

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพประกอบ.....	(11)
บทที่	
1. บทสรุปผู้บริหาร.....	1
1.1 แนวความคิดธุรกิจ	1
1.2 คุณค่าเชิงธุรกิจ	2
1.3 โอกาสธุรกิจ.....	4
1.4 เป้าหมาย	5
1.5 กลยุทธ์.....	5
1.6 การลงทุน	5
1.7 ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ	6
2. ลักษณะของสินค้าและการให้บริการ	7
2.1 เว็บไซต์ของบริษัท	8
2.2 บริการ Microsoft Office Online	16
2.3 บริการระบบรักษาความปลอดภัยและสำรองข้อมูล	21
2.3.1 ระบบรักษาความปลอดภัยด้วย Firewall	21
2.3.2 ติดตั้งระบบ Antivirus บนเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย	21

2.3.3	Login เข้าสู่ระบบด้วยมาตรฐานความปลอดภัย	21
2.3.4	ระบบสำรองข้อมูลบนเครื่องแม่ข่าย.....	22
2.4	บริการเทมเพลตสำหรับการใช้งาน Microsoft Office	24
2.5	บริการ eziisoft Live สำหรับผู้ใช้งาน Microsoft Office Online	24
2.5.1	eziisoft Live Basic	24
2.5.2	eziisoft Live Essentials.....	25
2.5.3	eziisoft Live Premium.....	27
2.6	บริการอบรมการใช้งานผ่านระบบ Online (E-Learning)	29
2.7	การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายระหว่างการใช้ Software Package กับบริการของ eziisoft	30
3.	แผนการบริหารและดำเนินงาน	33
3.1	ภาพรวมของบริษัท	34
3.1.1	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	34
3.1.2	เป้าหมายธุรกิจ	35
3.2	โครงสร้างบริษัท	36
3.2.1	โครงสร้างองค์กรและผู้บริหาร	36
3.3	รูปแบบธุรกิจ.....	39
3.4	แผนการดำเนินงาน	39
3.4.1	การเลือกสถานที่ตั้ง Data center	39
3.4.2	แผนการติดตั้งระบบ (ติดตั้ง Hardware Software).....	40
3.4.3	แผนการให้บริการ.....	42
3.4.4	วิธีการชำระเงิน	42
4.	การบริหารการตลาด.....	43
4.1	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด.....	44
4.1.1	การวิเคราะห์ตลาดซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้อง	44
4.1.2	การวิเคราะห์คู่แข่ง.....	48

4.1.3	การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน.....	53
4.1.4	การวิเคราะห์ SWOT.....	55
4.1.5	การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด	68
4.1.6	สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดเป้าหมาย.....	73
4.2	การวางแผนการตลาด	99
4.2.1	วัตถุประสงค์ทางการตลาด.....	99
4.2.2	เป้าหมายทางการตลาด	99
4.2.3	ส่วนผสมทางการตลาด	99
4.2.3	งบประมาณด้านการตลาด.....	106
4.3	แผนการปฏิบัติการทางการตลาด.....	107
4.3.1	แผนการตลาดในช่วงที่ 1.....	107
4.3.2	แผนการตลาดช่วงที่ 2.....	109
4.3.3	แผนการตลาดช่วงที่ 3.....	110
4.4	การประเมินผลทางการตลาด	110
4.4.1	กระบวนการประเมินผลการทำงานทางการตลาด	110
4.4.2	รูปแบบของการประเมินผลการทำงานทางการตลาด.....	111
5.	แผนการให้บริการ.....	112
5.1	การลงทุน.....	112
5.1.1	เงินลงทุน.....	112
5.2	การเลือกสถานที่	114
5.2.1	ขั้นตอนในการเลือกทำเล.....	114
5.3	ค่าใช้จ่ายและต้นทุนการให้บริการ.....	114
5.4	แผนการปฏิบัติงาน.....	115
5.5	การเตรียมและตรวจสอบความพร้อมในการให้บริการ	117
5.5.1	สภาพพื้นที่สำหรับการวางเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย	117
5.5.2	การบริการ	118
5.5.3	ขั้นตอนการให้บริการและการดำเนินงาน	118

6. แผนการเงิน	119
6.1 ข้อสมมติฐานของการพยากรณ์ตัวแปรทางการเงิน	120
6.1.1 นโยบายแหล่งเงินทุนและแผนการเงิน	120
6.1.2 การใช้ไปของแหล่งเงินทุน	121
6.1.3 ข้อกำหนดสมมติฐานในการจัดทำงบการเงิน.....	121
6.1.4 นโยบายทางการเงินบัญชีและการเงิน.....	128
6.1.5 ประมาณการ	129
6.2 เครื่องมือที่คาดว่าจะใช้และแนวทางการเตรียมข้อมูล ในการวิเคราะห์ทางการเงิน	136
6.2.1 เครื่องมือที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงิน	136
6.2.2 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในการดำเนินงาน.....	136
7. การประเมินแผนธุรกิจ.....	142
7.1 แนวทางการประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจ	142
7.1.1 ยอดขาย (Revenue) ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) และต้นทุนผันแปร (Variable Cost).....	143
7.1.2 ปัจจัยวิกฤตที่เป็นเงื่อนไขแห่งความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจ	145
7.2 แผนฉุกเฉินสำหรับกรณีเหตุการณ์ที่น่าจะเกิดขึ้น	147
7.2.1 คู่แข่งรายใหม่เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด.....	147
7.2.2 ยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้.....	147
7.3 ข้อเสนอแนะ	148
ภาคผนวก.....	149
บรรณานุกรม	195
ประวัติการศึกษา.....	197