

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยออกแบ่งเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุนธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$  แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็น

$S.D.$  แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$t$  แทน ค่าสถิติทดสอบ t-test

$F$  แทน ค่าสถิติทดสอบ F-test

$*$  แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ แสดงผลดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
1. เพศ		
ชาย	180	46.9
หญิง	204	53.1
2. อายุ		
ต่ำกว่า 18 ปี	189	49.2
18 - 25 ปี	135	35.2
26 - 30 ปี	42	10.9
31 ปีขึ้นไป	18	4.7
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	93	24.2
มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า (ปวช.)	139	36.2
ปวส., อนุปริญญา	96	25.0
ปริญญาตรี	56	14.6
4. อาชีพ		
นักเรียน, นักศึกษา	268	69.8
ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ	24	6.3
ลูกจ้าง, พนักงานบริษัท	25	6.5
ค้าขาย, เจ้าของกิจการ	22	5.7
อื่น ๆ	45	11.7

ตาราง 1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	138	35.9
5,000 - 9,000 บาท	122	31.8
9,001 - 15,000 บาท	95	24.7
15,001 - 25,000 บาท	29	7.6
6. สถานภาพสมรส		
โสด	329	85.7
สมรส	55	14.3

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 53.1 อายุต่ำกว่า 18 ปี มีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 ระดับการศึกษา มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า (ปวช.) มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 และสถานภาพโสด มีจำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 85.7

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย การรู้จักร้านอินเทอร์เน็ต สื่อที่ทำให้รู้จักร้านอินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต การใช้บริการต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตประเภทของการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต ค่าใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตต่อครั้ง การใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่จังหวัดอ่างทอง การใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่จังหวัดอ่างทอง และ ความพอใจในอัตราการชำระค่าบริการ/ชม. แสดงผลดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตจำแนกตามพฤติกรรมในการใช้บริการ

พฤติกรรมในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
1. การรู้จักร้านอินเทอร์เน็ต	384	100.0
2. สื่อที่ทำให้รู้จักร้านอินเทอร์เน็ต		
โทรทัศน์	4	1.0
วิทยุ	9	2.3
วารสาร/นิตยสาร/จุดสาร	18	4.7
หนังสือพิมพ์	8	2.1
แผ่นพับประชาสัมพันธ์	31	8.1
การแนะนำของเพื่อน/คนรู้จัก	266	69.3
อื่นๆ	48	12.5
3. สถานที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต		
บ้าน/ที่พัก	63	16.4
ที่ทำงาน	23	6.0
ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต	181	47.1
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย	97	25.3
อื่นๆ	20	5.2
4. การใช้บริการต่อสัปดาห์		
น้อยกว่า 2 ครั้ง	53	13.8
2-4 ครั้ง	163	42.4
5-7 ครั้ง	23	6.1
8-10 ครั้ง	52	13.5
มากกว่า 10 ครั้ง	93	24.2

ตาราง 2 (ต่อ)

พฤติกรรมในการใช้ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
5. ระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	44	11.5
1-2 ชั่วโมง	77	20.1
2.01 - 3 ชั่วโมง	36	9.3
3.01 - 4 ชั่วโมง	66	17.2
4.01 - 5 ชั่วโมง	74	19.3
มากกว่า 6 ชั่วโมง	87	22.6
6. ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต		
(จันทร์-ศุกร์) ช่วงเวลาร้านเปิดถึง12.00น.	20	5.2
(จันทร์-ศุกร์) ช่วงเวลา12.01-16.00น.	19	4.9
(จันทร์-ศุกร์) ช่วงเวลา16.01-20.00น.	49	12.8
(จันทร์-ศุกร์) ช่วงเวลา20.01-22.00น.	66	17.3
(เสาร์-อาทิตย์) ช่วงเวลาร้านเปิดถึง12.00น.	60	15.6
(เสาร์-อาทิตย์) ช่วงเวลา12.01-16.00น.	80	20.8
(เสาร์-อาทิตย์) ช่วงเวลา16.01-20.00น.	42	10.9
(เสาร์-อาทิตย์) ช่วงเวลา20.01-22.00น.	48	12.5
7. ประเภทของการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต		
WWW	39	10.2
Chat	99	25.7
E-mail	59	15.4
เกมส์	140	36.5
อื่น ๆ	47	12.2

ตาราง 2 (ต่อ)

พฤติกรรมในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
8. วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต		
ด้านบันเทิง	105	27.4
ด้านติดต่อสื่อสาร	78	20.3
ด้านวิชาการ	85	22.1
ข้อมูลข่าวสาร	61	15.9
ด้านธุรกิจ	55	14.3
9. ค่าใช้บริการร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตต่อครั้ง		
น้อยกว่า 15 บาท	89	23.2
16 - 30 บาท	112	29.2
31 - 45 บาท	72	18.8
46 - 60 บาท	48	12.5
61 - 75 บาท	63	16.3
10. การใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่จังหวัดอ่างทอง	384	100.0
11. ความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่ จ. อ่างทอง		
ต่อสัปดาห์		
หนึ่งครั้ง	89	23.2
สองครั้ง	75	19.5
สามครั้ง	111	28.9
สี่ครั้ง หรือมากกว่า	109	28.4
12. ความพอใจในอัตราค่าบริการ/ชม.		
อัตราค่าบริการ 10-15 บาท	282	73.4
อัตราค่าบริการ 16-20 บาท	55	14.3
อัตราค่าบริการ 21-25 บาท	47	12.3

จากตาราง 2 พบว่า พฤติกรรมในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่รู้จักร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 สื่อที่ทำให้รู้จักร้านอินเทอร์เน็ต คือ การแนะนำของเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่ร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 ใช้บริการ 2-4 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 ระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 6 ชั่วโมง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 ช่วงเวลา(เสาร์-อาทิตย์) ช่วงเวลา12.01-16.00น. เป็นช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ประเภทการให้บริการ คือ เล่นเกมส์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 วัตถุประสงค์ในการเล่นอินเทอร์เน็ต คือ เพื่อความบันเทิง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 มีค่าใช้จ่ายบริการร้านอินเทอร์เน็ตต่อครั้ง 16 – 30 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 ส่วนใหญ่จะใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตเมื่อมีร้านมาเปิดที่จังหวัดอ่างทอง จำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่ จังหวัดอ่างทอง จำนวน 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 และความต้องการที่จะชำระค่าบริการ 10-15 บาทต่อชั่วโมง จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 73.4

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง แสดงผลดังตาราง 3 – 6

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในร้านอินเทอร์เน็ตด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการ	4.47	0.55	มากที่สุด
ความทันสมัยของอุปกรณ์	4.57	0.50	มากที่สุด
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ	4.08	0.36	มาก
ความหลากหลายของโปรแกรมและเกมส์	4.02	0.40	มาก
มีบริการครบวงจรเช่น รับพิมพ์งาน สแกนรูป	4.17	0.42	มาก
โดยรวม	4.26	0.44	มากที่สุด

จากตาราง 3 พบว่า โดยรวมประชาชนมีระดับการตัดสินใจใช้ร้านอาหารอินเทอร์เน็ต ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.26$ , S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความทันสมัยของอุปกรณ์ ( $\bar{X} = 4.57$ ) รองลงมา คือ จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการ ( $\bar{X} = 4.47$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความหลากหลายของโปรแกรมและเกม ( $\bar{X} = 4.02$ )

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารอินเทอร์เน็ตในด้านทำเลที่ตั้ง

ด้านทำเลที่ตั้ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
เดินทางสะดวก	4.26	0.73	มากที่สุด
กว้างขวาง สะอาด	4.14	0.54	มาก
สถานที่พักผ่อนขณะรอรับเล่น	4.22	0.41	มากที่สุด
มีสถานที่จอดรถ	4.24	0.45	มากที่สุด
ติดเครื่องปรับอากาศ	3.99	0.48	มาก
มีห้องน้ำ	4.29	0.60	มากที่สุด
ใกล้แหล่งชุมชน สถานศึกษา ที่พักอาศัย	4.31	0.46	มากที่สุด
โดยรวม	4.21	0.53	มากที่สุด

จากตาราง 4 พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการร้านอาหารอินเทอร์เน็ตมีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารอินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้งอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.21$ , S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณาข้อย่อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ใกล้แหล่งชุมชน สถานศึกษา ที่พักอาศัย ( $\bar{X} = 4.31$ ) รองลงมา คือ มีห้องน้ำ ( $\bar{X} = 4.29$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ติดเครื่องปรับอากาศ ( $\bar{X} = 3.99$ )



ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านส่งเสริมการขายของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ด้านส่งเสริมการขาย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.89	0.53	มาก
ลดราคาค่าชั่วโมง	4.38	0.51	มากที่สุด
สะสมชั่วโมงเพื่อใช้บริการฟรี	4.34	0.47	มากที่สุด
การจัดกิจกรรมพิเศษภายในบริเวณร้าน	4.14	0.43	มาก
โดยรวม	4.19	0.48	มาก

จากตาราง 5 พบว่า โดยรวมประชาชนมีระดับการตัดสินใจใช้ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาข้อย่อยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ลดราคาค่าชั่วโมง ( $\bar{X} = 4.38$ ) รองลงมา คือ สะสมชั่วโมงเพื่อใช้บริการฟรี ( $\bar{X} = 4.34$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การจัดกิจกรรมพิเศษภายในบริเวณร้าน ( $\bar{X} = 3.89$ )

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในร้านอินเทอร์เน็ตโดยรวม

การตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.26	0.44	มากที่สุด
ด้านทำเลที่ตั้ง	4.21	0.53	มากที่สุด
ด้านส่งเสริมการขาย	4.19	0.48	มาก
โดยรวม	4.22	0.48	มากที่สุด

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 6 พบว่า โดยรวมผู้ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตมีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.22$ , S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาข้อย่อยพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.26$ ) รองลงมา คือ ด้านทำเลที่ตั้ง ( $\bar{X} = 4.21$ ) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านส่งเสริมการขาย ( $\bar{X} = 4.19$ )

#### ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการ

ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรสพฤติกรรมในการเลือกร้านอินเทอร์เน็ต การรู้จักบริการร้านอินเทอร์เน็ต ความถี่ในการใช้ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต จำนวนครั้งในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้จ่ายในบริการร้านอินเทอร์เน็ต การคิดว่าจะใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต และอัตราค่าบริการต่อชั่วโมงมีสมมติฐานทางการวิจัย และผลการเปรียบเทียบ แสดงผลดังตาราง 7 – 26

$H_0$  : ปัจจัยพื้นฐานและพฤติกรรมในการเลือกร้านอินเทอร์เน็ตต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยพื้นฐานและพฤติกรรมในการเลือกร้านอินเทอร์เน็ตต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

ตาราง 7 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตจําแนกตามเพศ

ระดับการตัดสินใจ	เพศ				t	Sig.
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
	N = 180		n = 204			
ด้านผลิตภัณฑ์	4.27	.26	4.25	.29	.94	.34
ด้านทำเลที่ตั้ง	4.23	.22	4.18	.25	1.98	.04*
ด้านส่งเสริมการขาย	4.18	.34	4.20	.36	-.51	.60
โดยรวม	4.23	.21	4.21	.23	.82	.41

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 7 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง และ ด้านส่งเสริมการขาย จําแนกตามเพศ โดยวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  แต่มี 1 ด้านที่ผู้ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีเพศต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านทำเลที่ตั้ง เนื่องจากมีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$

ตาราง 8 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตจําแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับการตัดสินใจ	สถานภาพสมรส				T	Sig.
	โสด		สมรส			
	N = 27		n = 347			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	4.25	.27	4.30	.30	-1.11	.267
ด้านทำเลที่ตั้ง	4.19	.23	4.30	.25	-3.26	.001*
ด้านส่งเสริมการขาย	4.16	.35	4.34	.33	-3.58	.000*
โดยรวม	4.20	.22	4.31	.24	-3.47	.001*

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง และ ด้านส่งเสริมการขาย จําแนกตามสถานภาพสมรส โดยวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และมี 2 ด้านที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านส่งเสริมการขาย เนื่องจากมีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$

ตาราง 9 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตจำแนกตามอายุ

ระดับการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.38	0.13	1.72	.16
	ภายในกลุ่ม	380	28.06	0.07		
	รวม	383	28.44			
ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	3	0.95	0.32	5.76	.00*
	ภายในกลุ่ม	380	20.78	0.06		
	รวม	383	21.72			
ด้านส่งเสริมการขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	2.66	0.89	7.71	.00*
	ภายในกลุ่ม	380	43.72	0.12		
	รวม	383	46.38			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.00	0.33	6.99	.00*
	ภายในกลุ่ม	380	18.17	0.05		
	รวม	383	19.17			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 9 พบว่าผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการตัดสินใจใช้ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง และ ด้านส่งเสริมการขาย จำแนกตามอายุ โดยวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และมี 2 ด้านที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = .05$  ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านส่งเสริมการขาย เนื่องจากมีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD แสดงผลดังตาราง 10 - 11

