

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(2)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(8)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
2. ศึกษาสภาพตลาดสินค้าหรือบริการ.....	4
2.1 โครงสร้างตลาด	4
2.1.1 ส่วนแบ่งการตลาด	5
2.1.2 สภาพตลาด.....	6
2.1.3 รายได้.....	7
2.2 ทฤษฎีทางด้านการตลาดสำหรับวางกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ	8
2.2.1 Five Forces Model of Competition (Michael E. Porter)	9
2.2.1.1 อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ในตลาด.....	10
2.2.1.2 อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต.....	10
2.2.1.3 อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ.....	10
2.2.1.4 อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้.....	10

2.2.1.5 การเพิ่มขึ้นของการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น.....	11
2.2.2 ทฤษฎีและกลยุทธ์ในการจัดทำแผนธุรกิจ	11
2.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร	
2.3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร.....	11
2.3.1.1 การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน.....	11
2.3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก.....	12
2.3.2.1 การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค.....	12
2.4 การกำหนดแผนการดำเนินธุรกิจ.....	13
2.4.1 การกำหนดรายละเอียดของแผนธุรกิจ.....	13
2.4.2 การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร.....	13
2.4.2.1 การวางแผนการตลาด.....	13
2.4.2.2 การวางแผนทางการเงิน.....	14
2.5 การนำไปปฏิบัติ.....	16
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
3. ระเบียบวิธีวิจัย	20
3.1 กรอบระเบียบวิธีดำเนินงานวิจัย.....	20
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	20
3.3 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	20
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	21
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	21
3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด	21
3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเงิน.....	22
3.6 สรุปผลการวิจัย	25
4. แผนงานวิจัยการตลาด.....	28
4.1 ความเป็นมาและวัตถุประสงค์ของธุรกิจ.....	28

4.2	ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ	28
4.3	แผนการให้บริการ.....	28
4.4	การใช้บริการ	29
4.5	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
4.5.1	การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด	29
4.5.1.1	วิเคราะห์ตามแนว SWOT Analysis.....	29
4.5.1.2	วิเคราะห์ตามแนว Five Force Model of Competition ..	31
4.5.1.3	วิเคราะห์แผนการตลาด.....	34
4.5.2	การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเงิน.....	36
4.5.2.1	Subscriber Module.....	37
4.5.2.2	Revenue Module	38
4.5.2.3	CAPEX (Capital Expenditure) Module.....	39
4.5.2.4	OPEX (Operating Expenditure) Module	39
4.5.2.5	Accounting Module.....	39
5.	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	46
5.1	สรุปผลการวิจัย	46
5.2	ความคุ้มค่าด้านการลงทุน.....	48
5.3	อุปสรรคในการวิจัย	48
5.4	ปัจจัยความเสี่ยง	49
5.5	ข้อเสนอแนะ	50
5.6	แนวทางในการศึกษาต่อ.....	50

ภาคผนวก

ก.	แผนรายได้และการวิเคราะห์ด้านการเงินของแผนธุรกิจ เพื่อการลงทุนขยายบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) ส่วนเพิ่มเติม ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).....	52
----	--	----

บรรณานุกรม..... 72

ประวัติการศึกษาของผู้วิจัย..... 74

