

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพประกอบ.....	(5)

บทที่

1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.4 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
1.5 ระเบียบงานวิจัย	5
1.6 ข้อจำกัดหรืออุปสรรคในการวิจัย.....	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2. กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี	7
2.1.1 พัฒนาการของการให้บริการ ทริปเปิ้ลเพลย์ (Triple play)	7
2.1.1.1 การให้บริการ ซิงเกิ้ลเพลย์ (Single play).....	7
2.1.1.2 การให้บริการ ดับเบิลเพลย์ (Double play)	8
2.1.1.2.1 Dial-Up.....	8
2.1.1.2.2 ISDN	8
4.1.1.2.3 Cable Modem	9
2.1.1.3 การให้บริการ ทริปเปิ้ลเพลย์ (Triple play).....	9

2.1.2	พัฒนาการของเทคโนโลยี บรอดแบนด์ (Broadband)	10
2.1.2.1	เทคโนโลยี xDSL	10
2.1.2.2	ไฟเบอร์ออปติก (Fiber Optic)	13
2.1.2.3	การประยุกต์ใช้งาน Broadband Internet	13
2.1.2.3.1	บริการด้านเสียง	14
2.1.2.3.2	บริการด้านข้อมูล	15
2.1.2.3.3	บริการด้านแพรมภาพโทรทัศน์	15
2.1.2.4	การให้บริการ IPTV	16
2.1.3	สถานะตลาดของการให้บริการ บรอดแบนด์ (Broadband)	
	ในประเทศไทย	18
2.1.3.1	โครงสร้างตลาด ผู้ให้บริการ บรอดแบนด์ (Broadband)	
	ในประเทศไทย.....	18
2.1.3.2	อัตราการเจริญเติบโตของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต	19
2.1.3.3	สภาพการแข่งขันและส่วนแบ่งการตลาด	20
2.1.4	สถานะตลาดของ ทริปเปิ้ลเพลย์ (Triple play) ในประเทศไทย	21
2.1.4.1	โครงสร้างตลาด ทริปเปิ้ลเพลย์ (Triple play)	
	ในประเทศไทย.....	21
2.1.4.2	รูปแบบการให้บริการ ทริปเปิ้ลเพลย์(Triple play)	
	ในประเทศไทย.....	21
2.1.5	ทฤษฎีทางการเงินสำหรับการประเมินค่าการลงทุนใน	
	โครงการ (Capital budgeting).....	22
2.1.5.1	วิธีมูลค่าปัจจุบัน (The net present Value: NPV)	23
2.1.5.2	วิธีคิดอัตราผลตอบแทนคิดลด (Internal Rate of Return	
	Method: IRR)	24
2.1.5.3	วิธีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method: PB)	25
2.1.5.4	วิธีระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด	
	(Discount Payback Period Method: DPB)	26
2.1.5.5	วิธีดัชนีกำไร (Profitability Index Method: PI).....	27
2.1.5.6	วิธีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยทางบัญชี	
	(Accounting Rate of Return Method: AAR).....	27
2.1.6	ทฤษฎีทางการตลาด (Marketing MIX)	29