ตาราง 10 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต  
ของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านทำเลที่ตั้งจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี	18 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 18 ปี				
18 - 25 ปี				
26 - 30 ปี	.1633*	.1317*		.1735*
31 ปีขึ้นไป				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 10 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจใช้ร้านบริการ  
ร้านอินเทอร์เน็ตของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งจำแนกตามอายุ เป็นรายคู่โดยวิเคราะห์ด้วยวิธี fisher's LSD  
ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน 1 คู่ คือ ผู้ใช้บริการร้าน  
อินเทอร์เน็ตที่มีอายุ 26 - 30 ปีมีระดับการตัดสินใจใช้ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านทำเลที่ตั้ง  
มากกว่าผู้ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอายุ ต่ำกว่า 18 ปี, 18-25 ปี และ 31 ปีขึ้นไป  
(0.1633,0.1317,0.1735) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 11 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต  
ของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านส่งเสริมการขายจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี	18 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 18 ปี				
18 - 25 ปี				
26 - 30 ปี	.2057*	.2655*		.3571*
31 ปีขึ้นไป				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 11 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านบริการอินเทอร์เน็ตของปัจจัยด้านส่งเสริมการขายจำแนกตามอายุเป็นรายคู่โดยวิเคราะห์ด้วยวิธี fisher's LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน 1 คู่ ที่ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีอายุต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกัน คือ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีอายุ 26-30 ปี มีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านส่งเสริมการขาย มากกว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี 18 - 25 ปี และ 31 ปีขึ้นไป (0.2057, 0.2655, 0.3571) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา

ระดับการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.33	0.11	1.49	.22
	ภายในกลุ่ม	380	28.11	0.07		
	รวม	383	28.44			
ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	3	0.98	0.33	5.99	.00*
	ภายในกลุ่ม	380	20.74	0.06		
	รวม	383	21.72			
ด้านส่งเสริมการขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	0.79	0.26	2.20	.09
	ภายในกลุ่ม	380	45.58	0.12		
	รวม	383	46.38			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.60	0.20	4.08	.01*
	ภายในกลุ่ม	380	18.57	0.05		
	รวม	383	19.17			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 12 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง และ ด้านส่งเสริมการขาย จำแนกตามการศึกษา โดยวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  พบว่า โดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และมี 1 ด้านที่ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีการศึกษาต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $\alpha = .05$  คือ ด้านทำเลที่ตั้ง เนื่องจากมีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD แสดงผลดังตาราง 13

ตาราง 13 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านทำเลที่ตั้งจำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD

การศึกษา	ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า (ปวช.)	ปวส., อนุปริญญา	ปริญญาตรี
ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า				
มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า (ปวช.)	.0986*			
ปวส., อนุปริญญา	.1390*			
ปริญญาตรี				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 13 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านทำเลที่ตั้งจำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่โดยวิเคราะห์ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน 2 คู่ ที่ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีการศึกษาต่างกันมีระดับการตัดสินใจต่างกัน ได้แก่ คู่ที่ 1 ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า มีระดับการตัดสินใจใช้ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านทำเลที่ตั้ง มากกว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า (0.0986) และ คู่ที่ 2 ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีการศึกษาระดับปวส.,อนุปริญญา มีระดับการตัดสินใจใช้ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต



ด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า (0.1390) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตจำแนกตามอาชีพ

ระดับการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4	0.34	.08	1.13	.34
	ภายในกลุ่ม	379	28.10	.07		
	รวม	383	28.44			
ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	4	0.59	.14	2.62	<b>.03*</b>
	ภายในกลุ่ม	379	21.14	.05		
	รวม	383	21.72			
ด้านส่งเสริมการขาย	ระหว่างกลุ่ม	4	0.97	.24	2.01	.09
	ภายในกลุ่ม	379	45.41	.12		
	รวม	383	46.38			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	0.38	.09	1.89	.11
	ภายในกลุ่ม	379	18.79	.05		
	รวม	383	19.17			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 14 พบว่าผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง และ ด้านส่งเสริมการขาย จำแนกตามอาชีพ โดยวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  แต่ มี 1 ด้านที่ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีเพศต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านทำเลที่ตั้ง เนื่องจากมีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่า

ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD แสดงผลดังตาราง 15

ตาราง 15 ผลทดสอบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านทำเลที่ตั้งจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน, นักศึกษา	ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง, พนักงาน บริษัท	ค้าขาย, เจ้าของ กิจการ	อื่น ๆ
นักเรียน, นักศึกษา					.1191*
ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ					.1187*
ลูกจ้าง, พนักงาน บริษัท					.1327*
ค้าขาย, เจ้าของ กิจการ					
อื่น ๆ					

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 15 ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตจำแนกตามอาชีพโดยวิเคราะห์ด้วยวิธี Fisher's LSD พบว่า มี 3 คู่ ที่ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพต่างกันมีระดับการตัดสินใจต่างกัน ได้แก่ 1) ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา มีระดับการตัดสินใจใช้ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพอื่น ๆ (0.1191) 2) ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจอื่น ๆ มีระดับการตัดสินใจใช้ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพอื่น ๆ (0.1187) และ 3) ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพลูกจ้าง พนักงานบริษัทมีระดับการตัดสินใจใช้ร้านบริการร้าน

อินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้ง มากกว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพอื่นๆ (0.1327) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 16 ผลเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ระดับการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.07	0.02	0.31	.82
	ภายในกลุ่ม	380	28.37	0.08		
	รวม	383	28.44			
ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	3	0.20	0.07	1.18	.32
	ภายในกลุ่ม	380	21.53	0.06		
	รวม	383	21.72			
ด้านส่งเสริมการขาย	ระหว่างกลุ่ม	3	0.74	0.25	2.05	.11
	ภายในกลุ่ม	380	45.64	0.12		
	รวม	383	46.38			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.22	0.07	1.44	.23
	ภายในกลุ่ม	380	18.96	0.05		
	รวม	383	19.17			

จากตาราง 16 พบว่าผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง และ ด้านส่งเสริมการขาย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านส่งเสริมการขาย แสดงว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

ตาราง 17 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ระดับการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4	0.18	0.05	0.62	.65
	ภายในกลุ่ม	379	28.25	0.08		
	รวม	383	28.44			
ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	4	0.67	0.17	3.01	.01*
	ภายในกลุ่ม	379	21.06	0.06		
	รวม	383	21.72			
ด้านส่งเสริมการขาย	ระหว่างกลุ่ม	4	2.81	0.70	6.10	.00*
	ภายในกลุ่ม	379	43.57	0.12		
	รวม	383	46.38			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	0.83	0.21	4.30	.00*
	ภายในกลุ่ม	379	18.34	0.05		
	รวม	383	19.17			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 17 พบว่าผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง และ ด้านส่งเสริมการขาย จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และมี 2 ด้านที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านส่งเสริมการขาย เนื่องจากมีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD แสดงผลดังตาราง 18

ตาราง 18 การทดสอบระดับการตัดสินใจใช้ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้งจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ความถี่ในการใช้บริการ	น้อยกว่า 2 ครั้ง	2-4 ครั้ง	5-7 ครั้ง	8-10 ครั้ง	มากกว่า 10 ครั้ง
น้อยกว่า 2 ครั้ง					
2-4 ครั้ง					
5-7 ครั้ง	.1518*			.1381*	
8-10 ครั้ง					
มากกว่า 10 ครั้ง	.1025*			.0889*	

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 18 ผลการทดสอบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้งจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยวิธี LSD พบว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 2 ครั้ง และ 8-10 ครั้ง มีระดับการตัดสินใจใช้ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้ง มากกว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 5-7 ครั้ง (0.1518, 0.1381) ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 2 ครั้ง และ 8-10 ครั้ง มีระดับการตัดสินใจใช้ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้ง มากกว่าผู้ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต มากกว่า 10 ครั้ง (0.1025, 0.0889) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 19 การทดสอบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านส่งเสริมการขายจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ความถี่ในการใช้บริการ	น้อยกว่า 2 ครั้ง	2-4 ครั้ง	5-7 ครั้ง	8-10 ครั้ง	มากกว่า 10 ครั้ง
น้อยกว่า 2 ครั้ง					
2-4 ครั้ง					
5-7 ครั้ง	.2667*	.2035*			
8-10 ครั้ง					
มากกว่า 10 ครั้ง	.2223*	.1596*			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 19 ผลการทดสอบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านส่งเสริมการขาย จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยวิธี LSD พบว่า มี 2 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 2 ครั้ง และ 2-4 ครั้ง มีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านส่งเสริมการขาย มากกว่าผู้ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 5-7 ครั้ง (0.2667, 0.2035) และ คู่ที่ 2 ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 2 ครั้ง และ 2-4 ครั้ง มีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านส่งเสริมการขาย มากกว่าผู้ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต มากกว่า 10 ครั้ง (0.2223, 0.1596) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ระดับการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	5	0.25	0.05	0.68	0.6
	ภายในกลุ่ม	378	28.19	0.08		
	รวม	383	28.44			
ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	5	1.34	0.27	4.99	.00*
	ภายในกลุ่ม	378	20.38	0.05		
	รวม	383	21.72			
ด้านส่งเสริมการขาย	ระหว่างกลุ่ม	5	4.28	0.86	7.69	.00*
	ภายในกลุ่ม	378	42.10	0.11		
	รวม	383	46.38			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	1.44	0.29	6.15	.00*
	ภายในกลุ่ม	378	17.73	0.05		
	รวม	383	19.17			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 20 พบว่าผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง และ ด้านส่งเสริมการขาย จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และมี 2 ด้านที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านส่งเสริมการขาย เนื่องจากมีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD แสดงผลดังตาราง 21-22

ตาราง 21 ผลการทดสอบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ระยะเวลาในการ ชม.ใช้บริการ	น้อยกว่า 1ชม.	1-2 ชม.	2.01-3 ชม.	3.01- 4 ชม.	4.01- 5 ชม.	มากกว่า 6 ชม.
น้อยกว่า 1 ชม.						
1-2 ชม.						.0853*
2.01 - 3 ชม.						.1299*
3.01 - 4 ชม.						
4.01 - 5 ชม.	.1207*	.0859*		.1174*	.1711*	
มากกว่า 6 ชม.						

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 21 ผลการทดสอบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยวิธี LSD พบว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 1-2 ชม. มีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้ง มากกว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตมากกว่า 6 ชม. (0.0853) ส่วน ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตมากกว่า 6 ชม. มีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้ง มากกว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 2.01 - 3 ชม. (0.1299) ส่วน ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 ชม., 1-2 ชม., 3.01 - 4 ชม. และ 4.01 - 5 ชม. มีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้ง มากกว่าผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 4.01 - 5 ชม. (0.1207,0.0859,0.1744,0.1711) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 22 ผลการทดสอบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านส่งเสริมการขาย  
จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ระยะเวลาใน การให้บริการ	น้อยกว่า 1 ชม.	1-2 ชม.	2.01 - 3 ชม.	3.01 - 4 ชม.	4.01 - 5 ชม.	มากกว่า 6 ชม.
น้อยกว่า 1 ชม.						
1-2 ชม.						
2.01 - 3 ชม.	.2519*	.2405*		.1837*		.2507*
3.01 - 4 ชม.						
4.01 - 5 ชม.						
มากกว่า 6 ชม.						

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 22 ผลการทดสอบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านส่งเสริมการขาย จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยวิธี LSD พบว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 ชม. ,1-2 ชม. ,3.01 - 4 ชม. และมากกว่า 6 ชม. มีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านส่งเสริมการขายมากกว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีระยะเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 2.01 - 3 ชม. (0.2519,0.2405,0.1837,0.2507) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 23 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

ระดับการตัดสินใจ		df	SS	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4	0.22	0.06	0.74	.56
	ภายในกลุ่ม	379	28.22	0.07		
	รวม	383	28.44			
ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	4	0.53	0.13	2.38	.05
	ภายในกลุ่ม	379	21.19	0.06		
	รวม	383	21.72			
ด้านส่งเสริมการขาย	ระหว่างกลุ่ม	4	2.50	0.62	5.39	.00*
	ภายในกลุ่ม	379	43.88	0.12		
	รวม	383	46.38			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	0.73	0.18	3.77	.00*
	ภายในกลุ่ม	379	18.44	0.05		
	รวม	383	19.17			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 23 พบว่าผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง และ ด้านส่งเสริมการขาย จำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต โดยวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  และมี 1 ด้านที่ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนเงินเฉลี่ยในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านส่งเสริมการขาย เนื่องจากมีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD แสดงผลดังตาราง 24

ตาราง 24 ผลการทดสอบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านส่งเสริมการขาย  
จำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต

จำนวนเงินเฉลี่ย	น้อยกว่า 15 บาท	16 - 30 บาท	31 - 45 บาท	46 - 60 บาท	61 - 75 บาท
น้อยกว่า 15 บาท		.1919*	.1557*	.1331*	.2227*
16 - 30 บาท					
31 - 45 บาท					
46 - 60 บาท					
61 - 75 บาท					

