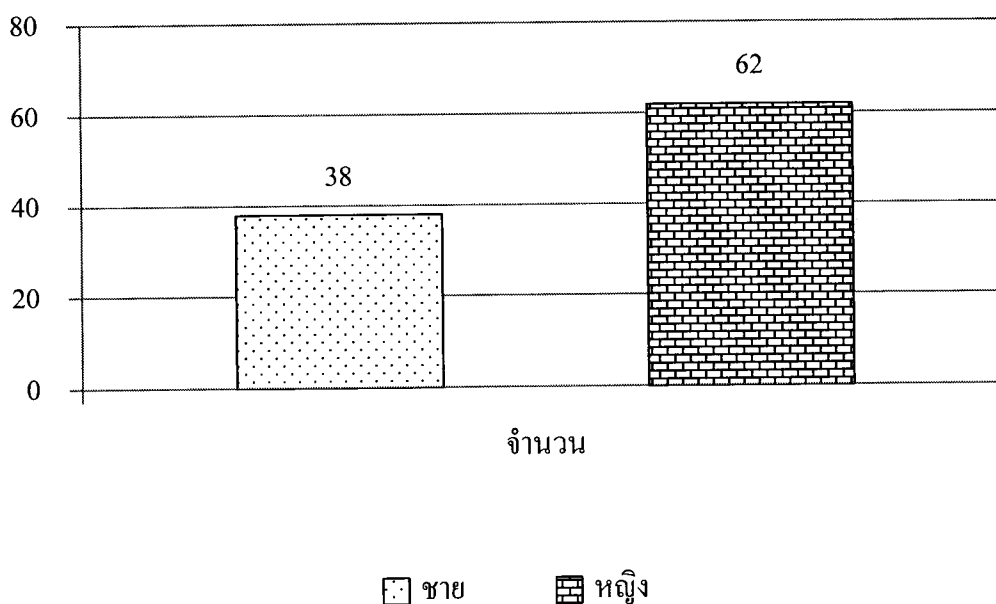
ภาพที่ 4-5 อัตรากำไรของการขายแบบหน้าร้าน และแบบออนไลน์

ผลการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์

จากการรวบรวมผลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ทางผู้ทำการศึกษาได้ทำการสรุปข้อมูลดิบในหัวข้อต่าง ๆ ได้ ดังนี้

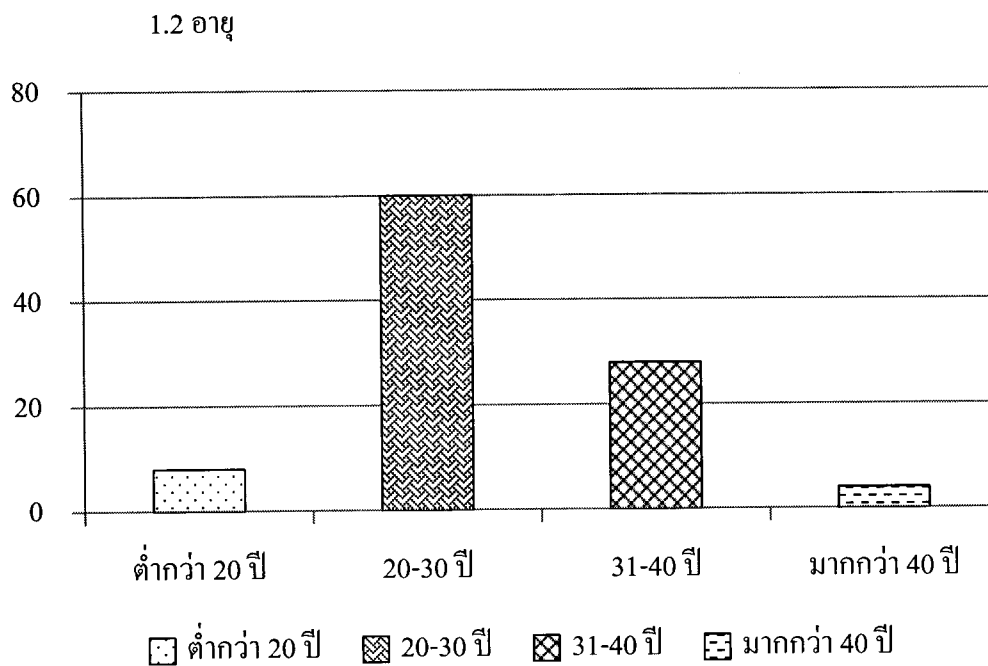
1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ



ภาพที่ 4-6 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามเพศ

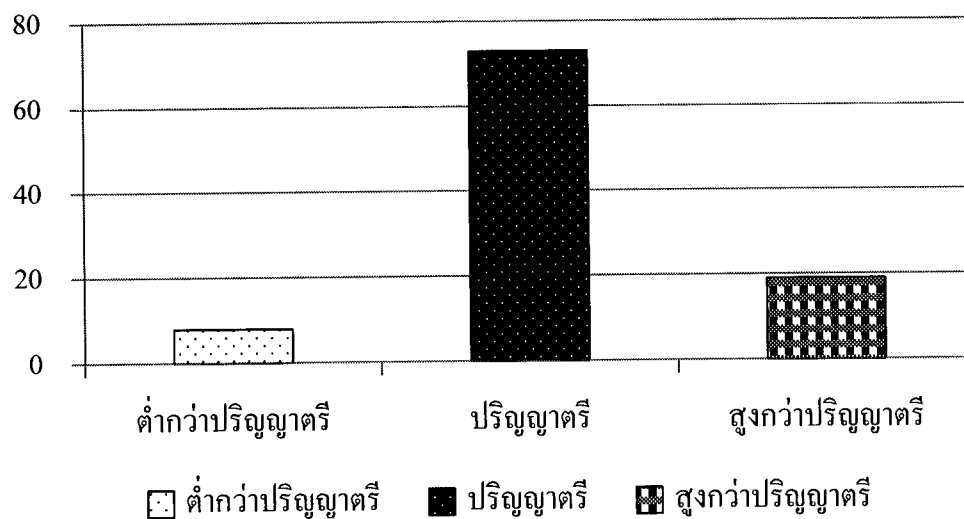
จากกราฟ จะแสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามเพศ โดยประกอบด้วยเพศชาย 38% และเพศหญิง 62%



ภาพที่ 4-7 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามช่วงอายุ

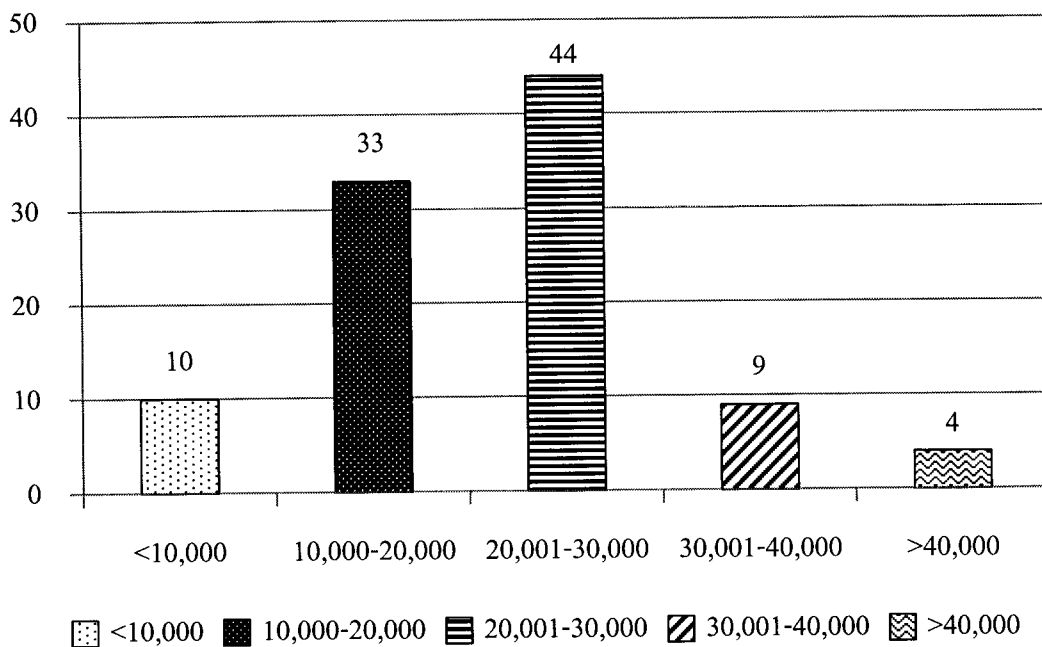
จากกราฟ แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-40 ปี มากถึงร้อยละ 88 โดยผลที่ได้ทำให้ผู้ทำการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการเลือกสินค้าที่จะนำมาขาย เพื่อให้ตอบสนองกับกลุ่มช่วงอายุดังกล่าว

