

บทที่ 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมหภาค

การวิเคราะห์สภาพตลาด (Market Analysis) และการวิเคราะห์ห้วงค์กร (SWOT Analysis)

ในการดำเนินธุรกิจนั้นสิ่งจำเป็นขั้นต้นที่จะต้องทำ คือ การวิเคราะห์สภาพตลาดเพื่อพิจารณาปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอด (Survival) และการเจริญเติบโต (Growth) ของบริษัท เพื่อหาแนวทางในการป้องกัน และคาดการณ์เหตุการณ์ที่จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บริษัทสามารถปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับประเทศ 2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับอุตสาหกรรม 3) การวิเคราะห์คู่แข่ง หลังจากนั้นก็ต้องทำการวิเคราะห์ห้วงค์กรเพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (Macro Environment)



แผนภาพที่ 3.1 แสดงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมระดับประเทศ

ที่มา: Hill & Jones 2007

สภาพแวดล้อมระดับประเทศ สามารถวิเคราะห์ได้โดยใช้เครื่องมือ **Macro Environment Analysis** โดยสภาพแวดล้อมระดับประเทศ เป็นปัจจัยภายนอกธุรกิจที่ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อบริษัทโดยตรง แต่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ของบริษัท ซึ่งโดยปกติแล้วทางบริษัทไม่สามารถควบคุมปัจจัยเหล่านี้ได้ โดยปัจจัยเหล่านี้อาจจะเป็นตัวแปรสำคัญที่ก่อให้เกิด โอกาส หรือ อุปสรรคต่อทุกบริษัทในทุกอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ 6 ประเภท ได้แก่ เศรษฐกิจ (Economic Force) สภาพแวดล้อมระดับโลก (Global Force) ประชากร (Demographic Force) สังคม วัฒนธรรมและการดำเนินชีวิต (Social value and lifestyles force) การเมืองและการปกครอง (Political and Legal force)

3.1.1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Force) (+)

สภาพเศรษฐกิจของไทยในปัจจุบัน (พ.ศ. 2551) กำลังอยู่ในช่วงชะลอตัว เนื่องจากราคาสินค้าและบริการที่ปรับตัวสูงขึ้นตามการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพของประชาชน ต้นทุนการผลิต ตลอดจนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักลงทุน อัตราเงินเฟ้อของไทยมีค่าสูงขึ้นมากตามภาวะของราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปี 2551 ทำให้ดัชนีราคาผู้บริโภคปรับตัวสูงขึ้นในทิศทางเดียวกัน ส่งผลให้ภาคธุรกิจและครัวเรือนต่างลดค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าและบริการที่ไม่จำเป็นลง

3.1.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจโลก (Global Force) (+)

เศรษฐกิจโลกยังอยู่ในแนวโน้มชะลอตัว เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาที่เกิดจากปัญหาตลาดที่อยู่อาศัยและการขาดทุนของสถาบันการเงิน ในช่วงที่ผ่านมาสหรัฐกำลังเจอปัญหาที่หนักมาก วาณิชธนกิจขนาดใหญ่ 5 แห่งในสหรัฐต่างประสบปัญหาจากวิกฤติสถาบันการเงิน จนนำไปสู่การล่มสลายของอาณาจักรทางการเงิน สำหรับอัตราเงินเฟ้อของเศรษฐกิจโลกก็เพิ่มขึ้นอย่างมาก เนื่องจากราคาน้ำมันและราคาอาหารที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างมากในช่วงที่ผ่านมา

ดังนั้น หลายบริษัทต่างพยายามที่จะลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง ซึ่งค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและส่งเสริมการขายก็เป็นอีกหนึ่งตัวที่หลาย ๆ บริษัทต้องการลดลง บางบริษัทพยายามหาช่องทางการทำการตลาดใหม่ๆ ที่เสียค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่าการโฆษณาทางโทรทัศน์ หรือวิทยุ (mass media) แต่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าและส่งผลต่อยอดขายโดยตรง (อ้างถึงในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2550 บริษัท แมทซิง สตูดิโอ จำกัด (มหาชน)) ซึ่งการทำการตลาดตามแนวคิด Tryvertising ผ่านทาง Website สามารถตอบสนองต่อความต้องการนี้ได้ เนื่องจากการทำการตลาดผ่านทาง online นั้นค่าใช้จ่ายจะน้อยกว่าการทำการตลาดผ่านทาง การโฆษณาทางโทรทัศน์ หรือวิทยุ (mass media)