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 24 ผลการทดสอบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านส่งเสริมการขายจำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยวิธี LSD พบว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนเงินเฉลี่ยในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต 16 - 30 บาท, 31 - 45 บาท, 46 - 60 บาท และ 61 - 75 บาท มีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านส่งเสริมการขาย มากกว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนเงินเฉลี่ยในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 15 บาท (0.1919, 0.1557, 0.1331, 0.2227) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 25 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอัตราค่าบริการที่พอใจ

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.04	2	0.02	0.25	.78
	ภายในกลุ่ม	28.40	381	0.08		
	รวม	28.44	383			
ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	0.40	2	0.20	3.59	.02*
	ภายในกลุ่ม	21.32	381	0.06		
	รวม	21.72	383			
ด้านส่งเสริมการขาย	ระหว่างกลุ่ม	0.44	2	0.22	1.82	.16
	ภายในกลุ่ม	45.94	381	0.12		
	รวม	46.38	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.24	2	0.12	2.41	.09
	ภายในกลุ่ม	18.93	381	0.05		
	รวม	19.17	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 25 พบว่าผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง และ ด้านส่งเสริมการขาย จำแนกตามอัตราค่าบริการที่พอใจโดยวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ .05 พบว่าโดยรวมค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  แต่มี 1 ด้านที่ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีเพศต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ด้านทำเลที่ตั้ง เนื่องจากมีค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่  $\alpha = .05$  จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD แสดงผลดังตาราง 26

ตาราง 26 ผลการทดสอบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตาม  
อัตราค่าบริการที่พอใจ

อัตราค่าบริการ ที่พอใจ	10-15 บาท	16-20 บาท	21-25 บาท
10-15 บาท			
16-20 บาท	.0738*		
21-25 บาท			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่.05

จากตาราง 26 ผลการทดสอบระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้ง  
จำแนกตามอัตราค่าบริการที่พอใจ พบว่า ผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนอัตราค่าบริการที่  
พอใจ 10-15 บาท มีระดับการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ด้านทำเลที่ตั้ง มากกว่าผู้บริการ  
ร้านอินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนอัตราค่าบริการที่พอใจ 16-20 (0.0738) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตใน จังหวัดอ่างทอง

ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง ได้พิจารณาจากข้อมูลในการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองและนำไปใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตของจังหวัดอ่างทองจำนวน 2 ราย และพิจารณาจากข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้รับจากการเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์ตามข้อสมมติฐานที่ตั้งไว้เพื่อกำหนดรูปแบบและขนาดของร้านอินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมในการลงทุนรวมทั้งการวางแผนการตลาดและการจัดการร้าน ที่คาดว่าจะจัดตั้งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอ่างทอง โดยมีรายละเอียดตามหัวข้อต่างๆ ได้แก่ ข้อสมมติฐานในการลงทุน การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการจัดการ และการวิเคราะห์ด้านการเงิน แสดงผลดังรายละเอียด ในภาพประกอบ 3 และตาราง 27-42

### ข้อสมมติฐานในการลงทุน

จากการสำรวจและเก็บข้อมูล และ การวิเคราะห์ข้อมูลในเบื้องต้นของแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง และข้อสมมติฐานในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอ่างทอง มีดังนี้

1. ขนาดธุรกิจ กำหนดให้เป็นโครงการลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก มีเครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับให้บริการแก่ลูกค้าจำนวน 20 เครื่อง โดยให้บริการทั้งอินเทอร์เน็ตและเกมส์ รวมทั้งให้บริการเสริมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการระหว่างการใช้บริการโดยการจำหน่ายขนม เครื่องดื่มและรับพิมพ์งาน

2. เงินลงทุน ในการลงทุนครั้งนี้กำหนดให้ใช้เงินออมของผู้ลงทุนเป็นเงินลงทุน โดยนำอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำซึ่งอยู่ที่อัตราร้อยละ 2.75 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำจากธนาคาร 5 แห่ง ในภาคผนวก ค และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในท้องตลาดอยู่ที่อัตราร้อยละ 8 ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เฉลี่ยของธนาคาร 5 แห่งในภาคผนวก ค มาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุน โดยผู้ลงทุนกำหนดความต้องการผลตอบแทนขั้นต่ำไว้ที่อัตราร้อยละ 10

3. ความเจริญเติบโตของธุรกิจ กำหนดให้มีความเติบโตของธุรกิจที่อัตราร้อยละ 5 ถึงแม้จากการสัมภาษณ์จะเติบโตที่อัตราร้อยละ 10 เนื่องจากข้อจำกัดของงานวิจัย และอุปสรรคของธุรกิจในด้านต่างๆ ดังนี้

3.1 ปัญหาทางการแข่งขัน ปัจจุบันการแข่งขันทางด้านราคาการให้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทองค่อนข้างสูง เนื่องจากปัจจุบันกลุ่มผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถรวมตัวกันได้ และมีการตัดราคากันเอง

3.2 ปัญหาทางด้านลิขสิทธิ์ เนื่องจากในเครื่องคอมพิวเตอร์ ที่ให้บริการในร้านอินเทอร์เน็ตนั้นต้องมีโปรแกรมการทำงานต่างๆ เช่น วินโดว์ (Windows) เป็นต้น ดังนั้นจึงต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับค่าลิขสิทธิ์ แต่ปัจจุบันราคาค่าลิขสิทธิ์ของโปรแกรมต่างๆ มีราคาสูง ทำให้ธุรกิจต้องมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนเพิ่มสูงขึ้น และราคาค่าลิขสิทธิ์เป็นสิ่งที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้เนื่องจากขึ้นอยู่กับโปรแกรมและบริษัทผู้จำหน่ายในการคิดค่าลิขสิทธิ์

3.3 ปัญหาทางด้านทัศนคติของผู้ปกครอง และการจัดระเบียบสังคม เนื่องจากทัศนคติของผู้ปกครองเกี่ยวกับร้านอินเทอร์เน็ตว่าเป็นแหล่งมอมเมาเยาวชนจึงห้ามเยาวชนไม่ให้มาใช้บริการ ประกอบกับนี้รัฐบาลได้ให้ความสนใจและออกกฎหมายควบคุมธุรกิจร้านบริการอินเทอร์เน็ตเนื่องจากมีข่าวเกี่ยวกับร้านอินเทอร์เน็ตที่ผ่านการนำเสนอของสื่อในทางลบโดยเล็งเห็นว่าเป็นธุรกิจที่มอมเมาเยาวชน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วหากพิจารณาถึงความรู้และการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ที่เยาวชนจะได้รับจากการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแล้ว หากเจ้าของร้านมีการบริหารจัดการที่ดีและคำนึงถึงประโยชน์ของเยาวชนแล้ว ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตควรเป็นแหล่งสนับสนุนให้เยาวชนได้พัฒนาความรู้จากการใช้โปรแกรมต่างๆ ที่ร้านจัดไว้บริการ รวมทั้งช่วยให้ผู้ปกครองประหยัดค่าใช้จ่ายหรือลดภาระในการจัดหาคอมพิวเตอร์ โปรแกรมต่างๆ และการให้คำแนะนำ/ความรู้ในการใช้ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุตรหลานคนอีกทางหนึ่งด้วย

4. การจัดจ้างแรงงาน ธุรกิจต้องการพนักงานจำนวน 3 ตำแหน่ง โดยมีตำแหน่งผู้จัดการ 1 ตำแหน่ง ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ มีอัตราเงินเดือน 10,000 บาท และมีพนักงานที่ต้องจ้างอีกจำนวน 2 ตำแหน่ง มีอัตราเงินเดือน 5,000 บาทต่อเดือน

5. ที่ตั้งร้าน กำหนดให้มีทำเลที่ตั้งร้านบริเวณตลาด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอ่างทอง

6. ราชภัฏราชภัฏในการลงทุนของร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตครั้งนี้ ผู้วิจัย มีข้อสมมติฐานในส่วนของภาวะวิเคราะห์รายรับรายจ่ายโดยพิจารณาจากขนาดร้านที่กำหนดให้มีคอมพิวเตอร์จำนวน 20 เครื่อง

#### การวิเคราะห์ด้านการตลาด

ในการวิเคราะห์ทางการตลาดก่อนการตัดสินใจลงทุน ผู้วิจัยได้พิจารณาในด้านอุปสงค์ และอุปทาน และพฤติกรรมของผู้บริโภค ในประเด็นต่างๆ ได้แก่ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ โดยศึกษาข้อมูลเพื่อประเมินภาวะทางการตลาดสำหรับการเสนอสินค้าและบริการตลอดจนการเตรียมข้อมูลพื้นฐานและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเมื่อเริ่มดำเนินการตามโครงการในอนาคต ซึ่งการวิเคราะห์ทางการตลาด จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ศึกษา เนื่องจากมีผลต่อการกำหนดรายจ่ายลงทุน มีข้อมูลเกี่ยวกับการตลาด ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคและคู่แข่งขึ้นเพื่อการเสนอสินค้าและบริการที่ได้รับ

การยอมรับจากผู้ให้บริการและผู้คู่แข่งได้ เช่น ขนาดของตลาด ความหลากหลายของผู้บริโภคในตลาด ชนิดของผู้บริโภคในตลาด แนวโน้มการขยายตัวของตลาด ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ อาทิ ลักษณะของสินค้า คุณภาพและบริการ รวมทั้งทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางการตลาดของกลุ่มเพื่อนำไปใช้วางแผนการตลาดได้อย่างเหมาะสม อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ดำเนินการ โดยมีปัจจัยที่สำคัญในการวิเคราะห์ตลาดเพื่อการลงทุน ได้แก่ 1) ปัจจัยภายใน เช่น ตัวผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย 2) ปัจจัยภายนอก เช่น ปริมาณผู้บริโภค ภาวะเศรษฐกิจ คู่แข่งขัน และปัจจัยอื่นๆ เป็นต้น

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นสามารถกำหนดเป็นวิสัยทัศน์ ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ และแผนการตลาดสำหรับโครงการได้ ดังนี้

1. วิสัยทัศน์ เป็นร้านอินเทอร์เน็ตที่มุ่งเน้นการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก โดยยึดหลักของการ

ให้บริการแบบเป็นกันเองกับลูกค้า

2. ผลิตภัณฑ์ ให้บริการเช่าอินเทอร์เน็ตและเกมส์ รับผิดชอบงาน จำหน่ายขนมและเครื่องดื่ม

3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ นักเรียนและนักศึกษาของสถานศึกษาที่อยู่บริเวณใกล้สถานที่ตั้งร้าน ได้แก่ วิทยาลัยเทคนิคอ่างทอง วิทยาลัยนาฏศิลป์อ่างทอง โรงเรียนสตรีอ่างทอง โรงเรียนอ่างทองปัทมโรจน์ รวมทั้งกลุ่มผู้ใหญ่ที่อาศัยอยู่รอบๆ บริเวณที่ตั้งร้าน

4. กลยุทธ์และแผนการตลาด ผู้ลงทุนแบ่งแผนการตลาดและมีกลยุทธ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายเป็น 2 ระยะ ดังนี้

**ระยะที่ 1** อยู่ในช่วงปีแรกของการลงทุนจะเน้นการตลาดสำหรับลูกค้ากลุ่มนักเรียนและนักศึกษาของสถานศึกษาที่อยู่บริเวณใกล้สถานที่ตั้งร้าน คือ วิทยาลัยเทคนิคอ่างทอง วิทยาลัยนาฏศิลป์อ่างทอง โรงเรียนสตรีอ่างทอง โรงเรียนอ่างทองปัทมโรจน์ รวมทั้งกลุ่มผู้ใหญ่ที่อาศัยอยู่รอบๆ บริเวณที่ตั้งร้าน

**ระยะที่ 2** อยู่ในช่วงปีที่สอง จะรักษากลุ่มลูกค้าเดิมไว้และขยายกลุ่มลูกค้าไปยังสถานศึกษาอื่นและผู้ใหญ่ที่อาศัยอยู่บริเวณอื่นๆ โดยการใช้แผนการตลาด

**กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ดำเนินการโดย** การให้ลูกค้าเก่าแนะนำลูกค้าใหม่มาใช้บริการ หากสามารถหาผู้มาใช้บริการที่ร้านครบ จำนวน 10 คน จะให้ชั่วโมงอินเทอร์เน็ตกับผู้แนะนำฟรี 1 ชั่วโมง ตลอดจนการลดราคาชั่วโมงให้แก่ลูกค้าในช่วงเวลาที่มีผู้มาใช้บริการน้อยหรือในช่วงเทศกาล และการสะสมชั่วโมงครบ 10 ชั่วโมงจะได้ชั่วโมงแถมฟรี 1 ชั่วโมงเพื่อรักษาลูกค้าเก่าจะมีการลดราคา



ชั่วโมงเป็นช่วง เช่น ช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการน้อย หรือ ในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ และจะมีการให้สะสม ชั่วโมงเพื่อแถมฟรี คือ บริการครบ 10 ชั่วโมงแถมฟรี 1 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังคงเน้นการบริการแบบเป็นกันเอง เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าเป็นต้น