1.3 ระดับการศึกษา



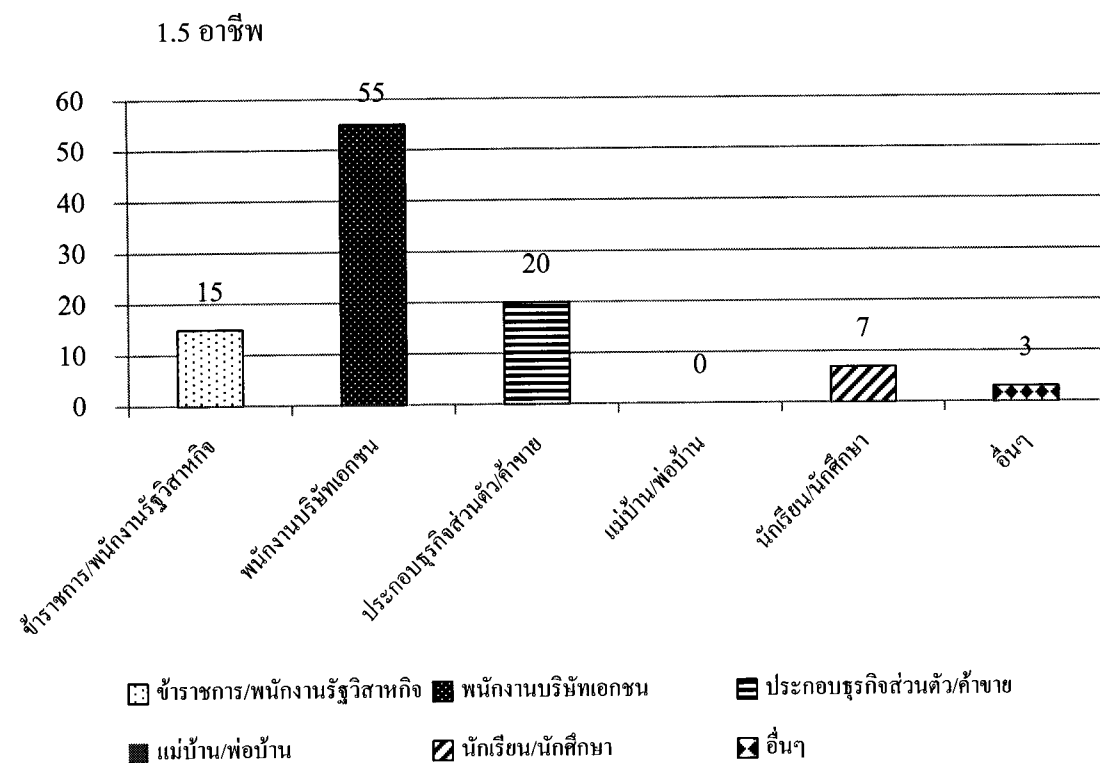
ภาพที่ 4-8 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามระดับการศึกษา

จากกราฟ แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือระดับปริญญาตรี คิดเป็น ร้อยละ 73 รองลงมาคือระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็น ร้อยละ 19
1.4 รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน



ภาพที่ 4-9 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

จากกราฟ แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน โดยส่วนใหญ่รายได้อยู่ที่ประมาณ 10,000-30,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 77 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก ทำให้ในการตั้งราคาสินค้านั้น ผู้ทำการวิจัยมีความคิดเห็นว่า ควรที่จะอยู่ในช่วงราคาที่ไม่สูงมาก จนเกินไป เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก และง่ายต่อการตัดสินใจ

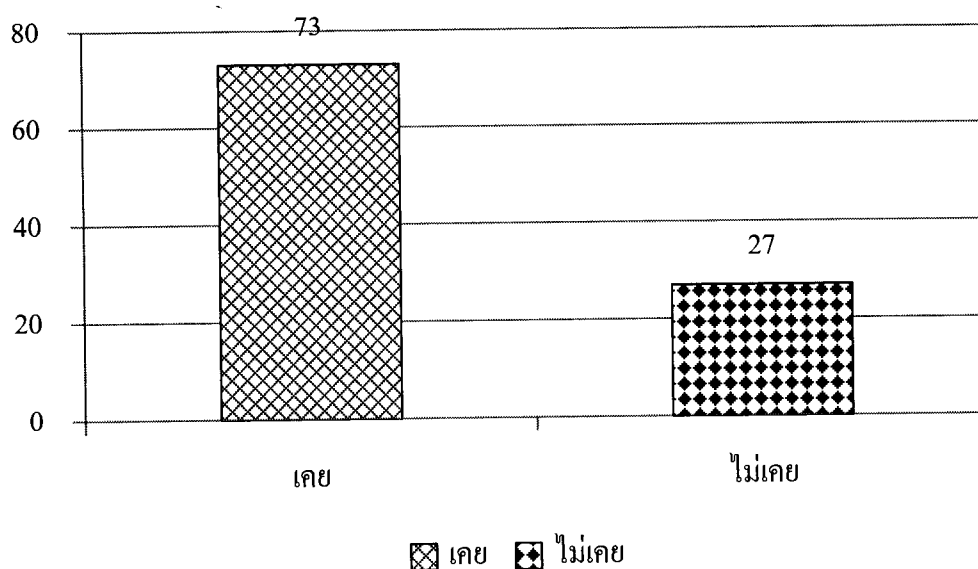


ภาพที่ 4-10 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามอาชีพ

จากกราฟ แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามอาชีพ โดยอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสัดส่วนที่มากที่สุดถึง ร้อยละ 55 โดยปัจจัยด้านอาชีพนี้ ผู้ทำการวิจัยมีความคิดเห็นว่า สาเหตุที่สัดส่วนอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด น่าจะมาจากพฤติกรรมการทำงานที่ส่วนใหญ่ทำงานหน้าจอกอมพิวเตอร์ตลอดทั้งวัน มีโอกาสเข้าถึงระบบออนไลน์ได้ง่ายกว่าอาชีพอื่นๆ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์

2.1 ท่านเคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์หรือไม่



ภาพที่ 4-11 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามว่าเคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์หรือไม่

จากกราฟ จะแสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามว่าเคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์หรือไม่ ผลที่ได้นั้นมีความชัดเจน คือ มีผู้ที่เคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์ มากถึง ร้อยละ 73

2.2 สาเหตุที่ท่านไม่เคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์ ผลที่ได้มาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ คิดเป็น ร้อยละ 27

