

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

4.1 ผลการวิเคราะห์ส่วนของผู้บริโภค

จากการประเมินผลข้อมูล ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคจำนวน 210 ชุด พบว่า

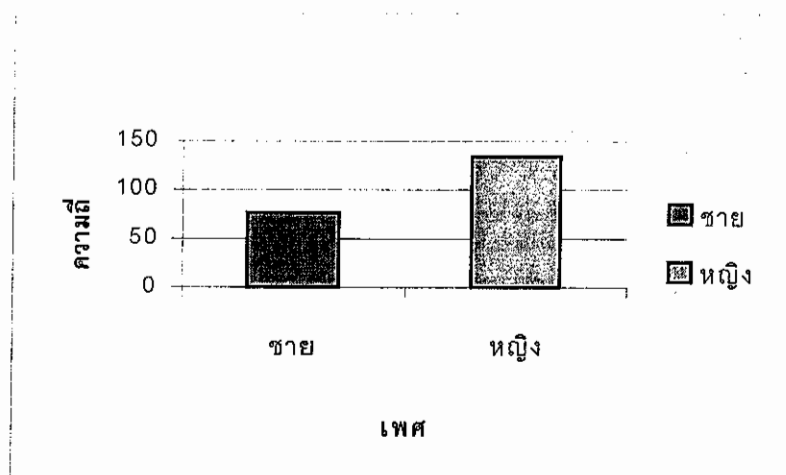
ข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 เพศของผู้บริโภค

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	76	36.2
หญิง	134	63.8
รวม	210	100.0

จากตาราง4-1 พบว่า เพศของผู้บริโภคเป็นเพศชาย 76 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 เพศหญิง 134 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8

แผนภูมิที่ 4-1 แสดงถึงเพศของผู้บริโภค

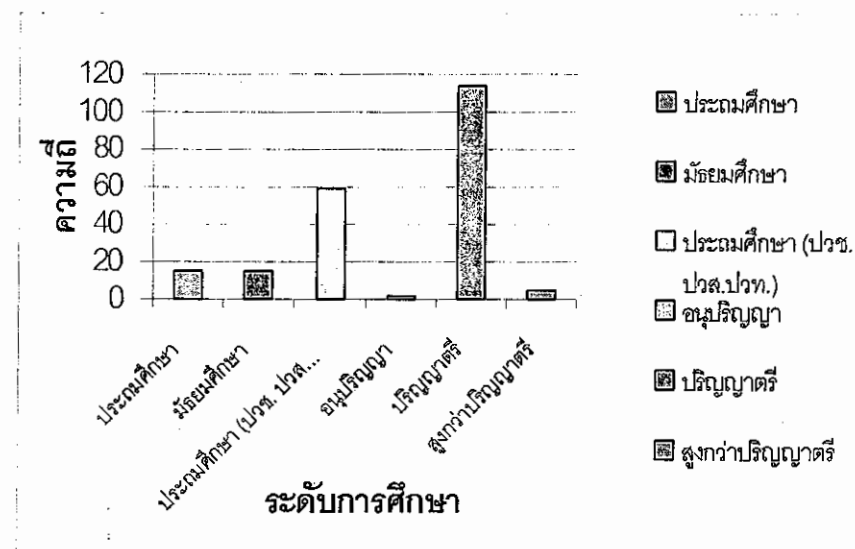


ตารางที่ 4-2 ระดับการศึกษาของผู้บริโภค

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ประถมศึกษา	15	7.1
มัธยมศึกษา	15	7.1
อาชีวศึกษา (ปวช.ปวส.ปวท.)	59	28.1
อนุปริญญา	2	1.0
ปริญญาตรี	114	54.3
สูงกว่าปริญญาตรี	5	2.4
รวม	210	100.0

จากตาราง 4-2 พบว่าระดับการศึกษาของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ ระดับปริญญาตรีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาคือ ระดับอาชีวศึกษาจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1

แผนภูมิที่ 4-2 แสดงระดับการศึกษาของผู้บริโภค

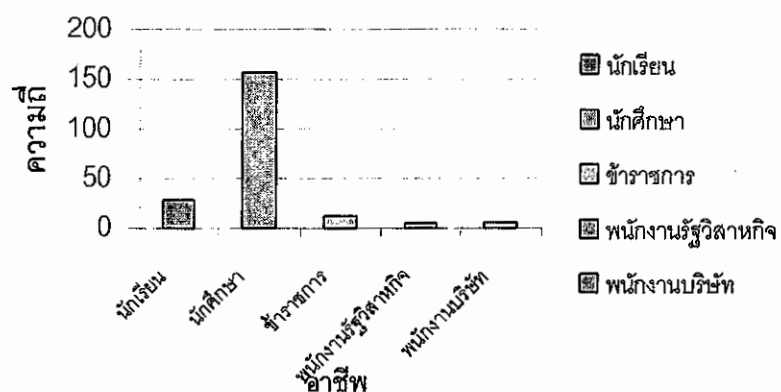


ตารางที่ 4-3 อาชีพของผู้บริโภค

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
นักเรียน	29	13.9
นักศึกษา	157	75.1
ข้าราชการ	12	5.7
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	2.4
พนักงานบริษัท	6	2.9
รวม	209	100.0

จากตาราง 4-3 พบว่าอาชีพส่วนใหญ่ของผู้บริโภคคือ นักศึกษา จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 75.1 รองลงมาคือ นักเรียน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9

แผนภูมิที่ 4-3 แสดงอาชีพของผู้บริโภค



ตารางที่ 4-4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค

ระดับการศึกษา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	ต่ำกว่า 2,000 บาท	2,000-5,000 บาท	5,001-8,000 บาท	8,001-11,000 บาท	มากกว่า 11,000 บาท	
ประถมศึกษา	14 (6.7)	1 (0.5)	0	0	0	15 (7.2)
มัธยมศึกษา	14 (6.7)	0	0	1 (0.5)	0	15 (7.2)
อาชีวศึกษา (ปวช.ปวส.ปวท.)	33 (15.9)	25 (12.0)	1 (0.5)	0	0	59 (28.4)
อนุปริญญา	0	1 (0.5)	0	1 (0.5)	0	2 (1.0)
ปริญญาตรี	42 (20.2)	48 (23.1)	9 (4.3)	5 (2.4)	8 (3.8)	112 (53.8)
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0	2 (1.0)	1 (0.5)	2 (1.0)	5 (2.4)
รวม	103 (49.5)	75 (36.1)	12 (5.8)	8 (3.8)	10 (4.8)	208 (100)

หมายเหตุ : A (B) ; A แทน จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบข้อนี้ (ความถี่)

B แทน ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-4 พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะต่ำกว่า 2,000 บาทต่อเดือน

มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 โดยผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.7 ในระดับมัธยมศึกษา ส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.4 ในระดับอาชีวศึกษา ส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.9 ในระดับปริญญาตรี จะมีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.1 ในระดับสูงกว่าปริญญาตรีจะมีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 5,001-8,000 และมากกว่า 11,000 จำนวน อย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

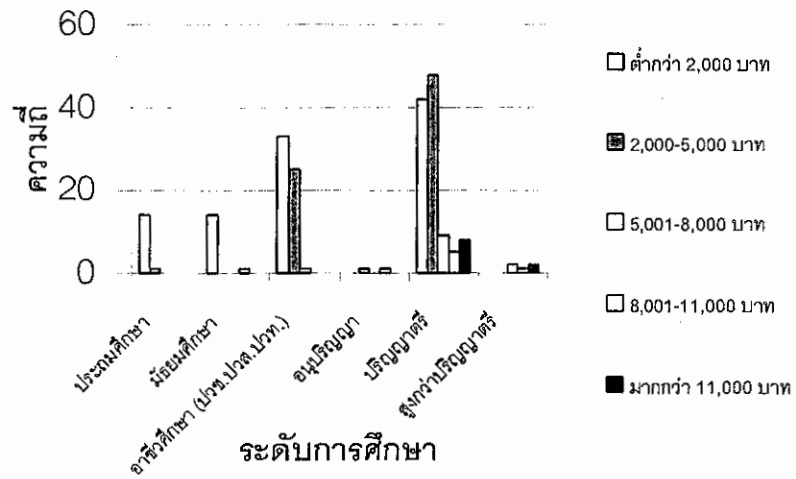
พ
Z
246
.E43
๕716
2543

- 24 ส.ค. 2543
4340284



สำนักหอสมุด

แผนภูมิที่ 4-4 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค



ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการของผู้บริโภค

จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษาจะมีความถี่ในการเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการมากที่สุด โดยจะมีการเข้าใช้บริการมากกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ดังตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 ความถี่ในการเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

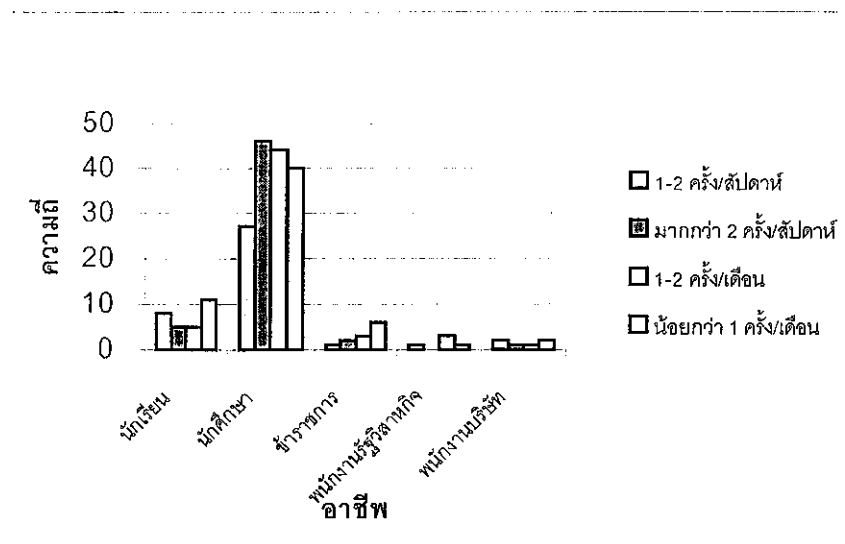
อาชีพ	ความถี่ในการเข้าใช้บริการ				รวม
	1-2 ครั้ง/ สัปดาห์	มากกว่า 2 ครั้ง/ สัปดาห์	น้อยกว่า 1 ครั้ง/ เดือน	1-2 ครั้ง/เดือน	
นักเรียน	8 (3.8)	5 (2.4)	11 (5.3)	5 (2.4)	29 (13.9)
นักศึกษา	27 (12.9)	46 (22.0)	40 (19.1)	44 (21.1)	157 (75.1)
ข้าราชการ	1 (0.5)	2 (1.0)	6 (2.9)	3 (1.4)	12 (5.7)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1 (0.5)	0	1 (0.5)	3 (1.4)	5 (2.4)
พนักงานบริษัท	2 (1.0)	1 (0.5)	2 (1.0)	1 (0.5)	6 (2.9)
รวม	39 (18.7)	54 (25.8)	60 (28.7)	56 (26.8)	209 (100)

หมายเหตุ : A (B) ; A แทน จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบข้อนี้ (ความถี่)

B แทน ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-5 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ในทุกสาขาอาชีพจะเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือนจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 ในขณะที่นักศึกษาส่วนใหญ่จะเข้าใช้บริการมากกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 22

แผนภูมิที่ 4-5 แสดงความถี่ของการเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการด้วย
เครื่องคอมพิวเตอร์



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าจำนวนงานของผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการ
ร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในแต่ละครั้งส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 1-5 แผ่น ดังตาราง 4-6

ตาราง 4-6 จำนวนงานของผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในแต่ละครั้ง

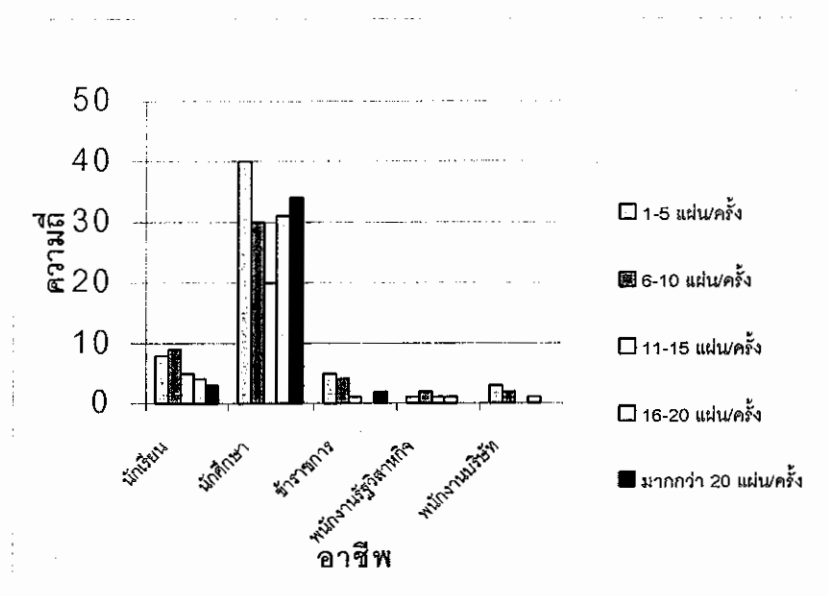
อาชีพ	ความถี่ของงาน					รวม
	1-5 แผ่น/ครั้ง	6-10 แผ่น/ครั้ง	11-15 แผ่น/ครั้ง	16-20 แผ่น/ครั้ง	มากกว่า 20 แผ่น/ครั้ง	
นักเรียน	8 (3.9)	9 (4.3)	5 (2.4)	4 (1.9)	3 (1.4)	29 (14.0)
นักศึกษา	40 (19.3)	30 (14.5)	20 (9.7)	31 (15.0)	34 (16.4)	155 (74.9)
ข้าราชการ	5 (2.4)	4 (1.9)	1 (0.5)	0	2 (1.0)	12 (5.8)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1 (0.5)	2 (1.0)	1 (0.5)	1 (0.5)	0	5 (2.4)
พนักงานบริษัท	3 (1.4)	2 (1.0)	0	1 (0.5)	0	6 (2.9)
รวม	57 (27.5)	47 (22.7)	27 (13.0)	37 (17.9)	39 (18.8)	207 (100)

หมายเหตุ : A (B) ; A แทน จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบข้อนี้ (ความถี่)

B แทน ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-6 พบว่าจำนวนงานของผู้บริโภคส่วนใหญ่ในทุกอาชีพที่เข้ารับบริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในแต่ละครั้งจะอยู่ระหว่าง 1-5 แผ่น จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 ในขณะที่ นักเรียนส่วนใหญ่จะเข้ารับบริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในแต่ละครั้งมีจำนวน 6-10 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 4.3

แผนภูมิที่ 4-6 แสดงจำนวนงานของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในแต่ละครั้ง



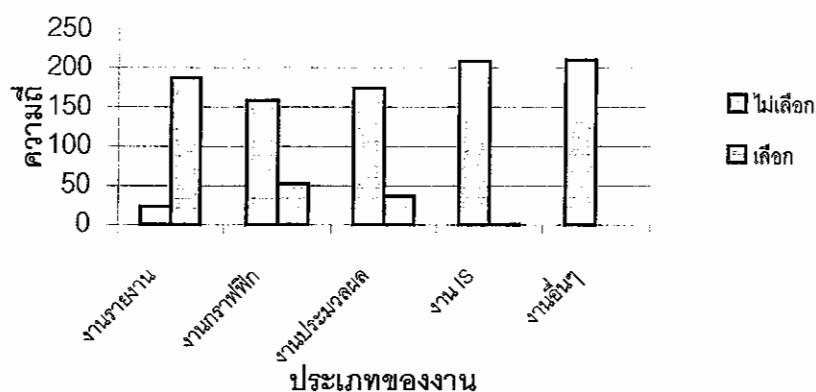
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าลักษณะของงานส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการคือ งานรายงาน สัญญาต่างๆ จดหมายสมัครงาน ประกาศ และ Term paper ดังตาราง 4-7

ตารางที่ 4-7 ลักษณะของงานในการเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการของผู้บริโภค

ลักษณะงาน	ไม่เลือก	%	เลือก	%	รวม	%
งานรายงาน	23	11	187	89	210	100
งานกราฟฟิก	158	75.2	52	24.8	210	100
งานประมวลผล	174	82.9	36	17.1	210	100
งาน IS	209	99.5	1	0.5	210	100
อื่นๆ	210	100	-	-	210	100

จากตาราง 4-7 พบว่าลักษณะของงานที่ผู้บริโภครส่วนใหญ่เข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการจะเป็นงานประเภทรายงาน สัญญาต่างๆ จดหมายสมัครงาน ประกาศ และ Term paper โดยมีผู้บริโภคที่เลือกข้อนี้จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 89 รองลงมาคือ งานกราฟฟิกที่ทำเป็นรูปภาพต่างๆ โดยมีอักษรประกอบเพียงเล็กน้อย จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8

แผนภูมิที่ 4-7 แสดงลักษณะของงานในการเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการของผู้บริโภค



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่จะนำงานไปให้ทางร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการพิมพ์ และพิมพ์ออกมา ดังตาราง 4-8

ตารางที่ 4-8 ลักษณะของการเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการของผู้บริโภค

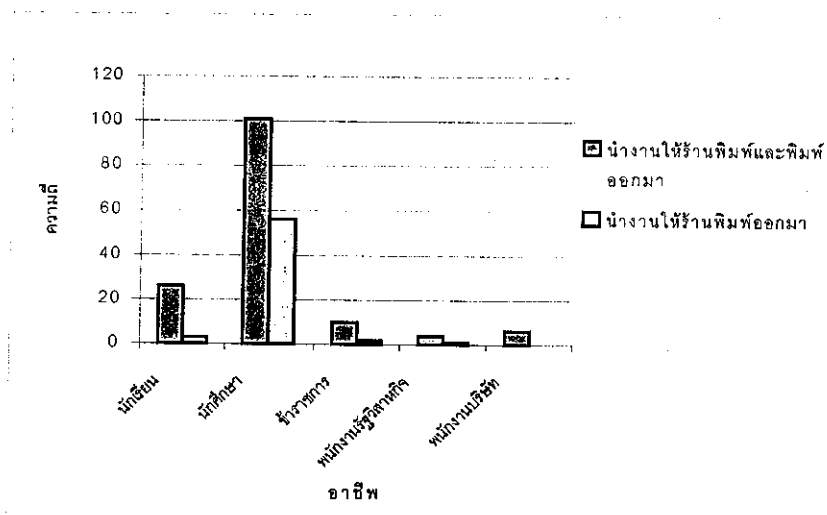
อาชีพ	ลักษณะของการเข้าใช้บริการ		
	นำงานให้ร้านพิมพ์และพิมพ์ออกมา	นำงานให้ร้านพิมพ์ออกมา	รวม
นักเรียน	26 (12.4)	3 (1.4)	29 (13.9)
นักศึกษา	101 (48.3)	56 (26.8)	157 (75.1)
ข้าราชการ	10 (4.8)	2 (1.0)	12 (5.7)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4 (1.9)	1 (0.5)	5 (2.4)
พนักงานบริษัท	6 (2.9)	0	6 (2.9)
รวม	147 (70.3)	62 (29.7)	209 (100)

หมายเหตุ : A (B) ; A แทน จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบข้อนี้ (ความถี่)

B แทน ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-8 พบว่าผู้บริโภคในทุกสาขาอาชีพส่วนใหญ่ จะนำงานไปให้ร้านพิมพ์และพิมพ์ออกมา จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3

แผนภูมิที่ 4-8 แสดงลักษณะของการเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการของผู้บริโภค



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าราคาต่อแผ่นของงานกราฟฟิก งานประมวลผลข้อมูล และงานวิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์ IS จะมีราคาใกล้เคียงกัน ดังตาราง 4-9

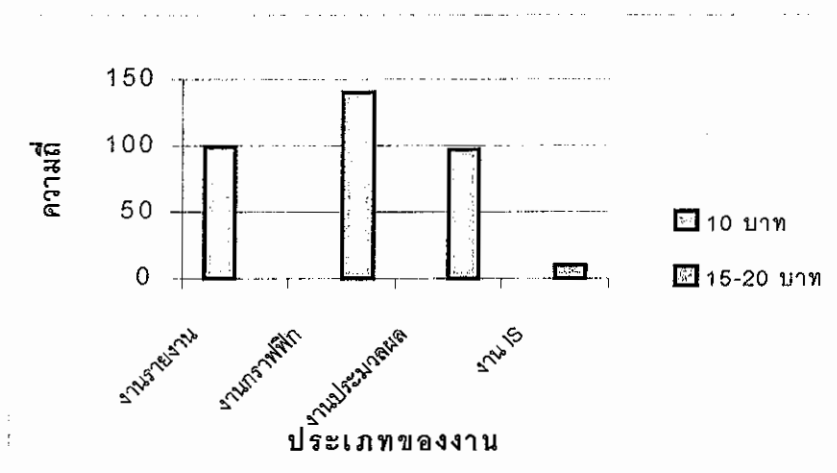
ตารางที่ 4-9 ราคาต่อแผ่นของงานในลักษณะต่างๆ

ประเภทของงาน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม					
	10 บาท	%	15-20 บาท	%	รวม	%
งานรายงาน	99	47.1	-	-	210	100
งานกราฟฟิก	-	-	140	66.7	210	100
งานประมวลผล	-	-	97	46.2	210	100
งาน IS	-	-	10	4.8	210	100

จากตาราง 4-9 พบว่า

- งานเอกสารประเภทรายงาน สัญญาต่างๆ จดหมายสมัครงาน ประกาศ Term Paper ส่วนใหญ่จะมีราคา 10 บาทต่อแผ่น คิดเป็นร้อยละ 47.1
- งานกราฟฟิกที่ทำเป็นรูปภาพต่างๆ โดยมีอักษรประกอบเพียงเล็กน้อย ส่วนใหญ่จะมีราคาอยู่ระหว่าง 15-20 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.7
- งานประมวลผลข้อมูล ส่วนใหญ่จะมีราคาอยู่ระหว่าง 15- 20 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.2
- งานวิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์ IS ส่วนใหญ่จะมีราคาอยู่ระหว่าง 15- 20 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.8

แผนภูมิที่ 4-9 แสดงราคาต่อแผ่นของงานในลักษณะต่างๆ



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้บริโภคร่วมมากมีความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการไม่จำเป็นต้องสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์ ดังตาราง 4-10

ตารางที่ 4-10 ผู้ประกอบธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการ จำเป็นต้องสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์

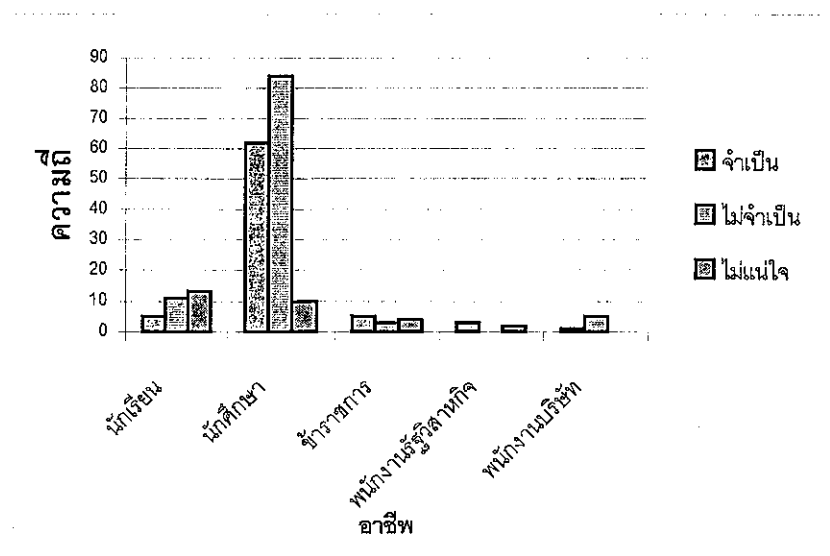
อาชีพ	การสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์			
	จำเป็น	ไม่จำเป็น	ไม่แน่ใจ	รวม
นักเรียน	5 (2.4)	11 (5.3)	13 (6.3)	29 (13.9)
นักศึกษา	62 (29.8)	84 (40.4)	10 (4.8)	156 (75.0)
ข้าราชการ	5 (2.4)	3 (1.4)	4 (1.9)	12 (5.8)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3 (1.4)	0	2 (1.0)	5 (2.4)
พนักงานบริษัท	1 (0.5)	5 (2.4)	0	6 (2.9)
รวม	76 (36.5)	103 (49.5)	29 (13.9)	208 (100.0)

หมายเหตุ : A (B) ; A แทน จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบข้อนี้ (ความถี่)

B แทน ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-10 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าผู้ประกอบธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการไม่จำเป็นต้องสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 ในขณะที่ผู้บริโภคที่เป็นนักเรียนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ไม่แน่ใจ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และผู้บริโภคที่เป็นข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า จำเป็น โดยผู้ที่เป็นข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 2.4 และผู้ที่ทำงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 1.4 ที่ตอบข้อนี้ การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าผู้ประกอบธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการไม่จำเป็นต้องสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์ ก็เนื่องมาจากการงานของผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะเป็นงานพิมพ์ธรรมดา ไม่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถในด้านคอมพิวเตอร์มากนัก อีกทั้งโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ก็ยังใช้งานได้ง่ายทำให้สะดวกต่อผู้ประกอบการในการเรียนรู้ด้วยตนเอง

แผนภูมิที่ 4-10 แสดงผู้ประกอบการกิจกรรมผลิตงานเอกสารทางวิชาการ จำเป็นต้องสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่เห็นว่าทำเลที่ตั้งร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการที่เหมาะสมที่สุดคือ บริเวณสถานศึกษา ดังตาราง 4-11

ตารางที่ 4-11 ทำเลที่ตั้งร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการที่เหมาะสมกับการเข้าใช้บริการของผู้บริโภค

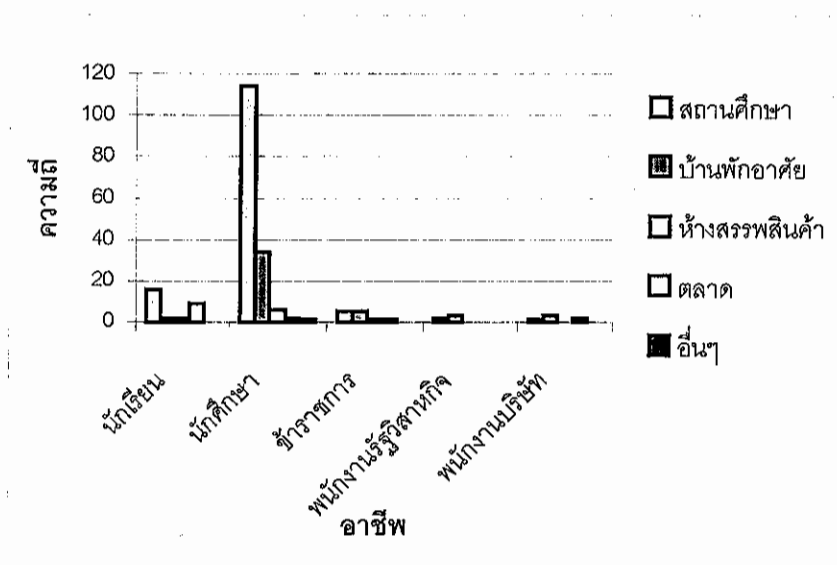
อาชีพ (Occupation)	บริเวณที่ตั้งร้านที่เหมาะสม (Appropriate location for the shop)					รวม (Total)
	สถานศึกษา (Educational Institution)	บ้านพักอาศัย (Residence)	ห้างสรรพสินค้า (Shopping Mall)	ตลาด (Market)	อื่นๆ (Others)	
นักเรียน (Student)	16 (7.7)	2 (1.0)	2 (1.0)	9 (4.3)	0	29 (13.9)
นักศึกษา (Student)	114 (54.5)	34 (16.3)	6 (2.9)	2 (1.0)	1 (0.5)	157 (75.1)
ข้าราชการ (Government Employee)	5 (2.4)	5 (2.4)	1 (0.5)	1 (0.5)	0	12 (5.7)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Employee)	2 (1.0)	3 (1.4)	0	0	0	5 (2.4)
พนักงานบริษัท (Private Company Employee)	1 (0.5)	3 (1.4)	0	2 (1.0)	0	6 (2.9)
รวม (Total)	138 (66.0)	47 (22.5)	9 (4.3)	14 (6.7)	1 (0.5)	209 (100.0)