### **ความเป็นไปได้ด้านการตลาด ประกอบไปด้วยด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้**

**ด้านผลิตภัณฑ์** ที่ให้บริการแก่ลูกค้าจะมีทั้งผลิตภัณฑ์หลักและผลิตภัณฑ์เสริม ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์หลักในการให้บริการ ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีซีพียูของ Intel Pentium 4 ซึ่งเป็นซีพียูที่มีประสิทธิภาพสูงสามารถรองรับโปรแกรมใหม่ๆ ในอนาคต และระบบเชื่อมต่อที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนใช้ระบบ ISDN ซึ่งเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพในการเชื่อมต่อ ส่วนโปรแกรมที่ให้บริการในร้านจะเน้นพวกโปรแกรมที่เป็น Free Software เป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีการซื้อลิขสิทธิ์สำหรับ โปรแกรมควบคุมระบบทุกเครื่องและในส่วนของลิขสิทธิ์โปรแกรมอื่นนั้น ทางร้านมีนโยบาย ดังนี้ ทางด้านเกมส์จะมีการซื้อลิขสิทธิ์เกมส์มาให้บริการ ปีละ 6 เกมส์สำหรับ เครื่องคอมพิวเตอร์ 10 เครื่อง นอกจากนี้ทางร้านจะมีการซื้อลิขสิทธิ์โปรแกรม Microsoft Office เพื่อให้บริการพิมพ์งานเพียง 1 เครื่อง เนื่องจากค่าลิขสิทธิ์มีราคาสูง แต่จากการตอบแบบสอบถาม จำนวนผู้ใช้บริการด้านอื่นๆ ของร้านอินเทอร์เน็ต ที่นอกเหนือจาก WWW, E-mail Chat และเกมส์ มีอัตราส่วนเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น นอกจากนี้ในด้านส่วนโปรแกรมที่ให้บริการแล้วทางร้านยังมีนโยบายในส่วนของการรักษาประสิทธิภาพความเร็วของการให้บริการ โดยจะมีการอัปเดตเครื่องคอมพิวเตอร์ในปีที่ 3 เพื่อให้คอมพิวเตอร์ที่ให้บริการมีประสิทธิภาพสามารถรองรับ โปรแกรมใหม่ๆ ได้ และ 2) ผลิตภัณฑ์เสริมในการให้บริการในร้าน ได้แก่ ขนมและเครื่องดื่มเพื่อการจำหน่าย และรับพิมพ์งาน เพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ

**ด้านราคา** กำหนดราคาในการให้บริการแก่ลูกค้าโดยใช้อัตราเดียวกับร้านบริการคอมพิวเตอร์ในจังหวัดอ่างทอง แต่จะเน้นที่ประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์และระบบที่มีประสิทธิภาพสูงกว่า

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** พิจารณาจากสถานที่ตั้งร้านและทำเลที่เลือกตั้งร้านจะเลือกสถานที่ๆ เป็นชุมชน ใกล้สถานศึกษาหลายแห่ง มีการคมนาคมสะดวก มีรถรับจ้างวิ่งผ่าน และสามารถจอดรถบริเวณหน้าร้านได้ โดยเลือกทำเลบริเวณหน้าโรงเรียนเทคนิคอ่างทองเป็นที่ตั้งร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต ซึ่งในวันหยุดมีการสอนเสริมพิเศษบริเวณใกล้ที่ตั้งร้าน บริเวณด้านหน้าร้านมีตลาดผลไม้ และบริเวณใกล้เคียงมีตลาดสุพรรณบุรี และตลาดเทศบาลโดยในร้านจะมีการตกแต่งแบบทันสมัยเน้นสีส้มที่สดใส มีการติดภาพตามฝาผนังห้อง และมีกระถางต้นไม้ตามมุมต่างๆ ของห้อง เป็นต้น

### ด้านการส่งเสริมการขาย จัดแบ่งเป็น 3 ช่วง ดังนี้

1. ช่วงก่อนเปิดร้าน จะมีการคิดป้ายโฆษณาบริเวณหน้าสถานที่ตั้งร้าน เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบว่าจะมีร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตมาเปิดให้บริการ แจกใบปลิวเกี่ยวกับข้อมูลของร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น สถานที่ตั้งร้าน โดยนำไปฝากตามร้านหนังสือเช่าในบริเวณตลาดและสถานีขนส่ง ตลอดจนนำไปไว้ตามตู้โทรศัพท์สาธารณะ และหน้าโรงเรียนในบริเวณใกล้ที่ตั้งร้าน เป็นต้น

2. ช่วงปีแรกของการดำเนินการ จะจัดโปรโมชั่นให้ผู้เข้ามาใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตได้ทดลองใช้อินเทอร์เน็ตฟรีในช่วงสองวันแรก โดยกำหนดให้คนที่มาเล่นฟรีเล่นได้ไม่เกินคนละ 1 ชั่วโมง และมีแนวทางการบริการที่เน้นความเป็นกันเองกับลูกค้า เช่น จัดพนักงานให้คำแนะนำการใช้อินเทอร์เน็ตแก่ผู้มาใช้บริการในกรณีที่เป็นลูกค้าใหม่และไม่ทราบวิธีการใช้เครื่อง หรือมีเว็บไซต์ใหม่ๆ ที่ลูกค้ายังไม่เคยใช้บริการ และมีการตีประกาศแนะนำเกี่ยวกับเว็บไซต์ด้านบันเทิงและเว็บไซต์ด้านความรู้ที่น่าสนใจให้กับผู้มาใช้บริการ

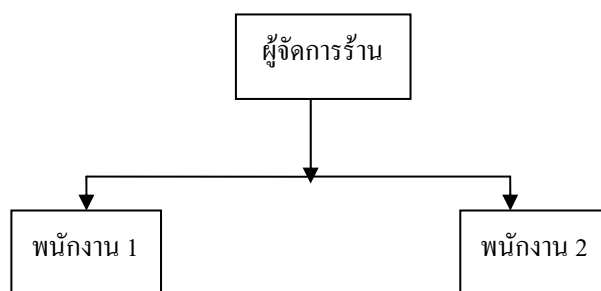
3. ช่วงปีที่ 2 การส่งเสริมการตลาดในช่วงปีหลัง จะขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยให้ลูกค้าเก่าแนะนำลูกค้าใหม่ให้มาใช้บริการที่ร้าน โดยหากมีผู้มาใช้บริการกับทางร้านครบ 10 คน ก็จะให้ชั่วโมงอินเทอร์เน็ตกับผู้แนะนำฟรี 1 ชั่วโมง ในด้านการรักษาลูกค้าเก่าจะมีการลดราคาต่อชั่วโมงเป็นช่วง เช่น ช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการน้อย หรือ ในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ และจะมีการให้สะสมชั่วโมงเพื่อแถมฟรีคือ บริการครบ 10 ชั่วโมงแถมฟรี 1 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังคงเน้นการบริการแบบเป็นกันเอง เพื่อเป็นการรักษาลูกค้า

### การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

การวิเคราะห์โครงการลงทุนในธุรกิจบริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทองครั้งนี้เป็นโครงการจัดตั้งธุรกิจใหม่ จึงมีลักษณะการเริ่มต้นจากศูนย์ กล่าวคือ ผู้บริหารต้องรับผิดชอบตั้งแต่การจัดตั้งไปจนถึงการดำเนินการ จึงต้องวางแผนอย่างละเอียด โดยเริ่มแรกผู้ลงทุนจะต้องพิจารณาผู้เกี่ยวข้องในส่วนต่างๆ ได้แก่ ผู้บริหาร พนักงาน ว่ามีประสบการณ์ มีความรู้ความสามารถเพียงใด รวมทั้งพิจารณาถึงรูปแบบการจัดองค์กรและการแบ่งงานในองค์กร ซึ่งโดยทั่วไปแล้วการวิเคราะห์การลงทุนเริ่มแรกจึงค่อนข้างยากกว่า และโครงการลงทุนใหม่ที่เกิดขึ้นมักจ้างผู้มีประสบการณ์มาแล้วเนื่องจากผู้ที่มีประสบการณ์ดังกล่าวจะรู้ขั้นตอน วิธีการปฏิบัติตลอดจนการแก้ปัญหา แม้จะต้องเรียนรู้อีกแต่ก็ไม่มากนัก

จากข้อมูลการวิเคราะห์และสรุปในเบื้องต้นของการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตจำนวน 2 ราย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้านการจัดการสำหรับร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตที่จะดำเนินการใหม่ โดยพิจารณาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ ในประเด็นหลัก ได้แก่ การจัดการองค์กร การแบ่งงานและการควบคุม มีรายละเอียด ดังนี้

โครงสร้างการบริหารจัดการของร้านอินเทอร์เน็ตที่จะเปิดดำเนินการในจังหวัดอ่างทอง แสดงดังภาพประกอบ 7



ภาพประกอบ 7 โครงสร้างการบริหารของร้านอินเทอร์เน็ต

ที่มา : ประมวลการของผู้ลงทุนประกอบการร้านอินเทอร์เน็ต

จากภาพประกอบ 7 โครงสร้างการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ตประกอบด้วย ตำแหน่งผู้จัดการร้าน และตำแหน่งพนักงานให้บริการ โดยแต่ละตำแหน่ง มีจำนวน คุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถ หน้าที่ และการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน ดังนี้

#### 1. ตำแหน่งและจำนวนพนักงานที่ต้องการ

- |                               |   |         |
|-------------------------------|---|---------|
| 1.1 ผู้จัดการ (เจ้าของกิจการ) | 1 | ตำแหน่ง |
| 1.2 พนักงานประจำร้าน          | 2 | ตำแหน่ง |

#### 2. ลักษณะพนักงานที่ต้องการ

##### 2.1 ผู้จัดการ

- 2.1.1 มีความรู้และทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี
- 2.1.2 มีความสามารถทางด้านบริหารงานและบุคคล
- 2.1.3 มีใจรักการบริการ เนื่องจากต้องมาอยู่บริการในร้านบางช่วงเวลา
- 2.1.4 รู้สภาพธุรกิจดี เพื่อสามารถวางแผนการตลาดที่เหมาะสมได้
- 2.1.5 มีใจรักในการพัฒนาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ

## 2.2 พนักงานประจำร้าน

2.2.1 ซื่อสัตย์และเชื่อถือได้ เนื่องจากจะต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับการรับเงินค่าบริการในช่วงที่ปฏิบัติงาน

2.2.2 มีความรู้และทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตพอสมควร

2.2.3 การศึกษาขั้นต่ำระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า (ปวช.)

2.2.4 มีใจรักการบริการ

2.2.5 มีใจรักการพัฒนาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ

## 2.3 ค่าตอบแทน

2.3.1 ผู้จัดการ (เจ้าของกิจการ) 10,000 บาท / เดือน / คน

2.3.2 พนักงานประจำร้าน 5,000 บาท/เดือน/คน

หมายเหตุ กำหนดให้มีการปรับขึ้นเงินเดือนในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี

## 3. ลักษณะงานและความรับผิดชอบ

### 3.1 ผู้จัดการ

3.1.1 ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้านอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ลูกค้ามาใช้บริการ

3.1.2 ด้านการบริหารบุคคลและควบคุม จัดหา และคัดเลือกพนักงานที่เหมาะสม พร้อมทั้งอบรมทักษะเพิ่มเติมให้แก่พนักงาน รวมทั้งคอยตรวจเช็คการปฏิบัติงานของพนักงาน นอกจากนี้ต้องรับผิดชอบแทนพนักงาน กรณีผู้รับผิดชอบไม่สามารถปฏิบัติงานได้

3.1.3 จัดการด้านการเงินและสินค้าในร้าน คือ คอยควบคุมดูแลด้านรายรับและรายจ่ายของร้านทุกอย่าง รวมถึงสินค้าคงเหลือพร้อมทั้งจัดซื้อเพิ่มเติมกรณีสินค้าใกล้จะหมด

3.1.4 จัดการทางด้านการตลาด กาวีธีในการเพิ่มยอดขายและเพิ่มจำนวนลูกค้า รวมทั้งจัดหาโปรแกรมที่เหมาะสมมาให้บริการในร้าน

3.1.5 ตรวจเช็คและซ่อมคอมพิวเตอร์ กรณีที่มีปัญหาทางด้านซอฟต์แวร์หรือกรณีที่สามารถแก้ไขเองได้

### 3.2 พนักงานประจำร้าน

3.2.1 ทำหน้าที่ให้บริการและคำแนะนำแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการในร้าน

3.2.2 ก่อนเริ่มปฏิบัติงานคอยตรวจเช็คชั้นขนม และเครื่องดื่มในตู้แช่หากขาดไปให้จัดเพิ่มเติมให้เต็ม

3.2.3 พิมพ์สรุปรายงานยอดการใช้บริการจากเครื่องคอมพิวเตอร์และยอดสินค้าคงเหลือ เพื่อนำส่งพร้อมเงินให้ผู้จัดการตรวจเช็ค