2.2.1 โดยพื้นฐาน ไม่ได้ชื่นชอบการซื้อสินค้าอยู่แล้ว

2.2.2 ก่อนซื้อ ไม่เห็นสินค้าจริงก่อน จึงไม่น่าเชื่อถือ

2.2.3 ไม่มีบัตรเครดิต จึงทำให้การซื้อสินค้าบางเว็บไซต์เป็นไปได้ยาก

2.2.4 ไม่ไว้ใจ เว็บไซต์ต่าง ๆ

2.2.5 ไม่มีความมั่นใจ ในคุณภาพของสินค้า

2.3 สาเหตุที่ท่านสนใจ ซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์

2.3.1 สะดวกในการเลือกสินค้า

2.3.2 สินค้าบางประเภทไม่มีขายในท้องตลาด และมีราคาถูกกว่า

2.3.3 ผู้ซื้อบางรายไม่มีเวลาไปเลือกซื้อของตัวเอง

2.3.4 สะดวก เพราะใช้จ่ายผ่านเลขบัตรเครดิต และสามารถตรวจสอบได้

2.3.5 เวลาว่าง สามารถเลือกสินค้าได้เลย ไม่ต้องออกไปซื้อเอง

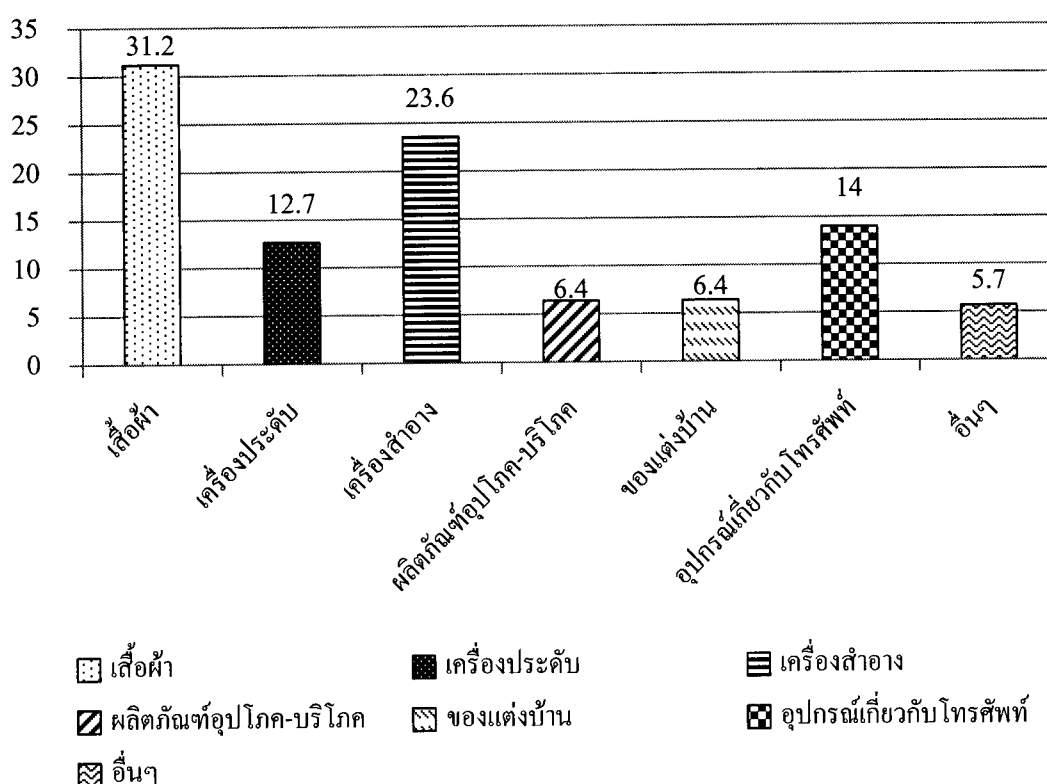
2.3.6 สินค้าบางประเภท ราคาไม่แตกต่างจากในตลาดมาก จึงเลือกซื้อออนไลน์ แทนการเดินทางไปซื้อเอง

2.3.7 คนรู้จัก แนะนำให้ซื้อ

2.3.8 ซื้อมา เพื่อทำการขายต่อ

2.3.9 สะดวกในการรับสินค้า เพราะมีการจัดส่งถึงบ้าน

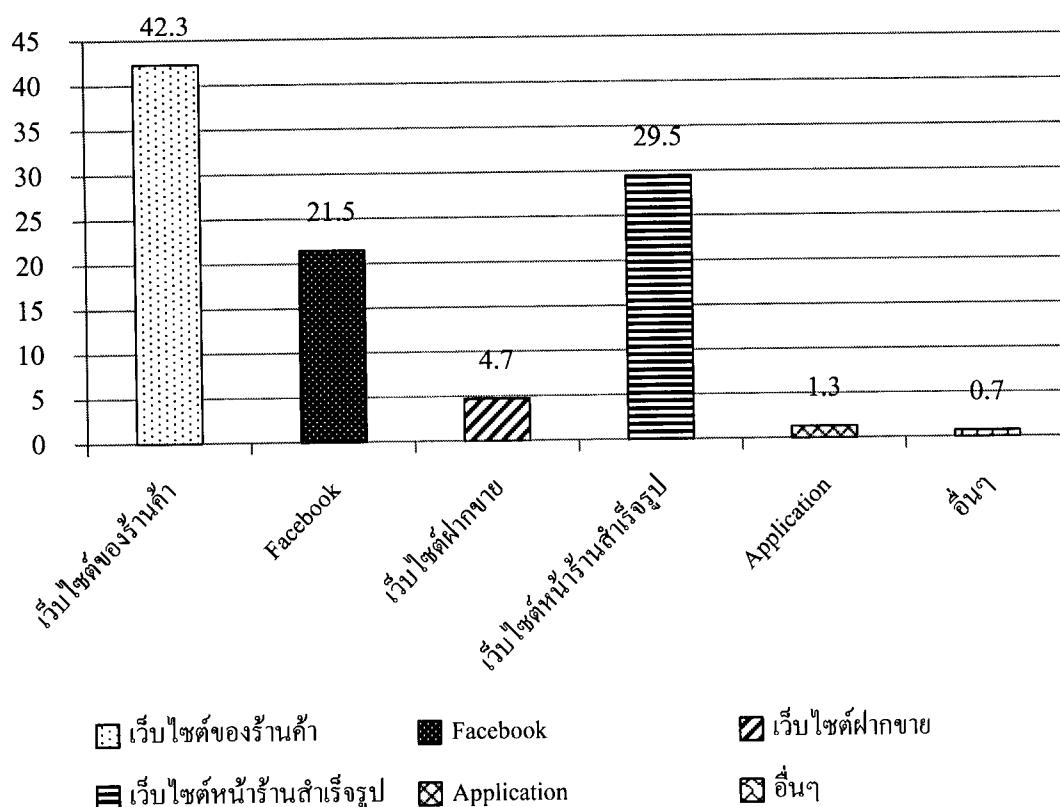
2.4 ท่านเคยซื้อสินค้า ประเภทใดบ้าง ผ่านระบบออนไลน์



ภาพที่ 4-12 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์ประเภทใดบ้าง

จากกราฟ แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์ สินค้าประเภทเสื้อผ้าได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ร้อยละ 31.2 รองลงมาคือเครื่องสำอาง คือ ร้อยละ 23.6 ผลที่ได้ แสดงให้เห็นว่า แนวโน้มการซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้า ได้รับความนิยมในการซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งผู้ทำการวิจัยจะได้นำไปใช้เป็นผลประกอบการตัดสินใจต่อไป

2.5 ท่านเคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์ จากช่องทางไหนบ้าง



ภาพที่ 4-13 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์ จากช่องทางไหนบ้าง

จากกราฟ แสดงให้เห็นว่าช่องทางไหนจากจัดทำหมายผ่านทาง เว็บไซต์ และ Facebook เนื่องจากผลรวมกันมากถึง ร้อยละ 93.9 ซึ่งได้รับความนิยมมากกว่าช่องทางอื่น ๆ ผู้ทำการวิจัยจึงคิดว่าร้านค้าควรเริ่มจากการจัดทำเว็บไซต์ก่อนเป็นอันดับแรก

หมายเหตุ:

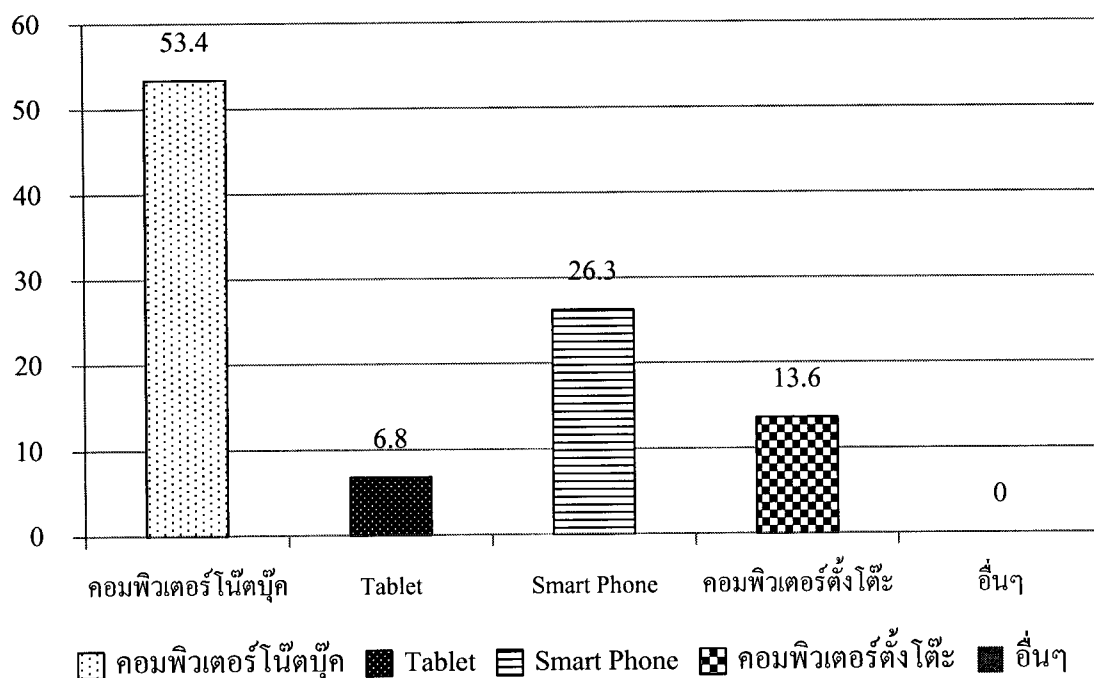
เว็บไซต์ฝากขาย เช่น ebay, DBD Mart

เว็บไซต์หน้าร้านสำเร็จรูป เช่น weloveshopping, shopping.sanook.com

Application ที่ใช้ได้กับ Table หรือ Smart Phone

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการทำ Application ทำให้ทราบว่าถ้าเราต้องการขายสินค้าผ่าน Application เราจะต้องเสียค่าส่วนแบ่งการขายให้กับบริษัท เจ้าของลิขสิทธิ์ด้วย ซึ่งผู้ทำการวิจัยเห็นว่า ในการเริ่มทำธุรกิจ จึงเป็นความเสี่ยงมากจนเกินไป