2.1.6.1	ผลิตภัณฑ์ (Product)	29
2.1.6.2	ราคา (Price)	30
2.1.6.3	การจัดจำหน่าย (Place)	33
2.1.6.4	การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	33
2.1.7	ทฤษฎีทางการตลาด สำหรับวางกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ	34
2.1.7.1	Five Forces Model of Competition	34
2.1.7.2	SWOT Analysis	36
2.1.8	กลยุทธ์ในการจัดทำแผนธุรกิจ (Strategy Business Plan)	38
2.1.9	วิธีการวิจัย (Research Method)	39
2.1.9.1	วิธีการสำรวจ (Survey Method)	39
2.1.9.2	การออกแบบการวิจัย	40
2.1.9.3	การกำหนดขนาดของตัวอย่าง (Sample Size)	41
2.1.9.4	วิธีการสุ่มตัวอย่าง	42
2.2	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
2.2.1	งานวิจัยเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของการใช้ บริการ Hi-Speed Internet ส่วนบุคคล (ADSL Broadband) ในเขตกรุงเทพมหานคร	43
2.2.2	ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการ ADSL Broadband Technology ในกรุงเทพมหานคร	44
2.2.3	งานวิจัยเรื่อง “แบบจำลองของต้นทุนในการให้บริการ Broadband โดย ใช้เทคโนโลยี ADSL ในประเทศไทย”	45
2.2.4	งานวิจัยเรื่อง การกำหนดรูปแบบธุรกิจและศึกษาความเป็นไปได้ของการให้ บริการ Quadruple Play ในประเทศไทย	46
3.	ระเบียบวิธีวิจัย	48
3.1	กรอบระเบียบวิธีดำเนินงานวิจัย	48
3.2	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	49
3.2.1	ข้อมูลปฐมภูมิ	49
3.2.1.1	การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง	49
3.2.2	ข้อมูลทุติยภูมิ	50

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ	51
3.3.2 มุลทุติยภูมิ.....	51
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านเทคนิค.....	52
3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด.....	52
3.4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเงิน.....	53
3.4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการบริหาร.....	54
3.5 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
4. รูปแบบธุรกิจ.....	56
4.1 รูปแบบธุรกิจการให้บริการ Triple Play.....	56
4.1.1 รูปแบบธุรกิจการให้บริการ Triple Play ในประเทศ.....	56
4.1.1.1 รูปแบบธุรกิจที่ 1	56
4.1.1.2 รูปแบบธุรกิจที่ 2	58
4.1.1.3 รูปแบบธุรกิจที่ 3	60
4.1.2 รูปแบบธุรกิจที่เหมาะสมของ บริษัท ทีโอที.....	62
5. ศึกษาความเป็นไปได้การให้บริการ Triple Play ในประเทศ.....	65
5.1 การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค	66
5.2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางตลาด.....	69
5.2.1 วิเคราะห์สภาวะตลาด.....	69
5.2.1.1 วิเคราะห์โทรศัพท์พื้นฐาน	69
5.2.1.2 วิเคราะห์อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์	71
5.2.1.3 วิเคราะห์โทรศัพท์แบบบอกรับสมาชิก	76
5.2.2 วิเคราะห์ Triple Play โดย SWOT/Five Force Model.....	77
5.2.2.1 วิเคราะห์ โดยใช้ SWOT.....	77
5.2.2.2 วิเคราะห์ โดยใช้ Five Force Model.....	78
5.2.3 การประมาณการยอดผู้ใช้	79

5.2.4 สรุปผลการศึกษาทางตลาด.....	84
5.3 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	85
5.3.1 แผนการลงทุน.....	85
5.3.1.1 Subscriber Model.....	86
5.3.1.2 Revenue Module (ARPU Model)	91
5.3.1.3 CAPEX Module (Capital Expenditure)	93
5.3.1.4 OPEX Module (Operating Expenditure).....	95
5.3.1.5 Accounting Module	95
5.3.2 สรุปผลการศึกษาทางการเงิน	108
5.4 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการบริหาร.....	109
5.4.1 บทสัมภาษณ์.....	110
5.4.2 สรุปผลการศึกษาทางการบริหาร.....	113
6. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	115
6.1 สรุปผลการวิจัย.....	115
6.1.1 รูปแบบธุรกิจการให้บริการ Triple Play	116
6.1.2 การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค.....	117
6.1.3 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด.....	117
6.1.4 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	117
6.1.4.1 Worst Case	117
6.1.4.2 Moderate Case	118
6.1.4.3 Best Case	118
6.1.5 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการบริหาร	117
6.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัย.....	120
6.3 อุปสรรคในการวิจัย	120
6.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง	121
ภาคผนวก	
ก. อภิธานศัพท์	123

๗. แบบสอบถาม	127
บรรณานุกรม	131
ประวัติการศึกษา.....	134