3.2.4 ดูแลและทำความสะอาดร้าน

### 3.2.5 สามารถดูแลซ่อมแซมคอมพิวเตอร์ในเบื้องต้นได้

เหตุผลสำคัญในการกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการของธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากร้านจะเปิดให้บริการตั้งแต่ 8.00 – 22.00 น. รวมเวลา 14 ชั่วโมง จึงต้องการพนักงาน 2 คน และเจ้าของกิจการอีก 1 คน โดยในหนึ่งสัปดาห์จะมีการสลับผลัดเปลี่ยนกันหยุด และจะมีการผลัดเปลี่ยนกันอยู่ในช่วงเช้าและเย็น โดยคนที่ทำงานช่วงเช้าจะทำงานในช่วงเวลา 8.00 – 17.00 น. และคนที่ทำงานช่วงเย็นจะทำงานในช่วงเวลา 14.00 – 22.00 น. ซึ่งการทำงานจะให้ความสำคัญกับการชี้แจงลักษณะงาน และหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานให้ชัดเจน เพื่อให้พนักงานเข้าใจขอบเขต และหน้าที่งาน ความรับผิดชอบของตนเองก่อนเริ่มปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังมีการอบรมความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ตเพิ่มเติมให้แก่พนักงาน โดยเจ้าของกิจการ ทั้งก่อนปฏิบัติงานและระหว่างปฏิบัติงาน เนื่องจากความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตจะมีการพัฒนาตลอดเวลา จึงต้องมีพัฒนาความรู้ให้ทันต่อเทคโนโลยี เพื่อสามารถจะให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการเกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ ได้

#### การวิเคราะห์ด้านการเงิน

จากการสัมภาษณ์และการตอบแบบสอบถามสามารถวิเคราะห์ออกมาเป็นด้านการตลาด และด้านการจัดการของร้านอินเทอร์เน็ต ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว นำไปสู่การประมาณการรายได้ที่จะได้รับรวมถึงค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น เพื่อจัดทำประมาณการงบกำไรขาดทุนล่วงหน้าและประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ ในการวัดผลการดำเนินงาน และประมาณการตัดสินใจลงทุน มีรายละเอียดดังนี้

#### วิเคราะห์ด้านรายรับ

จากการวิเคราะห์สามารถประมาณการยอดขายและรายได้อื่นๆที่จะได้รับจากการเปิดให้บริการทุกวันโดยไม่มีวันหยุด จึงวิเคราะห์รายรับของร้านในด้านต่างๆ ได้ ดังนี้

#### การประมาณการยอดขายรายรับ

สมมติฐานในการประมาณการยอดขาย

1. ร้านเปิดให้บริการ คิดเป็นจำนวนวันที่เปิดให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด สามารถคิดเป็นจำนวนวันและสัปดาห์ในการเปิดให้บริการได้เท่ากับ 365 วัน หรือ 52 สัปดาห์/ปี
2. การประมาณรายได้จากการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเกมส์ให้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี
3. การประมาณรายได้จากการจำหน่ายขนม และเครื่องดื่ม และรับพิมพ์งาน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

#### 4. การประมาณรายได้จากการจำหน่ายขนม และเครื่องดื่ม ดังนี้

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลและผู้ประกอบการให้สัมภาษณ์ พบว่า โดยเฉลี่ยในหนึ่งสัปดาห์ผู้ลงทุนจะมีรายได้จากบริการเสริมที่กำหนดไว้ ดังนี้

1. รายได้จากการขายขนมซึ่งจะซื้อขนมมาจำหน่ายในร้านประมาณ 1,250 ห่อ คิดเป็นรายได้จากการขายขนมต่อสัปดาห์เท่ากับ 5,000 บาท และมีต้นทุนเฉลี่ยต่อถุงเท่ากับ 4 บาท ซึ่งส่วนใหญ่จะจำหน่ายหมดในแต่ละสัปดาห์ จึงได้นำมาประมาณการรายได้จากการจำหน่ายขนมในช่วง 1 สัปดาห์ คาดว่าจะสามารถจำหน่ายขนมได้จำนวน 1,250 ห่อ จึงคิดเป็นรายรับจากขนมที่จะขายได้จำนวน 5,000 บาท ต่อสัปดาห์

2. รายได้จากการจำหน่ายเครื่องดื่มในช่วง 1 สัปดาห์ จะจำหน่ายเครื่องดื่มได้ 240 ขวด โดยคำนวณจากข้อมูลจากผู้ประกอบการให้สัมภาษณ์ว่า ในสัปดาห์จะจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำอัดลมได้ 10 ลิ้ง โดย 1 ลิ้ง บรรจุ 24 ขวด

5. รายได้จากการรับพิมพ์งาน กำหนดให้ได้วันละ 5 แผ่น ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยต่อวันที่มีผู้มาใช้บริการ

6. ยอดขายประมาณการตลอดทั้งปี ของการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเกมส์ โดยตั้งสมมติฐานจากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ซึ่งสามารถกำหนดได้ดังนี้

จำนวนผู้มาใช้บริการ 181 คน

จำนวนครั้งที่มาใช้บริการเฉลี่ยคือ 3 ครั้ง ต่อสัปดาห์

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคือ 30 บาทต่อครั้ง

ดังนั้น รายได้จากการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเกมส์ คือ  $181 \times 3 \times 30 \times 52 = 847,080$  บาทต่อปี

ตาราง 27 แสดงผลการประมาณการรายได้อื่นจากการให้บริการเสริมแก่ผู้ใช้บริการ

รายการ	จำนวน แผ่นต่อวัน	จำนวน วันต่อปี	ราคา ต่อหน่วย	ยอดขาย ปีที่ 1	ยอดขาย ปีที่ 2	ยอดขาย ปีที่ 3	ยอดขาย ปีที่ 4	ยอดขาย ปีที่ 5
1.รับพิมพ์งาน	5	365	5	9,125	9,581	10,060	10,563	11,091
รายการ	จำนวน หน่วยต่อ สัปดาห์	จำนวน สัปดาห์ ต่อปี	ราคาต่อ หน่วย	ยอดขาย ปีที่ 1	ยอดขาย ปีที่ 2	ยอดขาย ปีที่ 3	ยอดขาย ปีที่ 4	ยอดขาย ปีที่ 5
2.รายได้จาก การจำหน่าย								
- เครื่องดื่ม	240	52	9	112,320	117,963	123,833	130,024	136,526
- ขนม	1,250	52	5	325,000	341,250	358,313	376,228	395,040
	รวมรายได้อื่น			446,445	468,767	492,206	516,816	542,657

วิเคราะห์ด้านรายจ่าย จากการวิเคราะห์สามารถคาดคะเนต้นทุนและเงินลงทุนต่างๆ แบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน คือ

1. ค่าใช้จ่ายด้านการลงทุน ซึ่งเป็นกรณีเจ้าของคนเดียวและใช้เงินส่วนตัวในการลงทุน
2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ
3. ค่าเสื่อมราคา
4. ภาษีเงินได้

ค่าใช้จ่ายด้านการลงทุนนั้น จะมีการคาดคะเนค่าใช้จ่ายในการลงทุนดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ด้านสถานที่ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนออกเป็น 2 ส่วนคือ

1.1. ค่าเช่าอาคารล่วงหน้า 3 เดือน โดยจะเช่าอาคารบริเวณตลาด ค่าเช่าเดือนละ

5,000 บาท

1.2. ค่าออกแบบตกแต่งสถานที่ เป็นค่าตกแต่งพื้นผนังและภายใน รวมถึงเดินสายไฟ

และกระจกหน้าร้าน เหม่าจ่ายเป็นเงิน 60,000 บาท

## 2. วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในร้าน

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ต พบว่ามีวัสดุและอุปกรณ์ต่างๆที่ต้องจัดเตรียมไว้ก่อนเริ่มดำเนินการ แสดงผลดังตาราง 28 – 29

ตาราง 28 แสดงรายละเอียดค่าวางระบบของร้านอินเทอร์เน็ต

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	หน่วย	จำนวนเงิน (บาท)	ราคาต่อหน่วย (บาท)
1	IP Sharing	2	ชุด	9,000	18,000
2	Terminal Adapter	1	ชุด	7,500	7,500
3	External Modem	1	ชุด	2,500	2,500
4	Hub 8 port	1	ชุด	5,000	5,000
5	Hub 16 port	1	ชุด	15,000	15,000
6	ค่าติดตั้งระบบ	1	ระบบ	15,000	15,000
รวมทั้งสิ้น					<u>63,000</u>



ตาราง 29 แสดงประมาณการวัสดุและอุปกรณ์สำหรับให้บริการในร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต

ลำดับ ที่	รายการ	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	จำนวน	หน่วย	จำนวนเงิน (บาท)
1	ค่าวางระบบ (จากตาราง 28 )	63,000	1	ชุด	63,000
2	ค่าคู่สาย ISDN	3,350	1	คู่สาย	3,350
3	ค่าคู่สาย โทรศัพท์	3,350	1	คู่สาย	3,350
4	เครื่องคอมพิวเตอร์	21,000	20	เครื่อง	420,000
5	เครื่องปริ้นเตอร์	4,200	1	เครื่อง	4,200
6	โต๊ะคอมพิวเตอร์	550	20	ตัว	11,000
7	เก้าอี้	450	23	ตัว	10,350
8	โต๊ะทำงาน	1,200	1	ตัว	1,200
9	ชั้นวางขนม	500	1	ชั้น	500
10	เครื่องปรับอากาศ	28,000	2	เครื่อง	56,000
11	พัดลมฝาผนัง	585	4	เครื่อง	2,340
12	โปรแกรมควบคุมระบบ (Window	3,690	20	ชุด	73,800
13	2000)	24,000	1	ชุด	24,000
14	โปรแกรม Microsoft office	-	-	-	1,300
15	วัสดุสำนักงาน	-	-	-	3,800
16	สินค้าคงคลัง (จากหมายเหตุที่ 4)	220	10	ลัง	2,200
	ค่ามัดจำล้างและขวด(จากหมายเหตุที่4)				
	รวมทั้งสิ้น				<u>680,890</u>

จากตาราง 29 จะมีรายละเอียดเพิ่มเติมดังนี้

1. ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นราคารวมการ์ดเครือข่าย (Network card) แล้ว มีอายุการใช้งาน 5 ปี โดยปีที่ 3 จะมีการอัปเกรดเครื่องคอมพิวเตอร์โดยจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการอัปเกรด 10,000 บาท/เครื่อง รวม 200,000 บาท สำหรับต้นทุนเกี่ยวกับค่าลิขสิทธิ์เกมส์ออนไลน์ของ ร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตหรือผู้ลงทุนไม่ต้องจ่ายลิขสิทธิ์ เนื่องจากสามารถดาวน์โหลดโปรแกรมและเกมส์ออนไลน์ต่างๆ ได้ฟรี โดยไม่มีการเก็บค่าลิขสิทธิ์

2. คู่สายโทรศัพท์จำนวน 1 คู่สายใช้กรณีคู่สาย ISDN เสียหาย ส่วนคู่สาย ISDN เมื่อขอ คู่สายจากองค์การโทรศัพท์จะมีอุปกรณ์ NT (Network Terminal) ให้บริการด้วย โดยจะเก็บ ค่าบริการอุปกรณ์ NT 100 บาทต่อเดือน

3. สินค้าคงคลังเป็นเงินลงทุนในขนม 2,360 บาท และค่าเครื่องคั้นน้ำอัดลม จำนวน 10 ลัง เป็นเงิน 1,440 บาท โดยมีค่ามัดจำขวดและลัง จำนวน 2,200 บาท และมีผู้เช่าจากทางบริษัทให้ใช้ฟรี อีกจำนวน 1 ตู้

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน มีการคาดคะเน ค่าใช้จ่าย ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ค่ากระดาษและน้ำหมึกเครื่องพิมพ์

จากโครงการมีการให้บริการเสริมเป็นการรับพิมพ์งานมีรายละเอียดของต้นทุนค่า กระดาษและน้ำหมึกเครื่องพิมพ์ แสดงผลดังตาราง 30

ตาราง 30 แสดงรายละเอียดต้นทุนค่ากระดาษและน้ำหมึกเครื่องพิมพ์

รายการ	ปริมาณ	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุน	ต้นทุน
	การพิมพ์	ต่อแผ่น	ต่อวัน	ต่อปี	ต่อปี	ต่อปี	ต่อปี	ต่อปี
	(แผ่น/วัน)		(บาท)	(ปีที่ 1)	(ปีที่ 2)	(ปีที่ 3)	(ปีที่ 4)	(ปีที่ 5)
ค่ากระดาษ	5	0.16	0.80	292	307	322	338	355
ค่าน้ำหมึก	5	0.90	4.50	1,643	1,725	1,811	1,901	1,996
รวม	5	1.06	5.30	1,935	2,031	2,133	2,239	2,351

จากตาราง 30 มีรายละเอียดของการคิดต้นทุนค่ากระดาษและน้ำหมึกเครื่องพิมพ์ ดังต่อไปนี้

1. ค่ากระดาษต่อแผ่นคิดจากกระดาษ 1 รีม ราคา 80 บาท มี 500 แผ่น และต้นทุนค่าน้ำหมึก เป็นน้ำหมึก LEXMARK ใช้กับเครื่อง LEXMARK รุ่น Z45 (ที่มาเอกสารเผยแพร่ของ LEXMARK) กำหนดให้ค่าต้นทุนกระดาษและน้ำหมึกคำนวณจากสูตรดังนี้

$$\text{ต้นทุนต่อปี} = (\text{ยอดขายของแต่ละปี} / \text{ราคาการให้บริการ}) \times \text{ต้นทุนต่อแผ่น}$$

