

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร	5
ตารางที่ 2.2 สัดส่วนประชากรจำแนกตามศาสนาและภูมิภาค	5
ตารางที่ 2.3 จำนวนคนเกิดและคนเสียชีวิต ในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2546 - 2548	5
ตารางที่ 2.4 จำนวนองค์กรนิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร	6
ตารางที่ 2.5 แนวโน้มอัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจประเทศและอุตสาหกรรมที่อยู่อาศัย	13
ตารางที่ 2.6 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร	14
ตารางที่ 2.7 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย	15
ตารางที่ 3.1 จำนวนบุคลากรต่อที่มีบริการสำหรับแต่ละ Package บริการ	26
ตารางที่ 3.2 ความสามารถในการให้บริการลูกค้าบุคคล	27
ตารางที่ 3.3 ความสามารถในการให้บริการลูกค้าองค์กรธุรกิจ	27
ตารางที่ 3.4 การประมาณการจำนวนบุคลากร	28
ตารางที่ 4.1 การกำหนดจำนวนของตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม	34
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคคลธรรมดา	37
ตารางที่ 4.3 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นองค์กรธุรกิจ	38
ตารางที่ 4.4 ประเภทของงานบุญที่เคยมีส่วนร่วม	39
ตารางที่ 4.5 ปัญหาหรือความยุ่งยากในการจัดงานบุญ	39
ตารางที่ 4.6 แหล่งข้อมูลในการจัดงานบุญ	40
ตารางที่ 4.7 ปัจจัยที่ค้ำึงถึงในการใช้บริการรับจัดงานบุญครบวงจร	41
ตารางที่ 4.8 ความสนใจในบริการรับจัดงานบุญครบวงจรของผู้ตอบที่เป็นบุคคลธรรมดา	42
ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความสนใจในบริการรับจัดงานบุญ ครบวงจร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (บุคคล)	42
ตารางที่ 4.10 ความสนใจในบริการรับจัดงานบุญครบวงจรของผู้ตอบที่เป็นองค์กรธุรกิจ	43
ตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความสนใจในบริการรับจัดงานบุญ ครบวงจร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (องค์กร)	43
ตารางที่ 4.12 ความสนใจในบริการรับจัดงานบุญครบวงจรแยกตามประเภทงาน	44
ตารางที่ 4.13 อัตราค่าบริการที่เหมาะสม	45
ตารางที่ 4.14 จำนวนผู้ที่คาดว่าจะมาร่วมงาน	45
ตารางที่ 4.15 ช่องทางในการติดต่อรับข้อมูลการให้บริการรับจัดงานบุญครบวงจร	46
ตารางที่ 4.16 ความสนใจรับข้อมูลการให้บริการผ่านสื่อสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคคลธรรมดา	46
ตารางที่ 4.17 ความสนใจรับข้อมูลการให้บริการผ่านสื่อสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นองค์กรธุรกิจ	47
ตารางที่ 4.18 กิจกรรมส่งเสริมการขายที่สนใจ	47

ตารางที่ 5.1	การคำนวณจำนวนผู้ร่วมงานเฉลี่ยของแต่ละ Package	53
ตารางที่ 5.2	ตัวอย่างค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่มกรณีลูกค้าต้องการอุปกรณ์เพิ่มเติม	54
ตารางที่ 5.3	การคิดอัตราค่าบริการสำหรับ Package Mini	54
ตารางที่ 5.4	ต้นทุนการให้บริการ (ค่าของ) สำหรับ Package Mini	55
ตารางที่ 5.5	ราคาเฉลี่ยที่ผู้บริโภคยอมรับได้สำหรับ Package Mini ตามข้อมูลการวิจัยตลาด	55
ตารางที่ 5.6	การคิดอัตราค่าบริการสำหรับ Package Maxi	56
ตารางที่ 5.7	ต้นทุนการให้บริการ (ค่าของ) สำหรับ Package Maxi	57
ตารางที่ 5.8	ราคาเฉลี่ยที่ผู้บริโภคยอมรับได้สำหรับ Package Maxi ตามข้อมูลการวิจัยตลาด	57
ตารางที่ 5.9	สรุปกิจกรรม งบประมาณ และช่วงเวลาการดำเนินงานของแผนการตลาดในปีแรก	77
ตารางที่ 6.1	การจ่ายผลตอบแทนแก่บุคลากร	91
ตารางที่ 7.1	ประมาณการ % Service & Brand Awareness และ % Penetration ในปีที่ 1 ถึง 5	95
ตารางที่ 7.2	การคำนวณจำนวนลูกค้าในปีแรก	96
ตารางที่ 7.3	ประมาณการจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการในปีที่ 1 ถึง 5	96
ตารางที่ 7.4	สัดส่วนของลูกค้าในแต่ละ Package	97
ตารางที่ 7.5	ราคาค่าบริการต่อรายโดยเฉลี่ยในปีแรกจำแนกตามประเภทลูกค้า	97
ตารางที่ 7.6	ประเภทของต้นทุนการให้บริการ (ต้นทุนทางตรง)	98
ตารางที่ 7.7	ต้นทุนค่าบริการต่อรายโดยเฉลี่ยในปีแรกจำแนกตามประเภทลูกค้า	98
ตารางที่ 7.8	ประมาณการค่าใช้จ่ายด้านค่าตอบแทนพนักงาน	99
ตารางที่ 7.9	ประมาณการค่าใช้จ่ายด้านการดำเนินงานทั่วไป	100
ตารางที่ 7.10	ประมาณการงบจ่ายลงทุน	101
ตารางที่ 7.11	ประมาณการงบกำไรขาดทุนในปีที่ 1	103
ตารางที่ 7.12	ประมาณการงบดุลในปีที่ 1	104
ตารางที่ 7.13	ประมาณการงบกระแสเงินสดในปีที่ 1	105
ตารางที่ 7.14	ประมาณการงบกำไรขาดทุนในช่วงปีที่ 1 ถึง 5	106
ตารางที่ 7.15	ประมาณการงบดุลในช่วงปีที่ 1 ถึง 5	107
ตารางที่ 7.16	ประมาณการงบกระแสเงินสดในช่วงปีที่ 1 ถึง 5	108
ตารางที่ 7.17	อัตราส่วนทางการเงิน	109
ตารางที่ 7.18	สมมุติฐานจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการและราคาค่าบริการ	110
ตารางที่ 7.19	ตัวแปรด้านรายได้ที่เปลี่ยนแปลงในกรณีต่างๆ	110
ตารางที่ 7.20	ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	111
ตารางที่ 7.21	สมมุติฐานการเปลี่ยนแปลงต้นทุนการให้บริการ (ต้นทุนทางตรง)	111
ตารางที่ 7.22	ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงต้นทุนการให้บริการ	111