3.1.3 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic force) (+)

ประชากรส่วนใหญ่ของไทยเป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงานซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีรายได้และกำลังซื้อค่อนข้างสูง โดยในการตัดสินใจซื้อจะมีการศึกษาหาข้อมูลก่อนตัดสินใจ แต่จากสภาพเศรษฐกิจและการทำงานที่เร่งรีบ ทำให้ต้องการหาข้อมูลจากแหล่งที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ

และจากการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของทางเนคเทคในปี 2550 พบว่า ในปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มหันมาให้ความสนใจกับการใช้บริการผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น โดยกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวเป็นผู้หญิงประมาณ 57% ผู้ชาย 43% มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 25 ปี ซึ่งมีรายได้และการศึกษาค่อนข้างดี และอาศัยอยู่ในเขตเมืองเป็นส่วนใหญ่ โดยเว็บไซต์ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการ ได้แก่ yahoo.com kapook.com Pantip.com jeban.com manager.co.th เป็นต้น และประเภทเว็บไซต์ที่มีคนเข้าชมมากที่สุด อันดับ 1 เป็นเว็บไซต์ทางด้านบันเทิง 39.45% อันดับ 2 เว็บไซต์ข่าวและสื่อ 7.64% อันดับ 3 เว็บไซต์ประเภทบุคคล สังคม 7.16%

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของทางเว็บไซต์ (เพศหญิงอายุ 21 – 40 ปี) เป็นกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ของประเทศและมีแนวโน้มในการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น จึงส่งผลดีต่อการทำธุรกิจเกี่ยวกับการแจกลินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์

3.1.4 ปัจจัยทางด้านสังคม วัฒนธรรมและการดำเนินชีวิต (Social value and lifestyles force) (+)

สภาพสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป โดยจะเน้นความสะดวกสบายเป็นหลัก ทำให้ผู้ผลิตต่างพยายามหาวิธีการต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคของตนเองให้มากที่สุด ซึ่งการแจกลินค้าตัวอย่างผ่านทาง Website ก็สามารถตอบสนองต่อสภาพสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปนี้ได้เป็นอย่างดี ผู้บริโภคไม่ต้องเสียเวลาไปที่ร้านค้า เพียงแค่เข้าไปใน Website ก็สามารถรับสินค้าตัวอย่างมาทดลองใช้ได้ ซึ่งถือได้ว่าตอบสนองต่อการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบของคนเมือง

นอกจากนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปนี้เอง ทำให้สื่อทีวีซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดนี้อาจไม่ใช่สิ่งจำเป็นอันดับต้นๆ ของผู้บริโภคอีกต่อไป (อ้างถึงในรายงานการสำรวจสื่อมวลชน (วิทยุและโทรทัศน์) ปี 2551 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ)

ดังนั้นการทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ (online) จึงเป็นสิ่งที่นักการตลาดหันมาให้ความสนใจมากขึ้น ซึ่งการทำการตลาดตามแนวคิด Tryvertising ผ่านทางเว็บไซต์ ก็ถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการทำการตลาดออนไลน์ (online) ดังนั้น การทำการตลาดตามแนวคิด Tryvertising ผ่านทาง Website จึงเป็นอีกธุรกิจที่มีความน่าสนใจและมีโอกาสที่จะเติบโตไปอีก

3.1.5 ปัจจัยทางการเมืองการปกครองและกฎหมาย (Political and Legal force)

(+,-)