## 2 ค่าขนมและเครื่องดืม

จากโครงการมีการให้บริการเสริมเป็นการขายขนมและเครื่องดืมมีรายละเอียดของต้นทุนค่าขนมและเครื่องดืม แสดงผลดังตาราง 31

ตาราง 31 แสดงประมาณการต้นทุนค่าขนมและเครื่องดืม

รายการ	ปริมาณ	ต้นทุนต่อหน่วย	ต้นทุนต่อสัปดาห์ (บาท)	ต้นทุนต่อปี (ปีที่ 1)	ต้นทุนต่อปี (ปีที่ 2)	ต้นทุนต่อปี (ปีที่ 3)	ต้นทุนต่อปี (ปีที่ 4)	ต้นทุนต่อปี (ปีที่ 5)
ค่าเครื่องดืม	240	6	1,440	74,880	78,624	82,555	86,683	91,017
ค่าขนม	1,250	4	5,000	260,000	273,000	286,650	300,983	316,032
รวมต้นทุนค่าเครื่องดืมและขนม			6,440	334,880	351,624	369,205	387,665	407,049

จากตาราง 31 ในการคิดต้นทุนค่าขนมและเครื่องดืม จะมีวิธีการหาต้นทุนดังต่อไปนี้

1. ต้นทุนของขนมและเครื่องดืมต่อหน่วยเป็นต้นทุนโดยเฉลี่ยที่ได้จากการสัมภาษณ์
2. กำหนดให้ค่าเครื่องดืมและค่าขนมคำนวณจากสูตร ดังนี้

ต้นทุนต่อปี = (ยอดขายของแต่ละปี/ราคาขาย) x ต้นทุนต่อหน่วย

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเกมส์ ประกอบด้วย

1. ค่าใช้จ่ายในการขออนุญาตฉายหรือให้บริการซึ่งเทพหรือวัสดุโทรทัศน์ 250 บาท/ครั้ง

ซึ่งต้องมีการต่ออายุทุก ๆ 6 เดือน

2. ค่าชั่วโมงอินเทอร์เน็ตแบบเหมาจ่ายเดือนละ 5,000 บาท

3. ค่าซ่อมบำรุงคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อ 5,000 บาทต่อปี กรณีผู้ประกอบการมีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์

4. ค่าโทรศัพท์และ ISDN 750 บาท/เดือน คำนวณจาก

ค่าเช่าอุปกรณ์ NT 100 บาท

ค่าเช่าเลขหมาย ISDN 100 บาท

ค่าเช่าเลขหมายโทรศัพท์ 100 บาท

ค่าโทรศัพท์ 5 ครั้ง ครั้งละ 3 บาท (รวมทั้ง ISDN)	450 บาท
รวมค่าโทรศัพท์และ ISDN	750 บาท
5. กำหนดให้ค่าโปรแกรมเกมส์ปีละ 30,000 บาท คำนวณจาก	
ค่าโปรแกรมเกมส์เฉลี่ย	500 บาท/กล่อง
จำนวนเครื่องที่ให้บริการเกมส์	10 เครื่อง
จำนวนเกมส์ที่จะซื้อต่อปี	6 เกมส์
6. ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา 10%ของรายได้จากการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเกมส์	
แสดงผลดังตาราง 32	
7. ค่าใช้จ่ายทางการตลาด 2% ของรายได้จากการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเกมส์	
แสดงผลดังตาราง 32	

ตาราง 32 แสดงประมาณการค่าไฟฟ้าน้ำประปาและค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการให้บริการร้าน อินเทอร์เน็ตและเกมส์	847,080	889,434	933,906	980,601	1,029,632
ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา	<u>84,708</u>	<u>88,943</u>	<u>93,391</u>	<u>98,060</u>	<u>102,963</u>
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด					
- ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	6,777	7,116	7,471	7,845	8,237
- ค่าส่งเสริมการขาย	10,165	10,673	11,207	11,767	12,356
รวมค่าใช้จ่ายทางการตลาด	<u>16,942</u>	<u>17,789</u>	<u>18,678</u>	<u>19,612</u>	<u>20,593</u>

จากตาราง 32 ในการคิดค่าใช้จ่ายทางการตลาดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 40% ของยอดค่าส่งเสริมการตลาดทั้งสิ้น
2. ค่าส่งเสริมการขาย 60% ของยอดค่าส่งเสริมการตลาดทั้งสิ้น เป็นค่าจัดพิมพ์คู่มือของสะสม  
แต้ม และของรางวัลที่จะจัดขึ้นตามแต่ช่วงเวลา แสดงผลดังตาราง 33

ตาราง 33 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเกมส์

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าขออนุญาตเผยแพร่สื่อเทปและวัสดุ โทรทัศน์	500	500	500	500	500
ค่าชั่วโมงอินเทอร์เน็ต	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าซ่อมแซมคอมพิวเตอร์และระบบ	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
ค่าโทรศัพท์และ ISDN	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
ค่าโปรแกรมเกมส์	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา(จากตารางที่ 4-6)	84,708	88,943	93,391	98,060	102,963
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (จากตารางที่4-6)	16,942	17,789	18,678	19,612	20,593
รวมทั้งสิ้น	<u>206,150</u>	<u>211,232</u>	<u>216,569</u>	<u>222,172</u>	<u>228,056</u>

## 3. ค่าเช่า

โครงการร้านอินเทอร์เน็ตจะเช่าอาคารบริเวณหน้าโรงเรียนเทคนิคอ่างทอง 1 คูหา ค่าเช่าเดือนละ 5,000 บาท

## 4. เงินเดือนพนักงาน

แสดงผลดังตาราง 34

ตาราง 34 แสดงประมาณรายจ่ายของเงินเดือนพนักงานประจำร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต

ตำแหน่ง	จำนวน พนักงาน ตำแหน่ง	เงินเดือน (บาท/เดือน/ ตำแหน่ง)	เงินเดือน (บาท/ เดือน)	เงินเดือน พนักงาน ปีที่1	เงินเดือน พนักงาน ปีที่2	เงินเดือน พนักงาน ปีที่3	เงินเดือน พนักงาน ปีที่4	เงินเดือน พนักงาน ปีที่5
1.ผู้จัดการ	1	10,000	10,000	120,000	132,000	145,200	159,720	175,692
2 พนักงาน ประจำร้าน	2	5,000	10,000	120,000	132,000	145,200	159,720	175,692
	รวมทั้งสิ้น		20,000	240,000	264,000	290,400	319,440	351,384

## 5. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการดำเนินงาน ประกอบด้วย

- ค่าจดทะเบียนพาณิชย์ เมื่อเริ่มประกอบการต้องมีการจดทะเบียนพาณิชย์กับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอ่างทอง โดยเสียค่าใช้จ่าย 50 บาท
- ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ในร้าน 1,000 บาท/ปี
- ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดกำหนดให้มีค่าใช้จ่าย 1,000 บาท/เดือน ซึ่งมีผลการประมาณการแสดงดังตาราง 35

ตาราง 35 ประมาณการค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการดำเนินงาน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าจดทะเบียนพาณิชย์	50	-	-	-	-
ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
รวมทั้งสิ้น	13,050	13,000	13,000	13,000	13,000

### 3. ค่าเสื่อมราคา

ค่าเสื่อมราคาของโครงการคำนวณจากค่าใช้จ่ายลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ได้แก่ ค่าออกแบบตกแต่งสถานที่ ค่าวัสดุและอุปกรณ์ รวมถึงค่าอัปเกรดเครื่องคอมพิวเตอร์ในปีที่ 4 โดยจะคิดโดยใช้วิธีเส้นตรงไม่มีมูลค่าซาก แสดงผลดังตาราง 36

ตาราง 36 แสดงประมาณการการคำนวณค่าเสื่อมราคา

รายการ	มูลค่า	อายุใช้งาน(ปี)	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าออกแบบตกแต่ง							
สถานที่	60,000	5	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ค่าวัสดุและอุปกรณ์ (จากตาราง 28 ยกเว้น รายการที่14-16)							
ค่าวางระบบ	63,500	5	12,700	12,700	12,700	12,700	12,700
ค่าคู่สาย ISDN	3,350	5	670	670	670	670	670
ค่าคู่สาย โทรศัพท์	3,350	5	670	670	670	670	670
เครื่องคอมพิวเตอร์	420,000	5	84,000	84,000	84,000	84,000	84,000
เครื่องปริ้นเตอร์	4,200	5	840	840	840	840	840
โต๊ะคอมพิวเตอร์	11,000	5	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
เก้าอี้	10,350	5	2,070	2,070	2,070	2,070	2,070
โต๊ะทำงาน	1,200	5	240	240	240	240	240
ชั้นวางขนม	500	5	100	100	100	100	100
เครื่องปรับอากาศ	56,000	5	11,200	11,200	11,200	11,200	11,200
พัดลมฝาผนัง	2,340	5	468	468	468	468	468
ค่าโปรแกรมควบคุม ระบบ (Window 2000)	73,800	5	14,760	14,760	14,760	14,760	14,760
ค่าโปรแกรม Microsoft office	24,000	5	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
ค่าอัปเกรดเครื่อง คอมพิวเตอร์ (จากหมายเหตุ ที่1ของตาราง28)	200,000	3	-	-	66,667	66,667	66,666
รวมค่าเสื่อมราคา			146,718	146,718	213,385	213,385	213,385
ค่าเสื่อมราคาสะสม			146,718	293,436	506,821	720,206	933,590

ภาษีเงินได้ จำนวนจากเงินได้พึงประเมินหักด้วยค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาและหักลดหย่อน จำนวน 30,000 บาท โดยแบ่งเงินได้พึงประเมินและค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาได้แก่ 1) รายได้จากการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเกมส์หักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาร้อยละ 70 (ที่มาข้อมูลจากเจ้าหน้าที่สรรพากรจังหวัดอ่างทอง ณ วันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 ) และ 2) รายได้จากการรับพิมพ์งานและการจำหน่ายขนมและเครื่องดื่มหักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาร้อยละ 70 แสดงผลดังตาราง 37 -38

ตาราง 37 ประมาณการการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของกิจการร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการให้บริการ ร้านอินเทอร์เน็ตและเกมส์ (จากตาราง 31)	847,080	889,434	933,906	980,601	1,029,632
หัก ค่าใช้จ่ายเป็นการเหมา ในอัตราร้อยละ 70	592,956	622,603	653,734	686,421	720,742
รายได้จากการรับพิมพ์งาน และการจำหน่ายขนม(จาก ตาราง 31)	446,445	468,767	492,206	516,816	542,657
หัก ค่าใช้จ่ายเป็นการเหมา ในอัตราร้อยละ 70	312,512	328,137	344,544	361,771	379,860
เงินได้หลังจากหักค่าใช้จ่าย	388,057	407,461	427,834	449,225	471,687
หัก ลดหย่อนส่วนตัว	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
กำไรสุทธิที่ทำไปคำนวณ ภาษีเงินได้สุทธิ 50,000บาท แรกเสียภาษีได้ครบถ้วน	-	-	-	-	-
เงินได้สุทธิ 100,000บาท ต่อมาเสียภาษีย้อยละ 5	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
เงินได้สุทธิ 400,000 บาท ต่อมาเสียภาษี ร้อยละ 10	25,806	27,746	29,783	31,923	34,169
รวมภาษีเงินได้ที่ต้องชำระ	26,806	28,746	30,783	32,923	35,169



ตาราง 38 อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ช่วงเงินได้สุทธิแต่ละชั้น	เงินได้สุทธิ	อัตราภาษี ร้อยละ	ภาษีแต่ละชั้น เงินได้สุทธิ	ภาษีสะสม สูงสุดของชั้น
1-100,000	80,000			
	20,000	5	1,000	1,000
100,001 – 500,000	400,000	10	40,000	41,000
500,001 – 1,000,000	500,000	20	100,000	141,000
1,000,001 – 4,000,000	3,000,000	30	900,000	1,041,000
4,000,001 ขึ้นไป		37		

ที่มา : <http://www.rd.go.th> : ออนไลน์

ตาราง 39 แสดงรายละเอียดเงินลงทุนในโครงการร้านอินเทอร์เน็ต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	รวม
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน:						
ค่าเช่าอาคารล่วงหน้า 3 เดือน	15,000					15,000
ค่าออกแบบตกแต่งสถานที่	60,000					60,000
ค่าวัสดุอุปกรณ์ (ตาราง 29)	680,890					680,890
ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเพิ่ม:						
ค่าอัปเกรดเครื่องคอมพิวเตอร์			200,000			
รวม	775,890		200,000			955,890
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน						
ต้นทุนการรับพิมพ์งาน (ตาราง 30)	1,935	2,031	2,133	2,239	2,351	10,689
ต้นทุนขายขนมและเครื่องดื่ม (ตาราง 31)	334,880	351,624	369,205	387,665	407,049	1,850,423
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการให้ บริหาร อินเทอร์เน็ตและเกมส์ (ตาราง 33)	206,150	211,232	216,569	222,172	228,056	1,084,179
ค่าเช่า	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	300,000
เงินเดือนพนักงาน (ตาราง 34)	240,000	264,000	290,400	319,440	351,384	1,465,224
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน อื่นๆ (ตาราง 35)	13,050	13,000	13,000	13,000	13,000	65,050
ค่าภาษีเงินได้ (ตาราง 37)	26,806	28,746	30,783	32,923	35,169	154,427
รวม	882,821	930,633	982,090	1,037,439	1,097,009	4,929,992
			รวมทั้งสิ้น			5,885,882

การจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้าในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้าน  
บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง แสดงผลดังตาราง 40

ตาราง 40 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า 5 ปีของการลงทุนร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเกมส์	847,080	889,434	933,906	980,601	1,029,632
รับพิมพ์งานและจำหน่ายขนมเครื่องดื่ม (ตาราง30,31)	446,445	468,767	492,206	516,816	542,657
รวมรายได้	1,293,525	1,358,201	1,426,112	1,497,417	1,572,289
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน :					
ต้นทุนการรับพิมพ์งาน (ตาราง30)	1,935	2,031	2,133	2,239	2,351
ต้นทุนขายขนมและเครื่องดื่ม (ตาราง31)	334,880	351,624	369,205	387,665	407,049
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการให้บริการร้าน อินเทอร์เน็ตและเกมส์ (ตาราง33)	206,150	211,232	216,569	222,172	228,056
ค่าเช่า	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
เงินเดือนพนักงาน (ตาราง34)	240,000	264,000	290,400	319,440	351,384
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่นๆ (ตาราง35)	13,050	13,000	13,000	13,000	13,000
เสื่อมราคา (ตาราง36)	146,718	146,718	213,385	213,385	213,384
รวมค่าใช้จ่าย	1,002,733	1,048,605	1,164,692	1,217,901	1,275,224
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	290,792	309,596	1,164,692	1,217,901	1,275,224
หัก ภาษีเงินได้ (ตาราง37)	26,806	28,746	30,783	32,923	35,169
กำไร (ขาดทุน)สุทธิ	263,986	280,850	230,637	246,593	261,896
กำไรสะสม	263,986	544,836	775,473	1,022,066	1,283,962

การคาดการณ์กระแสเงินสดในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านบริการ  
ร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง แสดงผลดังตาราง 41

ตาราง 41 ประมาณการงบกระแสเงินสดในการทุนร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>กระแสเงินสดเข้า</b>						
<b>รายรับจากการ</b>						
ให้บริการร้าน	-	847,080	889,434	933,906	980,601	1,029,632
อินเทอร์เน็ตและเกมส์						
<b>รายรับจากการรับ</b>						
พิมพ์งานและจำหน่าย	-	446,445	468,767	492,206	516,816	542,657
ขนมเครื่องดื่ม						
รวมกระแสเงินสดเข้า	-	1,293,525	1,358,201	1,426,112	1,497,417	1,572,289
<b>กระแสเงินสดออก</b>						
<b>ค่าใช้จ่ายในการ</b>						
ลงทุน (ตาราง 39)	755,890	-	-	-	-	-
<b>ค่าใช้จ่ายในการ</b>						
ดำเนินงาน	-	856,015	901,887	951,307	1,004,516	1,061,840
<b>ค่าใช้จ่ายในการ</b>						
ลงทุนเพิ่ม (ตาราง 39)	-	-	-	200,000	-	-
ภาษีเงินได้	-	26,806	28,746	30,783	32,923	35,169
รวมกระแสเงินสดออก	755,890	882,821	930,633	1,182,090	1,037,439	1,097,009
กระแสเงินสดสุทธิ	(755,890)	410,704	427,568	244,022	459,978	475,280
<b>บวก</b> เงินสดยกมา	-	-	410,704	838,272	1,082,294	1,542,272
<b>บวก</b> ส่วนของเจ้าของ	755,890	-	-	-	-	-
<b>เงินสดคงเหลือยกไป</b>	-	410,704	838,272	1,082,294	1,542,272	2,017,552

การจัดทำbudgetล่วงหน้าในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านบริการร้าน  
อินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง แสดงผลดังตาราง 42

ตาราง 42 ประมาณการงบดุลล่วงหน้า 5 ปี ของการลงทุนร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต

รายการ	เริ่มโครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์</b>						
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>						
เงินสดและเงินฝากธนาคาร (ตาราง 41)		410,704	838,272	1,082,294	1,542,272	2,017,552
วัสดุสำนักงาน	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
สินค้าคงคลัง	3,800	3,800	3,800	3,800	3,800	3,800
รวมสินหมุนเวียนทรัพย์	5,100	415,804	843,372	1,087,394	1,547,372	2,022,652
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>						
ค่าออกแบบตกแต่งสถานที่	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
วัสดุและอุปกรณ์สำนักงาน (ตาราง 28) ยกเว้นรายการ (ตาราง 42)	673,590	673,590	673,590	873,590	873,590	873,590
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม (ตาราง 40)	-	146,718	293,436	506,821	720,206	933,590
รวมสินทรัพย์ถาวร	733,590	586,872	440,154	426,769	213,384	-
<b>สินทรัพย์อื่น</b>						
ค่ามัดจำเช่าอาคาร	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
ค่ามัดจำขาดและล้าง	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
รวมสินทรัพย์อื่นๆ	17,200	17,200	17,200	17,200	17,200	17,200
รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น	755,890	1,014,776	1,295,626	1,526,263	1,772,856	2,034,752
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
<b>หนี้สิน</b>						
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
ทุน	755,890	755,890	755,890	755,890	755,890	755,890
กำไรสะสมต้นงวด			263,986	544,836	775,473	1,022,066
บวก กำไรสุทธิ(ตาราง 36)		263,986	280,850	230,637	246,593	261,896
กำไรสะสมปลายงวด		263,986	544,836	775,473	1,022,066	1,283,962
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	755,890	1,019,876	1,300,726	1,531,363	1,777,956	2,039,852
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	755,890	1,019,876	1,300,726	1,531,363	1,777,956	2,039,852

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period หรือ PB) การจัดทำระยะเวลาคืนทุน ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง แสดงผลดังตาราง 43

ตาราง 43 แสดงระยะเวลาคืนทุนในการลงทุนร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต

ปีที่	กระแสเงินสดรับสุทธิ (บาท)	ยอดสะสม (บาท)
1	410,704	410,704
2	427,568	838,272
3	244,022	1,082,294
4	459,978	1,542,272
5	475,280	2,017,552

จากตาราง 43 จำนวนลงทุนในโครงการลงทุนเริ่มแรก 755,890 บาท ดังนั้นระยะเวลาคืนทุนอยู่ระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 คำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} & \text{กระแสเงินสดรับสุทธิ } 427,384 \text{ บาท ในปีที่ 2 ใช้ระยะเวลา } 365 \text{ วัน} \\ & \text{กระแสเงินสดรับสุทธิ } (755,890 - 410,704) \text{ ในปีที่ 2 ใช้ระยะเวลา } \frac{365 \times 345,186}{427,568} \\ & = 294.67 \text{ วัน} \end{aligned}$$

ดังนั้นโครงการร้านอินเทอร์เน็ต มีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 295 วัน

การจัดทำมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง แสดงผลดังตาราง 44

ตาราง 44 การประมาณมูลค่าปัจจุบันสุทธิในการลงทุนร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต

ปีที่	กระแสเงินสดสุทธิ	มูลค่าปัจจุบันของเงิน 1 บาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 10	มูลค่าปัจจุบันกระแสเงินสดรับสุทธิ
1	410,704	0.9091	373,371
2	427,568	0.8264	353,342
3	244,022	0.7513	183,334
4	459,978	0.6830	314,165
5	475,280	0.6209	295,101
	รวมมูลค่าปัจจุบันสุทธิ		1,519,313

จากตาราง 44 พบว่า การลงทุนร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต โดยพิจารณาจากสูตรการคำนวณค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ ดังนี้

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ = ค่าปัจจุบันของเงินสหรับสุทธิ - เงินลงทุนสุทธิ

รวมมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 1,519,313 บาท

เงินลงทุนสุทธิ 755,890 บาท

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 763,423 บาท

อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate Of Return หรือ IRR)

การจัดทำอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง แสดงผลดังตาราง 45

ตาราง 45 การคำนวณอัตราผลตอบแทนของการลงทุนร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ต

ระยะเวลา	กระแสเงินสดสุทธิ	อัตราลดค่าที่ 44	NPV	อัตราลดค่าที่ 45	NPV
ปีที่ลงทุน	-755,890	1.0000	-755,890.00	1.0000	-755,890.00
ปีที่1	410,704	0.6944	285,192.90	0.6897	283,262.50
ปีที่2	427,568	0.4823	206,216.00	0.4756	203,351.30
ปีที่3	244,022	0.3349	81,722.97	0.3280	80,039.22
ปีที่4	459,978	0.2326	106,990	0.2262	104,047.00
ปีที่5	475,280	0.1615	76,757.72	0.1560	74,143.68
		รวม	990.47		-11046.20

จากตาราง 45 พบว่า การคำนวณอัตราผลตอบแทนของการลงทุนร้านอินเทอร์เน็ต โดยพิจารณาจากสูตรการคำนวณอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ดังนี้

1. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน(IRR )

$$= \text{อัตราส่วนลดตัวต่ำ} + \text{ผลต่างระหว่างอัตราส่วนลด} \times \frac{\text{NPV ที่ใช้อัตราส่วนลดตัวต่ำ}}{\text{ผลต่างของค่า NPV ที่ใช้อัตราส่วนลดทั้งสอง}}$$

$$= 44 + (45 - 44) \times \frac{990.47}{990.47 - (-11046.20)}$$

$$= 44 + 0.08$$

$$= 44.08 \%$$

$$= 44.08 \%$$

2. อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit cost ratio : B/C ratio)

$$\text{B/C ratio} = \frac{1,519,313}{755,890} = 2.01$$

จากผลการคำนวณ พบว่า อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายของโครงการที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 2.01 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 จึงสรุปได้ว่า เมื่อประเมินผลโครงการด้วยวิธีอัตราผลตอบแทนจากโครงการแล้ว โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน



จากผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ต พบว่า ผลการคำนวณและวิเคราะห์งบการเงินของโครงการจัดตั้งธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขต จังหวัดอ่างทอง เป็นดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน พบว่า การลงทุนที่จำนวน 755,890 บาท มีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 9เดือน25 วัน ซึ่งถือว่าเป็นโครงการที่มีระยะเวลาคืนทุนสั้น ทำให้โครงการนี้สามารถยอมรับได้
2. ผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) พบว่า การคำนวณโดยใช้อัตราคิดลดที่อัตราร้อยละ 10 ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำที่ต้องการตามสมมติฐานในการลงทุน แล้วผลการคำนวณออกมามูลค่าปัจจุบันสุทธิ เมื่อสิ้นสุดโครงการมีค่าเท่ากับ 763,423 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวกแสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราคิดลดจึงแสดงให้เห็นว่าโครงการนี้สามารถยอมรับได้
3. ผลการวิเคราะห์ด้านอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR) พบว่า อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการอยู่ที่ร้อยละ 44.08 ซึ่งสูงกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการตามสมมติฐานในการลงทุน คืออัตราร้อยละ 10 แสดงว่าโครงการนี้มีความสามารถในการทำกำไร สามารถยอมรับได้
4. ผลการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย พบว่า อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายของโครงการที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 2.01 ซึ่งมีความมากกว่า 1 แสดงว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

#### ตอนที่ 6 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตจากรายละเอียดของข้อมูลการลงทุนตอนที่ 5 ในด้านการตลาด การบริหารจัดการ และ ด้านการเงิน พบว่า ทั้ง 3 ด้านมีความเป็นไปได้ในการลงทุน ดังนี้

1. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาดในการลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์ และการกำหนดแผนการตลาด พบว่า การลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทองมีความเป็นไปได้ในการลงทุน ดังนี้
  - 1.1 ความเป็นไปได้ด้านส่วนประสมทางการตลาด เนื่องจากลักษณะธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตเป็นธุรกิจบริการ ดังนั้นในการพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดจึงเน้นไป

ที่การตลาดบริการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ใช้ในการพิจารณา ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา สถานที่ตั้ง การส่งเสริมการขาย พนักงานผู้ให้บริการ มีวิสัยทัศน์เป็นร้านอินเทอร์เน็ตมุ่งเน้นการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตโดยยึดหลักของการให้บริการแบบเป็นกันเองกับลูกค้า

1.2 มีการจัดผลิตภัณฑ์ให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตและเกมส์ และ ผลิตภัณฑ์ส่วนควบที่เป็นบริการเสริมแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นพิเศษ ได้แก่ รับประทานอาหาร จำหน่ายขนมและเครื่องดื่ม