2.6 ท่านเคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์ จากอุปกรณ์ใดบ้าง



ภาพที่ 4-14 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ จากอุปกรณ์ใดบ้าง

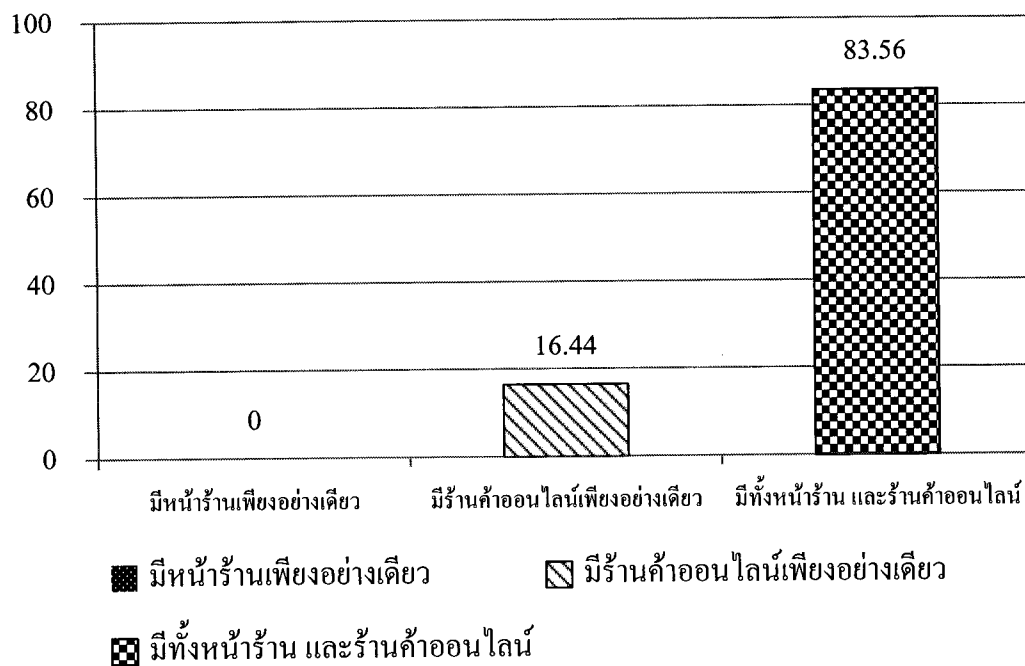
จากกราฟ แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ จากอุปกรณ์ใดบ้าง ผลที่ได้คือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก มากถึง ร้อยละ 53.4 ผู้ทำการวิจัยมีความคิดเห็นว่า ผลในปัจจุบันด้านอุปกรณ์นี้ สอดคล้องกับด้านอาชีพ เนื่องจากว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำอาชีพพนักงานเอกชน ซึ่งปัจจุบันบริษัทเอกชนส่วนใหญ่ได้มี คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กส่วนตัวให้แกพนักงานทุกคน

หมายเหตุ:

Tablet เช่น Apple iPad, HP TouchPad, BlackBerry PlayBook

Smart Phone เช่น iPhone, BlackBerry, Samsung Galaxy

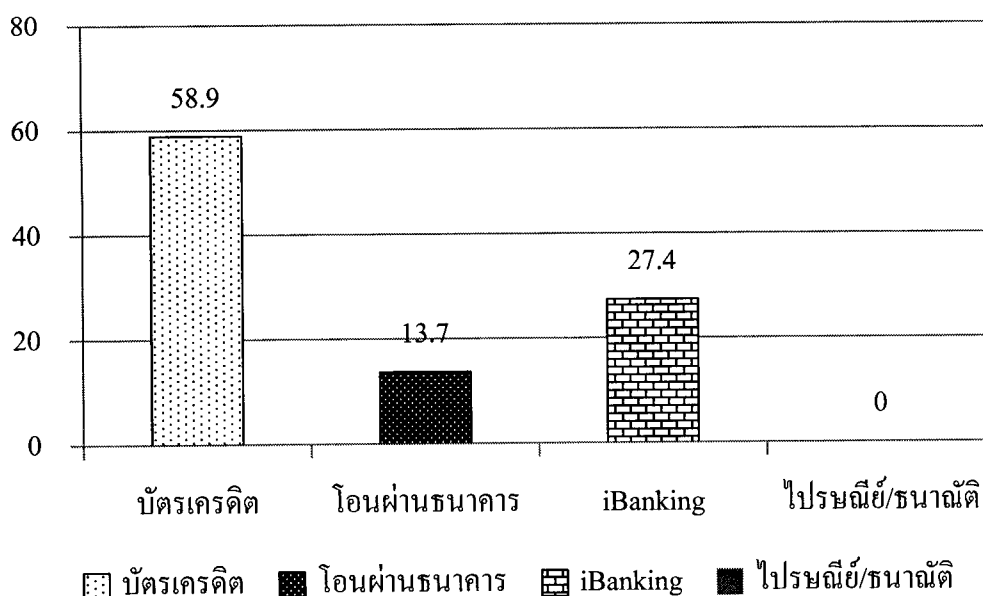
2.7 ในฐานะผู้บริโภคท่านต้องการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางใด



ภาพที่ 4-15 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามถึงความคิดเห็นว่าร้านค้าควรเป็นแบบหน้าร้าน หรือแบบร้านค้าออนไลน์

จากกราฟ แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้ร้านค้าที่ต้องการขายสินค้าออนไลน์ ควรจะมีทั้งหน้าร้านและร้านค้าออนไลน์ โดยคิดเป็น ร้อยละ 83.56

2.8 ช่องทางการชำระเงิน สำหรับการซื้อสินค้าออนไลน์



ภาพที่ 4-16 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามถึงความคิดเห็นว่าช่องทางการจ่ายเงิน ช่องทางไหนสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถามที่สุด

จากกราฟ แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามถึงความคิดเห็นว่าช่องทางการจ่ายเงิน ช่องทางไหนสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถามที่สุด โดยสามารถสรุปได้ คือ ทางบัตรเครดิต มากถึง ร้อยละ 58.9 ส่วนการโอนผ่านเงินทั้งแบบผ่านพนักงานธนาคารหรือ iBanking คิดเป็น ร้อยละ 41.1

2.9 สำหรับการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางระบบออนไลน์ ระยะเวลาที่ทางผู้ตอบแบบสอบถาม คิดว่าเป็นระยะเวลาในการจัดส่งสินค้าที่เหมาะสมเฉลี่ย คือ 5 วัน

2.10 สำหรับมูลค่าสินค้าที่เหมาะสม ในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ เพื่อให้ทางร้านจัดส่งสินค้าให้ฟรี เฉลี่ยคือ 800 บาท

2.11 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางระบบออนไลน์

2.11.1 ควรสร้างความน่าเชื่อถือ ในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ให้กับลูกค้ามากขึ้น

2.11.2 มีการออกใบเสร็จ ให้กับลูกค้า

2.11.3 ร้านค้าออนไลน์ ควรมีหน้าร้านด้วย เพื่อความน่าเชื่อถือ

2.11.4 มีระบบการสั่งซื้อ ที่ไม่ซับซ้อน

2.11.5 ควรแสดงรายละเอียดสินค้า เพื่อความสะดวกในการตัดสินใจซื้อ

2.11.6 อยากให้มีการจัดส่งที่เร็วขึ้น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรม SPSS for Window