หมายเหตุ : A (B) ; A แทน จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบข้อนี้ (ความถี่)

B แทน ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-11 พบว่าทำเลที่ตั้งร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการที่เหมาะสมกับการเข้าใช้บริการของผู้บริโภคส่วนใหญ่ในทุกสาขาอาชีพ คือ บริเวณสถานศึกษา จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 66 ในขณะที่พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทกลับเห็นว่าทำเลที่ตั้งร้านที่เหมาะสมคือ บริเวณบ้านพักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 1.4 เป็นที่น่าสังเกตว่าบริเวณทำเลที่ตั้งของร้านมักจะเป็นบริเวณที่ผู้บริโภคอาศัยอยู่ หรือทำงานอยู่ในบริเวณนั้น ดังนั้นการจัดตั้งทำเลที่ตั้งร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการที่เหมาะสมควรจะเป็นสถานที่ภายในแหล่งชุมชนมากกว่าแหล่งอื่น

แผนภูมิที่ 4-11 แสดงทำเลที่ตั้งร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการที่เหมาะสมกับการเข้าใช้บริการของผู้บริโภค



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการของผู้บริโภค คือ ราคาต่อแผ่นของงาน ดังตาราง 4-12

ตารางที่ 4-12 สาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการของผู้บริโภค

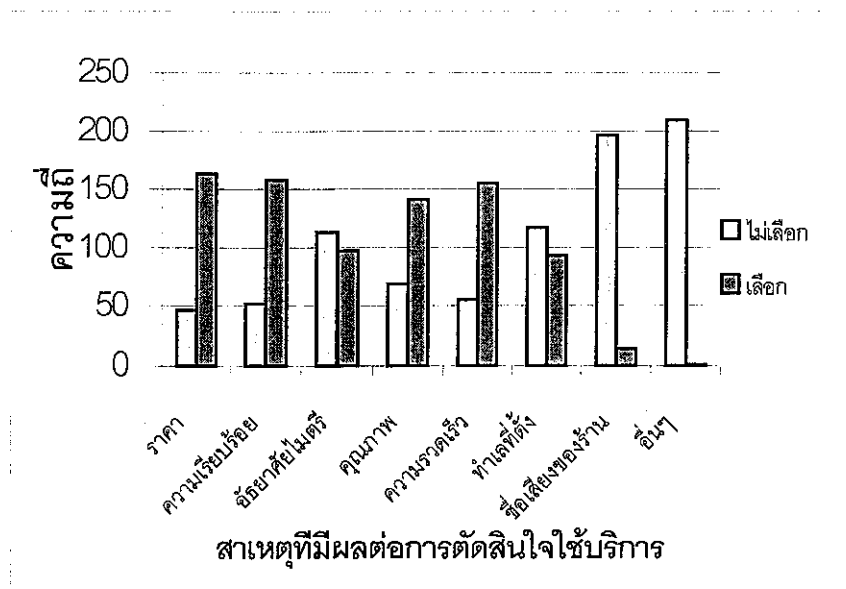
สาเหตุที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	ไม่เลือก (%)	เลือก (%)
ราคา	47 (22.4)	163 (77.6)
ความสะดวก เรียบร้อยของงาน	52 (24.8)	158 (75.2)
อัตราค่าแม่พิมพ์ของเจ้าของร้าน	113 (53.8)	97 (46.2)
คุณภาพของงาน	69 (32.9)	141 (67.1)
ความรวดเร็วในการบริการ	55 (26.2)	155 (73.8)
ทำเลที่ตั้ง การคมนาคมสะดวก	117 (55.7)	93 (44.3)
ชื่อเสียงของร้าน	196 (93.6)	14 (6.7)
อื่นๆ	209 (99.5)	1 (0.5)

หมายเหตุ : A (B) ; A แทน จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบข้อนี้ (ความถี่)

B แทน ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-12 พบว่า สาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ ราคา จำนวน 163 คิดเป็นร้อยละ 77.6 รองลงมา คือ ความสะดวก เรียบร้อยของงาน จำนวน 158 คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมา คือ ความรวดเร็วในการบริการ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 ส่วนเหตุผลอื่นๆ ที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการคือ การบอกเล่าแบบปากต่อปาก จะเห็นได้ว่าในเรื่องของธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาของงาน ความสะดวก เรียบร้อย และความเร็วในการบริการ มากกว่าอย่างอื่น ดังนั้นการประกอบธุรกิจประเภทนี้ควรให้ความสำคัญในเรื่องของราคาของงาน โดยอาจจะให้ความสำคัญในเรื่องของการลดต้นทุนการผลิต เช่น การแสวงหาส่วนลดจากหมึกพิมพ์ กระดาษ การพยายามในการลดค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น

แผนภูมิที่ 4-12 แสดงสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการของผู้บริโภค



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าเมื่อร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการมีการลดราคาของงานลง จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใช้บริการร้านมากขึ้น ดังตาราง 4-13

ตารางที่ 4-13 การเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่ม เมื่อราคาต่อแผ่นของงานลดลง

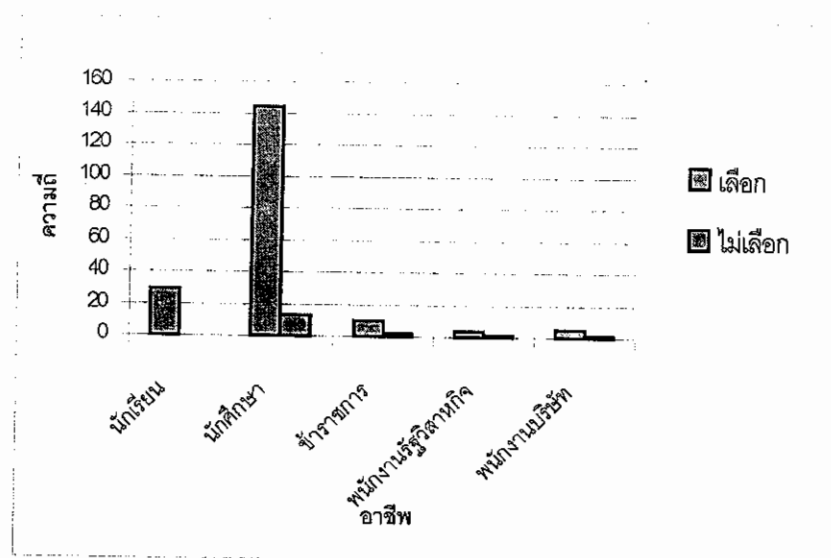
อาชีพ	การเข้าใช้บริการเมื่อราคาต่อแผ่นลดลง		
	เลือก	ไม่เลือก	รวม
นักเรียน	29 (13.9)	0	29 (13.9)
นักศึกษา	144 (68.9)	13 (6.2)	157 (75.1)
ข้าราชการ	10 (4.8)	2 (1.0)	12 (5.7)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4 (1.9)	1 (0.5)	5 (2.4)
พนักงานบริษัท	5 (2.4)	1 (0.5)	6 (2.9)
รวม	192 (91.9)	17 (8.1)	209 (100.0)

หมายเหตุ : A (B) ; A แทน จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบข้อนี้ (ความถี่)

B แทน ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-13 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในทุกสาขาอาชีพจะเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้น เมื่อมีการลดราคาต่อแผ่นของงานลง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 91.9 การลดราคาต่อแผ่นของงานลงจะมีผลให้ผู้บริโภคเข้าใช้บริการก็ต่อเมื่อคุณภาพของงานยังเหมือนเดิม หากการลดราคามีถึงคุณภาพที่ลดลง ธุรกิจจะสูญเสียผู้บริโภคในระยะยาว

แผนภูมิที่ 4-13 แสดงการเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่ม เมื่อราคาต่อแผ่นของงานลดลง



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าการโฆษณาจะมีผลทำให้ผู้บริโภคเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารวิชาการเพิ่มขึ้น และรูปแบบของการโฆษณาที่ผู้บริโภคคิดว่าเหมาะสมกับร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการ คือ ป้ายโฆษณา ดังตาราง 4-14

ตารางที่ 4-14 ผลของการโฆษณาร้าน และรูปแบบของการโฆษณาที่เหมาะสมกับธุรกิจ

ประเภทของการโฆษณา	ผลของการโฆษณา		
	เพิ่ม	ไม่เพิ่ม	รวม
วิทยุ	30 (14.5)	6 (2.9)	36 (17.4)
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	7 (3.4)	1 (0.5)	8 (3.9)
แผ่นพับ ใบปลิว	63 (30.4)	10 (4.8)	73 (35.3)
ป้ายโฆษณา	75 (36.2)	11 (5.3)	86 (41.5)
อื่นๆ	2 (1.0)	2 (1.0)	4 (1.9)
รวม	177 (85.5)	30 (14.5)	207 (100.0)

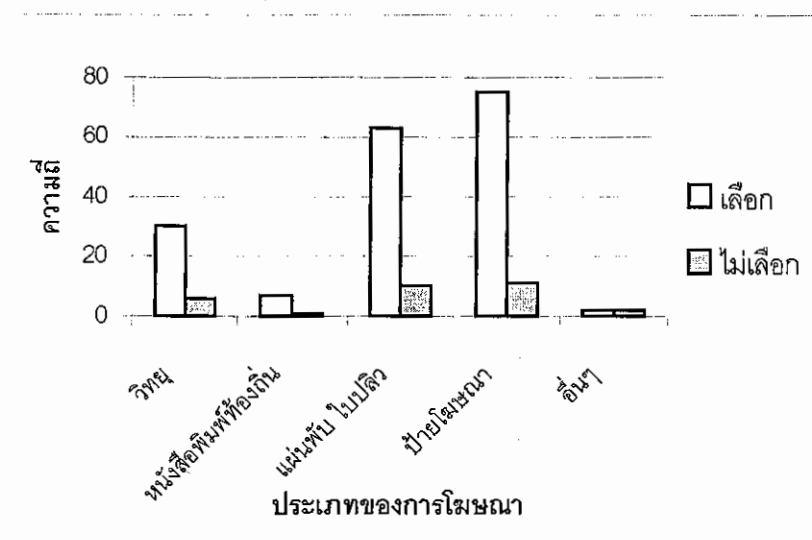
หมายเหตุ : A (B) ; A แทน จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบข้อนี้ (ความถี่)

B แทน ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-14 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าการโฆษณาจะมีผลทำให้ผู้บริโภคเข้าใช้บริการเพิ่มขึ้น

จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 โดยการโฆษณาที่ผู้บริโภคเห็นว่าเหมาะสมกับธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการ คือ ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ แผ่นพับ ใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 35.3 การโฆษณาจะมีผลทำให้ผู้บริโภคจดจำร้านได้ ขณะเดียวกันการใช้ป้ายโฆษณาในการโฆษณาจะมีผลก็ต่อเมื่อเป็นป้ายโฆษณาที่อยู่ในแหล่งชุมชนเท่านั้น และควรอยู่ในบริเวณเดียวกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจด้วย

แผนภูมิที่ 4-14 แสดงผลของการโฆษณาผ่าน และรูปแบบของการโฆษณาที่เหมาะสมกับธุรกิจ



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่ากลยุทธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ
ร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการของผู้บริโภค คือ ราคาที่ถูก ดังตาราง 4-15

ตารางที่ 4-15 กลยุทธ์ที่มีผลให้ผู้บริโภคเข้าใช้บริการร้านใดร้านหนึ่งอยู่เป็นประจำ

กลยุทธ์	เลือกเป็นอันดับที่									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ราคาถูก	115 (54.8)	16 (7.6)	13 (6.2)	14 (6.7)	4 (1.9)	6 (2.9)	-	2 (1.0)	1 (0.5)	1 (0.5)
ความสะอาด เรียบร้อยของงาน	30 (14.3)	53 (25.2)	39 (18.6)	11 (5.2)	16 (7.6)	8 (3.8)	2 (1.0)	-	2 (1.0)	-
อัตราย้ายโมตรของ เจ้าของร้าน	11 (5.2)	17 (8.1)	22 (10.5)	19 (9.0)	21 (10.0)	22 (10.5)	5 (2.4)	13 (6.2)	3 (1.4)	-
การมีส่วนลดให้	3 (1.4)	17 (8.1)	11 (5.2)	34 (16.2)	19 (9.0)	22 (10.5)	22 (10.5)	14 (6.7)	4 (1.9)	-
การรับแก้ไขงานที่ ผิดพลาด	6 (2.9)	3 (1.4)	8 (3.8)	18 (8.6)	18 (8.6)	14 (6.7)	20 (9.5)	19 (9.0)	25 (11.9)	-
ความรวดเร็วใน บริการ	30 (14.3)	49 (23.3)	41 (19.5)	23 (11.0)	15 (7.1)	9 (4.3)	3 (1.4)	1 (0.5)	3 (1.4)	-
ทำเลที่ตั้ง คมนาคม สะดวก	11 (5.2)	9 (4.3)	20 (9.5)	18 (8.6)	21 (10.0)	15 (7.1)	26 (12.4)	7 (3.3)	3 (1.4)	-
ชื่อเสียงของร้าน	5 (2.4)	5 (2.4)	4 (1.9)	6 (2.9)	11 (3.2)	13 (6.2)	20 (5.5)	34 (16.2)	1 (0.5)	-
การมีบริการหลาย หลายรูปแบบ	1 (0.5)	9 (4.3)	15 (7.1)	17 (8.1)	19 (9.0)	15 (7.1)	18 (8.6)	27 (12.9)	21 (10.0)	-
อื่นๆ	1 (0.5)	-	-	-	-	-	1 (0.5)	1 (0.5)	-	3 (1.4)

หมายเหตุ : A (B) ; A แทน จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบข้อนี้ (ความถี่)

B แทน ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

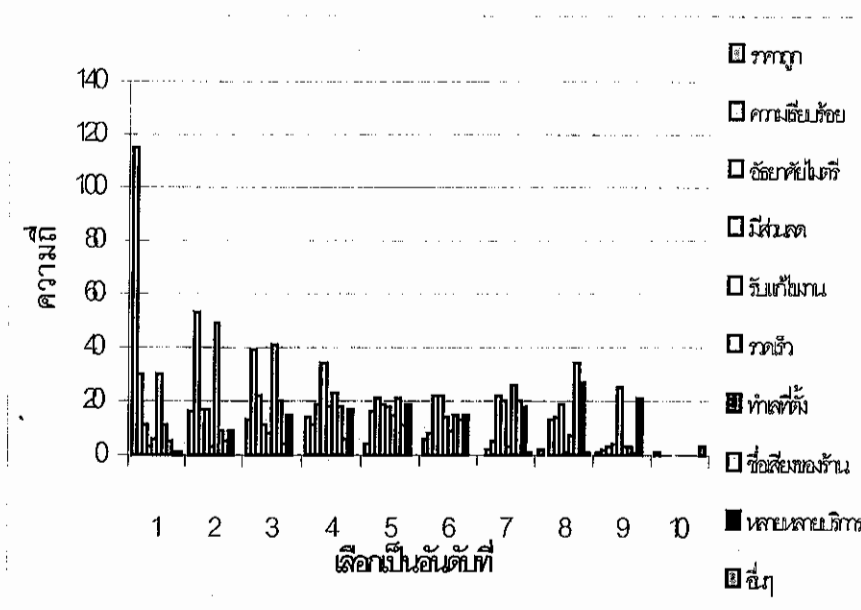
จากตาราง 4-15 พบว่ากลยุทธ์ที่มีผลให้ผู้บริโภคเข้าใช้บริการร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ

3 อันดับแรก คือ

- อันดับหนึ่ง คือ ราคาถูก จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8
- อันดับสอง คือ ความสะอาด เรียบร้อยของงาน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2
- อันดับสาม คือ ความรวดเร็วในบริการ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5

ในเรื่องของกลยุทธ์ที่มีผลให้ผู้บริโภคเข้าใช้บริการร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ พบว่าค่อนข้างจะใกล้เคียงกับสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จะแตกต่างกันก็ตรงที่ว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกลยุทธ์ราคา มากกว่ากลยุทธ์แบบอื่นๆ

แผนภูมิที่ 4-15 แสดงกลยุทธ์ที่มีผลให้ผู้บริโภคเข้าใช้บริการร้านใดร้านหนึ่งอยู่เป็นประจำ



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจำนวนร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการที่มีอยู่ในปัจจุบันยังมีไม่เพียงพอ ควรจะมีการเพิ่มร้านขึ้นมาอีก และผู้บริโภคก็มีแนวโน้มว่าจะยังคงใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า ดังตาราง 4-16

ตารางที่ 4-16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการที่มีอยู่ในปัจจุบัน และแนวโน้มการให้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาในอีก 3 ปีข้างหน้า

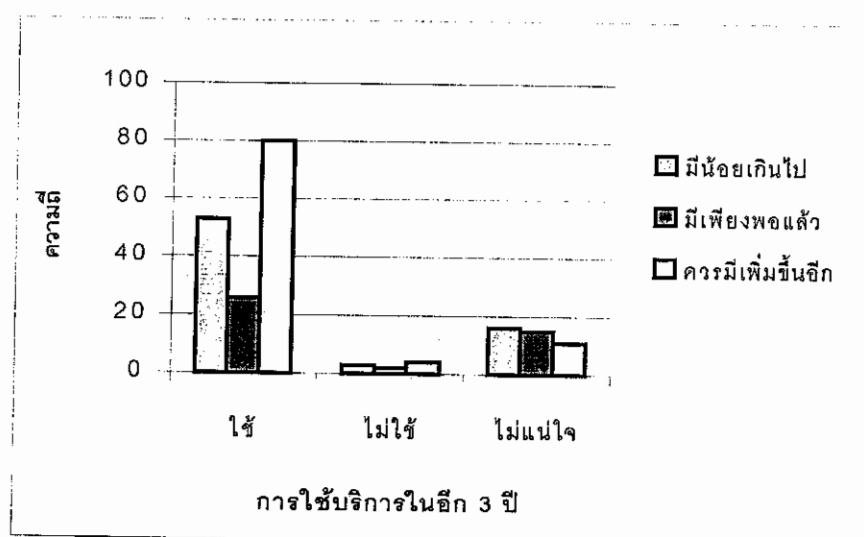
จำนวนร้านในปัจจุบัน	การให้บริการในอีก 3 ปีข้างหน้า			
	ใช้	ไม่ใช้	ไม่แน่ใจ	รวม
มีน้อยเกินไป	53 (25.2)	3 (1.4)	16 (7.6)	72 (34.3)
มีเพียงพอแล้ว	26 (12.4)	2 (1.0)	15 (7.1)	43 (20.5)
ควรมีเพิ่มขึ้นอีก	80 (38.1)	4 (1.9)	11 (5.2)	95 (45.2)
รวม	159 (75.7)	9 (4.3)	42 (20.0)	210 (100.0)

หมายเหตุ : A (B) ; A แทน จำนวนผู้บริโภครที่เลือกตอบข้อนี้ (ความถี่)

B แทน ร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-16 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจำนวนร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการที่มีอยู่ในปัจจุบันยังมีไม่เพียงพอควรจะมีการเพิ่มจำนวนร้านขึ้นอีก โดยมีผู้บริโภคที่เห็นด้วยกับข้อนี้จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 และยังพบอีกว่าในอีก 3 ปีข้างหน้าผู้บริโภคส่วนใหญ่ จะยังคงใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการอยู่ โดยมีจำนวนผู้บริโภคที่ตอบข้อนี้ 159 คน คิดเป็นร้อยละ 75.7

แผนภูมิที่ 4-16 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการที่มีอยู่ในปัจจุบัน และแนวโน้มการใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาในอีก 3 ปีข้างหน้า



4.2 ผลการวิเคราะห์ส่วนของผู้ประกอบการ

จากการประเมินผลข้อมูล ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการจำนวน 56 ชุด พบว่า

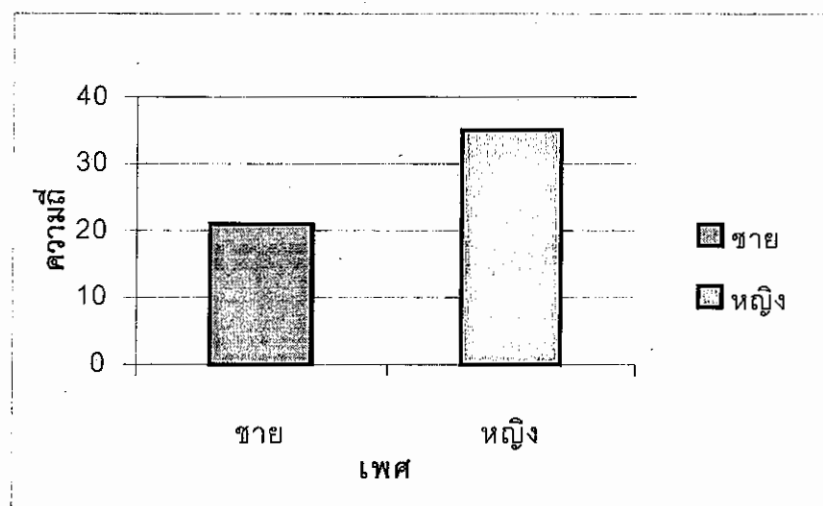
ข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-17 เพศของผู้ประกอบการ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	21	37.5
หญิง	35	62.5
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-17 พบว่ามีผู้ประกอบการที่เป็นเพศชายจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5
เป็นเพศหญิงจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5

แผนภูมิที่ 4-17 แสดงเพศของผู้ประกอบการ

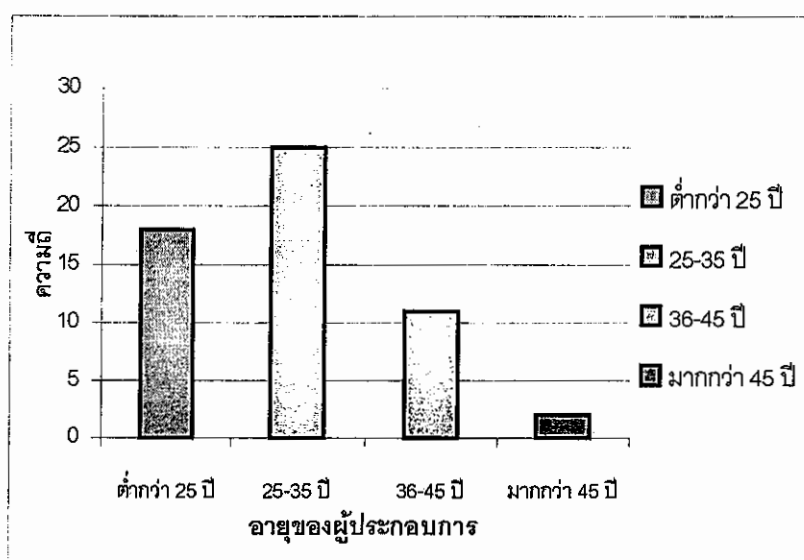


ตารางที่ 4-18 อายุของผู้ประกอบการ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	18	32.1
25-35 ปี	25	44.6
36-45 ปี	11	19.6
มากกว่า 45 ปี	2	3.6
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-18 พบว่าอายุของผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมาคือ จะมีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 รองลงมาคือ จะมีอายุอยู่ระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6

แผนภูมิที่ 4-18 แสดงอายุของผู้ประกอบการ



ตารางที่ 4-19 ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ

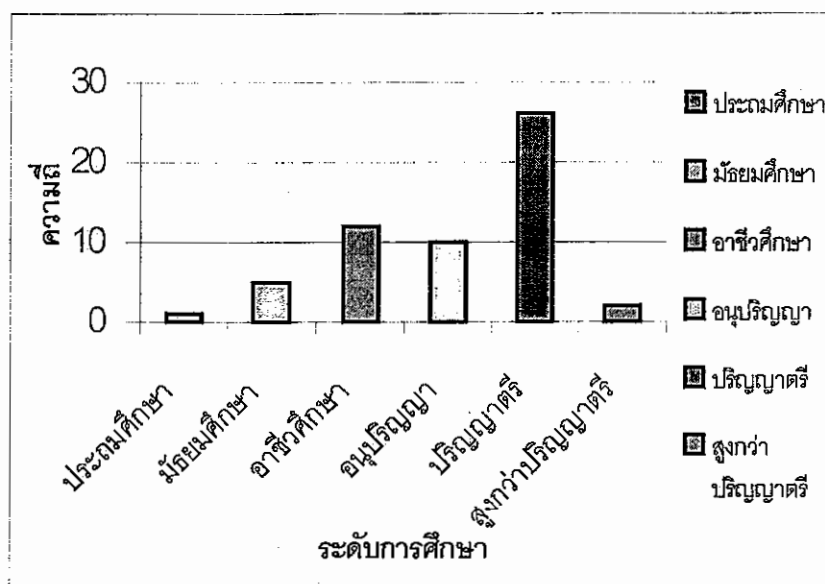
ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ประถมศึกษา	1	1.8
มัธยมศึกษา	5	8.9
อาชีวศึกษา	12	21.4
อนุปริญญา	10	17.9
ปริญญาตรี	26	46.4
สูงกว่าปริญญาตรี	2	3.6
รวม	56	100

จากตาราง 4-19 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด

จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมาคือระดับอาชีวศึกษา จำนวน 12 คน

คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมาคือ ระดับอนุปริญญา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

แผนภูมิที่ 4-19 แสดงระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ



ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการ

จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าระยะเวลาในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาอยู่ระหว่าง 1-3 ปี และต่ำกว่า 1 ปี ดังตาราง 4-20

ตารางที่ 4-20 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	19	33.9
1-3 ปี	20	35.7
4-6 ปี	10	17.9
มากกว่า 6 ปี	7	12.5
รวม	56	100

จากตาราง 4-20 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจอยู่ระหว่าง 1-3 ปี

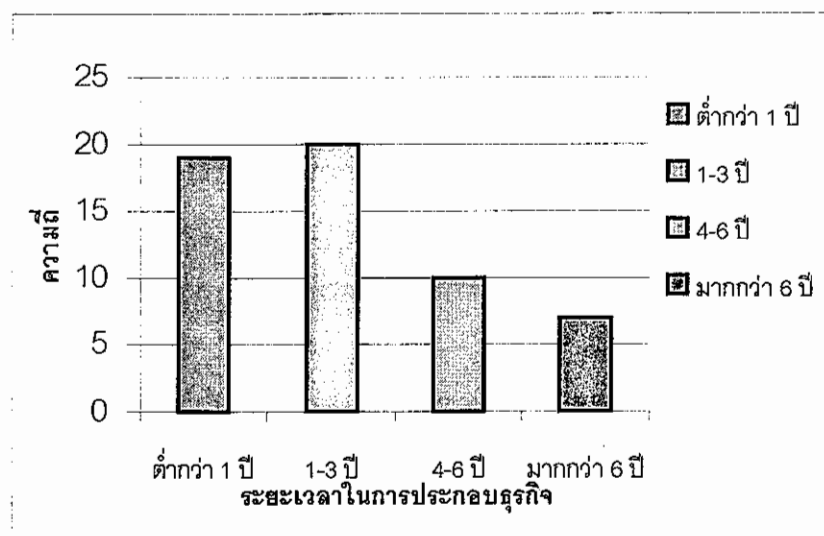
จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 19 คน

คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาคือ 3-6 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจค่อนข้างน้อย

อาจจะเนื่องมาจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ค่อนข้างใหม่ และมีอัตราการเติบโตที่รวดเร็ว ขณะเดียวกันธุรกิจนี้ยังเป็นธุรกิจที่ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของเครื่องมือในการประกอบธุรกิจ ซึ่งเราจะพบว่าเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์งานต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วมากซึ่งเป็นเรื่องที่ยากลำบากสำหรับธุรกิจในการต้องเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งหลาย ดังนั้นธุรกิจที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงตนเองได้ ก็มักจะปิดกิจการเป็นส่วนมาก