ความไม่แน่นอนของการเมืองภายในประเทศ ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างมาก โดย ดร.สมชาย ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวว่า เศรษฐกิจไทยจากเงื่อนไขการเมืองวันนี้ ทำให้โอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะ 5 ปี (2551 - 2555) มีข้อจำกัดมากขึ้น เนื่องจาก ความขัดแย้งจากการเป็นพรรคการเมืองผสมจะมีสูง รัฐบาลจะอยู่ไม่ครบเทอม ส่งผลให้การทำงานของรัฐบาลสั้น และในขณะนี้ยังไม่มีบุคคลที่มีความเด่นชัดด้านเศรษฐกิจ ส่วนใหญ่เป็นนักการเมืองรุ่นเก่า (อ้างถึงในหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2247 26 ส.ค. - 29 ส.ค. 2550) ซึ่งผลจากความไม่แน่นอนทางการเมืองในประเทศนี้ทำให้นักลงทุนจากต่างชาติไม่กล้าเข้ามาลงทุนในประเทศเนื่องจากความไม่มั่นใจในสถานการณ์ทางการเมืองของไทย ผู้ประกอบการต่างๆภายในประเทศย่อมจะได้รับผลกระทบจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ทางการเมืองนี้ สำหรับบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายแบบผ่านสื่อออนไลน์ (online) นั้นก็ย่อมได้รับผลกระทบทางอ้อม เพราะบริษัทผู้ผลิตสินค้าบางราย(ผู้ว่าจ้าง)อาจจะลดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ลง เนื่องจากผลกระทบจากการเมืองที่ทำให้การเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ในภาวะชะงักงัน แต่ในทางตรงข้ามอาจเกิดผลดีก็ได้เนื่องจากบริษัทต่างๆ อาจลดค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายในส่วนของการโฆษณา เพราะเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงและอาจไม่เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย แล้วหันมาใช้จ่ายการจัด Event Promotion และกิจกรรมส่งเสริมการขายแบบอื่นผ่านทางสื่อออนไลน์ (online) ที่ให้ผลกับยอดขายโดยตรงมากขึ้น จึงคาดว่าผลกระทบทางการเมืองที่จะมีต่อการดำเนินธุรกิจตามแนวคิด Tryvertising ผ่านทางเว็บไซต์ นั้นน่าจะมีผลกระทบบ้างแต่ไม่น่าจะมากเท่ากับอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยว การส่งออก เป็นต้น

เมื่อพิจารณาทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีการออกกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองกับผู้บริโภคที่ทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจ ดังนั้น การทำธุรกรรมตามแนวคิด Tryvertising ผ่านทาง Website จึงน่าจะเป็นอีกธุรกิจที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากมีกฎหมายที่คุ้มครองผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจที่จะเข้ามาใช้บริการ

3.1.6 ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technological force) (+)

การที่ปัจจุบันโลกเรากลายเป็นโลกของอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ข้อมูลทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล และสามารถเข้าถึงข้อมูลทางการตลาดได้ทั่วทุกมุมโลก เทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้จากทั่วโลก

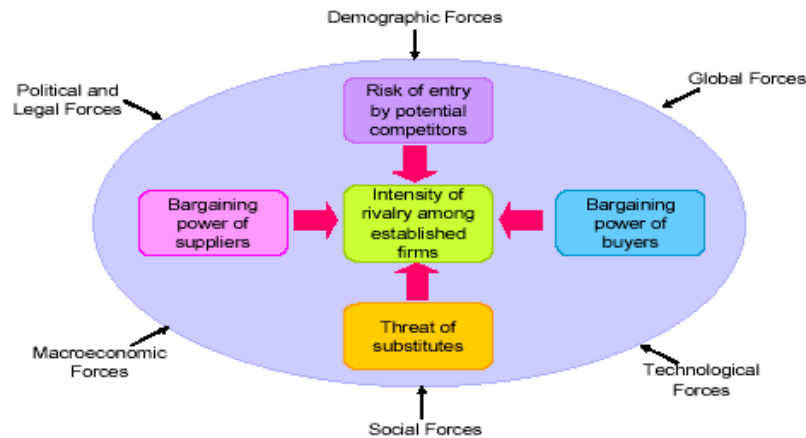
สามารถหาข้อมูล เปรียบเทียบราคาและทำการต่อรองเพื่อให้ได้รับสินค้าและบริการที่ต้องการในราคาที่เหมาะสม

ดังนั้นการทำ Tryertising ผ่านทางเว็บไซต์นั้น จึงถือว่าเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่คิดขึ้นโดยอาศัยเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการหาข้อมูลของสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยอยู่ในรูปของการแจกสินค้าให้ทดลองใช้ผ่านทางเว็บไซต์ซึ่งถือได้ว่าเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตกันอย่างเป็นจำนวนมาก