1. การสร้างตารางแจกแจงความถี่

ในที่นี้ต้องการหาจำนวน และร้อยละของประเภทสินค้า แยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย
ซึ่งผลที่ได้ ดังนี้

ตารางที่ 4-15 การแจกแจงความถี่ของประเภทสินค้า แยกตามช่องทางจัดจำหน่าย

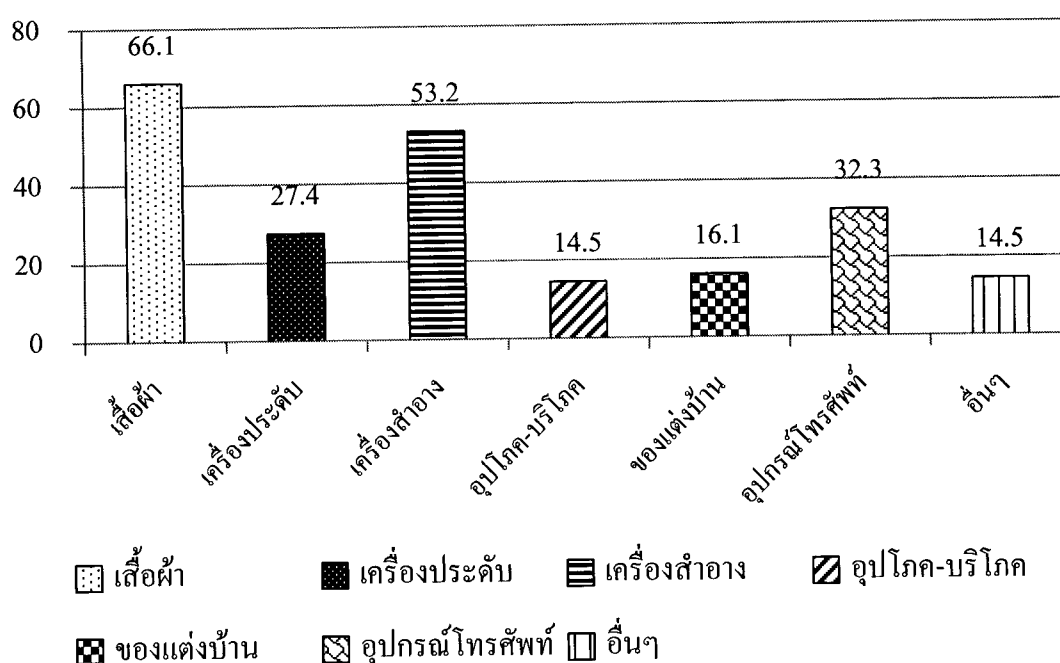
		ช่องทางการจัดจำหน่าย					Total
		หน้าเว็บไซต์ของร้านค้า	Facebook	เว็บไซต์ฝากขาย	เว็บไซต์หน้าร้านสาขา	Application	
ประเภทสินค้า	เสื้อผ้า	Count 41 85.4% 66.1%	27 56.3% 84.4%	2 4.2% 28.6%	33 68.8% 75%	1 2.1% 50%	48
	เครื่องประดับ	Count 17 85% 27.4%	16 80% 50%	1 5% 14.3%	15 75% 34.1%	1 5% 50%	20
	เครื่องสำอาง	Count 33 89.2% 53.2%	20 54.1% 62.5%	2 5.4% 28.6%	30 81.1% 68.2%	1 2.7% 50%	37
	ผลิตภัณฑ์อุปโภค-บริโภค	Count 9 90% 14.5%	6 60% 18.8%	3 30% 42.9%	7 70% 15.9%	1 10% 50%	10
	ของแต่งบ้าน	Count 10 100% 16.1%	2 20% 6.3%	2 20% 28.6%	1 10% 2.3%	1 10% 50%	10

ตารางที่ 4-15 (ต่อ)

		ช่องทางการจัดจำหน่าย					Total
		หน้าเว็บไซต์รองรับร้านค้า	Facebook	เว็บไซต์ฝากขาย	เว็บไซต์หน้าร้านสำเร็จรูป	Application	
ประเภทสินค้า	อุปกรณ์เกี่ยวกับโทรศัพท์	Count 20 90.9%	8 36.4%	6 27.3%	15 68.2%	1 4.5%	22
		Col pct 32.3%	2.5%	85.7%	34.1%	50%	
	อื่น ๆ	Count 9 100%	4 44.4%	1 11.1%	6 66.7%	0 0%	9
	Col pct 14.5%	12.5%	14.3%	13.6%	0%		
Total		Count 62	32	7	44	2	71

จากผลที่ได้สามารถ ยกตัวอย่างการสรุปผลได้ดังนี้ การซื้อสินค้าผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของร้านค้าที่ระบุว่าซื้อเสื้อผ้า คือ 41 คน จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าหน้าเว็บไซต์ของร้านค้าทั้งหมด 62 คน นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของร้านค้าระบุว่าซื้อเสื้อผ้า 66.1% และคิดเป็น 85.4% ของผู้ซื้อเสื้อผ้าทั้งหมด เป็นต้น

และถ้าทำการศึกษา การซื้อสินค้าผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของร้านค้า สินค้าประเภทใดได้รับความนิยมมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุด ผลที่ได้คือ



ภาพที่ 4-17 จำนวนสินค้าที่ได้รับความนิยมในการซื้อผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของร้านค้า 3 อันดับแรก

สินค้าที่ได้รับความนิยมในการซื้อผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของร้านค้า 3 อันดับแรกคือ เสื้อผ้า, เครื่องสำอาง, อุปกรณ์เกี่ยวกับโทรศัพท์ ตามลำดับ

การวิเคราะห์ SWOT เพื่อการวางแผนในการกำหนดกลยุทธ์

เนื่องด้วยการทำธุรกิจซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ (E-Commerce) มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการเข้ามาในธุรกิจสามารถทำได้ง่าย ใช้เงินลงทุนไม่มากนัก

ดังนั้น หากร้านค้าสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน สามารถตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคได้ การสร้างรายได้จากการทำธุรกิจขายเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์ยังมีโอกาสให้ร้านค้าสามารถเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดได้อีกมาก

ทั้งนี้ ร้านค้ายังควรต้องคำนึงถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ และการวางแผนธุรกิจในอนาคต ดังนี้

ตารางที่ 4-16 SWOT แบบหน้าร้าน

<p>Strengths = จุดแข็ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหลากหลายของสินค้า - การบริการที่เป็นกันเอง - ผู้บริโภคสามารถลองสินค้าได้ - ราคาสินค้า เหมาะสมกับคุณภาพ 	<p>Weaknesses = จุดอ่อน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ราคาเช่าพื้นที่ มีราคาค่อนข้างสูง - เสื้อผ้าเป็นสินค้าแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ส่งผลถึงการวางแผนบริการสินค้าคงคลัง
<p>Opportunities = โอกาส</p> <ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพและรูปแบบสินค้า ผู้บริโภคสามารถเห็นสินค้าจริง ก่อนตัดสินใจซื้อ - ทำเลที่ตั้งของร้าน โดดเด่น ชัดเจน จอดรถง่าย 	<p>Threats = อุปสรรค</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นธุรกิจที่ลงทุนง่าย ไม่จำเป็นต้องมีความชำนาญมากนัก จึงอาจมีคู่แข่งเกิดขึ้นมาได้ง่าย

ตารางที่ 4-17 SWOT แบบออนไลน์

<p>Strengths = จุดแข็ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหลากหลายของสินค้า - ราคาขาย/ หน่วย ไม่สูงมากนัก - ต้นทุนในการเปิดร้านออนไลน์ต่ำเมื่อเทียบกับหน้าร้าน - แหล่งซื้อเสื้อผ้าราคาส่งหาง่าย 	<p>Weaknesses = จุดอ่อน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เสื้อผ้าเป็นสินค้าแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ส่งผลถึงการวางแผนบริการสินค้าคงคลัง - กลุ่มผู้บริโภคยังมีจำกัด - ความรู้ในการขายสินค้าออนไลน์ของเจ้าของร้าน
<p>Opportunities = โอกาส</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปัจจุบันผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็ว โอกาสในการขายสินค้าออนไลน์จึงสามารถเติบโตได้อีก - ผู้บริโภคนิยมใช้อินเทอร์เน็ต รวมถึงอุปกรณ์ Smart Phone และ Tablet มากขึ้น - ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น 	<p>Threats = อุปสรรค</p> <ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพและรูปแบบของสินค้า เนื่องจาก ผู้บริโภคเห็นเพียงรูปภาพแบบรายละเอียดที่ลงไว้ ซึ่งอาจมีความคลาดเคลื่อนไปบ้าง - เทคโนโลยี และความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (เช่นเว็บไซต์ล่ม)