แผนภูมิที่ 4-20 แสดงระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ



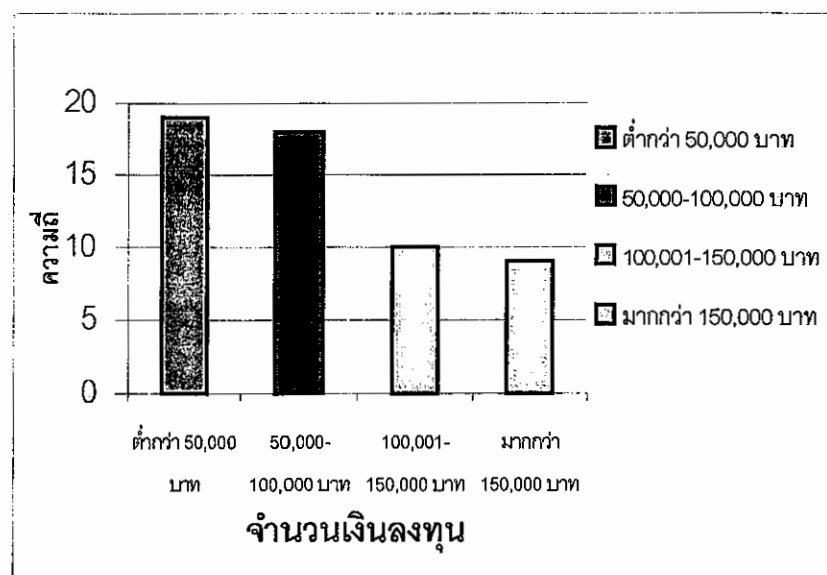
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าเงินลงทุนที่ผู้ประกอบการใช้เมื่อเริ่มประกอบ การส่วนใหญ่จะมีจำนวนเงินที่ต่ำกว่า 50,000 บาท ดังตาราง 4-21

ตารางที่ 4-21 จำนวนเงินลงทุนเมื่อเริ่มประกอบกิจการ

จำนวนเงินลงทุน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	19	33.9
50,000-100,000 บาท	18	32.1
100,001-150,000 บาท	10	17.9
มากกว่า 150,000 บาท	9	16.1
รวม	56	100

จากตาราง 4-21 พบว่า จำนวนเงินลงทุนเมื่อเริ่มประกอบกิจการของผู้ประกอบการ จะต่ำกว่า 50,000 บาท โดยมีจำนวนผู้ประกอบการที่เลือกข้อนี้ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมา คือ จำนวนเงินลงทุนที่อยู่ระหว่าง 50,000-100,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 รองลงมาคือ จำนวนเงินลงทุนที่อยู่ระหว่าง 100,001-150,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 เราจะพบว่าจำนวนเงินลงทุนแรกเริ่มของธุรกิจประเภทนี้ไม่ ค่อยสูงมากนักเมื่อเทียบกับธุรกิจแบบอื่นๆ (ที่เปิดเป็นร้าน) ทำให้ง่ายต่อการเข้ามาของ ผู้สนใจในธุรกิจประเภทนี้

แผนภูมิที่ 4-21 แสดงจำนวนเงินลงทุนเมื่อเริ่มประกอบกิจการ



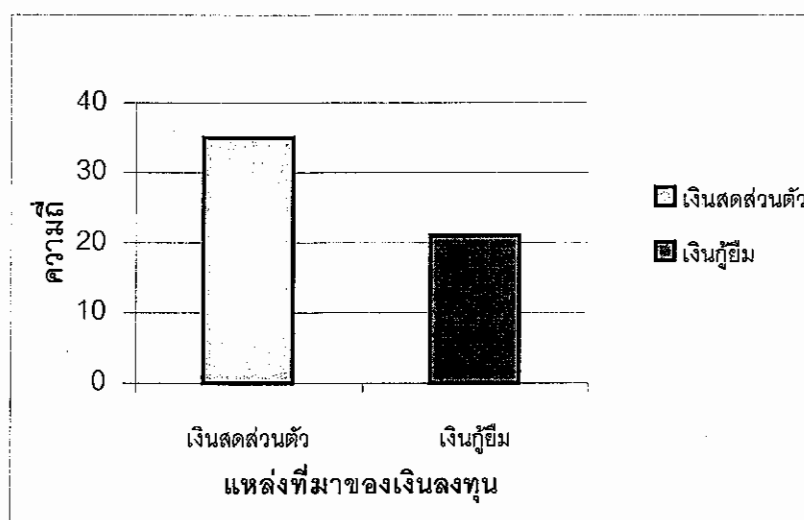
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าแหล่งที่มาของเงินลงทุนเมื่อเริ่มประกอบธุรกิจของ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คือ เงินส่วนตัวของผู้ประกอบการเอง ดังตาราง 4-22

ตารางที่ 4-22 แหล่งที่มาของเงินลงทุนที่ใช้เมื่อเริ่มประกอบกิจการ

แหล่งที่มาของเงินลงทุน	ความถี่	ร้อยละ
เงินสดส่วนตัว	35	62.5
เงินกู้	21	37.5
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-22 พบว่าเงินลงทุนเมื่อเริ่มประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการส่วนใหญ่คือ เงินส่วนตัว จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 เป็นเงินกู้ยืม จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

แผนภูมิที่ 4-22 แสดงแหล่งที่มาของเงินลงทุนที่ใช้เมื่อเริ่มประกอบกิจการ



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าแหล่งที่มาของเงินกู้ยืมของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ คือ แหล่งเงินทุนนอกระบบ เช่น การกู้ยืมจากญาติพี่น้อง หรือบุคคลที่ปล่อยเงินกู้ ดังตาราง 4-23

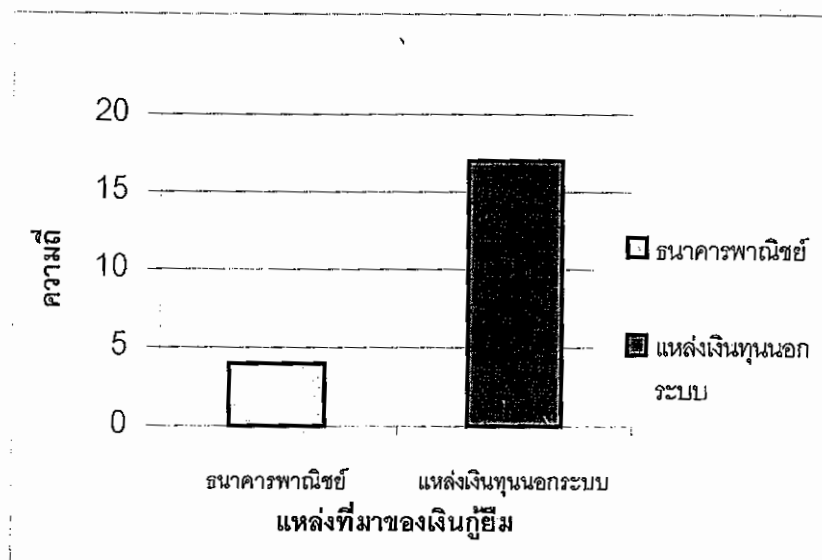
ตาราง 4-23 แหล่งที่มาของเงินกู้ยืมของผู้ประกอบการ

แหล่งที่มาของเงินกู้ยืม	ความถี่	ร้อยละ
ธนาคารพาณิชย์	4	19.0
แหล่งเงินทุนนอกระบบ	17	81.0
รวม	21	100.0

จากตาราง 4-23 พบว่าแหล่งเงินกู้ยืมของผู้ประกอบการจะ มาจาก 2 แหล่งด้วยกัน คือ

แหล่งเงินทุนนอกระบบ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 และธนาคารพาณิชย์ จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 19.0

แผนภูมิที่ 4-23 แสดงแหล่งที่มาของเงินกู้ยืมของผู้ประกอบการ



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าประเภทของธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการส่วนใหญ่ คือ กิจการเจ้าของคนเดียว ดังตาราง 4-24

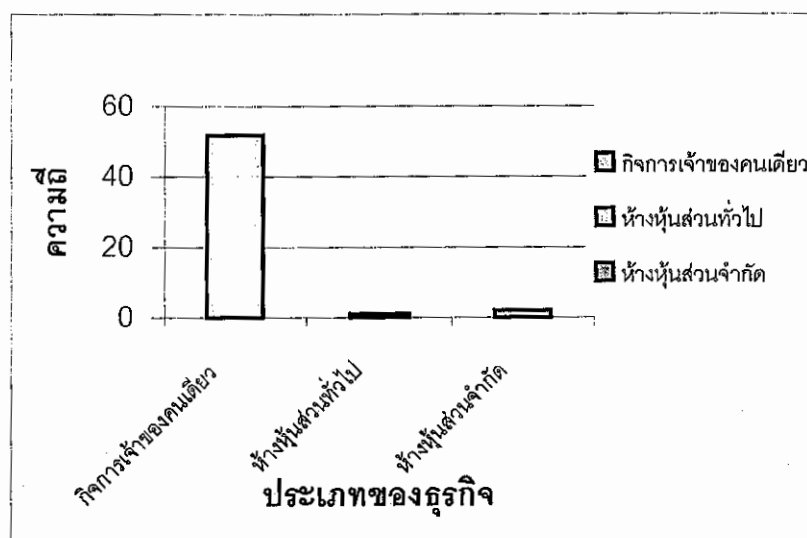
ตาราง 4-24 ประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	ความถี่	ร้อยละ
กิจการเจ้าของคนเดียว	52	94.5
ห้างหุ้นส่วนทั่วไป	1	1.8
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	2	3.6
รวม	55	100.0

จากตาราง 4-24 พบว่าประเภทของธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการส่วนใหญ่ คือ ธุรกิจประเภท

กิจการเจ้าของคนเดียว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 94.5 รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนสามัญ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ทั้งนี้การที่ธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการส่วนใหญ่เป็น ธุรกิจแบบกิจการเจ้าของคนเดียวก็เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มาก อีกทั้งเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญในงานมากนัก จึงทำให้ในปัจจุบันมีผู้ที่ต้องการมีกิจการเป็นของตนเองสนใจที่จะเข้าสู่ธุรกิจแบบนี้มากขึ้น

แผนภูมิที่ 4-24 แสดงประเภทของธุรกิจ



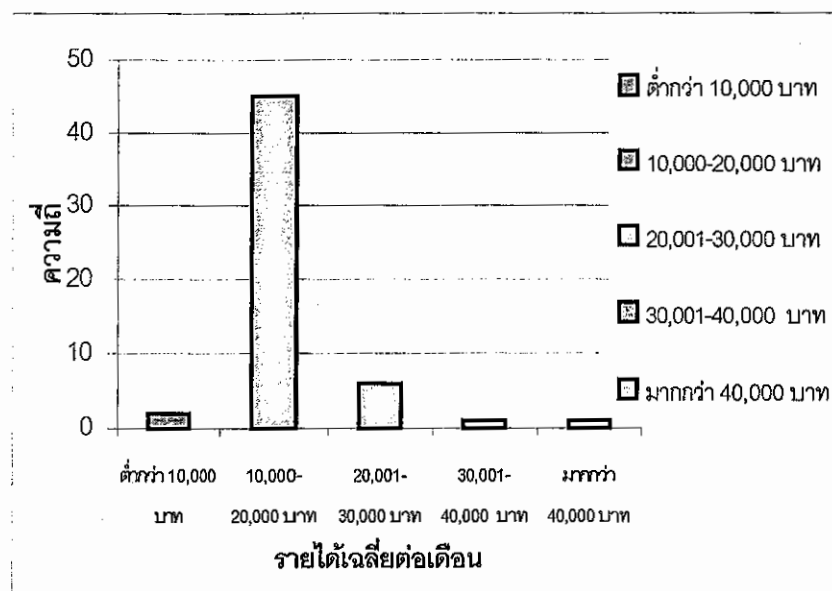
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ของผู้ประกอบธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการจะอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท ดังตาราง 4-25

ตารางที่ 4-25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2	3.6
10,000-20,000 บาท	45	81.8
20,001-30,000 บาท	6	10.9
30,001-40,000 บาท	1	1.8
มากกว่า 40,000 บาท	1	1.8
รวม	55	100.0

จากตาราง 4-25 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการจะมีรายได้ อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 รองลงมาคือ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

แผนภูมิที่ 4-25 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าการประกอบธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการ ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ที่สำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์ ดังตาราง 4-26

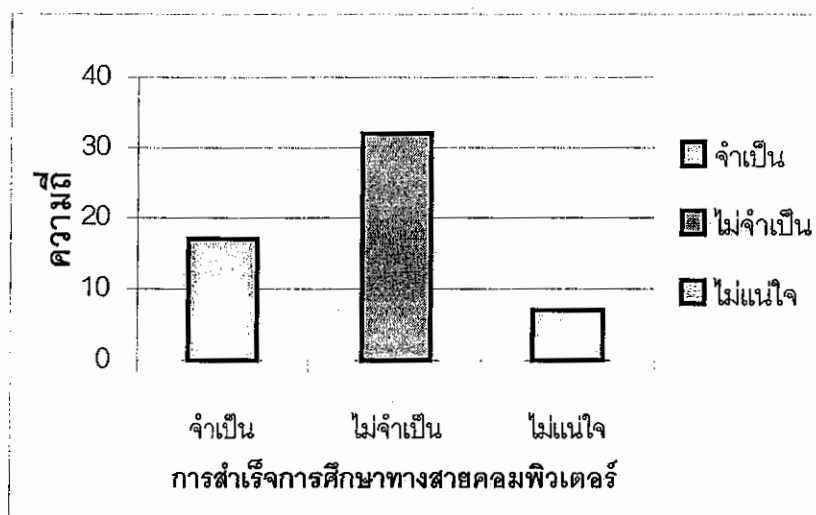
ตารางที่ 4-26 ผู้ประกอบธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการ จำเป็นต้องสำเร็จการศึกษาสายคอมพิวเตอร์

การสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์	ความถี่	ร้อยละ
จำเป็น	17	30.4
ไม่จำเป็น	32	57.1
ไม่แน่ใจ	7	12.5
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-26 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจผลิตงานเอกสาร

ทางวิชาการไม่จำเป็นต้องสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 ส่วนผู้ประกอบการที่เห็นว่า จำเป็น มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 และมีผู้ประกอบการเพียง 7 คน เท่านั้นที่ไม่แน่ใจ จะเห็นได้ว่าการที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการไม่จำเป็นต้องสำเร็จทางสายคอมพิวเตอร์ก็เนื่องจากว่า งานส่วนใหญ่ที่ธุรกิจได้รับจะเป็นงานพิมพ์ธรรมดา ซึ่งสามารถที่จะเรียนรู้ได้เองจากโปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ ซึ่งออกแบบมาให้ง่ายต่อการเรียนรู้และการใช้งานนั่นเอง

แผนภูมิที่ 4-26 แสดงผู้ประกอบการธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการ จำเป็นต้องสำเร็จการศึกษาสายคอมพิวเตอร์



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจเปิดร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการก็คือ การต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเอง ดังตาราง 4-27

ตารางที่ 4-27 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจเปิดร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการ

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ เปิดร้านผลิตงานเอกสารฯ	เลือกเป็นอันดับที่ (%)						
	1	2	3	4	5	6	7
ต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเอง	31 (55.4)	10 (17.9)	2 (3.6)	4 (7.1)	1 (1.8)	-	-
รายได้ดี	7 (12.5)	11 (19.6)	6 (10.7)	3 (5.4)	7 (12.5)	1 (1.8)	-
ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	8 (14.3)	4 (7.1)	16 (28.6)	4 (7.1)	2 (3.6)	4 (7.1)	-
เงินลงทุนต่ำ	1 (1.8)	7 (12.5)	5 (8.9)	11 (19.6)	4 (7.1)	6 (14.3)	-
มีความสามารถทางคอมพิวเตอร์	9 (16.1)	16 (28.6)	13 (23.2)	4 (7.1)	3 (5.4)	-	-
ต้องการเปลี่ยนงาน	-	4 (7.1)	2 (3.6)	4 (7.1)	5 (8.9)	6 (10.7)	-
อื่นๆ	-	1 (1.8)	2 (3.6)	-	-	-	1 (1.8)

หมายเหตุ * - A (B) ; A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

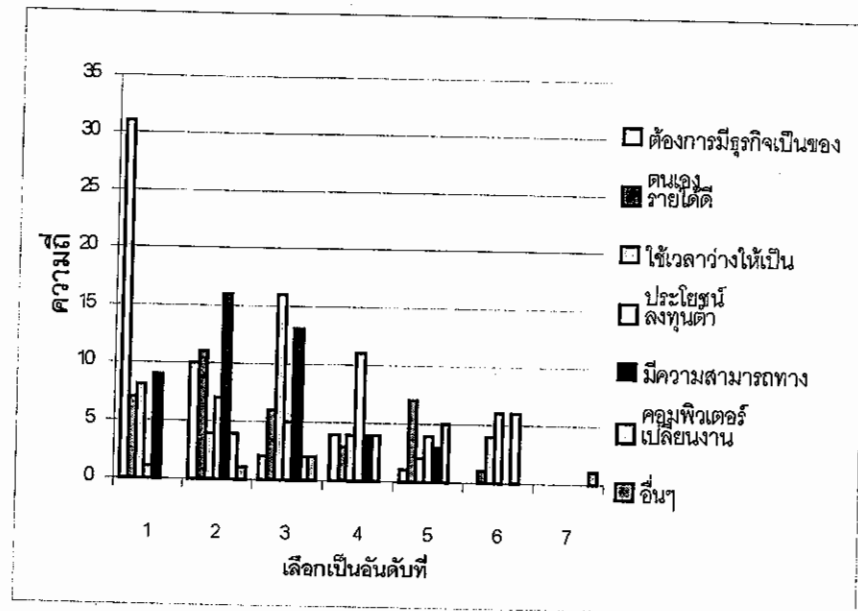
B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-27 พบว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ตัดสินใจเปิดร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการ 3 อันดับแรกคือ

- ต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเอง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 55.4
- มีความสามารถทางคอมพิวเตอร์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6
- ต้องการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6

ส่วนปัจจัยสำคัญอื่นๆ ที่ทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจเปิดร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการ คือ มีเครื่องคอมพิวเตอร์อยู่แล้ว จึงต้องการใช้งานให้เกิดประโยชน์ มีทำเลที่ตั้งร้านที่ดี เป็นต้น

แผนภูมิที่ 4-27 แสดงปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจเปิดร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการ



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการควรจะต้องอยู่บริเวณสถานศึกษามากที่สุด ดังตาราง 4-28

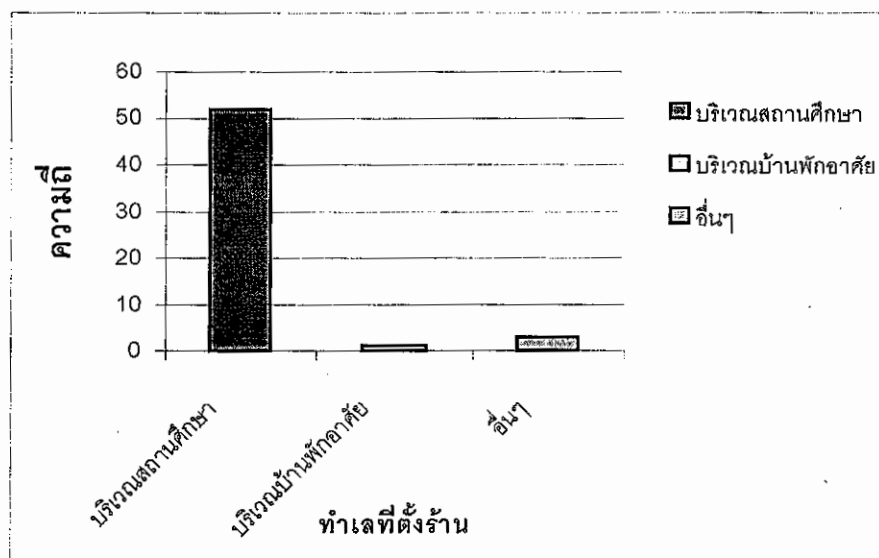
ตารางที่ 4-28 ทำเลที่ตั้งของร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการ

ทำเลที่ตั้งร้านที่เหมาะสม	ความถี่	ร้อยละ
บริเวณสถานศึกษา	52	92.9
บริเวณบ้านพักอาศัย	1	1.8
อื่นๆ	3	5.4
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-28 พบว่าผู้ประกอบการมีความเห็นว่าร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการควรจะต้องอยู่

บริเวณสถานศึกษา จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 92.9 รองลงมาคือ บริเวณแถบบ้านพักอาศัย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ส่วนสถานที่อื่นๆ ที่ผู้ประกอบการเห็นว่าควรเป็นสถานที่ตั้งร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการ คือ บริเวณศูนย์การค้าต่างๆ และบริเวณแหล่งชุมชนที่ผู้บริโภครู้จักดี จะเห็นได้ว่าจากการที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการควรจะต้องอยู่บริเวณสถานศึกษาก็นี้อาจมาจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของกิจการประเภทนี้ ก็คือนักเรียน นักศึกษานั้นเอง

แผนภูมิที่ 4-28 แสดงทำเลที่ตั้งของร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการ



ข้อมูลรายละเอียดด้านต้นทุนของร้านในการประกอบธุรกิจ

จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ในร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการส่วนใหญ่จะมีอยู่ 1-2 เครื่อง และราคาต่อเครื่องของเครื่องคอมพิวเตอร์ จะมีราคาอยู่ประมาณเครื่องละ 20,000-30,000 บาท ดังตาราง 4-29

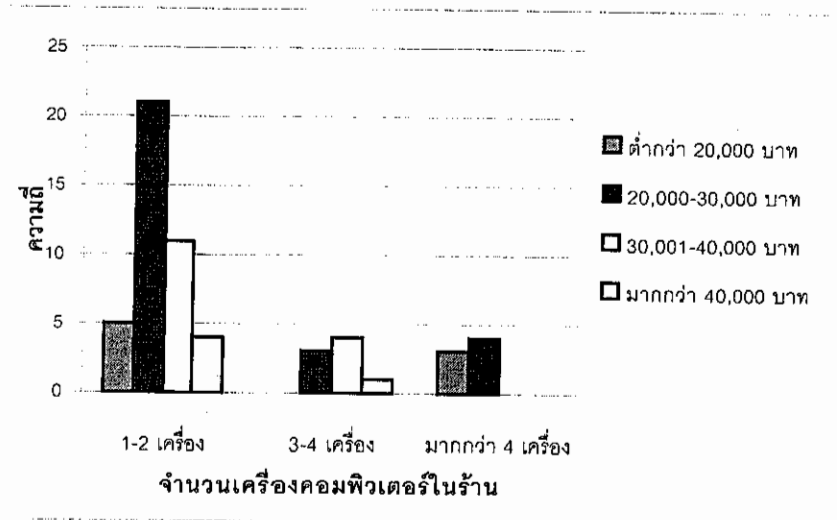
ตารางที่ 4-29 จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ในร้านและราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อเครื่อง

ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อเครื่อง	จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ในร้าน			
	1-2 เครื่อง	3-4 เครื่อง	มากกว่า 4 เครื่อง	รวม
ต่ำกว่า 20,000 บาท	5 (8.9)	0	3 (5.4)	8 (14.3)
20,000-30,000 บาท	21 (37.5)	3 (5.4)	4 (7.1)	28 (50.0)
30,001-40,000 บาท	11 (19.6)	4 (7.1)	0	15 (26.8)
มากกว่า 40,000 บาท	4 (7.1)	1 (1.8)	0	5 (8.9)
รวม	41	8	7 (12.5)	56 (100.0)

จากตาราง 4-29 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีเครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ในร้าน 1-2 เครื่อง

จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 รองลงมาคือ มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ 3-4 เครื่อง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และสุดท้ายคือ มากกว่า 4 เครื่อง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ราคาต่อเครื่องของเครื่องคอมพิวเตอร์ในร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการส่วนใหญ่จะมีราคาอยู่ระหว่าง 20,000-30,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ มีราคาต่อเครื่องอยู่ระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาคือ มีราคาต่อเครื่องน้อยกว่า 20,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 จากตาราง 4-29 เป็นที่น่าสังเกตว่าธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์มากกว่า 4 เครื่องขึ้นไป ราคาต่อเครื่องจะมีตั้งแต่ต่ำกว่า 20,000 และอยู่ระหว่าง 20,000-30,000 บาท เท่านั้น

แผนภูมิที่ 4-29 แสดงจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ในร้านและราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อเครื่อง



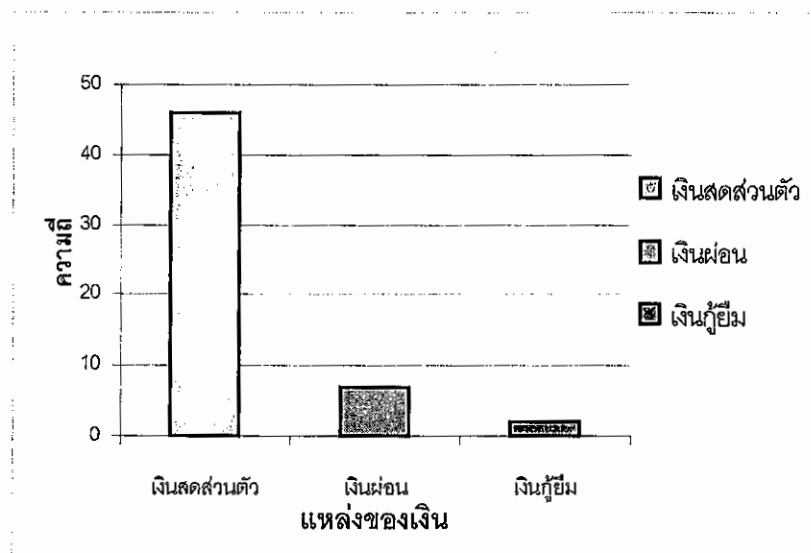
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าเงินทุนที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่นำมาใช้ในการซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์คือ เงินสด ดังตาราง 4-30

ตารางที่ 4-30 เงินทุนที่ใช้เพื่อซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์

แหล่งของเงินทุนเพื่อซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์	ความถี่	ร้อยละ
เงินสดส่วนตัว	46	83.6
เงินผ่อน	7	12.7
เงินกู้ยืม	2	3.6
รวม	55	100.0

จากตาราง 4-30 พบว่าเงินทุนที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ในการซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ คือ เงินสด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 83.6 รองลงมาคือ เงินผ่อน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 และสุดท้ายคือเงินกู้ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 เราจะพบว่าผู้ที่ประกอบการส่วนใหญ่ใช้เงินสดในการซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ก็เนื่องจากว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีเครื่องคอมพิวเตอร์ในร้านประมาณ 1-2 เครื่องเท่านั้น ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่นิยมกู้เงิน หรือซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์แบบเงินผ่อน เนื่องจากจะทำให้ราคาของเครื่องสูงกว่าการซื้อเงินสด

แผนภูมิที่ 4-30 แสดงเงินทุนที่ใช้เพื่อซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่ารูปแบบของงานเอกสารทางวิชาการที่ธุรกิจดำเนินการอยู่ส่วนใหญ่ จะเป็นงานเอกสารข้อความธรรมดา ประเภทรายงาน ประกาศ สัญญา Term paper ดังตาราง 4-31

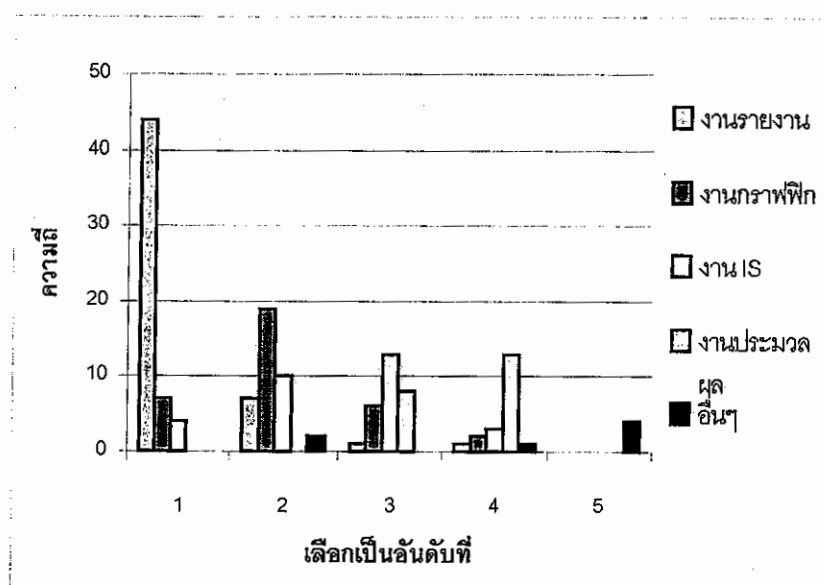
ตารางที่ 4-31 รูปแบบของงานเอกสารทางวิชาการ ที่ธุรกิจดำเนินการ

รูปแบบของงานเอกสารทางวิชาการ	เลือกเป็นอันดับที่ (%)				
	1	2	3	4	5
งานรายงาน	44 (78.6)	7 (12.5)	1 (1.8)	1 (1.8)	-
งานกราฟฟิก	7 (12.5)	19 (33.9)	6 (10.7)	2 (3.6)	-
งาน IS	4 (7.1)	10 (17.9)	13 (23.2)	3 (5.4)	-
งานประมวลผลข้อมูล	-	-	8 (14.3)	13 (23.2)	-
อื่นๆ	-	2 (3.6)	-	1 (1.8)	4 (7.1)