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกล้วนส่งผลในทางบวกกับการทำธุรกิจการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ ทั้งในเรื่องของความผันผวนทางเศรษฐกิจที่ส่งผลดีต่อการใช้สื่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ความเป็นโลกาภิวัตน์ที่ช่วยสนับสนุนให้กับธุรกิจ เทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงขึ้น สุดท้ายยังได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเกี่ยวกับข้อกำหนดกฎหมายต่างๆที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น สิ่งต่างๆเหล่านี้ย่อมส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคต

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับอุตสาหกรรม (Five Force Model Analysis)

หลังจากที่ได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและมองเห็นถึงความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ Freesampling แล้วนั้น หลังจากนั้นก็จะทำการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมเพื่อที่จะบ่งชี้ถึงโอกาสและอุปสรรค โดยการใช้ตัวแบบของ Porter's 5 forces model ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยภายในอุตสาหกรรมที่สำคัญ 5 ประเภท ได้แก่ ความรุนแรงของการแข่งขันในอุตสาหกรรม (The intensity of rivalry among established firm) อุปสรรคในการเข้ามาในอุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่ (The risk of entry by potential competitors) อำนาจในการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers) อำนาจในการต่อรองของของลูกค้า (Bargaining Power of Customers) การคุกคามจากสินค้าและบริการทดแทน (Threat of Substitute Product or Service)



แผนภาพที่ 3.2 แสดงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมระดับประเทศ

ที่มา: Hill & Jones 2007

3.2.1 ความรุนแรงของการแข่งขันในอุตสาหกรรม (The intensity of rivalry among established firm) (-)

สภาพการแข่งขันที่มีความรุนแรงในตลาดธุรกิจออนไลน์ (Online) ทำให้หลายๆ บริษัทต่างพยายามหาแนวทางหรือรูปแบบใหม่ๆ มานำเสนอ โดยเน้นที่การเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด แต่เสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าหรือเสียค่าใช้จ่ายเท่าเดิมแต่ได้รับอะไรกลับไปมากกว่า จึงเป็นการยากที่จะทำให้บริษัทใหม่ๆ เกิดขึ้นมาและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าและการดำเนินธุรกิจของบริษัทด้วย

3.2.2 อุปสรรคในการเข้ามาในอุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่ (The risk of entry by potential competitors) (-)

อัตราการเติบโตของอินเทอร์เน็ตรวมถึงสื่อออนไลน์ประเภทอื่นๆ ในประเทศไทย มีอัตราการเติบโตขึ้นอย่างมาก จึงเป็นปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งที่ทำให้มูลค่าการตลาดของธุรกิจออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จึงทำให้เกิดความสนใจในการเข้ามาของผู้ดำเนินธุรกิจรายใหม่ นอกจากนี้การดำเนินธุรกิจ Tryvertising ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือสื่อออนไลน์นั้นค่อนข้างเปิดกว้างสำหรับผู้ประกอบการทุกคน เนื่องจากสถานะที่การดำเนินธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์นั้น ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน ทำให้เงินลงทุนที่จำเป็นต้องใช้ไม่สูง การเข้า-ออกค่อนข้างสะดวก สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้ดำเนินการธุรกิจรายใหม่เข้ามาในตลาดอย่างมาก

3.2.3 อำนาจในการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers) (-)

3.2.4 อำนาจในการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers) (-)
 ในกรณีของเว็บไซต์ Freesampling นั้น จะมีกลุ่มลูกค้า 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์ในการที่จะทำการแจกสินค้าตัวอย่างร่วมกับทางเว็บไซต์และกลุ่มสมาชิกของเว็บไซต์หรือบุคคลที่เข้ามาในเว็บไซต์ Freesampling

ในกรณีของเว็บไซต์ Freesampling นั้น จะมีกลุ่มลูกค้า 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์ในการที่จะทำการแจกสินค้าตัวอย่างร่วมกับทางเว็บไซต์และกลุ่มสมาชิกของเว็บไซต์หรือบุคคลที่เข้ามาในเว็บไซต์ Freesampling

สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสมาชิกเว็บไซต์นั้นสามารถเปลี่ยนไปเข้าเว็บไซต์อื่นที่ตัวเองสนใจได้โดยง่าย เนื่องจากไม่มีต้นทุนการเปลี่ยนตราสินค้าเลย (Switching Cost ต่ำ) ประกอบกับในปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่น่าสนใจเป็นจำนวนมาก

ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนของการทำธุรกิจการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ คือ การลงโฆษณาและแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางนิตยสาร และการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางบริษัท Agency ซึ่งเป็นที่นิยมในปัจจุบัน จึงเป็นแรงกดดันในทางลบต่อการดำเนินธุรกิจ Tryvertising ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

จากการวิเคราะห์ภายในอุตสาหกรรมข้างต้นนั้นจะพบว่าปัจจัยต่างๆส่งผลในเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตามหากสามารถสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ก็จะทำให้บริษัทมีโอกาสอยู่รอดในอุตสาหกรรมนี้ได้

3.3 การวิเคราะห์คู่แข่ง

เกณฑ์ในการพิจารณาคู่แข่งจะทำการพิจารณาจากการได้ส่วนแบ่งในการใช้จ่ายเงินทางการตลาดของบริษัทเจ้าของสินค้าที่จะทำการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการทำกิจกรรมทางการตลาดของเจ้าของสินค้า การจำแนกเป็นคู่แข่งทางตรงและทางอ้อมจะพิจารณาจากธุรกิจที่ทำการแจกสินค้าตัวอย่างเป็นหลัก โดยคู่แข่งทางตรงจะเป็นบริษัทที่แจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ และคู่แข่งทางอ้อมจะเป็นบริษัทที่แจกสินค้าตัวอย่างผ่านวิธีการอื่นๆ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

คู่แข่งทางตรง

- **เว็บไซต์ เจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง**

ถึงแม้ว่าเจ้าของตราสินค้าจะถือว่าเป็นลูกค้าของบริษัทเรา (เป็นแหล่งที่มาของรายได้) แต่ถ้ามองในมุมกลับกันก็ถือได้ว่าเป็นคู่แข่งทางตรงได้เช่นกัน เพราะว่า เว็บไซต์เจ้าของสินค้าเองก็มีการให้ข้อมูลแนะนำสินค้า เพื่อให้เกิดการตลาดใช้สินค้าเช่นเดียวกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจตามแนวคิด Tryvertising ผ่านช่องทาง เว็บไซต์ ดังนั้น ถ้าเจ้าของสินค้าเหล่านี้คิดจะดำเนินการในการแจกสินค้าตัวอย่างด้วยตนเอง ไม่ต้องการจะเพิ่มค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาดไม่มีความสนใจที่จะใช้บริการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ Freesampling ของบริษัท ซึ่งจะส่งผลให้รายได้ของเราก็จะลดลง

ตัวอย่างของเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่เป็น Counter brand ที่มีรูปแบบของเว็บไซต์ จึงขอยกตัวอย่างมาเพียงตัวอย่างเดียว คือ www.lancome-th.com

รูปแบบของเว็บไซต์

หน้าแรกของเว็บไซต์ จะแสดงสินค้าใหม่หรือสินค้าแนะนำประจำเดือน แสดงโดยใช้รูปภาพและกราฟฟิกที่สวยงามทำให้ผู้ที่เข้าชม เว็บไซต์ เกิดความสะดุดตาและให้ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ ภายใน เว็บไซต์ จะมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ Promotion ในแต่ละเดือน

มีหน้า เว็บไซต์ ที่เกี่ยวกับ Trip & Trend คือ การให้บริการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เคล็ดลัด ความงามและเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถส่งข้อมูลเหล่านี้ต่อให้เพื่อนได้อย่างง่ายดาย เนื่องจากมีปุ่มให้คลิกได้ทันทีหากต้องการส่งข้อมูลเหล่านี้ให้กับเพื่อน

แหล่งที่มาของรายได้

งบประมาณทางการตลาดของบริษัทเจ้าของตราสินค้าอื่นๆ

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

- การให้ข้อมูลประกอบตัวผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและเชื่อถือได้ พร้อมกับมีรูปประกอบที่สวยงาม โดยมีการแบ่งสินค้าออกเป็นประเภทหรือหมวดหมู่ของกลุ่มสินค้าอย่างชัดเจน ซึ่งข้อมูลผลิตภัณฑ์เหล่านี้ถือได้ว่ามีมากกว่า เว็บไซต์ อื่นๆ เนื่องจากเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์เอง
- มีสิทธิพิเศษให้กับผู้ที่สมัครเป็นสมาชิก