จากการวิเคราะห์ SWOT พบว่า สินค้าประเภทเสื้อผ้านั้นต้องยอมรับว่าเป็นสินค้าแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว และด้วยระบบการซื้อสินค้าออนไลน์นั้นเป็นระบบที่ใหม่ สำหรับผู้บริโภคบางราย ทำให้การกระจายสินค้านั้นอาจจะไม่คดงตัวมากนัก ปัญหานี้ ผู้ทำการวิจัยเห็นว่าเจ้าของธุรกิจควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้ศึกษา และทดลองสั่งสินค้าผ่านระบบออนไลน์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค นอกจากนั้นยังสามารถทำการจัดรายการส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค

นอกจากนั้น ธุรกิจเสื้อผ้านั้นมีรูปแบบธุรกิจที่สามารถเลียนแบบได้ง่าย การเลือกสินค้ามาจำหน่ายก็เป็นปัจจัยสำคัญอย่างมาก ร้านค้าควรมีการสรรหาแหล่งผลิตใหม่ ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ๆ เช่น อาจจะนำสินค้าจากต่างประเทศ เช่น จีน เกาหลี ญี่ปุ่น มาเสริมในร้าน เพื่อให้ลูกค้าได้มีทางเลือกมากยิ่งขึ้น

บทที่ 5

สรุปผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผล

จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ของธุรกิจร้านขายเสื้อผ้า โดยทางผู้ทำการวิจัย ได้เริ่มจากการศึกษาด้านทุนฐานกิจกรรมของธุรกิจร้านขายเสื้อผ้า (กรณีศึกษา) แบบหน้าร้าน และแบบออนไลน์ แล้วนำมาเปรียบเทียบอัตรากำไรของทั้ง 2 กรณี หลังจากนั้นจึงทำการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ เมื่อได้ทำการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคแล้ว ผู้ทำการวิจัยได้นำผลที่รวบรวมมาศึกษา และหาแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาสินค้า และบริการให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่ง และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจต่อไป

ผลการคำนวณต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity Based Costing) ของธุรกิจร้านขายเสื้อผ้า (กรณีศึกษา) ในรูปแบบการขายแบบหน้าร้าน ผลที่ได้คือ ต้นทุนแบบหน้าร้านในบางกิจกรรม มีต้นทุนที่สูงกว่าแบบออนไลน์ แต่ต้นทุนกิจกรรมรวมแบบออนไลน์ กลับมีต้นทุนกิจกรรมรวมสูงกว่าแบบหน้าร้าน และแน่นอนว่าต้นทุนทั้งหมดของการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์จึงมีต้นทุนที่สูงกว่า แบบหน้าร้าน แต่เมื่อดูจากรายได้ กำไร และอัตรากำไร การขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ กลับมีค่าตอบแทนที่สูงกว่าแบบหน้าร้าน

หลังจากวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรมเรียบร้อยแล้ว ผู้ทำการวิจัย ได้ทำการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หลังจากทำการรวบรวมแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผลที่ได้ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ โดยเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มากถึง ร้อยละ 55 ซึ่งเงินเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 - 30,000 บาท ส่วนช่องทางที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าออนไลน์คือ เว็บไซต์ และ Facebook โดยนิยมซื้อผ่านคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก

หลังจากนั้นทางผู้ทำการวิจัย จึงใช้โปรแกรม SPSS for Window เพื่อสร้างตารางแจกแจงความถี่ ในที่นี้ต้องการหาจำนวน และร้อยละของประเภทสินค้า แยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเราได้เลือกช่องทางการจัดจำหน่าย ผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของร้านค้า เมื่อดูประเภทสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ เสื้อผ้า, เครื่องสำอาง, อุปกรณ์เกี่ยวกับโทรศัพท์ ตามลำดับ

นอกจากนี้ได้ทำการวิเคราะห์ SWOT เพื่อจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อหาแนวทางการพัฒนาต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างนั้น การออกแบบชุดแบบสอบถาม ยังมีคำถามที่ไม่ครอบคลุม และยังมีคำถามที่สับสนเปลือง โดยไม่ได้นำมาประกอบการตัดสินใจมากนัก ซึ่งทำให้ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของแบบสอบถามไม่ดีเท่าที่ควร
2. ด้านกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ยังมีจำนวนที่น้อยเกินไป ประกอบกับการตอบแบบสอบถามเป็นแบบออนไลน์ ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถาม อาจไม่เข้าใจคำถามมากเท่าที่ควร
3. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการทดลองการทำเว็บไซต์ในการขายสินค้าจริง และทำการประเมินผลตอบรับจากกลุ่มลูกค้า เช่น ประเภทสินค้า หรือช่องทางการชำระเงิน เป็นไปตามสมมติฐานหรือไม่ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาสินค้าและบริการต่อไป

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *หลักสถิติ* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- จิตติพันธ์ รัตนศิริวิไล. (2549). *การประยุกต์ใช้ระบบต้นทุนกิจกรรมของบริษัท สมบัติบุญยะลา ฟรันทิ่งจำกัด*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทัตพล กุลวงศ์. (2545). *การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ โดยใช้ต้นทุนตามกิจกรรม*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2555). *การวิเคราะห์สวอต*. วันที่ค้นข้อมูล 10 เมษายน 2555, เข้าถึงได้จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%B0%E0%B8%AB%E0%B9%8C%E0%B8%AA%E0%B8%A7%E0%B8%AD%E0%B8%95>
- ศุภกานต์ อัครชัยพานิชย์. (2544). *การวิเคราะห์ต้นทุนกิจกรรมสำหรับธุรกิจขนส่งด้วยรถบรรทุก*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). *ธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook/Website (Start-up Business)*. วันที่ค้นข้อมูล 2 เมษายน 2555, เข้าถึงได้จาก <http://oweera.blogspot.com/2012/04/facebookwebsite-start-up-business.html>
- สมพงษ์ ปัญญาอึ้งง. (2553). *การวิเคราะห์ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม: กรณีศึกษาผู้ให้บริการรับจ้างขนส่ง*. สารนิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทางวิศวกรรม, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมยศ น้อยสุข; และคณะ. (2549). *การบริหารกระบวนการรับและกระจายสินค้าตามระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ศึกษากรณีคลังสินค้าบริษัท C.P. Seven-Eleven จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, วิทยาลัยนวัตกรรมการ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ลัทธา โชติสุธรัตน์. (2546). การวิเคราะห์ต้นทุนกิจกรรมสำหรับการดำเนินการกระจายสินค้า.
วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวิศวกรรมศาสตร์,
มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น. (2548). การวิเคราะห์ต้นทุน โลจิสติกส์แบบ ABC.
กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับ การให้บริการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์

การสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับ การให้บริการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์
สาขาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

*จำเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ *

- ชาย
- หญิง

อายุ *

- ต่ำกว่า 20 ปี
- 20-30 ปี
- 31-40 ปี
- มากกว่า 40 ปี

ระดับการศึกษา *

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน *

- น้อยกว่า 10,000
- 10,000-20,000
- 20,001-30,000
- 30,001-40,000
- มากกว่า 40,000

อาชีพ *

- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
- แม่บ้าน/พอบ้าน
- นักเรียน/นักศึกษา
- อื่นๆ: _____

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์

1. ท่านเคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์หรือไม่ *

- เคย (ข้ามไปข้อ 3)
- ไม่เคย (ข้ามไปข้อ 2)

2. สาเหตุที่ท่านไม่เคยซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์ (ขอพระราชทานสำหรับการตอบแบบสอบถาม)

3. สาเหตุที่ท่านสนใจ ซื้อสินค้า ผ่านระบบออนไลน์

4. ท่านเคยซื้อสินค้า ประเภทใดบ้าง ผ่านระบบออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เสื้อผ้า
- เครื่องประดับ
- เครื่องสำอาง
- ผลิตภัณฑ์อุปโภค-บริโภค
- ของแต่งบ้าน

อุปกรณ์เกี่ยวกับโทรศัพท์

อื่นๆ: _____

5. ท่านเคยซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ จากช่องทางไหนบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หน้าเว็บไซต์ของร้านค้า

Facebook

เว็บไซต์ฝากขาย (เช่น ebay , DBD Mart)

เว็บไซต์หน้าร้านสำเร็จรูป (เช่น weloveshopping , shopping.sanook.com)