จากตาราง 4-31 พบว่ารูปแบบของงานเอกสารทางวิชาการที่ธุรกิจดำเนินการอยู่ 3 อันดับ คือ

- งานเอกสารข้อความธรรมดา ประเภทรายงาน ประกาศ สัญญา Term paper
จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 78.6
- งานกราฟฟิกรูปภาพต่างๆ
จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9
- งาน วิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์ IS
จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2

แผนภูมิที่ 4-31 แสดงรูปแบบของงานเอกสารทางวิชาการ ที่ธุรกิจดำเนินการ



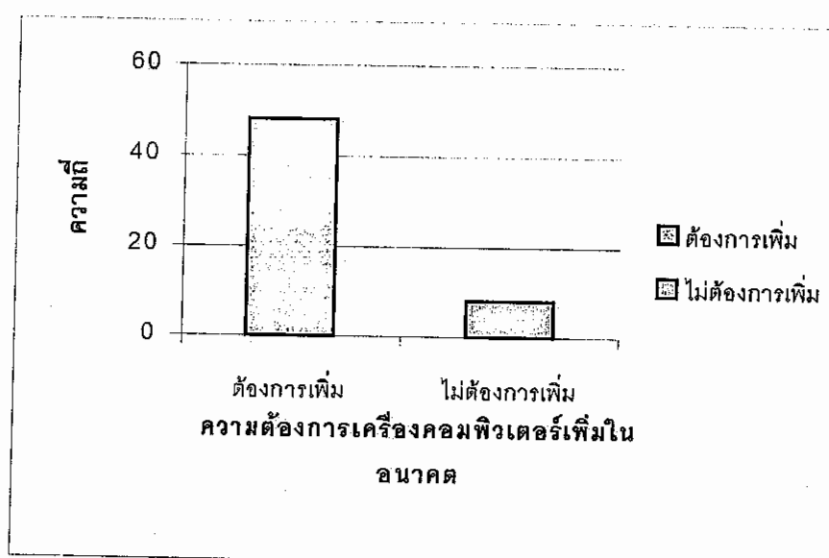
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการเพิ่มจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ ดังตาราง 4-32

ตารางที่ 4-32 ความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มในอนาคต

ความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มในอนาคต	ความถี่	ร้อยละ
ต้องการเพิ่ม	48	85.7
ไม่ต้องการเพิ่ม	8	14.3
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-32 พบว่าผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มในอนาคต มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 85.7 ในขณะที่ผู้ประกอบการที่ไม่ต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่ม มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 แสดงให้เห็นว่ากิจการผลิตงานเอกสารทางวิชาการนี้มีอัตราการเติบโต จึงทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่ม

แผนภูมิที่ 4-32 แสดงความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มในอนาคต



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มจำนวน 1-2 เครื่อง ดังตาราง 4-33

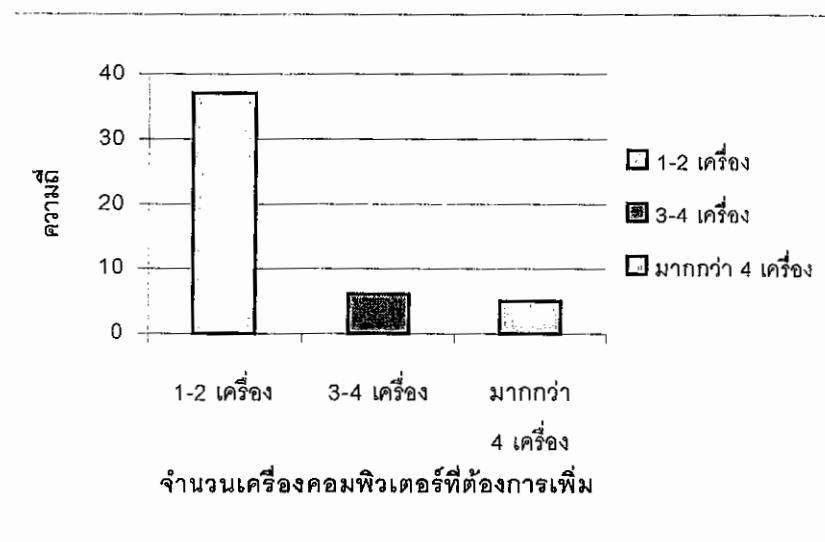
ตารางที่ 4-33 จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ผู้ประกอบการต้องการเพิ่มในอนาคต

จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ต้องการเพิ่ม	ความถี่	ร้อยละ
1-2 เครื่อง	37	77.1
3-4 เครื่อง	6	12.5
มากกว่า 4 เครื่อง	5	10.4
รวม	48	100.0

จากตาราง 4-33 พบว่าผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มในอนาคต จำนวน 1-2 เครื่อง

มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 77.1 รองลงมาคือ ต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มจำนวน 3-4 เครื่อง มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 อันดับสุดท้ายคือ ต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มจำนวนมากกว่า 4 เครื่อง มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 เมื่อลองเปรียบเทียบระหว่างจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่กิจการมีอยู่ กับความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์ในอนาคตแล้วพบว่า ผู้ประกอบการที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ 1-2 เครื่องส่วนใหญ่จะมีความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่ม 1-2 เครื่องด้วย ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ 3-4 เครื่อง ส่วนใหญ่จะมีเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่ม 1-2 เครื่อง ส่วนผู้ประกอบการที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์มากกว่า 4 เครื่อง ส่วนใหญ่จะมีความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มมากกว่า 4 เครื่องด้วย

แผนภูมิที่ 4-33 แสดงจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ผู้ประกอบการต้องการเพิ่มในอนาคต



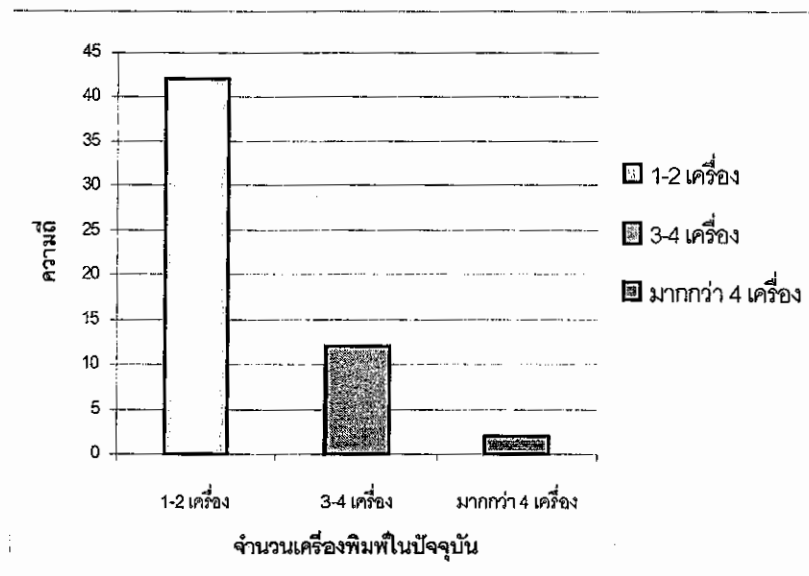
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการ ส่วนใหญ่จะมีเครื่องพิมพ์ในร้าน 1-2 เครื่อง ดังตาราง 4-34

ตารางที่ 4-34 จำนวนเครื่องพิมพ์ในร้าน

จำนวนเครื่องพิมพ์ในร้าน	ความถี่	ร้อยละ
1-2 เครื่อง	42	75.0
3-4 เครื่อง	12	21.4
มากกว่า 4 เครื่อง	2	3.6
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-34 พบว่าผู้ประกอบการที่มีจำนวนเครื่องพิมพ์ในร้าน 1-2 เครื่องมีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคือ มีจำนวนเครื่องพิมพ์ 3-4 เครื่อง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 อันดับสุดท้ายคือ มีจำนวนเครื่องพิมพ์มากกว่า 4 เครื่อง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

แผนภูมิที่ 4-34 แสดงจำนวนเครื่องพิมพ์ในร้าน



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีเครื่องพิมพ์แบบ Ink jet ดังตาราง 4-35

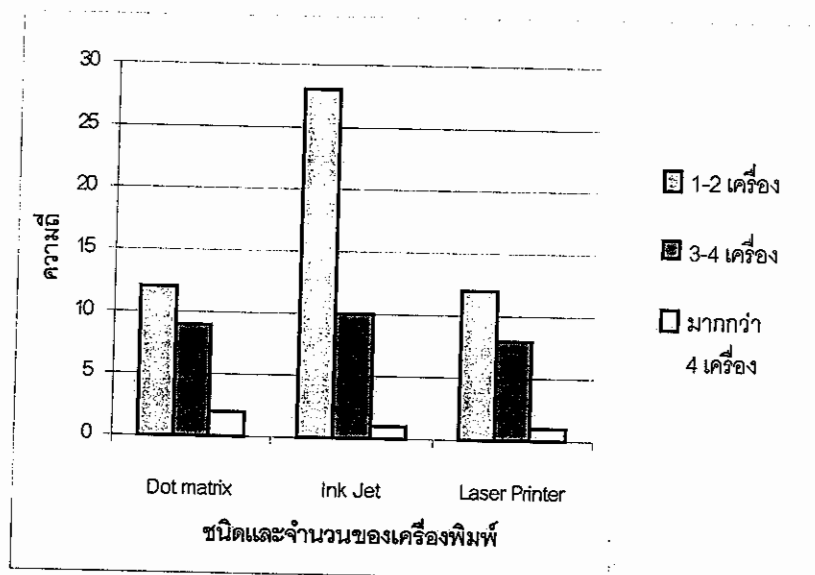
ตารางที่ 4-35 ชนิดและจำนวนของเครื่องพิมพ์

ชนิดของ เครื่องพิมพ์	จำนวนเครื่องพิมพ์ในปัจจุบัน						รวม เลือก
	1-2 เครื่อง		3-4 เครื่อง		มากกว่า 4 เครื่อง		
	ไม่เลือก (%)	เลือก (%)	ไม่เลือก (%)	เลือก (%)	ไม่เลือก (%)	เลือก (%)	
ดอตเมทริกซ์ (Dot matrix)	30 (53.6)	12 (21.4)	3 (5.4)	9 (16.1)	-	2 (3.6)	23 (41.1)
อิงค์เจท (Ink jet)	14 (25.0)	28 (50.0)	2 (3.6)	10 (17.9)	1 (1.8)	1 (1.8)	39 (69.6)
เลเซอร์พริ้นเตอร์ (Laser printer)	30 (53.6)	12 (21.4)	4 (7.1)	8 (14.3)	1 (1.8)	1 (1.8)	21 (37.5)

จากตาราง 4-35 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะใช้เครื่องพิมพ์แบบ Ink jet ในร้าน โดยมีจำนวน

39 คน คิดเป็นร้อยละ 69.6 รองลงมาคือ เครื่องพิมพ์แบบ Dot matrix มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 และอันดับสุดท้าย คือ เครื่องพิมพ์แบบ Laser printer จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 โดยปกติแล้ว สิ่งที่แตกต่างกันระหว่างเครื่องพิมพ์ทั้ง 3 แบบ คือราคาหมึกพิมพ์ และลักษณะของงานที่พิมพ์ออกมา ถ้าให้เรียงลำดับราคาหมึกพิมพ์แล้ว เครื่องพิมพ์แบบ Dot matrix จะมีราคาของหมึกพิมพ์ที่ค่อนข้างถูกกว่าแบบอื่น แต่ลักษณะของงานที่ออกมาจะดูเรียบร้อยน้อยกว่าแบบอื่น ในขณะที่ Laser Printer จะมีราคาของหมึกพิมพ์ที่ค่อนข้างแพงกว่าทุกแบบ แต่ลักษณะของงานที่พิมพ์ออกมาจะดูเรียบร้อยมากกว่าแบบอื่น อีกทั้งยังมีความเร็วในการพิมพ์งานออกมามากกว่าทุกแบบ ส่วนเครื่องพิมพ์แบบ Ink Jet จะมีราคาของหมึกพิมพ์ ความเรียบร้อยของงาน และความเร็วอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเทียบกับทั้ง 2 แบบ ด้วยสาเหตุนี้เองจึงทำให้เครื่องพิมพ์แบบ Ink Jet ได้รับความนิยมมาก

แผนภูมิที่ 4-35 แสดงชนิดและจำนวนของเครื่องพิมพ์



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าราคาของเครื่องพิมพ์แต่ละแบบที่ผู้ประกอบการใช้จะมีราคาแตกต่างกัน ดังนี้คือ เครื่องพิมพ์แบบ Dot matrix ส่วนใหญ่จะมีราคาตั้งแต่ต่ำกว่า 5,000 บาท จนถึง 15,000 บาท ส่วนราคาของเครื่องพิมพ์แบบ Ink jet ส่วนใหญ่จะมีราคาระหว่าง 5,000 -10,000 บาท และราคาของเครื่องพิมพ์แบบ Laser printer ส่วนใหญ่จะมีราคาระหว่าง 10,001-15,000 บาท

ตารางที่ 4-36 ราคาเฉลี่ยต่อเครื่องของเครื่องพิมพ์ทั้ง 3 แบบ

ชนิดของ เครื่องพิมพ์	ราคาต่อหน่วย			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	มากกว่า 15,000 บาท
ดอทเมทริกซ์ (Dot matrix)	6 (10.7)	6 (10.7)	6 (10.7)	3 (5.4)
อิงค์เจต (Ink jet)	5 (8.9)	25 (44.6)	7 (12.5)	2 (3.6)
เลเซอร์พริ้นเตอร์ (Laser printer)	-	4 (7.1)	10 (17.9)	6 (10.7)

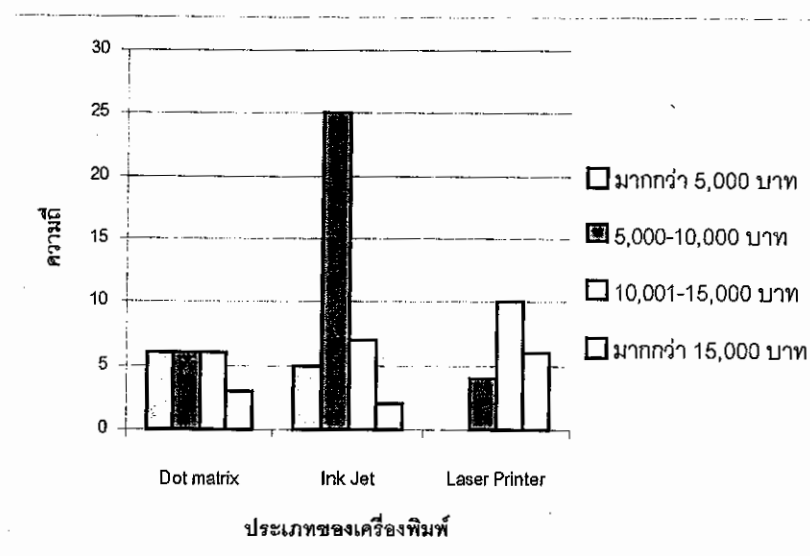
หมายเหตุ * - A (B) ; A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-36 พบว่าราคาเฉลี่ยต่อเครื่องของเครื่องพิมพ์ทั้ง 3 แบบที่ผู้ประกอบการใช้เป็นดังนี้ คือ

- เครื่องพิมพ์แบบ Dot matrix ราคาส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่างต่ำกว่า 5,000 บาทถึง 15,000บาทโดยมีผู้เลือกตอบข้อนี้ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1
- เครื่องพิมพ์แบบ Ink jet ราคาส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท โดยมีผู้เลือกตอบข้อนี้ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6
- เครื่องพิมพ์แบบ Laser printer ราคาส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท โดยมีผู้เลือกตอบข้อนี้ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

แผนภูมิที่ 4-36 แสดงราคาเฉลี่ยต่อเครื่องของเครื่องพิมพ์ทั้ง 3 แบบ



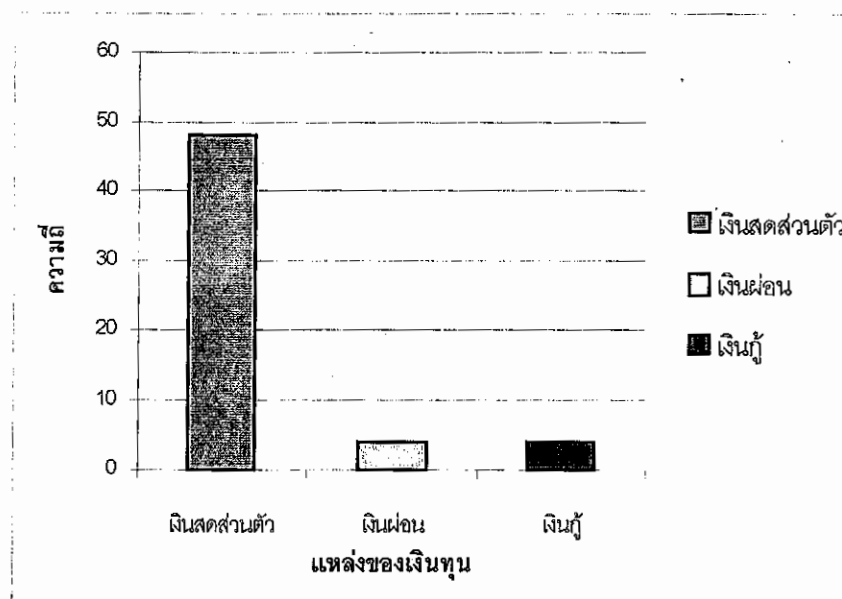
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องพิมพ์ด้วยเงินสดส่วนตัว ดังตาราง 4-37

ตารางที่ 4-37 แหล่งเงินทุนที่ใช้เพื่อซื้อเครื่องพิมพ์

แหล่งเงินทุนที่ใช้เพื่อซื้อเครื่องพิมพ์	ความถี่	ร้อยละ
เงินสดส่วนตัว	48	85.7
เงินผ่อน	4	7.1
เงินกู้	4	7.1
รวม	56	100

จากตาราง 4-37 พบว่าแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการซื้อเครื่องพิมพ์ส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการ คือ เงินสดส่วนตัว จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมาคือ เงินผ่อน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 รองลงมาคือ เงินกู้ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 เราจะพบว่าในการซื้อเครื่องพิมพ์ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะซื้อด้วยเงินสดส่วนตัวมากกว่าวิธีอื่น อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการไม่ต้องการจ่ายเงินเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม

แผนภูมิที่ 4-37 แสดงแหล่งเงินทุนที่ใช้เพื่อซื้อเครื่องพิมพ์



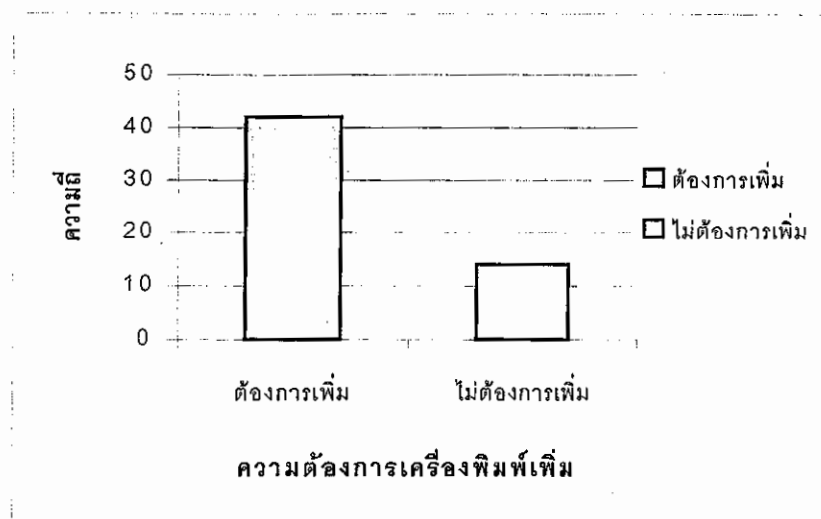
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่มจากเดิม ดังตาราง 4-38

ตารางที่ 4-38 ความต้องการเครื่องพิมพ์ เพิ่มในอนาคต

ความต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่มในอนาคต	ความถี่	ร้อยละ
ต้องการเพิ่ม	42	75.0
ไม่ต้องการเพิ่ม	14	25.0
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-38 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่ม จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 และผู้ประกอบการที่ไม่ต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่มในอนาคต มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 จากการที่ผู้ประกอบการต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่มแสดงว่าจำนวนเครื่องพิมพ์ที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อการใช้งาน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากเดิม

แผนภูมิที่ 4-38 แสดงความต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่มในอนาคต



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่มจำนวน 1-2 เครื่อง ดังตาราง 4-39

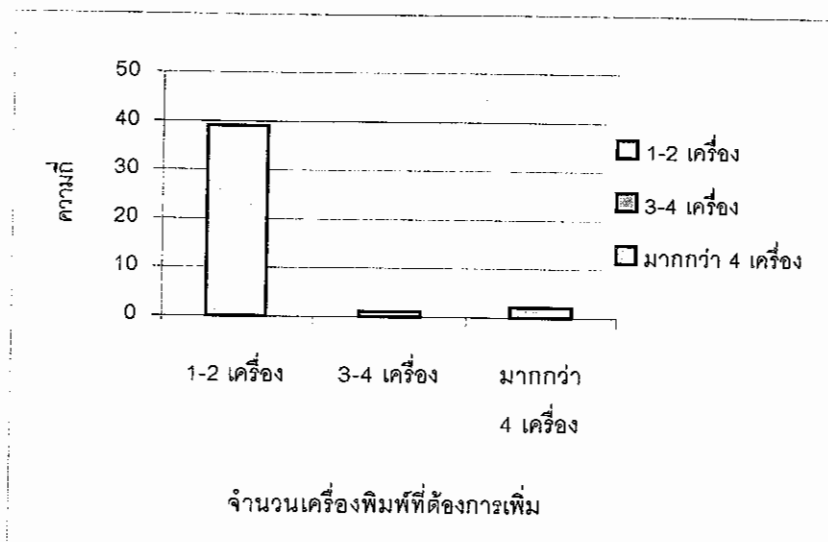
ตารางที่ 4-39 จำนวนเครื่องพิมพ์ที่ผู้ประกอบการต้องการเพิ่มในอนาคต

จำนวนเครื่องพิมพ์ที่ต้องการเพิ่ม	ความถี่	ร้อยละ
1-2 เครื่อง	39	92.9
3-4 เครื่อง	1	2.4
มากกว่า 4 เครื่อง	2	4.8
รวม	42	100.0

จากตาราง 4-39 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่ม 1-2 เครื่อง จำนวน 39 คน

คิดเป็นร้อยละ 92.9 ส่วนผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่ม 3-4 เครื่อง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 และผู้ประกอบการที่ต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่มมากกว่า 4 เครื่อง มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

แผนภูมิที่ 4-39 แสดงจำนวนเครื่องพิมพ์ที่ผู้ประกอบการต้องการเพิ่มในอนาคต



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าคุณสมบัติของเครื่องพิมพ์ที่เหมาะสมสำหรับผลิตงานเอกสารทางวิชาการ คือ ความเร็วในการทำงาน ความทนทาน และความสามารถในการหาซื้อหมึกได้ง่าย และมีราคาถูก ดังตาราง 4-52

ตารางที่ 4-40 คุณสมบัติของเครื่องพิมพ์ที่เหมาะสมสำหรับผลิตงานเอกสารทางวิชาการ

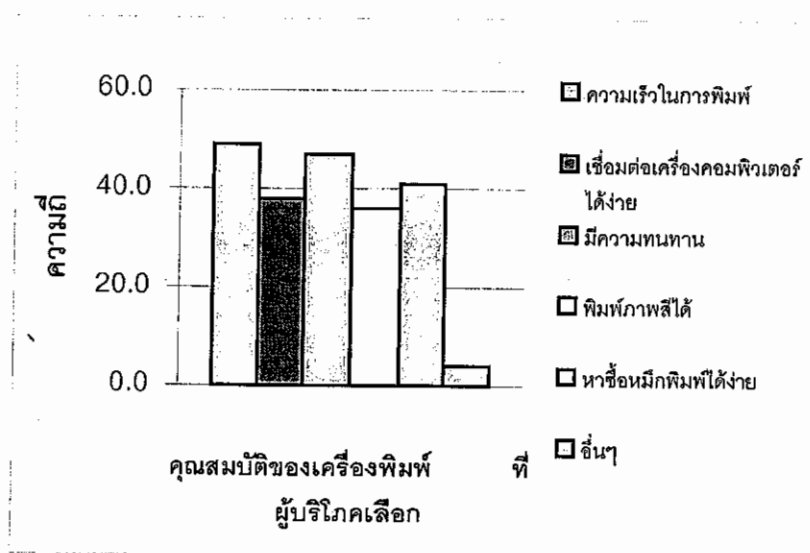
คุณสมบัติของเครื่องพิมพ์	จำนวนผู้ที่เลือกตอบ	
	ไม่เลือก (%)	เลือก (%)
ทำงานได้เร็ว	7 (12.5)	49 (87.5)
สามารถเชื่อมต่อกับเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ง่าย	18 (32.1)	38 (67.9)
มีความทนทาน	9 (16.1)	47 (83.9)
พิมพ์ภาพสีได้	20 (35.7)	36 (64.3)
หาซื้อหมึกได้ง่าย	15 (26.8)	41 (73.2)
อื่นๆ	52 (92.9)	4 (7.1)

หมายเหตุ * - A (B) ;A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-40 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า คุณสมบัติของเครื่องพิมพ์ที่เหมาะสมสำหรับผลิตเอกสารทางวิชาการคือ ความเร็วในการทำงาน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมา คือ ความทนทานในการทำงาน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 83.9 รองลงมา คือ หาซื้อหมึกพิมพ์ได้ง่ายและมีราคาถูก จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 จากความเห็นของผู้ประกอบการเราจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับเรื่องของความเร็ว ความทนทาน และราคาหมึกพิมพ์ที่ถูก หาซื้อง่ายมาก ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากการแข่งขันกันในเรื่องของบริการ และการลดต้นทุนในการดำเนินงาน เนื่องจากในปัจจุบันนี้การแข่งขันของธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการจะอยู่ในรูปของบริการที่รวดเร็ว หลากหลาย และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นสำคัญ

แผนภูมิที่ 4-40 แสดงคุณสมบัติของเครื่องพิมพ์ที่เหมาะสมสำหรับผลิตงานเอกสารทางวิชาการ



ข้อมูลรายละเอียดด้านต้นทุนของหมึกพิมพ์ กระดาษ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ

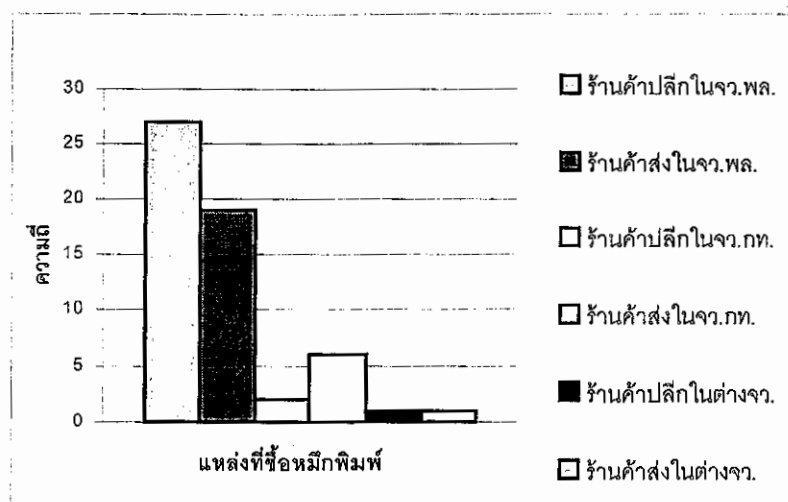
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะซื้อหมึกพิมพ์ที่ใช้กับเครื่องพิมพ์จากร้านค้าปลีกในจังหวัดพิษณุโลก ดังตาราง 4-41