1.3 กลยุทธ์การเข้าตลาดและแผนการตลาด ผู้ลงทุนได้กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้าน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักเรียนและนักศึกษาของจังหวัดอ่างทอง โดยช่วงปีที่ 1 เน้นกลุ่มลูกค้านักเรียนและนักศึกษาของสถานศึกษาที่อยู่บริเวณใกล้สถานที่ตั้งร้าน เช่น วิทยาลัยเทคนิคอ่างทอง วิทยาลัยนาฏศิลป์อ่างทอง โรงเรียนสตรีอ่างทอง โรงเรียนอ่างทองปัทมโรจน์ รวมทั้งกลุ่มผู้ใหญ่ที่อาศัยอยู่รอบๆ บริเวณที่ตั้งร้าน และ ในช่วงปีที่ 2 เน้นการรักษากลุ่มลูกค้าเดิมไว้และขยายกลุ่มลูกค้าไปยังสถานศึกษาอื่นและผู้ใหญ่ที่อาศัยอยู่บริเวณอื่นๆ โดยการชี้แจงแผนทางการตลาด

1.3.1 กลยุทธ์การเข้าตลาดและแผนการตลาด ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ลงทุนได้กำหนดเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีชิพของ Intel Pentium ที่มีประสิทธิภาพสูง และระบบ ISDN เชื่อมต่อที่มีประสิทธิภาพ และใช้โปรแกรม ที่เป็น Free Software เป็นส่วนใหญ่ โดยการซื้อลิขสิทธิ์เกมส์เพื่อให้บริการ ปีละ 6 เกมส์ ซื้อลิขสิทธิ์โปรแกรม Microsoft Office เพื่อให้บริการพิมพ์งานจำนวน 1 เครื่อง รวมทั้งมีนโยบายในส่วนของการรักษาประสิทธิภาพความเร็วของการให้บริการ โดยจะมีการอัปเดตเครื่องคอมพิวเตอร์ในปีที่ 3 เพื่อให้บริการที่มีประสิทธิภาพสามารถรองรับโปรแกรมใหม่ๆ ได้ 2) ด้านราคา กำหนดราคาค่าบริการโดยยึดราคาตามคู่แข่ง แต่สร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ คือ ประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีสมรรถนะสูงกว่า เช่น ความเร็วของการประมวลผล การแสดงรูปภาพที่คมชัด มากกว่า ความเร็วของการส่งถ่ายข้อมูลที่ใช้เวลาน้อยกว่า เป็นต้น 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีหลักเกณฑ์การเลือกสถานที่/ทำเลที่เลือกตั้งของร้านในสถานที่ๆ เป็นชุมชน ใกล้สถานศึกษา มีการคมนาคมสะดวก มีรถรับจ้าง ผ่านนอกจากนี้ที่หน้าร้านและบริเวณใกล้เคียง จะมีตลาดผลไม้ ตลาดสุพรรณ และตลาดเทศบาล โดยตกแต่งร้านในแบบทันสมัย เน้นสีทันสมัย ตกภาพตามฝาผนังห้อง และมีกระถางต้นไม้ตามมุมห้องให้มีบรรยากาศใกล้เคียงธรรมชาติมากที่สุด ที่เป็นผลดีต่อสุขภาพและอารมณ์ของผู้ใช้บริการ และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ในช่วงก่อนการเปิดร้าน จะติดป้ายโฆษณาหน้าร้าน แจกใบปลิว ในสถานที่ต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ และแจกใบปลิวเกี่ยวกับข้อมูลร้านและการให้บริการ วัน/เวลาเปิด-ปิดร้าน ราคาค่าบริการ รวมทั้งบริการเสริมหรือบริการส่วนควบแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

1.3.2 มีการส่งเสริมการตลาด ใน 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 ในช่วงสองวันของปีแรกก่อนเปิดให้บริการได้วางแผนให้ผู้ให้บริการมีส่วนร่วมโดยทดลองใช้อินเตอร์เน็ตฟรี และเล่นฟรีได้ไม่เกินคนละ 1 ชั่วโมง โดยยึดหลักการบริการที่เป็นกันเองกับลูกค้า เช่น ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการใช้อินเตอร์เน็ตกับผู้มาใช้บริการในร้าน ดิประกาศแนะนำเกี่ยวกับเว็บไซต์ด้านบันเทิงและเว็บไซต์ด้านความรู้ต่างๆ ที่น่าสนใจให้กับผู้มาใช้บริการ ระยะที่ 2 หลังการเปิดให้บริการไปแล้ว 1 ปี ในการขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ จากการแนะนำของลูกค้าเก่าให้มาลองใช้บริการโดยจะให้ผลตอบแทนแก่ผู้ที่แนะนำ โดยให้ชั่วโมงอินเตอร์เน็ตฟรี 1 ชั่วโมงต่อลูกค้าใหม่จำนวน 10 คน ในด้านการรักษาลูกค้าก็จะมีการลดราคาชั่วโมงในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้น้อย หรือ ในช่วงเทศกาลสำคัญจะมีการให้ชั่วโมงสะสมแถมฟรี 1 ชั่วโมง หากลูกค้าใช้บริการครบทุก 10 ชั่วโมง และได้กำหนดให้บริการแบบเป็นกันเองเป็นนโยบายสำคัญแก่พนักงานทุกคนในการรักษาลูกค้า

2 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการบริหารในการลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเตอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง พบว่า การลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเตอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทองครั้งนี้ มีความเป็นไปได้ในด้านการบริหารจัดการ ดังนี้

2.1 มีโครงสร้างการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับขนาดธุรกิจร้านอินเตอร์เน็ตในด้านลูกค้าและพนักงานให้บริการ จากการระบุนรายละเอียดในด้านต่างๆ ได้แก่ จำนวนผู้บริหารและพนักงาน คุณลักษณะที่ต้องการ คุณสมบัติ หน้าที่ที่ปฏิบัติ และ ค่าตอบแทน ดังนี้

2.1.1 ตำแหน่งพนักงานของร้าน ประกอบด้วย ผู้จัดการ (เจ้าของกิจการ) จำนวน 1 ตำแหน่ง และ พนักงานประจำร้านจำนวน 2 ตำแหน่ง

2.1.2 ลักษณะพนักงานที่ต้องการ ได้แก่ ความรู้และทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ต ความสามารถทางด้านบริหารงานและบุคคล มีใจรักการบริการ รู้สภาพธุรกิจดี และมีใจรักในการพัฒนาความรู้เพิ่มเติม

2.1.3 ลักษณะของพนักงานประจำร้าน ได้แก่ มีความซื่อสัตย์และเชื่อถือได้ มีความรู้และทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ต มีการศึกษาขั้นต่ำระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า (ปวช.) มีใจรักการบริการ และมีใจรักในการพัฒนาความรู้เพิ่มเติม

2.1.4 ค่าตอบแทนผู้จัดการและพนักงาน .ผู้จัดการ (เจ้าของกิจการ) มีค่าตอบแทน 10,000 บาท/เดือน พนักงานประจำร้าน มีค่าตอบแทน 5,000 บาท/เดือน/คน และมีการปรับขึ้นเงินเดือนในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี

2.1.5 ลักษณะงานและความรับผิดชอบของผู้จัดการ ทำหน้าที่ ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้านอินเตอร์เน็ต ควบคุม จัดหา และคัดเลือกพนักงานที่เหมาะสม อบรมทักษะเพิ่มเติมให้แก่พนักงาน ตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงาน และ ต้องรับผิดชอบแทนพนักงาน ที่ไม่สามารถ

ปฏิบัติงานได้ จัดการด้านการเงินและสินค้าในร้าน จัดการด้านการตลาดในการเพิ่มยอดขายและเพิ่มจำนวนลูกค้า ตลอดจนจัดหาโปรแกรมที่เหมาะสมมาให้บริการลูกค้า และ ตรวจสอบเช็คและซ่อมคอมพิวเตอร์ที่มีปัญหา

2.1.6 ลักษณะงานและความรับผิดชอบของพนักงานประจำร้าน ทำหน้าที่ให้บริการและคำแนะนำแก่ลูกค้า ตรวจสอบชิ้นขนม และเครื่องดื่มในตู้แช่และจัดหาเพิ่มเติมให้เต็มจำนวน พิมพ์สรุปรายงานยอดการใช้บริการและยอดสินค้าคงเหลือพร้อมเงินให้ผู้จัดการตรวจเช็คดูแลและทำความสะอาดร้าน ซ่อมแซมคอมพิวเตอร์ในเบื้องต้นได้

2.1.7 มีการกำหนดระยะเวลาที่เปิด-ปิดการให้บริการแก่ลูกค้าที่ชัดเจน ตั้งแต่เวลา 8.00 – 22.00 น. และแบ่งเวลาในการทำงานของพนักงาน และเจ้าของกิจการอีก 1 คน ต่อสัปดาห์ไว้ชัดเจน คือ จะมีการสลับผลัดเปลี่ยนการหยุด และการผลัดเปลี่ยนการให้บริการ 2 ช่วงเวลา คือ ในช่วงเช้าและเย็น ในช่วงเช้าระหว่างเวลา 8.00 – 17.00 น. และในช่วงเย็นระหว่างเวลา 14.00 – 22.00 น. โดยผู้จัดการร้านให้ความสำคัญในการชี้แจงลักษณะงาน และหน้าที่ความรับผิดชอบให้แก่พนักงาน เพื่อให้ความเข้าใจขอบเขต หน้าที่งาน และความรับผิดชอบของก่อนเริ่มปฏิบัติงาน นอกจากนี้ ได้มีการอบรมความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ตเพิ่มเติมทั้งก่อนและระหว่างปฏิบัติงาน ให้พนักงานทันต่อความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงหรือสิ่งใหม่ๆ ได้

3. ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินในการลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง พบว่า การลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทองครั้งนี้ มีความเป็นไปได้ในด้านการเงิน

3.1 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านบริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง ด้านการเงิน พบว่า มีความเป็นไปได้ในการลงทุนทุกด้าน เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของความคุ้มค่าต่อการลงทุนซึ่งพิจารณาจากความคุ้มค่าในการลงทุน ในประเด็น มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน และระยะเวลาคืนทุน แสดงดังตาราง 46

ตาราง 46 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามตัวชี้วัดความคุ้มค่าในการลงทุน

ตัวชี้วัดความคุ้มค่าในการลงทุน	ค่าที่คำนวณได้มีค่า	การแปลผล
ระยะเวลาคืนทุน	1 ปี 9 เดือน 25 วัน	มีระยะเวลาคืนทุนสั้นคือต่ำกว่า 2 ปี
NPV	+ 763,423 บาท	เป็นโครงการที่มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นค่าบวกมีความเป็นไปได้ในการลงทุน
IRR	44.08 %	มีอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนสูงกว่าที่กำหนดไว้คือ 10%
B/C Ratio	2.01	มีผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายมากกว่า 1 จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

จากตาราง 46 อธิบายผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านบริการอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทองด้านการเงินโดยพิจารณาจากความคุ้มค่าในการลงทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน และระยะเวลาคืนทุน พบว่า

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) ของโครงการที่คำนวณได้มีค่าต่ำกว่า 2 ปี ( มีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 295วัน หรือ 1 ปี 9 เดือน 25 วัน) เมื่อนำมาเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในการตัดสินใจ คือ หากค่า PB < ระยะเวลาดำเนินงานของโครงการแสดงว่าการลงทุนของโครงการให้ผลที่คุ้มค่า จากผลการวิเคราะห์โครงการมีระยะเวลาคืนทุนของโครงการที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าระยะเวลาดำเนินงานของโครงการจึงสรุปว่า การลงทุนของโครงการให้ผลที่คุ้มค่าในการลงทุน

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) ของโครงการที่คำนวณได้มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิการลงทุน = + 2.01 เมื่อนำมาเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในการตัดสินใจ คือ หากค่า NPV ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า 0 หรือมีค่าเป็นบวก (NPV > 0 หรือมีค่าเป็นบวก) แสดงว่าการลงทุนของโครงการให้ผลที่คุ้มค่า จากผลการวิเคราะห์โครงการ พบว่า มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิต่อการลงทุนของโครงการที่คำนวณได้มีค่า + 2.01 ซึ่งมากกว่า 0 และเป็นบวก จึงสรุปได้ว่าการลงทุนของโครงการมีผลตอบแทนต่อการลงทุนที่คุ้มค่าในการลงทุน

3. อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of return : IRR) ของโครงการที่คำนวณได้มีค่า = 2.01 01 เมื่อนำมาเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในการตัดสินใจ คือ หากค่า IRR มีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินลงทุน (  $IRR > \text{อัตราดอกเบี้ยเงินลงทุน}$ ) แสดงว่า การลงทุนของโครงการมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน จากผลการวิเคราะห์โครงการมีอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการน้อยหรือต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินลงทุน จึงสรุปได้ว่า การลงทุนของโครงการมีผลตอบแทนต่อการลงทุนที่คุ้มค่าในการลงทุน

4. อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (Benefit Cost Analysis : B/C Ratio) ของโครงการที่คำนวณได้มีค่า = + 2.01 เมื่อนำมาเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในการตัดสินใจ คือ หากค่า B/C Ratio ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าการลงทุนของโครงการให้ผลที่คุ้มค่า จากผลการวิเคราะห์โครงการมีอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนของโครงการ พบว่า ค่าที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า 1 จึงสรุปได้ว่า การลงทุนของโครงการมีผลตอบแทนต่อเงินลงทุนที่คุ้มค่าในการลงทุน