Application ที่ใช้ได้กับ Table หรือ Smart Phone

อื่นๆ: _____

6. ท่านเคยซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ จากอุปกรณ์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก

Tablet (เช่น Apple iPad , HP TouchPad , BlackBerry PlayBook , Samsung Galaxy

Tab)

Smart Phone (เช่น iPhone , BlackBerry , Samsung Galaxy)

คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ

อื่นๆ: _____

7. ในฐานะผู้บริโภคท่านต้องการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางใด

มีหน้าร้านเพียงอย่างเดียว

มีร้านค้าออนไลน์เพียงอย่างเดียว

มีทั้งหน้าร้าน และร้านค้าออนไลน์

8. วิธีการชำระเงิน เลือกชำระเงินที่ท่านคิดว่ามีความสะดวกต่อท่านมากที่สุด

บัตรเครดิต

โอนผ่านเคาร์เตอร์ธนาคาร

i-Banking

ไปรษณีย์/ธนาคาร

9. สมมติว่าท่านเคยสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ ท่านคิดว่าระยะเวลาในการจัดส่งสินค้าที่เหมาะสมในความคิดของท่าน ไม่ควรเกินกี่วัน _____

10. สมมติว่าท่านเป็นลูกค้า ท่านคิดว่าท่านควรสั่งซื้อสินค้าที่บาท (ทางร้านจึงควรส่งสินค้าให้ฟรี)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์

ภาคผนวก ข

เพิ่มข้อมูล สำหรับ โปรแกรม SPSS for Window

Case	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	อาชีพ	เคยซื้อสินค้าออนไลน์หรือไม่?
1	2	2	2	3	3	1
2	2	3	3	5	2	1
3	2	2	3	1	6	1
4	1	3	2	3	1	1
5	1	2	3	3	1	1
6	1	2	3	5	2	1
7	2	2	3	3	2	1
8	2	2	3	2	3	1
9	1	3	2	3	3	1
10	2	2	2	3	3	1
11	1	3	2	4	1	1
12	1	3	3	4	2	1
13	2	2	3	2	1	1
14	2	2	2	3	2	1
15	2	3	2	2	3	1
16	1	2	3	4	2	1
17	2	3	2	3	2	1
18	1	2	2	2	2	1

Case	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	อาชีพ	เคยซื้อสินค้าออนไลน์หรือไม่?
19	1	2	2	2	2	1
20	2	3	2	3	3	1
21	2	2	2	3	1	1
22	2	2	2	2	3	1
23	1	3	3	1	6	1
24	2	2	2	2	2	1
25	1	2	3	3	2	1
26	1	2	2	2	2	0
27	2	3	2	3	3	1
28	2	2	2	2	2	0
29	2	2	3	3	3	1
30	2	2	3	3	2	1
31	2	2	2	2	2	0
32	1	2	2	2	2	0
33	2	2	2	2	2	1
34	1	2	2	2	1	0
35	2	2	2	3	2	1
36	2	3	2	4	3	1
37	1	3	2	3	2	0

Case	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	อาชีพ	เคยซื้อสินค้าออนไลน์หรือไม่?
38	2	2	2	2	2	1
39	2	1	1	1	5	0
40	2	2	2	2	2	1
41	1	2	2	2	2	0
42	2	2	2	2	2	1
43	2	3	2	3	2	1
44	2	2	2	3	3	1
45	1	3	2	3	2	1
46	1	3	3	3	1	0
47	2	2	2	3	2	1
48	1	2	2	2	1	0
49	2	3	2	3	2	1
50	1	3	2	3	2	0
51	2	2	2	2	2	1
52	2	2	2	3	3	1
53	2	3	2	4	3	1
54	2	4	3	5	3	1
55	2	2	2	3	2	1
56	2	2	2	3	2	1

Case	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	อาชีพ	เคยซื้อสินค้าออนไลน์หรือไม่?
57	2	2	2	3	2	1
58	1	3	2	2	3	0
59	1	2	2	2	2	0
60	2	2	2	2	2	1
61	2	1	1	1	6	0
62	2	3	2	3	2	1
63	2	3	2	2	2	0
64	1	2	2	3	2	0
65	1	4	2	2	2	1
66	1	2	2	2	2	0
67	1	1	1	1	5	0
68	2	3	2	4	2	1
69	2	1	1	1	5	0
70	2	3	2	2	1	1
71	1	2	2	2	2	1
72	1	1	1	1	5	0
73	2	1	1	1	5	0
74	1	2	3	2	2	1
75	2	2	2	3	2	1

Case	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	อาชีพ	เคยซื้อสินค้าออนไลน์หรือไม่?
76	2	3	2	2	2	1
77	1	4	3	3	2	1
78	2	4	3	4	1	1
79	2	1	1	1	5	0
80	2	3	2	4	2	1
81	2	2	2	2	2	0
82	1	2	2	2	3	1
83	1	2	2	3	2	1
84	2	2	2	2	3	1
85	2	2	2	3	1	1
86	2	3	2	4	3	1
87	1	2	2	3	1	0
88	2	2	2	3	2	1
89	2	3	2	3	1	1
90	1	2	2	3	2	0
91	2	2	2	2	3	1
92	2	2	2	3	2	1
93	1	2	2	3	1	1
94	2	2	3	5	3	1

Case	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	อาชีพ	เคยซื้อสินค้าออนไลน์หรือไม่?
95	1	1	1	1	5	0
96	2	2	2	3	2	1
97	2	2	2	3	1	1
98	1	2	2	3	2	1
99	2	3	2	3	2	1
100	1	2	2	3	2	0

หมายเหตุ :

·เพศ

1 = ชาย

2 = หญิง

อายุ

1 = ต่ำกว่า 20 ปี

2 = 20-30 ปี

3 = 31-40 ปี

4 = มากกว่า 40 ปี

ระดับการศึกษา

- 1 = ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 2 = ปริญญาตรี
- 3 = สูงกว่าปริญญาตรี

รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

- 1 = น้อยกว่า 10,000
- 2 = 10,000-20,000
- 3 = 20,001-30,000
- 4 = 30,001-40,000
- 5 = มากกว่า 40,000

อาชีพ

- 1 =ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 2 = พนักงานบริษัทเอกชน
- 3 = ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
- 4 = แม่บ้าน/ พ่อบ้าน
- 5 = นักเรียน/ นักศึกษา
- 6 = อื่น ๆ

Case	ประเภทสินค้าที่เคซซื้อผ่านระบบออนไลน์										ช่องทางการซื้อขายสินค้าออนไลน์				
	เสื้อผ้า	เครื่องประดับ	เครื่องสำอาง	อุปโภค-บริโภค	แต่งบ้าน	โทรศัพท์	อื่นๆ	เว็บบ้าน	FB	เว็บบาย	เว็บสำเร็จรูป	App	อื่นๆ		
1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0		
2	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0		
3	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1		
4	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0		
5	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0		
6	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0		
7	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0		
8	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0		
9	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0		
10	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0		
11	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0		
12	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0		
13	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0		
14	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0		
15	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0		
16	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0		
17	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0		

Case	ประเภทสินค้าที่เคซซื้อผ่านระบบออนไลน์						ช่องทางการซื้อขายสินค้าออนไลน์						
	เสื้อผ้า	เครื่องประดับ	เครื่องสำอาง	อุปโภค-บริโภค	แต่งบ้าน	โทรศัพท์	อื่นๆ	เว็บร้าน	FB	เว็บฝากขาย	เว็บไซต์หรือรูป	App	อื่นๆ
18	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0
19	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0
20	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
21	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
22	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
23	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
24	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
25	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0
26													
27	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0
28													
29	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0
30	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
31													
32													
33	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
34													
35	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0

Case	ประเภทสินค้าที่ขายชื่อผ่านระบบออนไลน์						ช่องทางการขายชื่อสินค้าออนไลน์						
	เสื้อผ้า	เครื่องประดับ	เครื่องสำอาง	อุปโภค-บริโภค	แต่งบ้าน	โทรศัพท์	อื่นๆ	เว็บร้าน	FB	เว็บบอร์ด	เว็บไซต์รูป	App	อื่นๆ
36	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
37													
38	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0
39													
40	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0
41													
42	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
43	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
44	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
45	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0
46													
47	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0
48													
49	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0
50													
51	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
52	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
53	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0