ตารางที่ 4-41 แหล่งที่ซื้อหมึกพิมพ์ที่ใช้กับเครื่องพิมพ์

แหล่งที่ซื้อหมึกพิมพ์	ความถี่	ร้อยละ
ร้านค้าปลีกในจังหวัดพิษณุโลก	27	48.2
ร้านค้าส่งในจังหวัดพิษณุโลก	19	33.9
ร้านค้าปลีกในจังหวัดกรุงเทพฯ	2	3.6
ร้านค้าส่งในจังหวัดกรุงเทพฯ	6	10.7
ร้านค้าปลีกในต่างจังหวัด	1	1.8
ร้านค้าส่งในต่างจังหวัด	1	1.8
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-41 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีการซื้อหมึกพิมพ์ที่ใช้กับเครื่องพิมพ์จากร้านค้าปลีกในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ ซื้อจากร้านค้าส่งในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาคือ ซื้อจากร้านค้าส่งในจังหวัดกรุงเทพฯ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7

แผนภูมิที่ 4-41 แสดงแหล่งที่ซื้อหมึกพิมพ์ที่ใช้กับเครื่องพิมพ์



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าเหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์จากแหล่งที่เลือกมาจากการความสะดวกในการซื้อ

ดังตาราง 4-42

ตารางที่ 4-42 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อหมึกพิมพ์สำหรับใช้กับเครื่องพิมพ์จากแหล่งที่เลือก

ร้าน	มีส่วนลด หรือ เครดิต	มีสัญญาซื้อขายกัน	บริการดี	สะดวกในการซื้อ	มีชื่อเสียง	ราคาถูก	อื่นๆ	รวม
ร้านค้าปลีกในจว.พล.	3 (3.37)	1 (1.12)	6 (6.74)	23 (25.84)	2 (2.25)	8 (8.99)	-	43 (48.31)
ร้านค้าส่งในจว.พล.	4 (4.49)	-	3 (3.37)	6 (6.74)	1 (1.12)	11 (12.36)	2 (2.24)	27 (30.34)
ร้านค้าปลีกในจว.กท.	-	1 (1.12)	-	1 (1.12)	-	-	-	2 (2.25)
ร้านค้าปลีกในจว.กท.	3 (3.37)	1 (1.12)	2 (2.24)	-	-	6 (6.74)	-	12 (13.48)
ร้านค้าปลีกในต่างจว.	-	-	-	1 (1.12)	-	1 (1.12)	-	2 (2.25)
ร้านค้าส่งในต่างจว.	1 (1.12)	-	1 (1.12)	1 (1.12)	-	-	-	3 (3.37)
รวม	11 (12.36)	3 (3.37)	12 (13.48)	32 (35.96)	3 (3.37)	26 (29.21)	2 (2.24)	89 (100)

หมายเหตุ * - A (B) ; A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซ็นต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-42 พบว่าสาเหตุที่ผู้ประกอบการใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อหมึกพิมพ์จากแหล่งต่างๆ มีดังนี้

- ร้านค้าขายปลีกในจังหวัดพิษณุโลก

อันดับ 1 คือ สะดวกในการซื้อ	จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 25.84
อันดับ 2 คือ มีราคาถูกกว่าที่อื่น	จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.99
อันดับ 3 คือ ร้านมีบริการที่ดี	จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.74
- ร้านค้าขายส่งในจังหวัดพิษณุโลก

อันดับ 1 คือ มีราคาถูกกว่าที่อื่น	จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 12.36
อันดับ 2 คือ สะดวกในการซื้อ	จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.74
อันดับ 3 คือ ได้ส่วนลด หรือเครดิต	จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.49
- ร้านค้าขายปลีกในจังหวัดกรุงเทพฯ

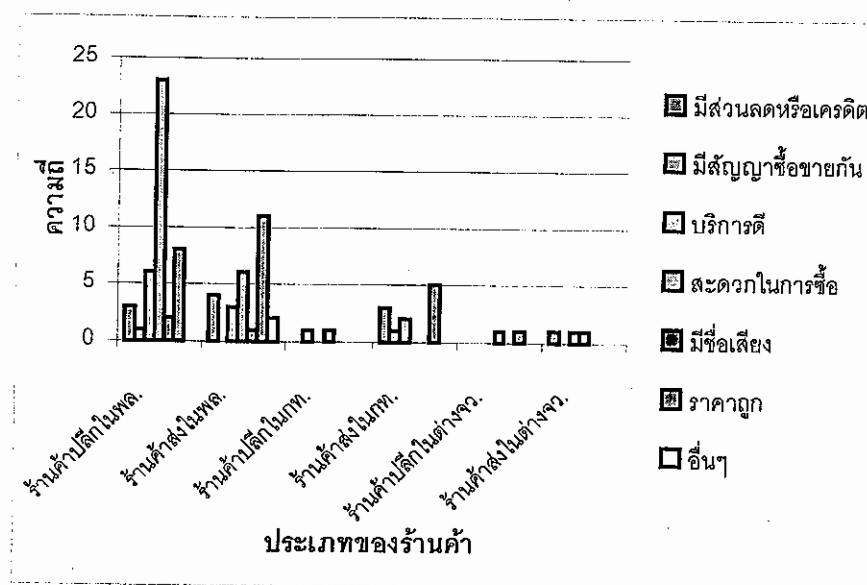
อันดับ 1 คือ สะดวกในการซื้อ	จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.12
และ มีสัญญาซื้อขายต่อกัน	จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.12
- ร้านค้าขายส่งในจังหวัดกรุงเทพฯ

อันดับ 1 คือ มีราคาถูกกว่าที่อื่น	จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.74
อันดับ 2 คือ ได้ส่วนลด หรือเครดิต	จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.37
อันดับ 3 คือ ร้านมีบริการที่ดี	จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24
- ร้านค้าขายปลีกในต่างจังหวัด

อันดับ 1 คือ สะดวกในการซื้อ	จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.12
และ มีราคาถูกกว่าที่อื่น	จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.12
- ร้านค้าขายส่งในต่างจังหวัด

อันดับ 1 คือ สะดวกในการซื้อ	จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.12
ร้านมีบริการที่ดี	จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.12
และ ได้ส่วนลดหรือเครดิต	จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.12

แผนภูมิที่ 4-42 แสดงเหตุผลในการตัดสินใจซื้อหมึกพิมพ์สำหรับใช้กับเครื่องพิมพ์จากแหล่งที่เลือก



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่ามีผู้ประกอบการเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ได้รับเครดิตในการซื้อหมึกพิมพ์ ดังตาราง 4-43

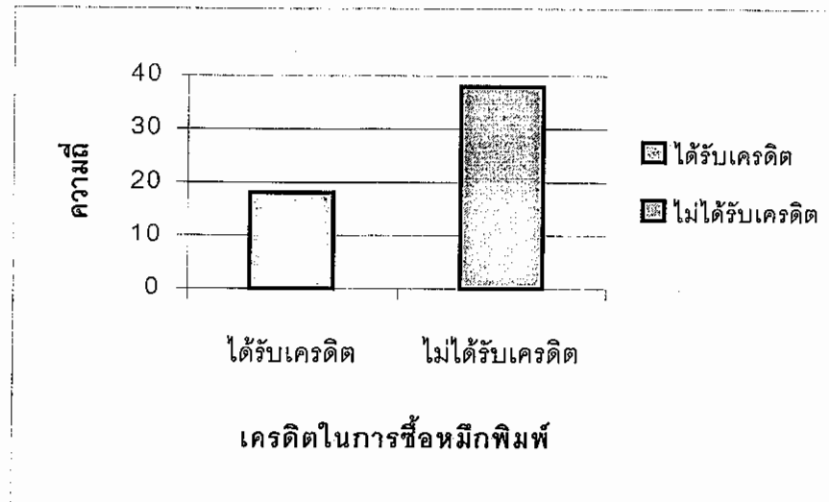
ตารางที่ 4-43 เครดิตที่ได้รับในการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์

เครดิตในการซื้อหมึกพิมพ์	ความถี่	ร้อยละ
ได้รับเครดิต	18	32.1
ไม่ได้รับเครดิต	38	67.9
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-43 พบว่ามีผู้ประกอบการที่ได้รับเครดิตในการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์ จำนวน

18 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 ส่วนผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับเครดิตในการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์ มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 67.9 การที่ผู้ประกอบการได้รับเครดิตน้อยนั้นส่วนหนึ่งอาจจะมีสาเหตุมาจากปริมาณการซื้อหมึกพิมพ์ที่ไม่มากนักในแต่ละครั้ง ทำให้ไม่สามารถต่อรองให้ได้รับเครดิตได้

แผนภูมิที่ 4-43 แสดงเครดิตที่ได้รับในการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าชนิดของเครดิตในการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์ที่ผู้ประกอบการได้รับส่วนใหญ่ คือ เครดิตแบบนำสินค้าไปก่อน และชำระเงินทีหลัง ดังตาราง 4-44

ตารางที่ 4-44 ชนิดของเครดิตที่ผู้ประกอบการได้รับในการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์

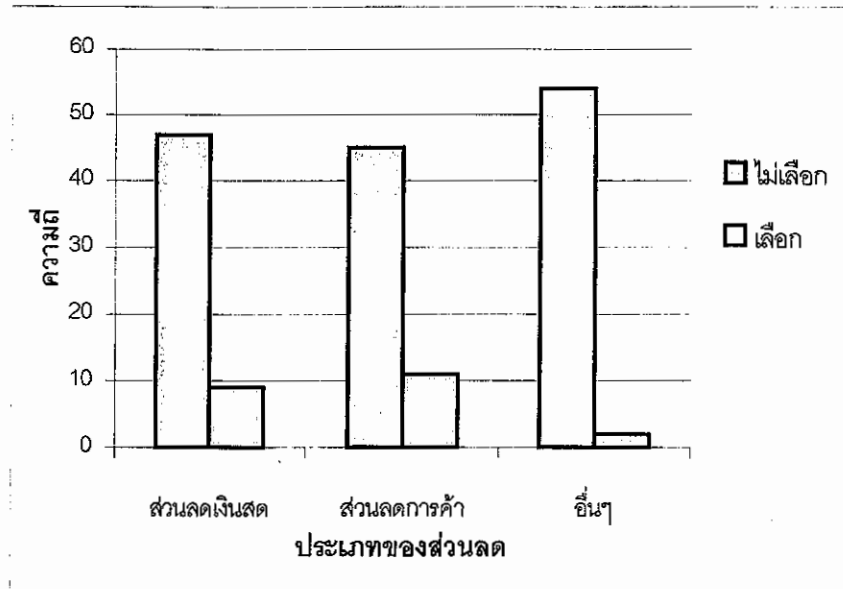
ชนิดของเครดิต	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม		
	ไม่เลือก (%)	เลือก (%)	รวม
ส่วนลดเงินสด	47 (83.9)	9 (16.1)	56 (100)
ส่วนลดการค้า	45 (80.4)	11 (19.6)	56 (100)
อื่นๆ	54 (96.4)	2 (3.6)	56 (100)

หมายเหตุ * - A (B) ;A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-44 พบว่าชนิดของเครดิตในการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์ที่ผู้ประกอบการได้รับส่วนใหญ่คือ เครดิตแบบนำสินค้าไปก่อน และชำระเงินทีหลัง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 ส่วนเครดิตแบบได้รับส่วนลดเมื่อสั่งซื้อปริมาณมาก หรือจ่ายเงินสด มีผู้ประกอบการได้รับจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1

แผนภูมิที่ 4-44 แสดงชนิดของเครดิตที่ผู้ประกอบการได้รับในการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์



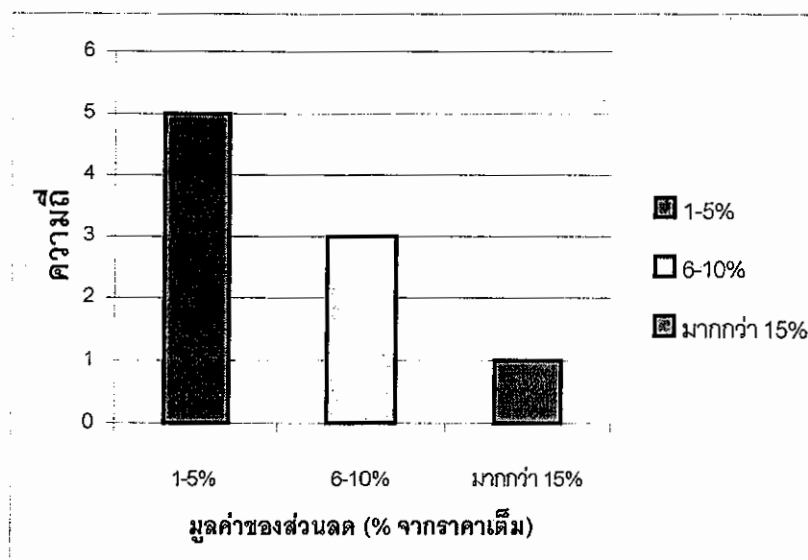
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่ามูลค่าของส่วนลดส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการได้รับจากการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์ คือ 1-5 % จากราคาเต็มของสินค้า ดังตาราง 4-45

ตารางที่ 4-45 มูลค่าของส่วนลดที่ได้รับในการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์

มูลค่าของส่วนลด (% จากราคาเต็ม)	ความถี่	ร้อยละ
1-5%	5	55.6
6-10%	3	33.3
มากกว่า 15%	1	11.1
รวม	9	100.0

จากตาราง 4-45 พบว่าส่วนลดที่ผู้ประกอบการได้รับส่วนใหญ่ในการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์ คือ 1-5 % จากราคาเต็มของสินค้า จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาคือ 6-10 % จากราคาเต็มของสินค้า จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 อันดับสุดท้าย คือ มากกว่า 15 % จากราคาเต็มของสินค้า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1

แผนภูมิที่ 4-45 แสดงมูลค่าของส่วนลดที่ได้รับในการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์



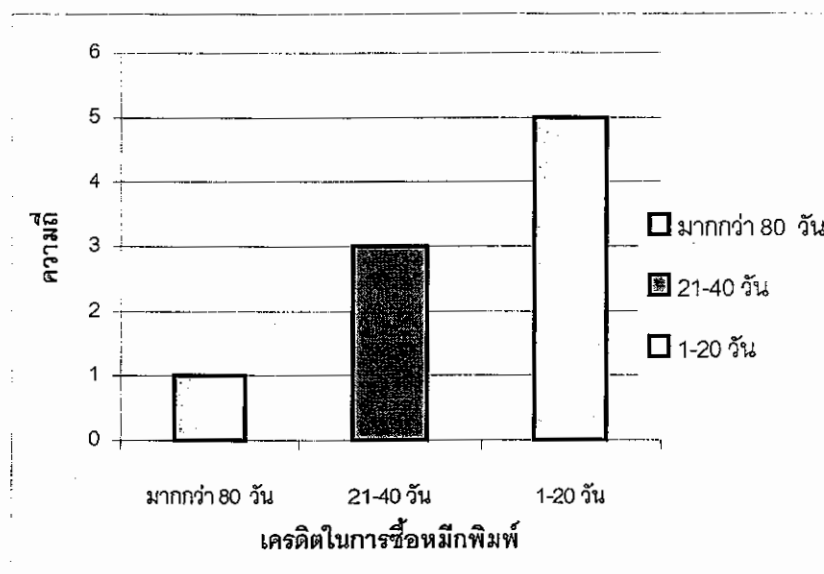
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าเครดิตในการนำสินค้าไปก่อน แล้วชำระเงินทีหลังที่ผู้ประกอบการได้รับส่วนใหญ่ในการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์ คือ 1-20 วัน ดังตาราง 4-46

ตารางที่ 4-46 เครดิตที่ได้รับในการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์

เครดิตในการซื้อหมึกพิมพ์	ความถี่	ร้อยละ
1-20 วัน	6	54.5
21-40 วัน	2	18.2
มากกว่า 80 วัน	3	27.3
รวม	9	100.0

จากตาราง 4-46 พบว่าเครดิตในการนำสินค้าไปก่อน แล้วชำระเงินทีหลังที่ผู้ประกอบการได้รับส่วนใหญ่ คือ 1-20 วัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ มากกว่า 80 วัน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 อันดับสุดท้าย คือ 21-40 วัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2

แผนภูมิที่ 4-46 แสดงเครดิตที่ได้รับในการซื้อหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์



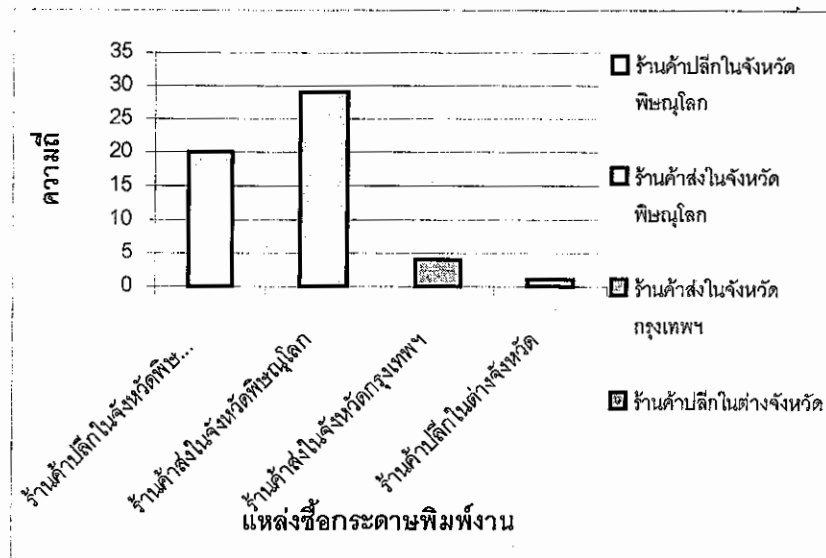
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีการซื้อกระดาษสำหรับพิมพ์งานที่ร้านค้าขายส่งในพิษณุโลก ดังตาราง 4-47

ตารางที่ 4-47 แหล่งซื้อกระดาษที่ใช้สำหรับพิมพ์งาน

แหล่งที่ซื้อหมึกพิมพ์	ความถี่	ร้อยละ
ร้านค้าปลีกในจังหวัดพิษณุโลก	20	37.0
ร้านค้าส่งในจังหวัดพิษณุโลก	29	53.7
ร้านค้าส่งในจังหวัดกรุงเทพฯ	4	7.4
ร้านค้าปลีกในต่างจังหวัด	1	1.9
รวม	54	100.0

จากตาราง 4-47 พบว่าแหล่งซื้อกระดาษที่ใช้สำหรับพิมพ์งานที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือก คือ ร้านค้าส่งในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ ร้านค้าปลีกในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และรองลงมาคือ ร้านค้าส่งในกรุงเทพฯ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4

แผนภูมิที่ 4-47 แสดงแหล่งซื้อกระดาษที่ใช้สำหรับพิมพ์งาน



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าเหตุผลในการตัดสินใจซื้อกระดาษที่ใช้สำหรับพิมพ์งานส่วนใหญ่ คือ ราคาที่ถูกกว่าที่อื่น ดังตาราง 4-48

ตารางที่ 4-48 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อกระดาษที่ใช้สำหรับพิมพ์งานจากแหล่งที่เลือก

ร้าน	มีส่วนลด หรือ เครดิต	มีสัญญาซื้อขายกัน	บริการดี	สะดวกในการซื้อ	มีชื่อเสียง	ราคาถูก	อื่นๆ	รวม
ร้านค้าปลีก ในจว. พล.	2 (2.22)	-	2 (2.22)	17 (18.89)	1 (1.11)	9 (10.00)	-	31 (34.44)
ร้านค้าส่ง ในจว. พล.	8 (8.89)	1 (1.11)	5 (5.56)	14 (15.56)	1 (1.11)	21 (23.33)	1 (1.11)	51 (56.67)
ร้านค้าปลีก ในจว. กท.	-	-	-	-	-	-	-	-
ร้านค้าปลีก ในจว. กท.	3 (3.33)	-	1 (1.11)	-	-	3 (3.33)	-	7 (7.77)
ร้านค้าปลีก ในต่างจว.	-	1 (1.11)	-	-	-	-	-	1 (1.11)
รวม	13 (14.44)	2 (2.22)	8 (8.89)	31 (34.44)	2 (2.22)	33 (36.67)	1 (1.11)	90 (100)

หมายเหตุ *- A (B) ;A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-48 พบว่าเหตุผลที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการซื้อกระดาษจากแหล่งที่เลือกคือ

- ร้านค้าขายปลีกในจังหวัดพิษณุโลก

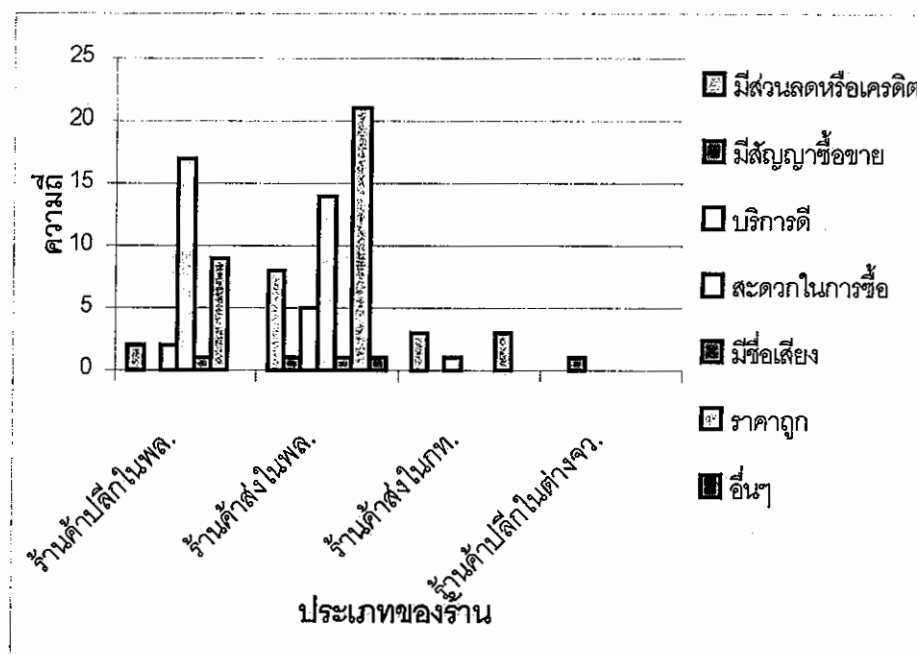
อันดับ 1 คือ สะดวกในการซื้อ	จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 18.89
อันดับ 2 คือ มีราคาถูกกว่าที่อื่น	จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00
อันดับ 3 คือ ร้านมีบริการที่ดี	จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.22
ได้ส่วนลด หรือเครดิต	จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.22
- ร้านค้าขายส่งในจังหวัดพิษณุโลก

อันดับ 1 คือ มีราคาถูกกว่าที่อื่น	จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33
อันดับ 2 คือ สะดวกในการซื้อ	จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 15.56
อันดับ 3 คือ ได้ส่วนลด หรือเครดิต	จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.89
- ร้านค้าขายส่งในจังหวัดกรุงเทพฯ

อันดับ 1 คือ มีราคาถูกกว่าที่อื่น	จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33
ได้ส่วนลด หรือเครดิต	จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33
อันดับ 2 คือ ร้านมีบริการที่ดี	จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.11
- ร้านค้าขายปลีกในต่างจังหวัด

อันดับ 1 คือ มีสัญญาซื้อขายต่อกัน	จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.11
-----------------------------------	-------------------------------

แผนภูมิที่ 4-48 แสดงเหตุผลในการตัดสินใจซื้อกระดาษที่ใช้สำหรับพิมพ์งานจากแหล่งที่เลือก



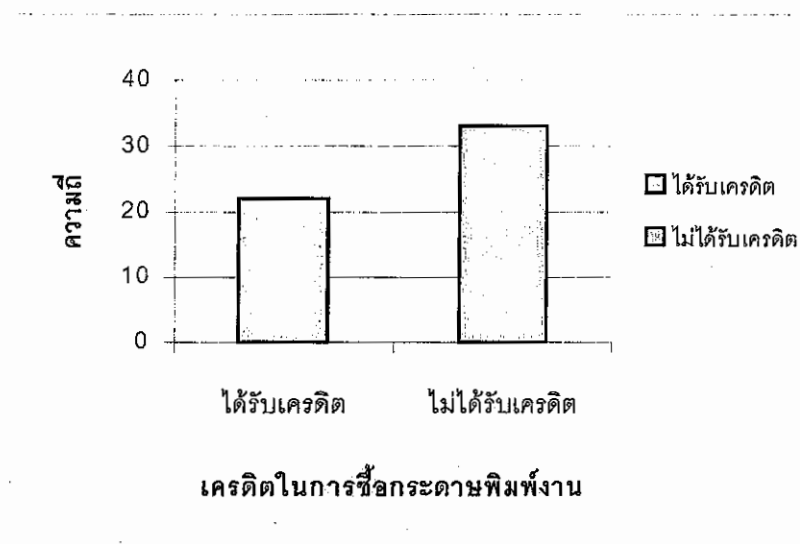
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่ามีผู้ประกอบการจำนวนน้อยรายที่ได้รับ
เครดิตในการซื้อกระดาษพิมพ์งาน ดังตาราง 4-49

ตารางที่ 4-49 เครดิตในการซื้อกระดาษสำหรับพิมพ์งาน

เครดิตในการซื้อกระดาษ	ความถี่	ร้อยละ
ได้รับเครดิต	22	40.0
ไม่ได้รับเครดิต	33	60.0
รวม	55	100.0

จากตาราง 4-49 พบว่าผู้ประกอบการที่ได้รับเครดิตในการซื้อกระดาษสำหรับพิมพ์งาน มีจำนวน 22 คน
คิดเป็นร้อยละ 40.0 ส่วนผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับเครดิตในการซื้อกระดาษสำหรับ
พิมพ์งาน มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0

แผนภูมิที่ 4-49 แสดงเครดิตในการซื้อกระดาษสำหรับพิมพ์งาน



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าเครดิตที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้รับในการซื้อกระดาษสำหรับพิมพ์งาน คือ เครดิตแบบนำสินค้าไปก่อน แล้วชำระเงินทีหลัง ดังตาราง 4-50

ตารางที่ 4-50 ชนิดของเครดิตที่ผู้ประกอบการได้รับในการซื้อกระดาษสำหรับพิมพ์งาน

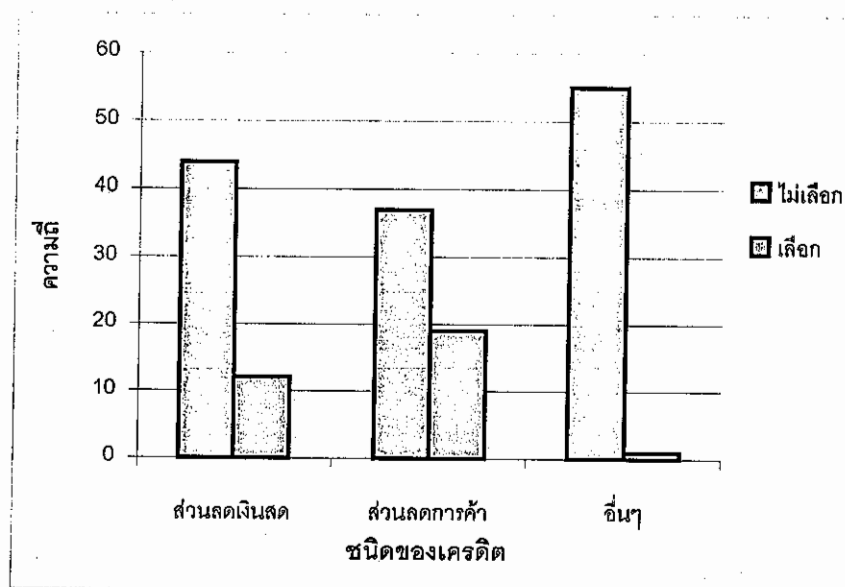
ชนิดของเครดิต	จำนวนผู้เลือกตอบแบบสอบถาม		
	ไม่เลือก (%)	เลือก (%)	รวม
ส่วนลดเงินสด	44 (78.6)	12 (21.4)	56 (100)
ส่วนลดการค้า	37 (66.1)	19 (33.9)	56 (100)
อื่นๆ	55 (98.2)	1 (1.8)	56 (100)

หมายเหตุ * - A (B) ;A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-50 พบว่าผู้ประกอบการที่ได้รับเครดิตในการซื้อกระดาษสำหรับพิมพ์งานส่วนใหญ่ จะได้รับเครดิตแบบ นำสินค้าไปก่อน แล้วชำระเงินทีหลัง จำนวน 19 คน คิดเป็น ร้อยละ 33.9 รองลงมาคือ เครดิตแบบได้รับส่วนลดเมื่อสั่งซื้อปริมาณมาก หรือ จ่ายเงินสด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4

แผนภูมิที่ 4-50 แสดงชนิดของเครดิตที่ผู้ประกอบการได้รับในการซื้อกระดาษสำหรับพิมพ์งาน



