

บทสรุปผู้บริหาร

สื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัย (Out-Of-Home media) ถึงแม้จะมีมูลค่าเพียง 9.8% ของตลาดสื่อโฆษณาโดยรวมหรือประมาณ 8,295 ล้านบาท แต่เป็นกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตสูงมาก และนักศึกษาหรือวัยรุ่นเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของสินค้าหลายประเภท โดยที่สื่อโฆษณาสามารถชักนำการตัดสินใจซื้อได้ง่ายกว่ากลุ่มอื่นๆ แต่ปัจจุบันนักศึกษาเปิดรับสื่อหลักน้อยลง การมองหาช่องทางใหม่ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มนักศึกษามากขึ้นจึงน่าจะได้รับความสนใจจากบริษัทเจ้าของสินค้าหรือบริการ บริษัท ไอดีโอไลฟ์ มีเดีย จำกัด (ideoLife Media Co., Ltd.) เป็นผู้ดำเนินการให้เข้าสื่อโฆษณาในบริเวณหอพักนักศึกษาที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยระยะแรกครอบคลุมหอพักนักศึกษาขนาด 100 ห้องขึ้นไป จำนวน 33 แห่ง ใกล้เคียงมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (รังสิต) มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (สุวรรณภูมิ) สามารถเข้าถึงนักศึกษาได้เป็นจำนวนกว่า 26,000 คน

บริษัทให้บริการสื่อโฆษณาหลายรูปแบบทั้งที่ติดตั้งอยู่ภายในหอพัก ได้แก่ สื่อโฆษณาบนจอแอลซีดีที่ติดตั้งภายในลิฟท์และหน้าลิฟท์ Standee ซึ่งจะตั้งอยู่บริเวณลิฟท์ Lift Ads ซึ่งเป็นสติ๊กเกอร์ติดที่ประตูลิฟท์ด้านในหรือด้านนอกประตูลิฟท์ชั้น 1 สำหรับสื่อโฆษณาที่ติดตั้งอยู่ภายนอกหอพักซึ่งจะติดตั้งในจุดที่นักศึกษาซึ่งพักอาศัยในหอพักต่างๆ บริเวณนั้นผ่าน บริษัทมีรูปแบบสื่อให้เลือกทั้งมินิบิลบอร์ดขนาด 1.2x1.8 เมตร ที่ติดตั้งอยู่บนพื้น สื่อโฆษณาบนลานจอดรถซึ่งสามารถสร้างสรรค์ให้น่าสนใจได้ และสื่อโฆษณาที่เลียนแบบสินค้าจริงซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้มาก จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทเจ้าของสินค้าพบว่า มีความสนใจซื้อสื่อโฆษณาพอสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโฆษณาบนจอแอลซีดี Lift Ads และสื่อโฆษณาที่เลียนแบบสินค้าจริง และอยู่ในระดับที่บริษัทคาดว่าจะสร้างผลกำไรได้ โดยกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของบริษัทคือ การใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เข้าถึงลูกค้ากลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค ตลอดจนกลุ่มสินค้าเทคโนโลยี ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยตรง และการตั้งราคาที่สามารถแข่งขันในตลาดได้ ด้วยกลยุทธ์ดังกล่าวบริษัทคาดว่าจะทำให้มียอดขายหลังจากหักส่วนลดแล้วอย่างน้อยปีละ 3,838,800 บาท

สำหรับกลยุทธ์ด้านการดำเนินงานบริษัทมุ่งที่จะเป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือทางด้านคุณภาพและระยะเวลาในการผลิตและติดตั้งสื่อโฆษณา บริษัทจึงให้ความสำคัญต่อการควบคุมการผลิตและติดตั้งสื่อโฆษณาทุกขั้นตอน นอกจากนี้การรักษาความสัมพันธ์ทั้งต่อผู้ประกอบการหอพักนักศึกษาและลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่บริษัทคำนึงถึงเป็นอย่างมาก ทางด้าน

ผลตอบแทนจากการลงทุนเนื่องจากตลาดสื่อโฆษณาที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ประกอบกับสื่อโฆษณาของบริษัทเป็นสื่อใหม่ บริษัทจึงได้ประมาณยอดขายตามหลักการระมัดระวังโดยตั้งสมมติฐานว่ายอดขายใน 4 ปีแรกไม่มีการเติบโตทำให้ได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดสำหรับกิจการ (NPV) เท่ากับ 1,636,376 บาท โดยมีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน (IRR) เท่ากับ 36.94%