Case	ประเภทสินค้าที่เคซซื้อผ่านระบบออนไลน์							ช่องทางทางการซื้อสินค้าออนไลน์					
	เสื้อผ้า	เครื่องประดับ	เครื่องสำอาง	อุปโภค-บริโภค	แต่งบ้าน	โทรศัพท์	อื่นๆ	เว็บร้าน	FB	เว็บฝากขาย	เว็บไซต์รูป	App	อื่นๆ
54	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
55	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
56	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0
57	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
58													
59													
60	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
61													
62	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0
63													
64													
65	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0
66													
67													
68	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
69													
70	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
71	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0

Case	ประเภทสินค้าที่เคสซื้อผ่านระบบออนไลน์						ช่องทางการซื้อขายสินค้าออนไลน์						
	เสื้อผ้า	เครื่องประดับ	เครื่องสำอาง	อุปโภค-บริโภค	แต่งบ้าน	โทรศัพท์	อื่นๆ	เว็บร้าน	FB	เว็บฝากขาย	เว็บไซต์เรจรูป	App	อื่นๆ
72													
73													
74	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0
75	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
76	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0
77	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0
78	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0
79													
80	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0
81													
82	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
83	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0
84	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0
85	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
86	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
87													
88	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
89	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0

Case	ประเภทสินค้าที่เคยซื้อผ่านระบบออนไลน์					ช่องทางการซื้อขายออนไลน์							
	เสื้อผ้า	เครื่องประดับ	เครื่องสำอาง	อุปโภค-บริโภค	แต่งบ้าน	โทรศัพท์	อื่นๆ	เว็บร้าน	FB	เว็บฝากขาย	เว็บสำเร็จรูป	App	อื่นๆ
90													
91	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0
92	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0
93	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
94	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
95													
96	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
97	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
98	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0
99	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
100													

หมายเหตุ :

ประเภทสินค้าที่เคยซื้อผ่านระบบออนไลน์

1 = เสื้อผ้า

2 = เครื่องประดับ

3 = เครื่องสำอาง

- 4 = ผลิตภัณฑ์อุปโภค-บริโภค
- 5 = ของแต่งบ้าน
- 6 = อุปกรณ์เกี่ยวกับโทรศัพท์
- 7 = อื่น ๆ

ช่องทางการซื้อสินค้าออนไลน์

- 1 = หน้าเว็บไซต์ของร้านค้า
- 2 = Facebook
- 3 = เว็บไซต์ฝากขาย (เช่น ebay, DBD Mart)
- 4 = เว็บไซต์หน้าร้านสำเร็จรูป (เช่น weloveshopping, shopping.sanook.com)
- 5 = Application ที่ใช้กับ Table หรือ Smart Phone
- 6 = อื่น ๆ

Case	อุปกรณ์ที่สั่งซื้อสื่อสินค้าออนไลน์					ประเภทร้านค้า	วิธีชำระเงิน	Tablet&SmartPhone
	โน้ตบุ๊ก	Tablet	Smart Phone	คอมพิวเตอร์	อื่นๆ			
1	1	0	0	0	0	3	3	0
2	1	1	1	1	0	3	3	1
3	1	1	1	0	0	3	2	1
4	1	0	0	1	0	3	1	0
5	1	0	1	1	0	3	2	1
6	1	1	1	1	0	3	1	1
7	1	0	0	0	0	3	2	0
8	1	0	0	0	0	3	3	0
9	0	0	0	0	0	3	3	0
10	1	0	1	0	0	3	3	1
11	0	0	0	1	0	3	1	0
12	1	0	0	0	0	3	1	0
13	1	0	0	1	0	3	1	0
14	1	1	1	0	0	3	1	1
15	1	0	0	0	0	3	1	0
16	1	0	1	0	0	3	1	1
17	0	0	0	1	0	3	1	0
18	1	0	0	0	0	3	1	0
Case	อุปกรณ์ที่สั่งซื้อสื่อสินค้าออนไลน์					ประเภทร้านค้า	วิธีชำระเงิน	Tablet&SmartPhone

	โน้ตบุ๊ก	Tablet	Smart Phone	คอมพิวเตอร์	อื่นๆ	ประเภทร้านค้า	วิธีการเงิน	Tablet&SmartPhone	
19	1	0	0	0	0	3	1	0	
20	1	0	1	0	0	3	3	1	
21	1	0	0	0	0	3	3	0	
22	1	0	0	0	0	3	1	0	
23	1	0	0	1	0	3	1	0	
24	1	0	0	1	0	3	2	0	
25	1	0	0	1	0	3	1	0	
26									
27	1	1	1	1	0	3	1	1	
28									
29	1	0	1	1	0	3	2	1	
30	1	0	0	1	0	3	2	0	
31									
32									
33	1	0	0	0	0	3	3	0	
34									
35	1	0	0	0	0	3	1	0	
36	1	0	0	0	0	3	1	0	
37									
Case	อุปกรณ์ที่สั่งซื้อถึงสินค้าออนไลน์								

	โน้ตบุ๊ก	Tablet	Smart Phone	คอมพิวเตอร์	อื่นๆ	ประเภทร้านค้า	วิธีการเงิน	Tablet&SmartPhone	
38	0	0	1	0	0	3	3	1	
39									
40	1	0	1	0	0	3	3	1	
41									
42	1	0	1	0	0	3	3	1	
43	1	0	0	0	0	3	3	0	
44	1	0	0	0	0	3	1	0	
45	1	0	0	0	0	3	1	0	
46									
47	1	0	1	0	0	3	3	1	
48									
49	1	0	1	0	0	2	1	1	
50									
51	1	0	1	0	0	3	3	1	
52	0	0	1	0	0	2	3	1	
53	1	0	0	0	0	2	1	0	
54	1	0	0	0	0	3	1	0	
55	1	0	0	0	0	3	1	0	
56	1	0	1	0	0	3	1	1	
Case	อุปกรณ์ที่ใช้สั่งซื้อสินค้าออนไลน์								

	โน้ตบุ๊ก	Tablet	Smart Phone	คอมพิวเตอร์	อื่นๆ	ประเภทร้านค้า	วิธีชำระเงิน	Tablet&SmartPhone
57	0	0	1	0	0	2	3	1
58								
59								
60	0	0	1	0	0	2	1	1
61								
62	1	0	0	0	0	2	1	0
63								
64								
65	0	1	1	0	0	3	1	1
66								
67								
68	1	0	0	0	0	3	1	0
69								
70	1	0	0	0	0	3	1	0
71	1	0	0	0	0	2	2	0
72								
73								
74	1	0	0	1	0	3	1	0
75	1	0	1	0	0	3	3	1
Case	อุปกรณ์ที่ใช้สั่งซื้อสินค้าออนไลน์					ประเภทร้านค้า	วิธีชำระเงิน	Tablet&SmartPhone

	โน้ตบุ๊ก	Tablet	Smart Phone	คอมพิวเตอร์	อื่นๆ	ประเภทร้านค้า	วิธีชำระเงิน	Tablet&SmartPhone
Case	อุปกรณ์ที่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์							
76	1	0	0	1	0	2	2	0
77	1	1	1	0	0	2	1	1
78	1	0	0	1	0	3	1	0
79								
80	1	0	0	0	0	3	1	0
81								
82	1	1	0	0	0	2	1	1
83	1	0	1	0	0	3	1	1
84	1	0	1	0	0	3	2	1
85	0	0	1	0	0	3	2	1
86	1	0	0	0	0	2	1	0
87								
88	1	0	0	0	0	3	1	0
89	1	0	0	0	0	3	3	0
90								
91	0	0	0	0	0	2	1	0
92	1	0	1	0	0	3	3	1
93	1	0	1	0	0	3	3	1
94	1	0	1	0	0	3	1	1

	โน้ตบุ๊ก	Tablet	Smart Phone	คอมพิวเตอร์	อื่นๆ		
95							
96	1	0	1	0	0	3	1
97	1	0	0	0	0	3	1
98	1	0	1	0	0	3	1
99	1	0	0	0	0	3	1
100							

หมายเหตุ :

อุปกรณ์ที่ใช้ตั้งชื่อสินค้าออนไลน์

1 = คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก

2 = Tablet (เช่น Apple iPad, HP TouchPad, BlackBerry PlayBook, Samsung Galaxy Tab)

3 = Smart Phone (เช่น iPhone, BlackBerry, Samsung Galaxy)

4 = คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ

5 = อื่น ๆ

ประเภทร้านค้า

1 = มีหน้าร้านเพียงอย่างเดียว

2 = มีร้านค้าออนไลน์เพียงอย่างเดียว

3 = มีทั้งหน้าร้าน และร้านค้าออนไลน์

วิธีการชำระเงิน

1 = บัตรเครดิต

2 = โอนผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร

3 = i-Banking

4 = ไปรษณีย์/ ธนาคาร