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนลดส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการได้รับในการซื้อกระดาษพิมพ์งาน คือ 6-10% จากราคาเต็มของสินค้า ดังตาราง 4-51

ตารางที่ 4-51 ส่วนลดที่ผู้ประกอบการได้รับในการซื้อกระดาษพิมพ์งาน

มูลค่าของส่วนลด (% จากราคาเต็ม)	ความถี่	ร้อยละ
1-5%	4	33.3
6-10%	5	41.7
11-15%	3	25.0
รวม	12	100.0

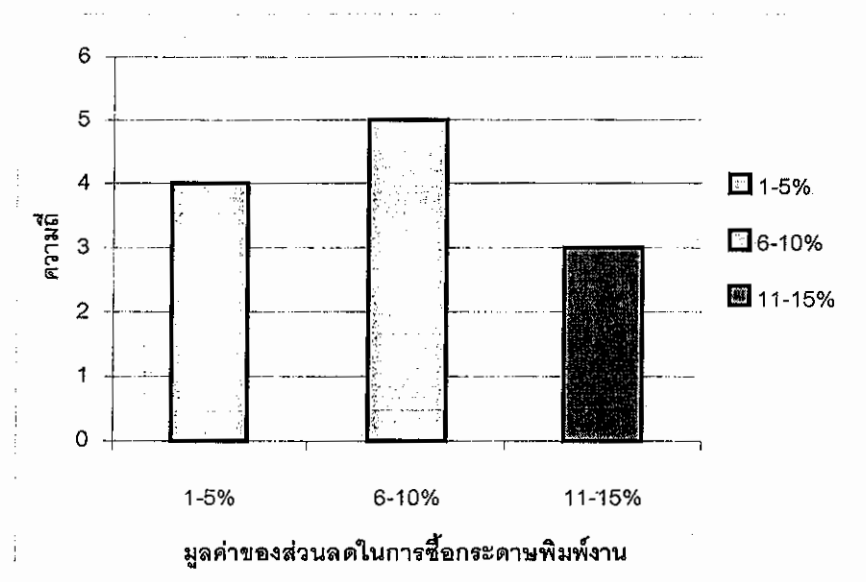
จากตาราง 4-51 พบว่า ส่วนลดที่ผู้ประกอบการได้รับในการซื้อกระดาษพิมพ์งาน คือ 6-10%

จากราคาเต็มของสินค้า จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ 1-5%

จากราคาเต็มของสินค้า จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 อันดับสุดท้ายคือ 11-15%

จากราคาเต็มของสินค้า จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0

แผนภูมิที่ 4-51 แสดงส่วนลดที่ผู้ประกอบการได้รับในการซื้อกระดาษพิมพ์งาน



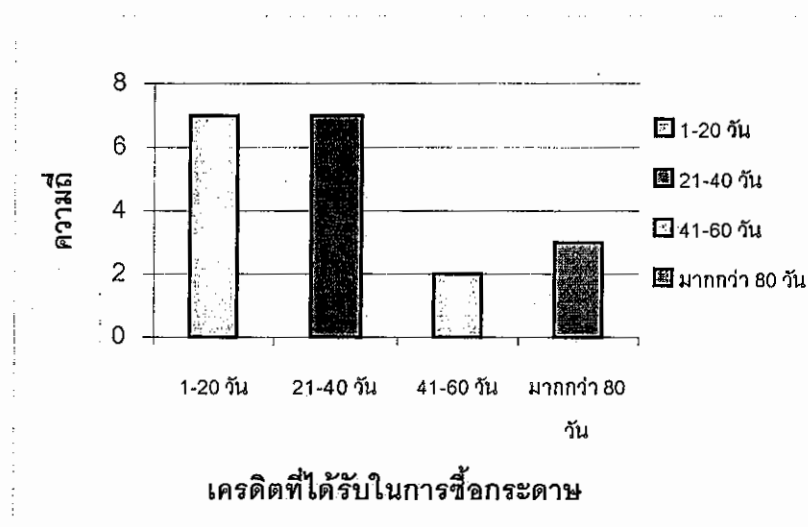
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าเครดิตในการนำสินค้าไปก่อน แล้วชำระเงินทีหลังที่ผู้ประกอบการได้รับส่วนใหญ่ในการซื้อกระดาษสำหรับพิมพ์งาน คือ 1-20 วัน และ 21-40 วัน ดังตาราง 4-52

ตารางที่ 4-52 เครดิตที่ได้ในการซื้อกระดาษสำหรับพิมพ์งาน

เครดิตในการซื้อกระดาษ	ความถี่	ร้อยละ
1-20 วัน	7	36.8
21-40 วัน	7	36.8
41-60 วัน	2	10.5
มากกว่า 80 วัน	3	15.8
รวม	19	100

จากตาราง 4-52 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้เครดิตในการนำสินค้าไปก่อน แล้วชำระเงินทีหลัง 1-20 วัน และ 21-40 วัน จำนวนละ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ มากกว่า 80 วัน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และอันดับสุดท้ายคือ 41-60 วัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

แผนภูมิที่ 4-52 แสดงเครดิตที่ได้ในการซื้อกระดาษสำหรับพิมพ์งาน



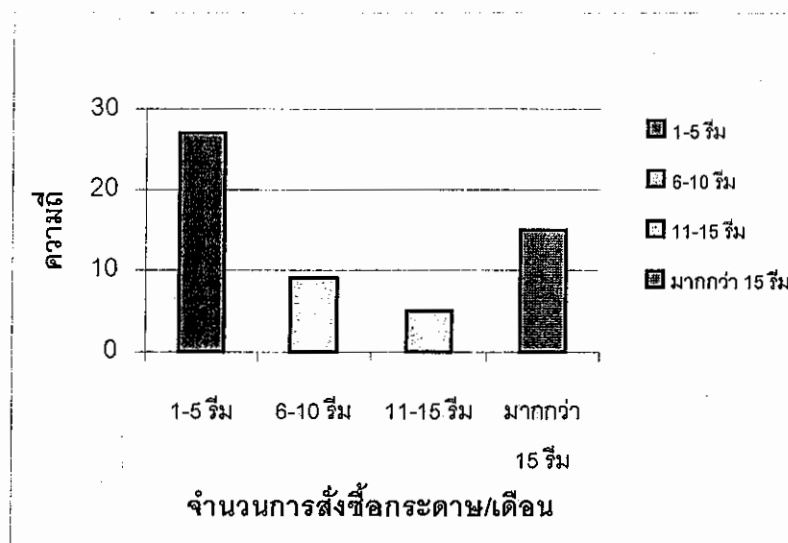
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าในแต่ละเดือนผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีการสั่งซื้อกระดาษเดือนละ 1-5 รีม ดังตาราง 4-53

ตารางที่ 4-53 จำนวนการสั่งซื้อกระดาษในแต่ละเดือน (1 รีม จะมีกระดาษอยู่ 500 แผ่น)

จำนวนการสั่งซื้อกระดาษ/เดือน	ความถี่	ร้อยละ
1-5 รีม	27	48.2
6-10 รีม	9	16.1
11-15 รีม	5	8.9
มากกว่า 15 รีม	15	26.8
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-53 พบว่าจำนวนการสั่งซื้อกระดาษในแต่ละเดือนของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ คือ 1-5 รีม จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ มากกว่า 15 รีม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาคือ 6-10 รีม จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1

แผนภูมิที่ 4-53 แสดงจำนวนการสั่งซื้อกระดาษในแต่ละเดือน (1 รีม จะมีกระดาษอยู่ 500 แผ่น)



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าราคากระดาดต่อริม ที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้งานอยู่ คือ ราคาริมละ 71-90 บาท ดังตาราง 4-54

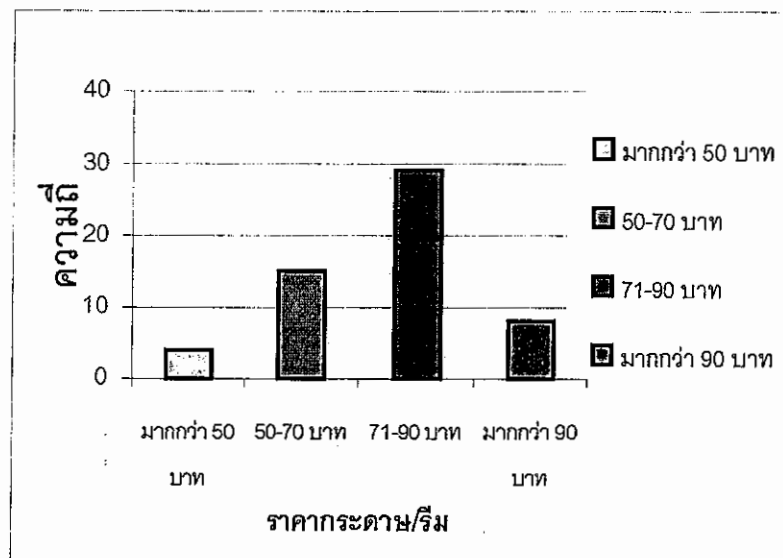
ตารางที่ 4-54 ราคากระดาด ต่อ 1 ริม

ราคากระดาด/ริม	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50 บาท	4	7.1
50-70 บาท	15	26.8
71-90 บาท	29	51.8
มากกว่า 90 บาท	8	14.3
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-54 พบว่าราคากระดาดต่อริมที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้งานอยู่จะอยู่ระหว่างริมละ

71-90 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาคือ ริมละ 50-70 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาคือ ราคาริมละมากกว่า 90 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

แผนภูมิที่ 4-54 แสดงราคากระดาด ต่อ 1 ริม



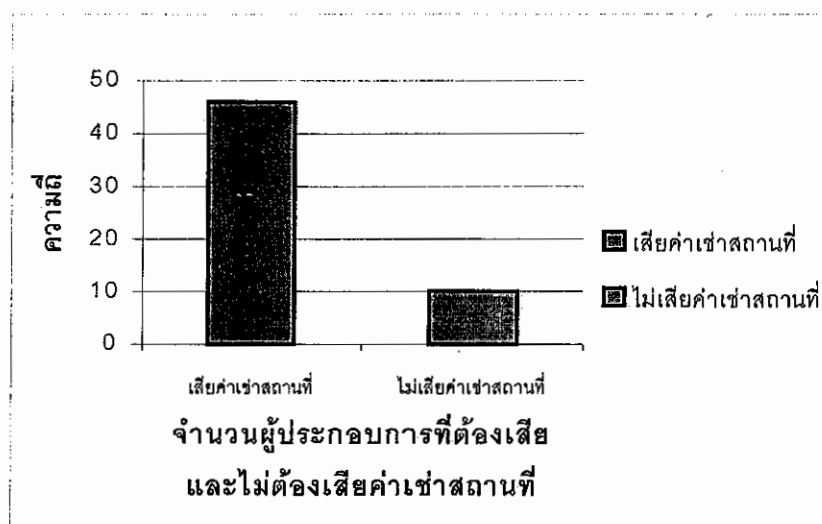
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะต้องเสียค่าเช่าสถานที่ ดังตาราง 4-55

ตารางที่ 4-55 จำนวนธุรกิจที่ต้องเสียค่าเช่า และที่ไม่ต้องเสียค่าเช่าสถานที่

การเสียค่าเช่าสถานที่	ความถี่	ร้อยละ
เสียค่าเช่าสถานที่	46	82.1
ไม่เสียค่าเช่าสถานที่	10	17.9
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-55 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องเสียค่าเช่าสถานที่ โดยมีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 82.1 และผู้ประกอบการที่ไม่ต้องเสียค่าเช่าสถานที่ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

แผนภูมิที่ 4-55 แสดงจำนวนธุรกิจที่ต้องเสียค่าเช่า และที่ไม่ต้องเสียค่าเช่าสถานที่



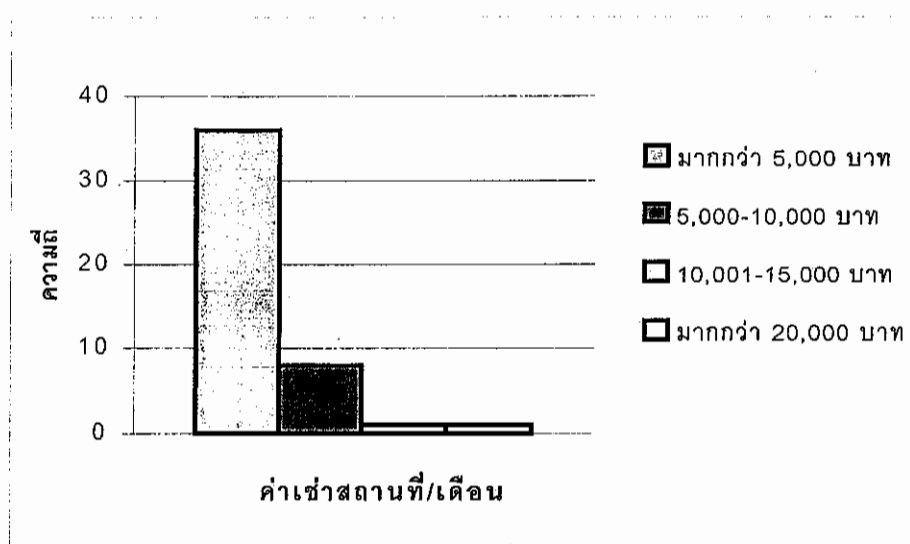
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการที่ต้องเสียค่าเช่าสถานที่นั้น ส่วนใหญ่จะเสียค่าเช่าสถานที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ดังตาราง 4-56

ตารางที่ 4-56 ค่าเช่าสถานที่ต่อ 1 เดือน

ค่าเช่าสถานที่/เดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	36	78.3
5,000-10,000 บาท	8	17.4
10,001-15,000 บาท	1	2.2
มากกว่า 20,000 บาท	1	2.2
รวม	46	100.0

จากตาราง 4-56 พบว่าผู้ประกอบการที่ต้องเสียค่าเช่าสถานที่นั้นส่วนใหญ่จะเสียค่าเช่าสถานที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมาคือ ระหว่าง 5,000-10,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 รองลงมาคือ ระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือน และ มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน จำนวนละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2

แผนภูมิที่ 4-56 แสดงค่าเช่าสถานที่ต่อ 1 เดือน



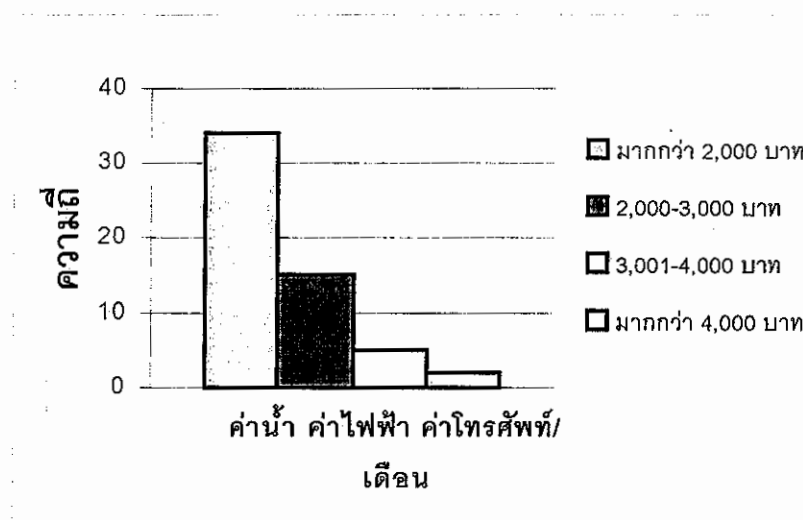
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเสียค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และค่าโทรศัพท์ ต่ำกว่า 2,000 บาทต่อเดือน ดังตาราง 4-57

ตารางที่ 4-57 ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ต่อ 1 เดือน

ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์/เดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,000 บาท	34	60.7
2,000-3,000 บาท	15	26.8
3,001-4,000 บาท	5	8.9
มากกว่า 4,000 บาท	2	3.6
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-57 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเสียค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และค่าโทรศัพท์ ต่ำกว่า 2,000 บาทต่อเดือน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือระหว่าง 2,000-3,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาคือ 3,001-4,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9

แผนภูมิที่ 4-57 แสดงค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ต่อ 1 เดือน



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่ามีธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการไม่มากนักที่ทำการจ้างพนักงาน ดังตาราง 4-58

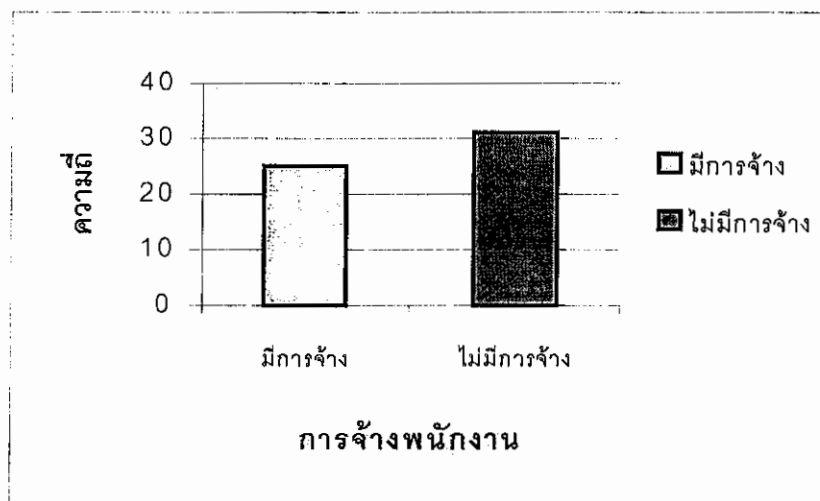
ตารางที่ 4-58 จำนวนธุรกิจที่มีการจ้างพนักงาน

การจ้างพนักงาน	ความถี่	ร้อยละ
มีการจ้าง	25	44.6
ไม่มีการจ้าง	31	55.4
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-58 พบว่ามีผู้ประกอบการที่ทำการจ้างพนักงาน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6

ส่วนผู้ประกอบการที่ไม่ได้ทำการจ้างพนักงาน มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 55.4

แผนภูมิที่ 4-58 จำนวนธุรกิจที่มีการจ้างพนักงาน



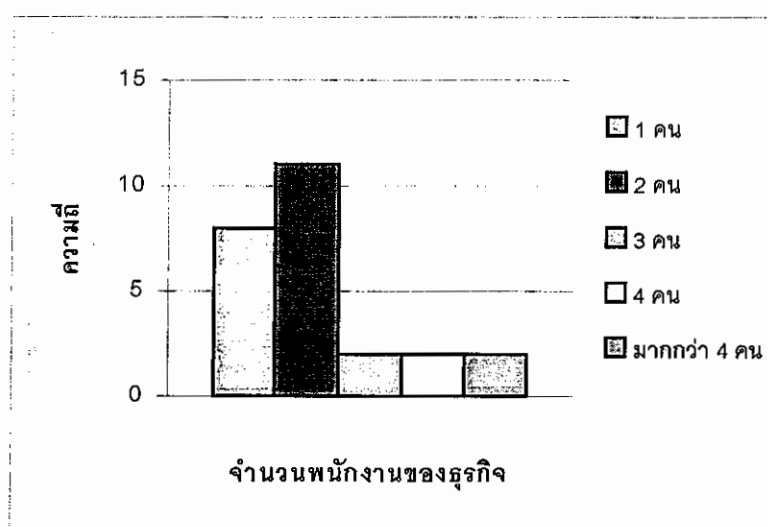
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีการจ้างพนักงานจำนวน 2 คน ดังตาราง 4-59

ตารางที่ 4-59 จำนวนพนักงานของธุรกิจ

จำนวนพนักงานที่ธุรกิจจ้าง	ความถี่	ร้อยละ
1 คน	8	32.0
2 คน	11	44.0
3 คน	2	8.0
4 คน	2	8.0
มากกว่า 4 คน	2	8.0
รวม	25	100.0

จากตาราง 4-59 พบว่าจำนวนพนักงานที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำการจ้างคือ 2 คน ซึ่งมีผู้ประกอบการเลือกข้อนี้ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือจำนวนพนักงาน 1 คน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 และรองลงมา คือ มีการจ้างพนักงานจำนวน 3,4 และมากกว่า 4 คน ซึ่งมีผู้ประกอบการเลือกข้อนี้จำนวนละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

แผนภูมิที่ 4-59 แสดงจำนวนพนักงานของธุรกิจ



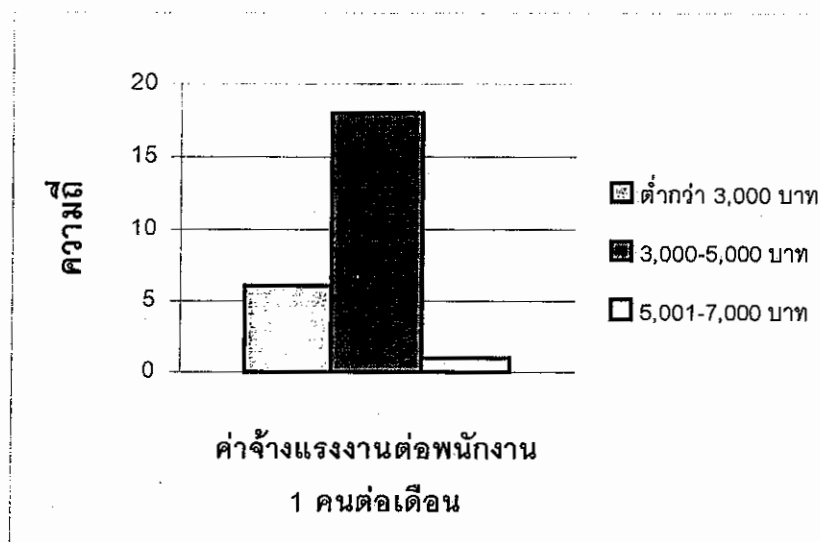
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าค่าจ้างแรงงานต่อ 1 เดือนสำหรับพนักงาน 1 คน ที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จ่าย คือ 3,000-5,000 บาท ดังตาราง 4-60

ตารางที่ 4-60 ค่าจ้างแรงงานต่อ 1 เดือนสำหรับพนักงาน 1 คน

ค่าจ้างแรงงาน/1 คน/เดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	6	24.0
3,000-5,000 บาท	18	72.0
5,001-7,000 บาท	1	4.0
รวม	25	100

จากตาราง 4-60 พบว่าค่าจ้างแรงงานต่อ 1 เดือนสำหรับพนักงาน 1 คน ที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จ่าย คือ 3,000-5,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 3,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และอันดับสุดท้าย คือ ระหว่าง 5,001-7,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

แผนภูมิที่ 4-60 แสดงค่าจ้างแรงงานต่อ 1 เดือนสำหรับพนักงาน 1 คน



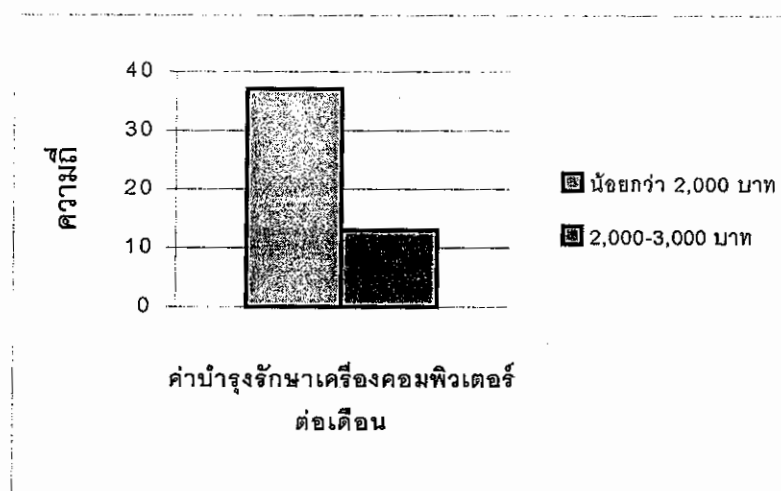
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเสียค่าบำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ต่ำกว่า 2,000 บาทต่อเดือน ดังตาราง 4-61

ตารางที่ 4-61 ค่าบำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อเดือน

ค่าบำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์/เดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,000 บาท	37	74.0
2,000-3,000 บาท	13	26.0
รวม	50	100.0

จากตาราง 4-61 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเสียค่าบำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ต่ำกว่า 2,000 บาทต่อเดือน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือระหว่าง 2,000-3,000 บาทต่อเดือน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0

แผนภูมิที่ 4-61 แสดงค่าบำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อเดือน



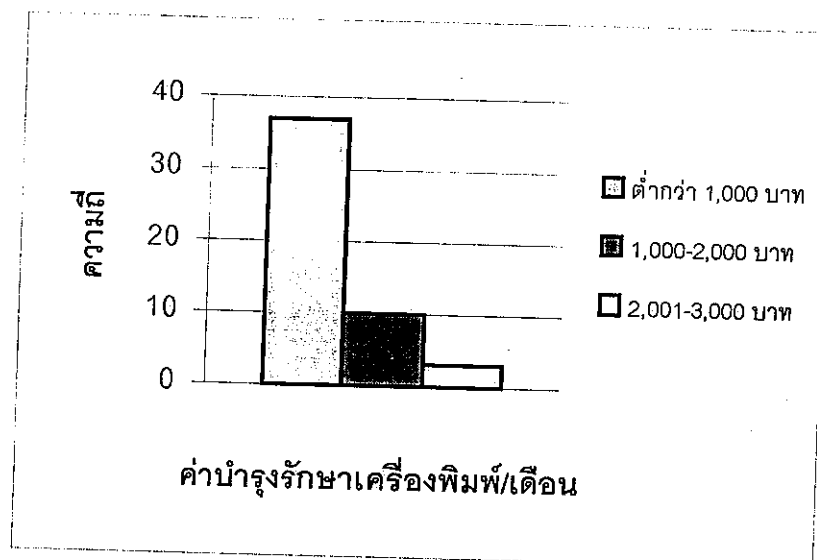
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเสียค่าบำรุงรักษาเครื่องพิมพ์ ต่ำกว่า 1,000 บาท ต่อเดือน ดังตาราง 4-62

ตารางที่ 4-62 ค่าบำรุงรักษาเครื่องพิมพ์ต่อเดือน

ค่าบำรุงรักษาเครื่องพิมพ์/เดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	37	74.0
1,000-2,000 บาท	10	20.0
2,001-3,000 บาท	3	6.0
รวม	50	100.0

จากตาราง 4-62 พบว่าค่าบำรุงรักษาเครื่องพิมพ์ที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จ่าย คือ ต่ำกว่า 1,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือระหว่าง 1,000-2,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และอันดับสุดท้ายคือ ระหว่าง 2,001-3,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 6.0

แผนภูมิที่ 4-62 แสดงค่าบำรุงรักษาเครื่องพิมพ์ต่อเดือน



ข้อมูลรายละเอียดด้านรายได้จากธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการฯ

จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าจำนวนงานเอกสารทางวิชาการที่ผู้ประกอบการผลิตโดยเฉลี่ย คือ น้อยกว่า 500 แผ่นต่อเดือน ดังตาราง 4-63

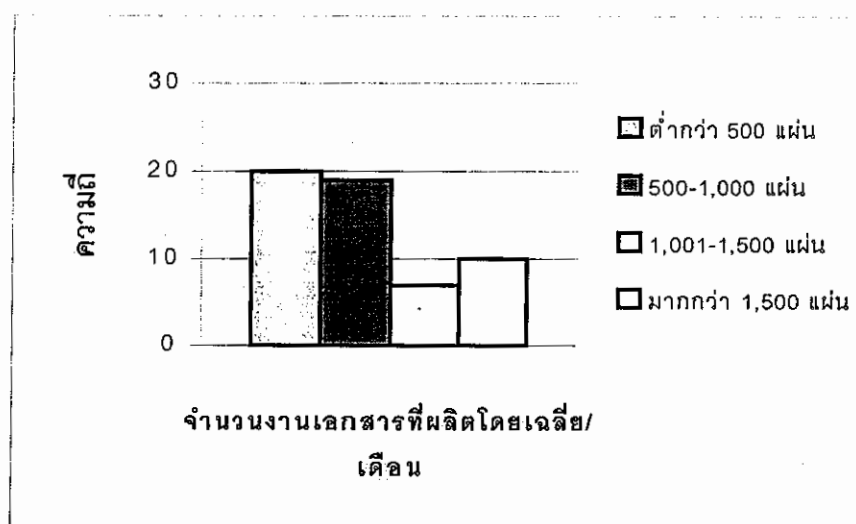
ตารางที่ 4-63 จำนวนงานเอกสารทางวิชาการ ที่ผลิตโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน

จำนวนงานที่ผลิต/เดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 แผ่น	20	35.7
500-1,000 แผ่น	19	33.9
1,001-1,500 แผ่น	7	12.5
มากกว่า 1,500 แผ่น	10	17.9
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-63 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการผลิตงานเอกสารโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 500 แผ่น

ต่อเดือน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาคือ อยู่ระหว่าง 500-1,000 แผ่นต่อเดือน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาคือ มากกว่า 1,500 แผ่นต่อเดือน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

แผนภูมิที่ 4-63 แสดงจำนวนงานเอกสารทางวิชาการ ที่ผลิตโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่างานเอกสารที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ผลิตมากที่สุด คือ งานเอกสารข้อความธรรมดา ประเภทรายงาน ประกาศ สัญญา Term paper ดังตาราง 4-64

ตารางที่ 4-64 รายละเอียดการผลิตงานเอกสารต่างๆ ของธุรกิจในช่วง 1 เดือน

ชนิดของงานที่ผู้ประกอบการผลิต ใน 1 เดือน	จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม	
	ไม่เลือก (%)	เลือก (%)
งานรายงาน	2 (3.6)	54 (96.4)
งานกราฟฟิก	28 (50.0)	28 (50.0)
งาน IS	41 (73.2)	15 (26.8)
งานประมวลผล	51 (91.1)	5 (8.9)
อื่นๆ	54 (96.4)	2 (3.6)

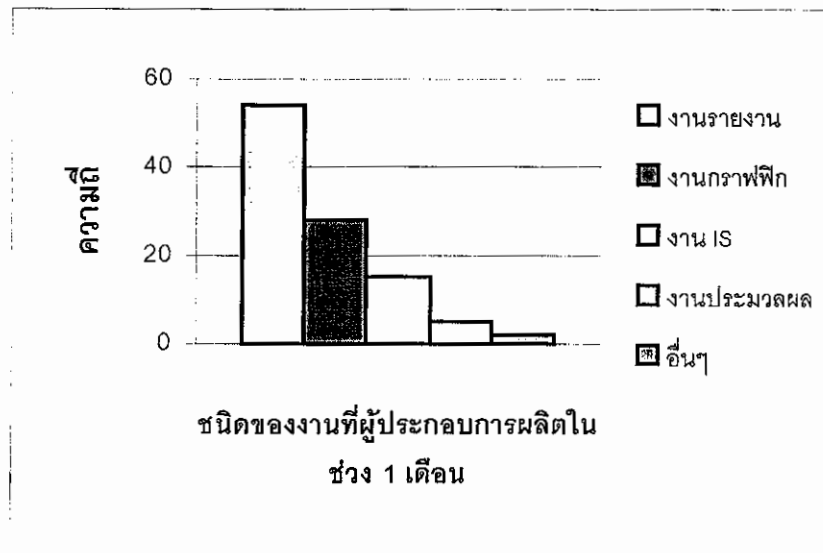
หมายเหตุ * - A (B) ;A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-64 พบว่างานเอกสารที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ผลิตมากที่สุด 3 อันดับ เป็นดังนี้คือที่สุดคือ

- งานเอกสารข้อความธรรมดา ประเภทรายงาน ประกาศ สัญญา Term paper
จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 96.4
- งานกราฟฟิกรูปภาพต่างๆ
จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 50
- งาน IS วิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์
จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8

แผนภูมิที่ 4-64 แสดงรายละเอียดการผลิตงานเอกสารต่างๆ ของธุรกิจในช่วง 1 เดือน



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าราคาต่อแผ่นของงานแต่ละประเภทโดยเฉลี่ยนั้น งานประเภทประมวลผลข้อมูลจะมีราคาเฉลี่ยต่อแผ่นสูงสุด ดังตาราง 4-65

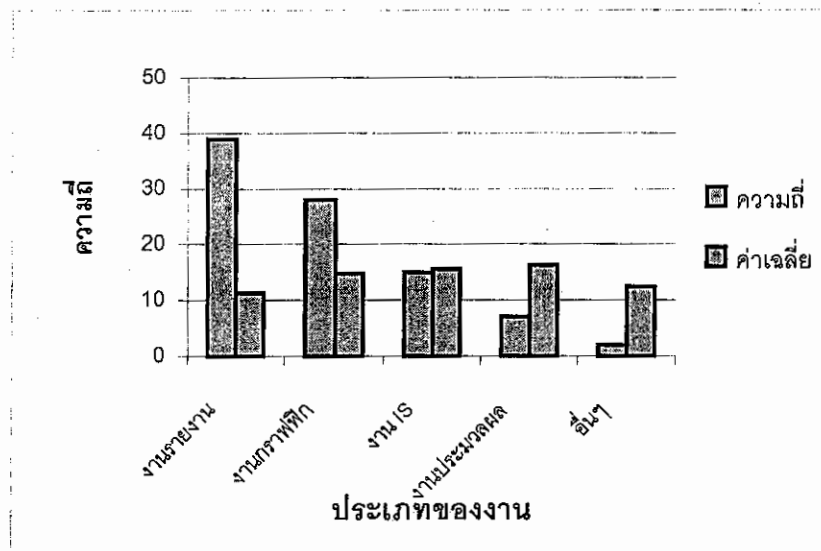
ตารางที่ 4-65 ราคาต่อแผ่นของงานแต่ละประเภทโดยเฉลี่ย

ราคา/แผ่นของงาน	ความถี่	ค่าเฉลี่ย
งานรายงาน	39	11.3
งานกราฟฟิก	28	14.8
งาน IS	15	15.7
งานประมวลผล	7	16.29
อื่นๆ	2	12.5

จากตาราง 4-65 พบว่าราคาต่อแผ่นของงานแต่ละประเภทโดยเฉลี่ย มีดังนี้

- งานเอกสารข้อความธรรมดา ประเภทรายงาน ประกาศ สัญญา Term paper
ราคาโดยเฉลี่ยคือ 11.28 บาท
- งานกราฟฟิกรูปภาพต่างๆ
ราคาโดยเฉลี่ยคือ 14.82 บาท
- งาน IS วิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์
ราคาโดยเฉลี่ยคือ 15.67 บาท
- งานประมวลผลข้อมูล
ราคาโดยเฉลี่ยคือ 16.29 บาท
- งานอื่นๆ
ราคาโดยเฉลี่ยคือ 12.50 บาท

แผนภูมิที่ 4-65 แสดงราคาต่อแผ่นของงานแต่ละประเภทโดยเฉลี่ย



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของงานประเภท IS วิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์ จะมากกว่ารายได้เฉลี่ยของงานประเภทอื่นๆ ดังตาราง 4-66

ตารางที่ 4-66 รายได้เฉลี่ยของงานแต่ละประเภทต่อเดือน

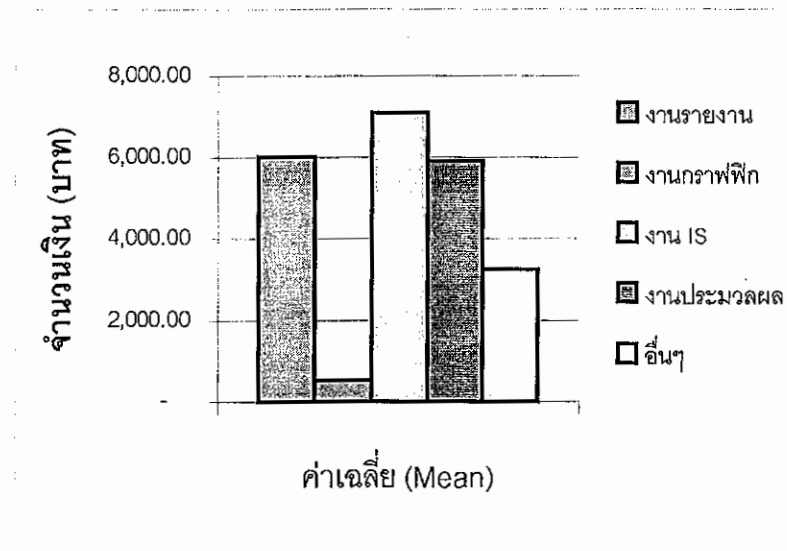
รายได้เฉลี่ย/เดือน	ความถี่	ร้อยละ (ความถี่)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ร้อยละ (ค่าเฉลี่ย)
งานรายงาน	39	42.9	6,004.62	26.4
งานกราฟฟิก	28	30.8	536.96	2.4
งาน IS	15	16.5	7,100.00	31.2
งานประมวลผล	7	7.7	5,885.71	25.8
อื่นๆ	2	2.2	3,250.00	14.3

จากตาราง 4-66 พบว่ารายได้เฉลี่ยของงานแต่ละประเภทต่อเดือนเป็นดังนี้

- งานเอกสารข้อความธรรมดา ประเภทรายงาน ประกาศ สัญญา Term paper
รายได้โดยเฉลี่ยคือ 6,005 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.4
- งานกราฟฟิกรูปภาพต่างๆ
รายได้โดยเฉลี่ยคือ 537 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.4
- งาน IS วิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์
รายได้โดยเฉลี่ยคือ 7,100 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.2
- งานประมวลผลข้อมูล
รายได้โดยเฉลี่ยคือ 5,886 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.8
- งานอื่นๆ
รายได้โดยเฉลี่ยคือ 3,250 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.3

เมื่อเทียบอัตราส่วนร้อยละที่คิดจากความถี่ และอัตราส่วนร้อยละที่คิดจากค่าเฉลี่ยของรายได้ จะพบว่า งานรายงาน และงานกราฟฟิกจะมีผู้นิยมใช้บริการมากอยู่ในปัจจุบัน แต่เมื่อลองเทียบกับรายได้เฉลี่ยที่ได้รับดูแล้วจะพบว่า งาน IS งานประมวลผลจะมีรายได้มากกว่า ดังนั้นเมื่อดูแนวโน้มในอนาคตแล้ว ผู้ประกอบการควรจะให้ความสนใจในเรื่อง ความสามารถในการทำ IS และความสามารถในการทำการประมวลผลข้อมูลมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม

แผนภูมิที่ 4-66 แสดงรายได้เฉลี่ยของงานแต่ละประเภทต่อเดือน



ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการ

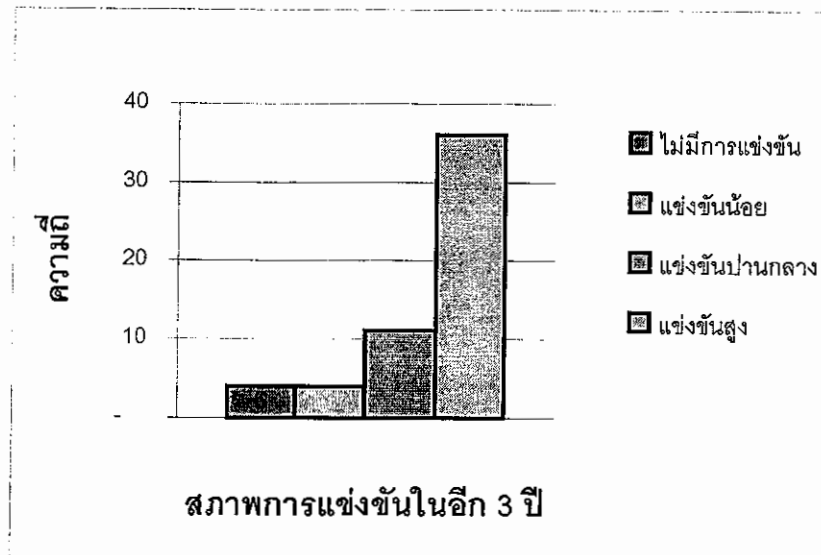
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นอีก 3 ปีข้างหน้า ธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการจะมีการแข่งขันกันสูงมาก ดังตาราง 4-67

ตารางที่ 4-67 สภาพการแข่งขันของธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการภายใน 3 ปีข้างหน้า

สภาพการแข่งขันภายใน 3 ปี	ความถี่	ร้อยละ
ไม่มีการแข่งขัน	4	7.3
แข่งขันน้อย	4	7.3
แข่งขันปานกลาง	11	20.0
แข่งขันสูง	36	65.5
รวม	55	100.0

จากตาราง 4-67 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันว่าสภาพการแข่งขันของธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า จะมีการแข่งขันกันมาก จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมาคือ ความคิดเห็นที่ว่ามีการแข่งขันกันปานกลาง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 มีผู้ประกอบการเพียงกลุ่มละ 4 คน เท่านั้น ที่มีความคิดเห็นว่าเป็นอีก 3 ปีข้างหน้าจะมีการแข่งขันกันน้อย และไม่มีการแข่งขัน การที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าในอีก 3 ปีจะมีการแข่งขันกันมากก็อาจจะเนื่องมาจากลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการมีจำนวนจำกัดไม่ได้เพิ่มขึ้นมากนัก อีกทั้งผลกระทบที่เกิดจากการที่ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ถูกลงทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่สามารถซื้อหาได้ จึงทำให้ธุรกิจต้องสูญเสียลูกค้ากลุ่มนี้ไป

แผนภูมิที่ 4-67 แสดงสภาพการแข่งขันของธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการภายใน 3 ปีข้างหน้า



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าในปัจจุบันธุรกิจจะแข่งขันกันทางด้านราคา มากที่สุด ดังตาราง 4-68

ตารางที่ 4-68 รูปแบบของการแข่งขันในปัจจุบัน

รูปแบบของการแข่งขัน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	ไม่เลือก (%)	เลือก (%)
ราคา	7 (12.5)	48 (87.5)
ความเร็ว	21 (37.5)	35 (62.5)
อัตราย้ายไม้ตรีของผู้ปฏิบัติงาน	33 (58.9)	23 (41.1)
บริการที่หลากหลาย	28 (50.0)	28 (50.0)
คุณภาพ	19 (33.9)	37 (66.1)
รูปแบบร้าน	47 (83.9)	9 (16.1)
ทำเลที่ตั้ง	34 (60.7)	22 (39.3)
อื่นๆ	54 (96.4)	2 (3.6)

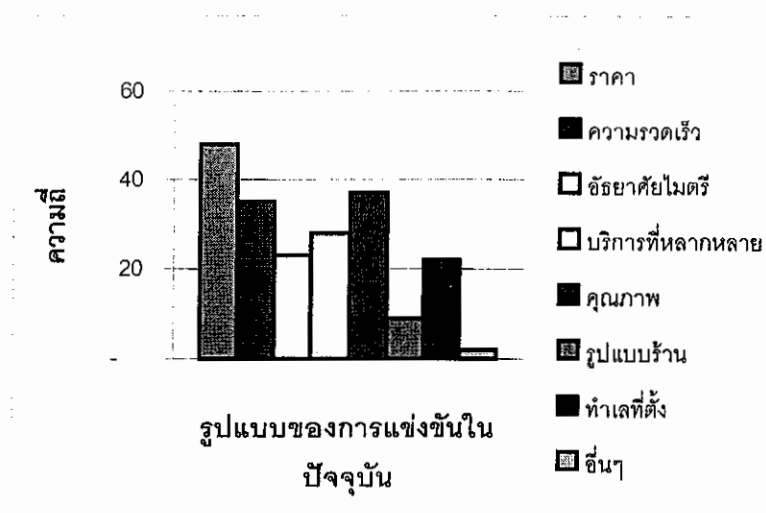
หมายเหตุ * - A (B) ;A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-68 พบว่ารูปแบบการแข่งขันของธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการในปัจจุบัน 3 อันดับแรก มีดังนี้

* อันดับ 1 ราคา	จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5
* อันดับ 2 คุณภาพ	จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 66.1
* อันดับ 3 ความรวดเร็วของงาน	จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5

แผนภูมิที่ 4-68 แสดงรูปแบบของการแข่งขันในปัจจุบัน



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าในอีก 3 ปีข้างหน้าธุรกิจจะแข่งขันกันทางด้านราคามากที่สุด ดังตาราง 4-68

ตารางที่ 4-69 รูปแบบการแข่งขันในอีก 3 ปีข้างหน้า

รูปแบบของการแข่งขัน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	ไม่เลือก (%)	เลือก (%)
ราคา	19 (33.9)	37 (66.1)
ความรวดเร็ว	28 (50.0)	28 (50.0)
อธิยาศัยไมตรีของผู้ปฏิบัติงาน	38 (67.9)	18 (32.1)
บริการที่หลากหลาย	28 (50.0)	28 (50.0)
คุณภาพ	21 (37.5)	35 (62.5)
รูปแบบร้าน	42 (75.0)	14 (25.0)
ท่าเลที่ตั้ง	41 (73.2)	15 (26.8)
อื่นๆ	53 (94.8)	3 (5.4)

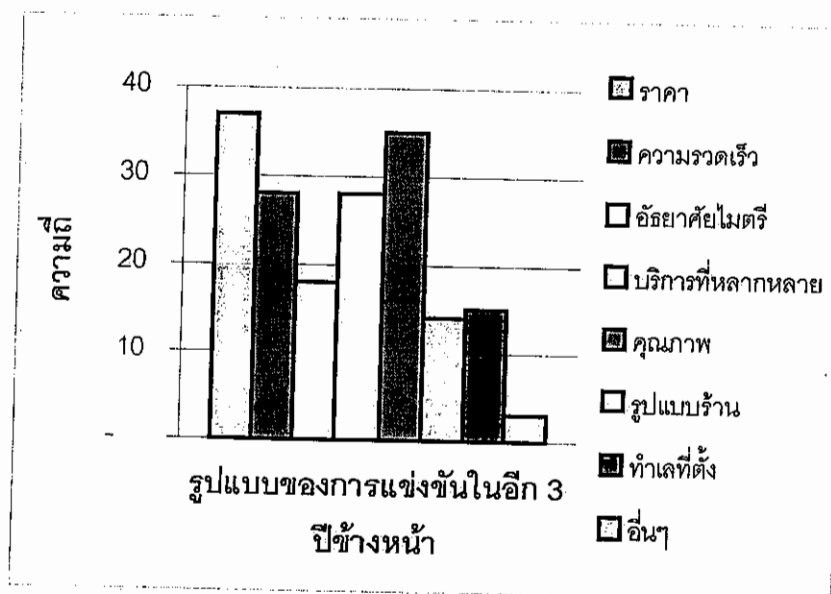
หมายเหตุ * - A (B) ; A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตาราง 4-68 พบว่ารูปแบบการแข่งขันของธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า
3 อันดับแรกมีดังนี้

* อันดับ 1 ราคา	จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 66.1
* อันดับ 2 คุณภาพ	จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5
* อันดับ 3 ความรวดเร็วของงาน	จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0
ความหลากหลายในการให้บริการ	จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

แผนภูมิที่ 4-69 แสดงรูปแบบการแข่งขันในอีก 3 ปีข้างหน้า



จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นอีก 3 ปีข้างหน้าธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการจะมีร้านเพิ่มขึ้น ดังตาราง 4-70

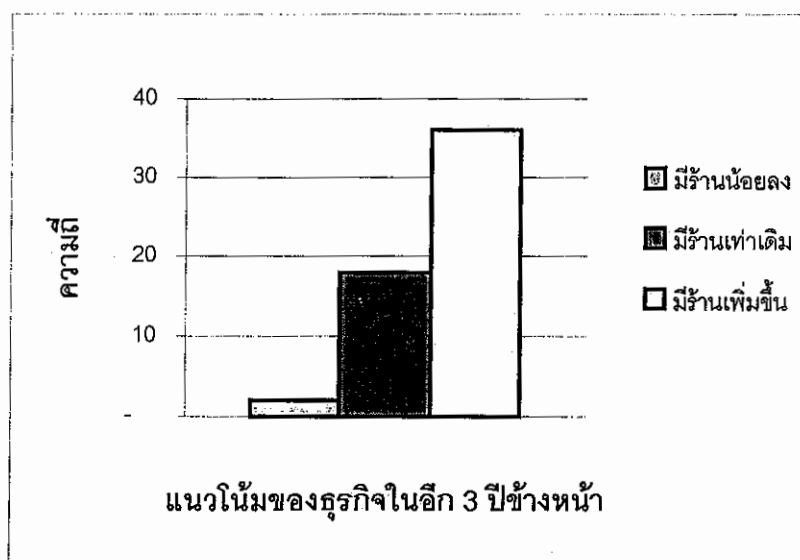
ตารางที่ 4-70 แนวโน้มของธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า

แนวโน้มธุรกิจในอีก 3 ปี	ความถี่	ร้อยละ
มีร้านน้อยลง	2	3.6
มีร้านเท่าเดิม	18	32.1
มีร้านเพิ่มขึ้น	36	64.3
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-70 พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้าดังนี้

- * มีจำนวนร้านเพิ่มขึ้น จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3
- * มีจำนวนร้านเท่าเดิม จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1
- * มีจำนวนร้านน้อยลง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

แผนภูมิที่ 4-70 แสดงแนวโน้มของธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า



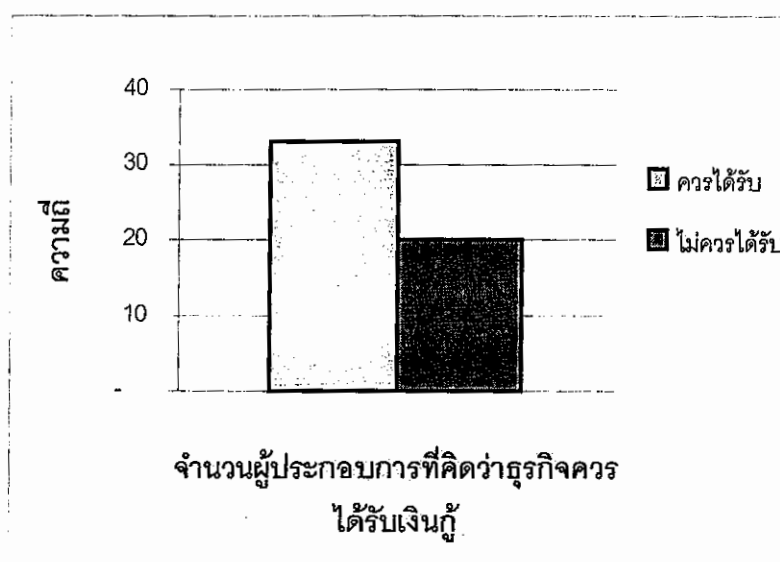
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่ามีผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่คิดว่าธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการควรจะได้รับเงินกู้ ดังตาราง 4-71

ตารางที่ 4-71 จำนวนผู้ประกอบการที่คิดว่าธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการควรได้รับเงินกู้

จำนวนผู้ประกอบการที่คิดว่าธุรกิจควรได้รับเงินกู้	ความถี่	ร้อยละ
ควรได้รับ	33	62.3
ไม่ควรได้รับ	20	37.7
รวม	53	100.0

จากตาราง 4-71 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่คิดว่าธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการควรจะได้รับเงินกู้ มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 ส่วนผู้ประกอบการที่คิดว่าธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการไม่ควรจะได้รับเงินกู้มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7

แผนภูมิที่ 4-71 แสดงจำนวนผู้ประกอบการที่คิดว่าธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการควรได้รับเงินกู้



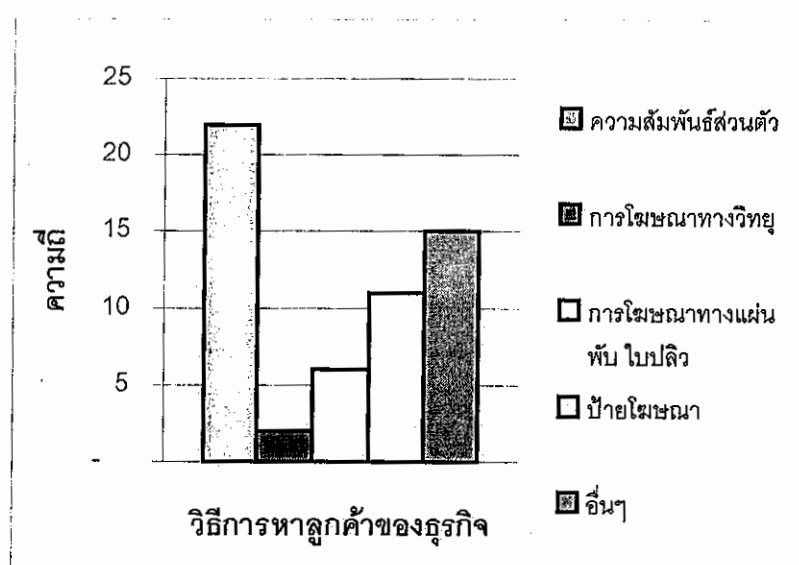
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าวิธีการหาลูกค้าของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ คือการอาศัยความสัมพันธ์เป็นส่วนตัว ดังตาราง 4-72

ตารางที่ 4-72 วิธีการหาลูกค้าของธุรกิจ

วิธีการหาลูกค้า	ความถี่	ร้อยละ
ความสัมพันธ์ส่วนตัว	22	39.3
การโฆษณาทางวิทยุ	2	3.6
การโฆษณาทางแผ่นพับ ใบปลิว	6	10.7
ป้ายโฆษณา	11	19.6
อื่นๆ	15	26.8
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-72 พบว่าวิธีการหาลูกค้าที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้มากที่สุด คือ ความสัมพันธ์ส่วนตัว จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ อื่นๆ ได้แก่การที่ลูกค้าแนะนำต่อกัน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6

แผนภูมิที่ 4-72 แสดงวิธีการหาลูกค้าของธุรกิจ



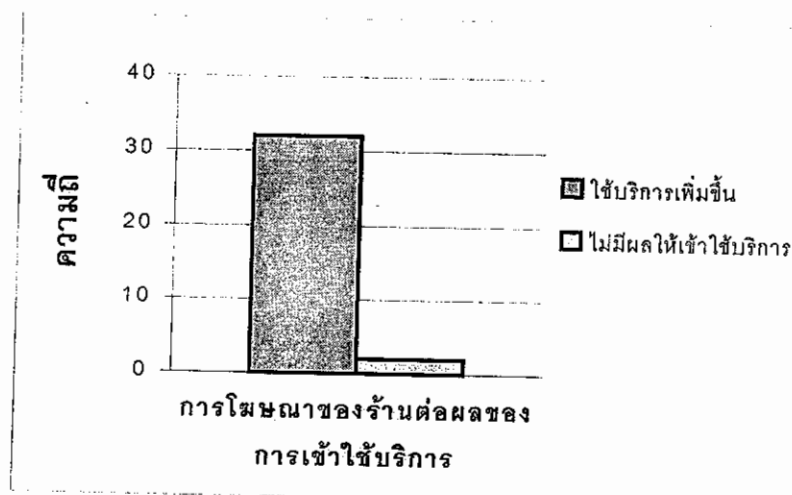
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าการโฆษณาที่ร้านทำอยู่มีผลทำให้ผู้บริโภคเข้าใช้บริการร้านเพิ่มขึ้น ดังตาราง 4-73

ตารางที่ 4-73 จำนวนผู้ประกอบการที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาของร้าน ต่อผลของการเข้าใช้บริการของผู้บริโภค

การโฆษณาต่อผลของการเข้าใช้บริการ	ความถี่	ร้อยละ
ใช้บริการเพิ่มขึ้น	32	94.1
ไม่มีผลให้เข้าใช้บริการ	2	3.6
รวม	34	100.0

จากตาราง 4-73 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าการโฆษณาที่ธุรกิจทำอยู่มีผลทำให้ผู้บริโภคเข้าใช้บริการร้านเพิ่มขึ้น จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 94.1 ในขณะที่ผู้ประกอบการอีกกลุ่มกลับเห็นว่า การโฆษณาที่ธุรกิจทำอยู่ไม่มีผลทำให้ผู้บริโภคเข้าใช้บริการร้านเพิ่มขึ้น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

แผนภูมิที่ 4-73 แสดงจำนวนผู้ประกอบการที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาของร้าน ต่อผลของการเข้าใช้บริการของผู้บริโภค



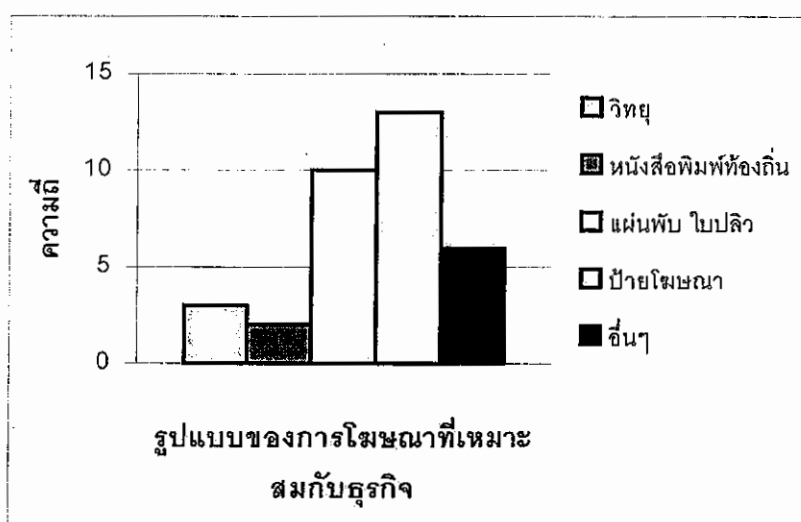
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่ารูปแบบการโฆษณาที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมกับธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการ คือ ป้ายโฆษณา ดังตาราง 4-74

ตารางที่ 4-74 รูปแบบการโฆษณาที่เหมาะสมกับธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการ

รูปแบบของการโฆษณาที่เหมาะสม	ความถี่	ร้อยละ
วิทยุ	3	8.8
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2	5.9
แผ่นพับ ใบปลิว	10	29.4
ป้ายโฆษณา	13	38.2
อื่นๆ	6	17.6
รวม	34	100.0

จากตาราง 4-74 พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ารูปแบบการโฆษณาที่เหมาะสมกับธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการ 3 อันดับได้แก่ อันดับหนึ่ง คือ ป้ายโฆษณา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 อันดับสอง คือ แผ่นพับ ใบปลิว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 อันดับสาม คือ อื่นๆ ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวขึ้นกับลูกค้าทุกคนเพื่อให้เกิดการแนะนำต่อกัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6

แผนภูมิที่ 4-74 แสดงรูปแบบการโฆษณาที่เหมาะสมกับธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการ



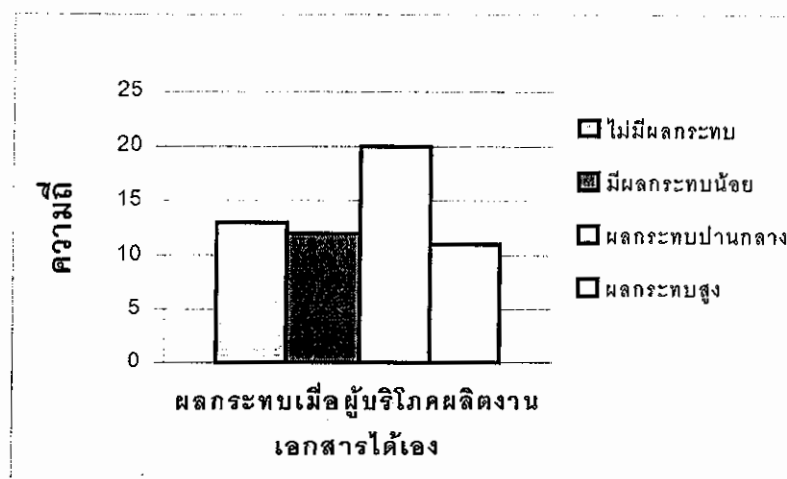
จากการศึกษาข้อมูลการตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการที่ผู้ประกอบการสามารถผลิตงานเอกสารทางวิชาการได้เอง จะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ปานกลาง ดังตาราง 4-75

ตารางที่ 4-75 จำนวนผู้ประกอบการที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดกับธุรกิจเมื่อผู้ประกอบการสามารถผลิตงานเอกสารทางวิชาการได้เอง

การผลิตงานเอกสารได้เองของผู้บริโภค	ความถี่	ร้อยละ
ไม่มีผลกระทบ	13	23.2
มีผลกระทบน้อย	12	21.4
ผลกระทบปานกลาง	20	35.7
ผลกระทบสูง	11	19.6
รวม	56	100.0

จากตาราง 4-75 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการที่ผู้ประกอบการสามารถผลิตงานเอกสารทางวิชาการได้เอง จะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ปานกลาง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาคือ ไม่มีผลกระทบ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 รองลงมาคือ มีผลกระทบน้อย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่า ยังมีงานเอกสารทางวิชาการบางประเภทที่ผู้บริโภคยังไม่สามารถทำได้เอง หรือไม่เชี่ยวชาญในการทำมากเท่ากับผู้ประกอบการ

แผนภูมิที่ 4-75 จำนวนผู้ประกอบการที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดกับธุรกิจเมื่อผู้ประกอบการสามารถผลิตงานเอกสารทางวิชาการได้เอง



4.3 วิเคราะห์ผลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน

จากสมมุติฐาน “แนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ในช่วง 3 ปีข้างหน้ามีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้น” ดังนั้นในการศึกษาจึงแบ่งเป็นในด้านผู้บริโภค และผู้ประกอบการของธุรกิจร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ในด้านผู้บริโภค การพิจารณาถึง แนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า จะพิจารณาถึง

1. จำนวนร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการที่เปิดให้บริการอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจาก ความเพียงพอของจำนวนร้านที่เปิดให้บริการตามความคิดเห็นของผู้บริโภคสามารถบ่งบอกได้ถึง ปริมาณความต้องการของผู้บริโภคในการใช้บริการในอนาคต
2. ราคาของงาน เนื่องจาก ราคามีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านเพิ่มขึ้นจากเดิม

วิเคราะห์ความพอเพียงของจำนวนร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในปัจจุบัน

จากตารางที่ 4-16 ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการที่มีอยู่ปัจจุบัน กับแนวโน้มการให้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ เห็นว่าจำนวนร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการที่มีอยู่ในปัจจุบันยังมีไม่เพียงพอควรจะมีการเพิ่มจำนวนร้านขึ้นอีก โดยมีผู้บริโภคที่เห็นด้วยกับข้อนี้จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 และยังพบอีกว่าในอีก 3 ปีข้างหน้าผู้บริโภคส่วนใหญ่ จะยังคงใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการอยู่ โดยมีจำนวนผู้บริโภคที่ตอบข้อนี้ 159 คน คิดเป็นร้อยละ 75.7

ตารางที่ 4-16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการที่มีอยู่ในปัจจุบัน และแนวโน้มการให้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า

จำนวนร้านในปัจจุบัน	การให้บริการในอีก 3 ปีข้างหน้า			
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ	รวม
มีน้อยเกินไป	53 (25.2)	3 (1.4)	16 (7.6)	72 (34.3)
มีเพียงพอแล้ว	26 (12.4)	2 (1.0)	15 (7.1)	43 (20.5)
ควรมีเพิ่มขึ้นอีก	80 (38.1)	4 (1.9)	11 (5.2)	95 (45.2)
รวม	159 (75.7)	9 (4.3)	42 (20.0)	210 (100.0)

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.594 ^a	4	.032
Likelihood Ratio	10.388	4	.034
Linear-by-Linear Association	3.444	1	.063
N of Valid Cases	210		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.84.

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในปัจจุบัน กับ แนวโน้มการใช้บริการธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากข้อสมมุติฐานทางสถิติ

H_0 : จำนวนร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในปัจจุบัน ไม่มีผลต่อแนวโน้มการใช้บริการธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้น ในอีก 3 ปีข้างหน้า

H_1 : จำนวนร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในปัจจุบัน มีผลต่อแนวโน้มการใช้บริการธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้น ในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากค่า Chi - Square แบบ Pearson มีค่า Significance เท่ากับ 0.032 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α เท่ากับ 0.05 ที่กำหนดในการทดสอบ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับข้อสมมุติฐาน H_0 แต่ยอมรับสมมุติฐาน H_1 แทน นั่นคือ จำนวนร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในปัจจุบัน จะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

วิเคราะห์ราคาของงานที่ลดลง

จากตาราง 4-13 ซึ่งแสดงถึงการเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้น เมื่อราคาต่อแผ่นของงานลดลง พบว่า เมื่อมีการลดราคาต่อแผ่นของงานลง จะมีผลทำให้ผู้บริโภคนำเข้าใช้บริการมากขึ้นถึงร้อยละ 91.9

ตารางที่ 4-13 การเข้าใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่ม เมื่อราคาต่อแผ่นของงานลดลง

อาชีพ	การเข้าใช้บริการเมื่อราคาต่อแผ่นลดลง		
	เลือก	ไม่เลือก	รวม
นักเรียน	29 (13.9)	0	29 (13.9)
นักศึกษา	144 (68.9)	13 (6.2)	157 (75.1)
ข้าราชการ	10 (4.8)	2 (1.0)	12 (5.7)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4 (1.9)	1 (0.5)	5 (2.4)
พนักงานบริษัท	5 (2.4)	1 (0.5)	6 (2.9)
รวม	192 (91.9)	17 (8.1)	209 (100.0)

ดังนั้นในการพิจารณาถึงแนวโน้มของธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ในช่วง 3 ปีข้างหน้า ธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการจึงควรนำปัจจัยด้านราคาของงานมาพิจารณาถึงแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้น

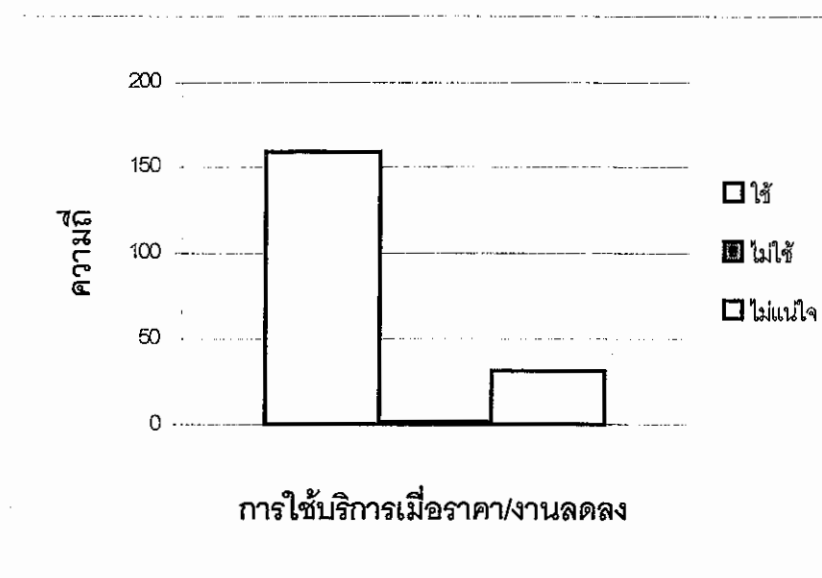
ตารางที่ 4-76 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า กับราคาต่อแผ่นของงานที่ลดลง

ราคา/แผ่นที่ลดลง	การให้บริการในอีก 3 ปี			รวม
	ให้บริการ	ไม่ให้บริการ	ไม่แน่ใจ	
เลือก	159 (75.7)	2 (1.0)	31 (14.8)	192 (91.4)
ไม่เลือก	0	7 (3.3)	11 (5.2)	18 (8.6)
รวม	159 (75.7)	9 (4.3)	42 (20.0)	210 (100.0)

หมายเหตุ * - A (B) ;A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

แผนภูมิที่ 4-76 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า กับราคาต่อแผ่นของงานที่ลดลง



Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	86.548 ^a	2	.000
Likelihood Ratio	65.015	2	.000
Linear-by-Linear Association	41.349	1	.000
N of Valid Cases	210		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .77.

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาต่อแผ่นของงานที่ลดลง กับ แนวโน้มการใช้บริการธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากข้อสมมุติฐานทางสถิติ

H_0 : การลดลงของราคาต่อแผ่นของงาน ไม่มีผลต่อแนวโน้มการใช้บริการธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้น ในอีก 3 ปีข้างหน้า

H_1 : การลดลงของราคาต่อแผ่นของงาน มีผลต่อแนวโน้มการใช้บริการธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้น ในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากค่า Chi – Square แบบ Pearson มีค่า Significance เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α เท่ากับ 0.05 ที่กำหนดในการทดสอบ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับข้อสมมุติฐาน H_0 แต่ยอมรับสมมุติฐาน H_1 แทน นั่นคือ เมื่อราคาต่อแผ่นของงานลดลงจะมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

วิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า จะพิจารณาถึง

1. จำนวนเงินลงทุนแรกเริ่มของผู้ประกอบการ เนื่องจากจำนวนเงินลงทุนแรกเริ่ม มีผลต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจ
2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ เนื่องจากรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นตัวแสดงถึงสถานะตลาด และความต้องการของผู้บริโภคในการเข้าไปใช้บริการของร้าน
3. การสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์ เนื่องจากการสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์จะบ่งบอกถึงความรู้เฉพาะด้านในการปฏิบัติงาน ถ้าธุรกิจใดเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องอาศัยความรู้เฉพาะด้านมากนัก และเป็นธุรกิจที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย ธุรกิจนั้นก็จะเป็ธุรกิจที่ง่ายต่อการเข้าไปลงทุน
4. ความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์เพิ่มในอนาคต เนื่องจาก สามารถบ่งบอกได้ถึงปริมาณของงานที่ต้องให้บริการมากขึ้นซึ่งแสดงถึงปริมาณการใช้บริการร้านผลิตงานเอกสารทางวิชาการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นนั่นเอง

วิเคราะห์จำนวนเงินลงทุนแรกเริ่ม

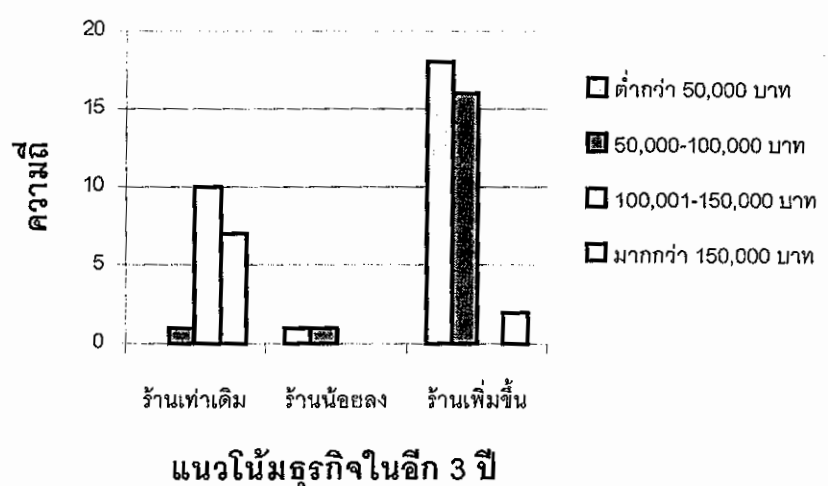
ตารางที่ 4-77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินลงทุนแรกเริ่ม กับแนวโน้มธุรกิจผลิดงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า

เงินลงทุนแรกเริ่ม	แนวโน้มธุรกิจไปอีก 3 ปีข้างหน้า			รวม
	ร้านเท่าเดิม	ร้านน้อยลง	ร้านเพิ่มขึ้น	
ต่ำกว่า 50,000 บาท	0	1 (1.8)	18 (32.1)	19 (33.9)
50,000-100,000 บาท	1 (1.8)	1 (1.8)	16 (28.6)	18 (32.1)
100,001-150,000 บาท	10 (17.9)	0	0	10 (17.9)
มากกว่า 150,000 บาท	7 (12.5)	0	2 (3.6)	9 (16.1)
รวม	18 (32.1)	2 (3.6)	36 (64.3)	56 (100.0)

หมายเหตุ * - A (B) ; A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

แผนภูมิที่ 4-77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินลงทุนแรกเริ่ม กับแนวโน้มธุรกิจผลิดงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า



Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	44.593 ^a	6	.000
Likelihood Ratio	53.300	6	.000
Linear-by-Linear Association	30.015	1	.000
N of Valid Cases	56		

a. 6 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .32.

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินลงทุนแรกเริ่ม กับแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากข้อมูลพื้นฐานทางสถิติ

H_0 : จำนวนเงินลงทุนแรกเริ่ม ไม่มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า

H_1 : จำนวนเงินลงทุนแรกเริ่ม มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากค่า Chi - Square แบบ Pearson มีค่า Significance เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α เท่ากับ 0.05 ที่กำหนดในการทดสอบ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับข้อมูลพื้นฐาน H_0 แต่ยอมรับสมมติฐาน H_1 แทน นั่นคือ จำนวนเงินลงทุนแรกเริ่ม มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

วิเคราะห์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของธุรกิจ

ตารางที่ 4-78 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของธุรกิจ กับแนวโน้มธุรกิจผลิดงาน

เอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า

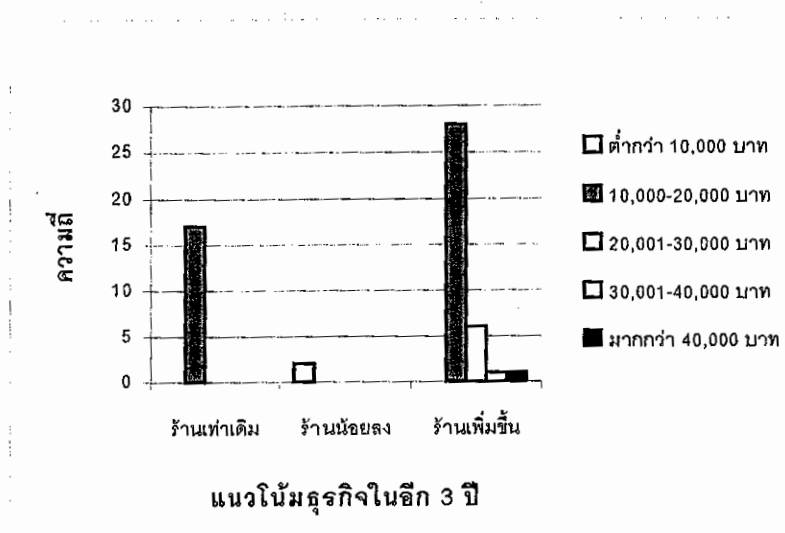
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	แนวโน้มธุรกิจในอีก 3 ปีข้างหน้า			รวม
	ร้านเท่าเดิม	ร้านน้อยลง	ร้านเพิ่มขึ้น	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	0	2 (3.6)	0	2 (3.6)
10,000-20,000 บาท	17 (30.9)	0	28 (50.9)	45 (81.8)
20,001-30,000 บาท	0	0	6 (10.9)	6 (10.9)
30,001-40,000 บาท	0	0	1 (1.8)	1 (1.8)
มากกว่า 40,000 บาท	0	0	1 (1.8)	1 (1.8)
รวม	17 (30.9)	2 (3.6)	36 (65.5)	55 (100.0)

หมายเหตุ * - A (B) ; A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

แผนภูมิที่ 4-78 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของธุรกิจ กับแนวโน้มธุรกิจผลิดงาน

เอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า



Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	59.617 ^a	8	.000
Likelihood Ratio	24.025	8	.002
Linear-by-Linear Association	3.708	1	.054
N of Valid Cases	55		

a. 13 cells (86.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .04.

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับแนวโน้มธุรกิจผลิดงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากข้อสมมุติฐานทางสถิติ

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิดงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิดงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากค่า Chi - Square แบบ Pearson มีค่า Significance เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α เท่ากับ 0.05 ที่กำหนดในการทดสอบ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับข้อสมมุติฐาน H_0 แต่ยอมรับสมมุติฐาน H_1 แทน นั่นคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิดงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

วิเคราะห์การสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์

ตารางที่ 4-79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์ กับแนวโน้มธุรกิจ

ผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า

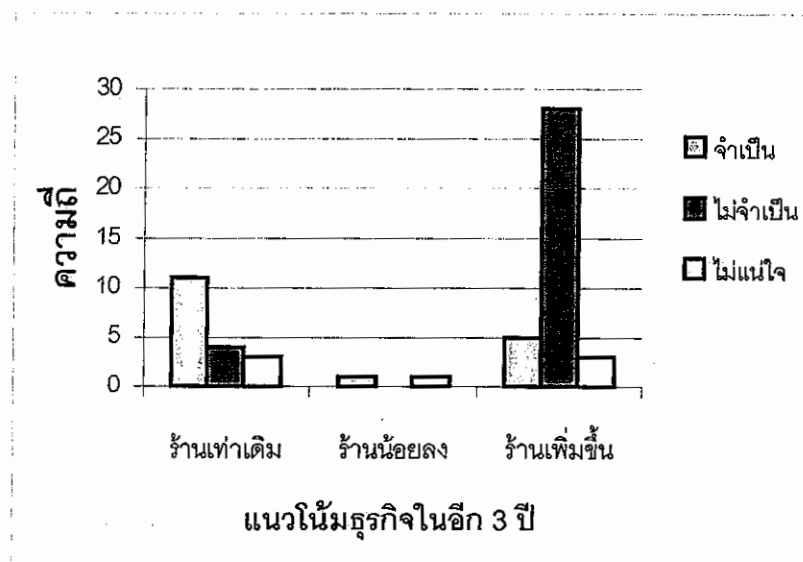
การสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์	แนวโน้มธุรกิจในอีก 3 ปีข้างหน้า			รวม
	ร้านเท่าเดิม	ร้านน้อยลง	ร้านเพิ่มขึ้น	
จำเป็น	11 (19.6)	1 (1.8)	5 (8.9)	17 (30.4)
ไม่จำเป็น	4 (7.1)	0	28 (50.0)	32 (57.1)
ไม่แน่ใจ	3 (5.4)	1 (1.8)	3 (5.4)	7 (12.5)
รวม	18 (32.1)	2 (3.6)	36 (64.3)	56 (100.0)

หมายเหตุ *- A (B) ;A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

แผนภูมิที่ 4-79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์ กับแนวโน้มธุรกิจ

ผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า



Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19.745 ^a	4	.001
Likelihood Ratio	20.346	4	.000
Linear-by-Linear Association	4.360	1	.037
N of Valid Cases	56		

a. 5 cells (55.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .25.

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์ กับแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากข้อสมมุติฐานทางสถิติ

H_0 : การสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์ ไม่มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า

H_1 : การสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์ มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากค่า Chi – Square แบบ Pearson มีค่า Significance เท่ากับ 0.01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α เท่ากับ 0.05 ที่กำหนดในการทดสอบ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับข้อสมมุติฐาน H_0 แต่ยอมรับสมมุติฐาน H_1 แทน นั่นคือ การสำเร็จการศึกษาทางสายคอมพิวเตอร์ มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

วิเคราะห์ความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มในอนาคต

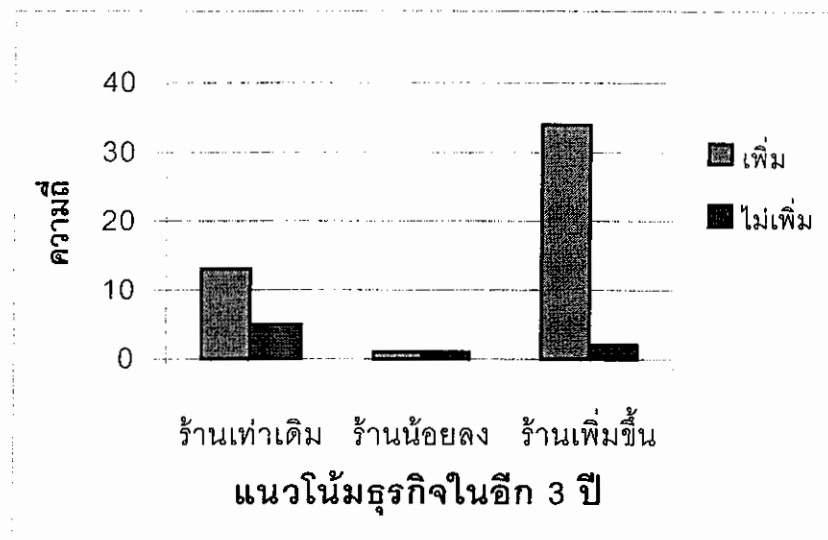
ตารางที่ 4-80 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มกับ แนวโน้มธุรกิจ
ผลิดงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า

ความต้องการเครื่อง คอมพิวเตอร์เพิ่ม	แนวโน้มธุรกิจในอีก 3 ปีข้างหน้า			รวม
	ร้านเท่าเดิม	ร้านน้อยลง	ร้านเพิ่มขึ้น	
เพิ่ม	13(23.2)	1(1.8)	34(60.7)	48(85.7)
ไม่เพิ่ม	5(8.9)	1(1.8)	2(3.6)	8(14.3)
รวม	18(32.1)	2(3.6)	36(64.3)	56(100.0)

หมายเหตุ *- A (B) ;A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

แผนภูมิที่ 4-80 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่ม กับแนวโน้มธุรกิจ
ผลิดงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า



Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.000 ^a	2	.030
Likelihood Ratio	6.442	2	.040
Linear-by-Linear Association	5.164	1	.023
N of Valid Cases	56		

a. 3 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .29.

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่ม กับแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากข้อสมมุติฐานทางสถิติ

H_0 : ความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่ม ไม่มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า

H_1 : ความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่ม มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากค่า Chi - Square แบบ Pearson มีค่า Significance เท่ากับ 0.03 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α เท่ากับ 0.05 ที่กำหนดในการทดสอบ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับข้อสมมุติฐาน H_0 แต่ยอมรับสมมุติฐาน H_1 แทน นั่นคือ ความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่ม มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

วิเคราะห์ความต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่มในอนาคต

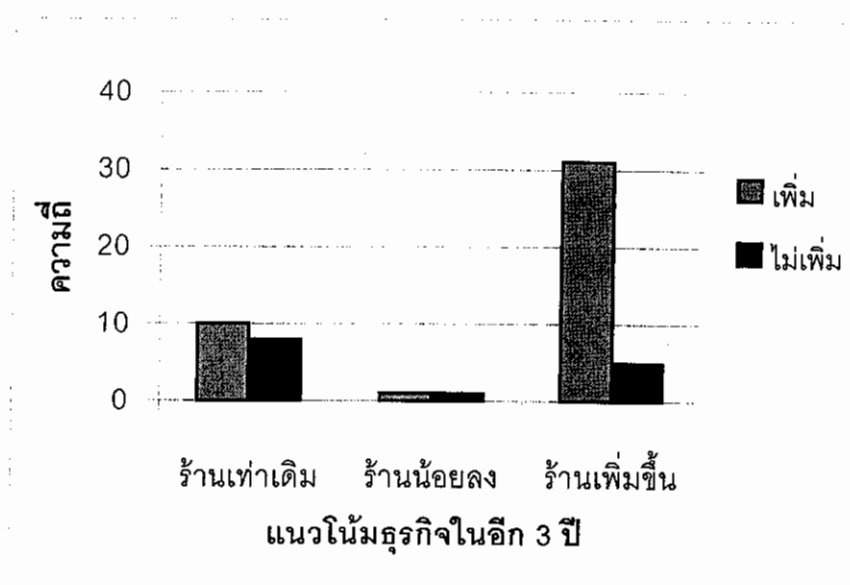
ตารางที่ 4-81 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่มกับ แนวโน้มธุรกิจ
ผลิตรายงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า

ความต้องการเครื่อง พิมพ์เพิ่ม	แนวโน้มธุรกิจในอีก 3 ปีข้างหน้า			รวม
	ร้านเท่าเดิม	ร้านน้อยลง	ร้านเพิ่มขึ้น	
เพิ่ม	10(17.9)	1(1.8)	31(55.4)	42(75.0)
ไม่เพิ่ม	8(14.3)	1(1.8)	5(8.9)	14(25.0)
รวม	18(32.1)	2(3.6)	36(64.3)	56(100.0)

หมายเหตุ *- A (B) ;A คือ จำนวนผู้ที่เลือกข้อนี้

B คือ เปอร์เซนต์ของผู้ที่เลือกข้อนี้จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

แผนภูมิที่ 4-81 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่ม กับแนวโน้มธุรกิจ
ผลิตรายงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า



Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.667 ^a	2	.036
Likelihood Ratio	6.467	2	.039
Linear-by-Linear Association	6.111	1	.013
N of Valid Cases	56		

a. 3 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .50.

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่ม กับแนวโน้ม

ธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากข้อสมมุติฐานทางสถิติ

H_0 : ความต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่ม ไม่มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า

H_1 : ความต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่ม มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากค่า Chi – Square แบบ Pearson มีค่า Significance เท่ากับ 0.036 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α เท่ากับ 0.05 ที่กำหนดในการทดสอบ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับข้อสมมุติฐาน H_0 แต่ยอมรับสมมุติฐาน H_1 แทน นั่นคือ ความต้องการเครื่องพิมพ์เพิ่ม มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจผลิตงานเอกสารทางวิชาการเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%