สมัครสมาชิก

กรุณา Sign in เพื่อพบกับ กิจกรรมออนไลน์สำหรับสมาชิก my LANCÔME Web Club เท่านั้น

Your e-mail address

Your password

ลืม password

ลังค์โคมคอมบ L'EXTRÊME ขนาดทดลอง ให้ผู้ใช้ได้ 10 ท่าน ที่สมัคร my LANCÔME Web Club ภายในเดือน ธันวาคม 2551

สมัครสมาชิก

สิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิก my LANCÔME Web Club

- 1 my LANCÔME Web Club **ไม่ใช้** รายการสะสมคะแนนจากการซื้อผลิตภัณฑ์ลังค์โคม
- 2 บุคคลทั่วไป และสมาชิกปัจจุบันของ my LANCÔME ที่มีบัตรเครดิตสะสมคะแนนอยู่ ณ แคนเนเดอร์ลังค์โคม สามารถสมัคร my LANCÔME Web Club เพื่อรับสิทธิประโยชน์อื่นๆ
- 3 รับรหัสผ่าน เพื่อร่วมเล่นเกม และกิจกรรมมากมายที่ท่านสามารถติดตามรายละเอียดได้จาก www.lancome-th.com
- 4 โอกาสในการรับผลิตภัณฑ์ตัวอย่างมากมาย
- 5 สามารถสมัครขอรับข่าวสารผลิตภัณฑ์ใหม่ รายการโปรโมชั่น กิจกรรมพิเศษ รวมถึงวารสารรายเดือน my LANCÔME ผ่านทางอีเมลล์

แผนภาพที่ 3.3 แสดงหน้า web page การแจกสินค้าตัวอย่างของเว็บไซต์ lancome

ถึงแม้ว่าเว็บไซต์ของเจ้าของสินค้าจะมีการแจกสินค้าตัวอย่างให้กับสมาชิกเช่นเดียวกับเว็บไซต์ Freesampling แต่ส่วนใหญ่สมาชิกของเว็บไซต์เจ้าของสินค้าจะเป็นลูกค้าของสินค้านั้นๆอยู่แล้ว การแจกสินค้าให้ไปทดลองใช้ผลที่ได้ คือ การเพิ่มยอดซื้อของลูกค้ารายเดิม ไม่ได้เป็นการเพิ่มยอดขายจากลูกค้ารายใหม่ (ที่ไม่เคยซื้อสินค้านั้นๆเลย) นอกจากนี้การแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์เจ้าของสินค้าจะไม่มีข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าตัวอย่างที่ได้รับไปทดลองใช้

คู่แข่งทางอ้อม

- **บริษัท Agency ที่รับในการทำกิจกรรมแจกสินค้าตัวอย่าง**

ในปัจจุบันการดำเนินการแจกสินค้าตัวอย่างที่บริษัทเจ้าของสินค้าส่วนใหญ่เลือกใช้จะมีอยู่ 2 วิธี คือ การให้พนักงานขายของบริษัททำการแจกสินค้าเอง และการจ้างบริษัท Agency ในการดำเนินกิจกรรมการแจกสินค้าตัวอย่างตามสถานที่ต่างๆ เช่น อาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า หรือบนทางด่วน เป็นต้น ดังนั้น บริษัท Agency ดังกล่าว จึงถือเป็นคู่แข่งทางอ้อม แต่อย่างไรก็ตามวิธีการแจกสินค้าผ่านทาง Agency มักจะเป็นช่องทางอื่นที่ไม่ใช่เว็บไซต์

แหล่งที่มาของรายได้

งบประมาณทางการตลาดของบริษัทเจ้าของสินค้านั้นๆ

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

- เน้นข้อได้เปรียบในการแจกสินค้าตัวอย่างในจำนวนมาก ในเวลาอันสั้น (ส่วนมากมักจะแจกในจำนวน 1 แสนชิ้นขึ้นไป) ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายที่อยู่ในสถานที่ต่าง ๆ เช่น อาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า
- สามารถคัดกรองกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเบื้องต้นให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ เช่น กลุ่มผู้หญิงเท่านั้น
- ค่าใช้จ่ายต่อการแจกสินค้าตัวอย่างต่อชิ้นค่อนข้างถูก (ประมาณ 2-3 บาทต่อสินค้าตัวอย่าง 1 ชิ้น)

การแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางบริษัท Agency นั้นจะสามารถแจกสินค้าได้เป็นจำนวนมาก ภายในระยะเวลาที่สั้น แต่ประเด็นสำคัญคือคนที่ได้รับสินค้าไปนั้นอาจจะไม่ใช่กลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายจริงๆ หรือไม่ได้ต้องการทดลองใช้สินค้านั้นจริงๆ

- **นิตยสารที่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง**

ช่องทางหนึ่งที่ทางเจ้าของผลิตภัณฑ์สามารถกระจายสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คือ การแจกสินค้าตัวอย่างไปพร้อมกับนิตยสารที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์

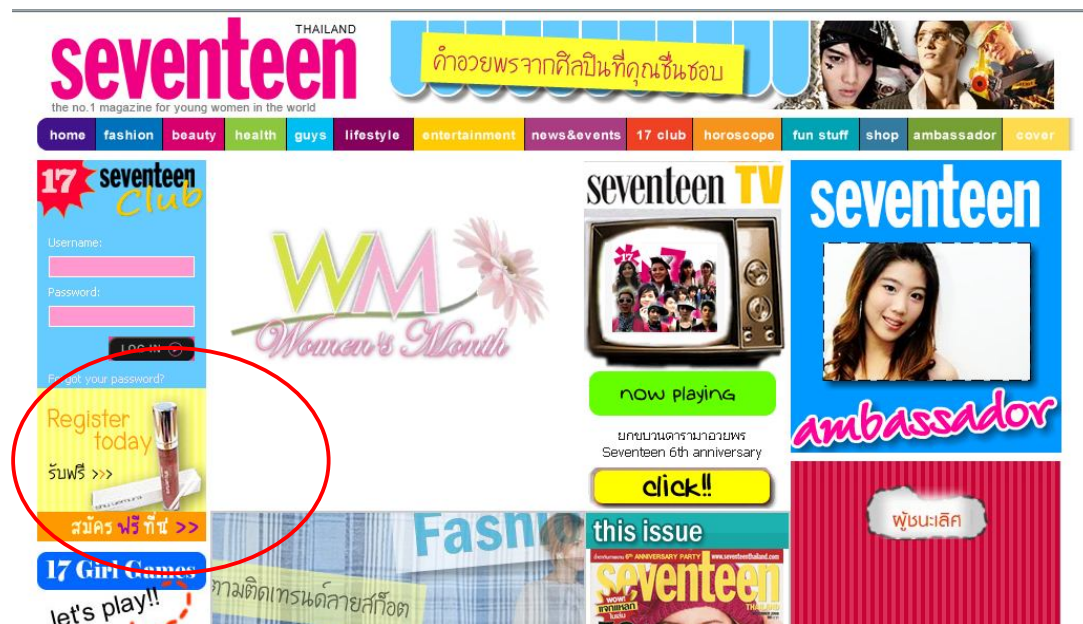
เช่น แพรว แพรวสุดสัปดาห์ CLEO Cosmopolitan เป็นต้น โดยนอกเหนือจากการแจกสินค้าตัวอย่างไปพร้อมนิตยสารแล้วมักจะมีการโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ภายในนิตยสารด้วย

แหล่งที่มาของรายได้

การโฆษณาภายในนิตยสารของเจ้าของผลิตภัณฑ์ รวมถึงค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการแนบสินค้าตัวอย่าง

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

- เน้นเนื้อหาภายในนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับ lifestyle ของกลุ่มเป้าหมายผู้หญิง เช่น การแต่งตัว แต่งหน้า แฟชั่น ท่องเที่ยว เป็นต้น



แผนภาพที่ 3.4 ตัวอย่างนิตยสารที่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง

การแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางนิตยสารนั้นผู้ที่ได้รับสินค้าไปจะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่อ่านนิตยสารนั้นๆ ซึ่งค่อนข้างจะตรงตามกลุ่มเป้าหมายของสินค้าที่แจก (เพราะบริษัทเจ้าของสินค้าจะต้องเลือกนิตยสารที่จะไปลงให้กลุ่มคนอ่านตรงตามกลุ่มลูกค้าของสินค้า) แต่อาจจะมีบางส่วนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารนั้นจริงแต่ไม่ได้เป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้า หรือไม่ได้ต้องการอยากจะทดลองสินค้าที่ได้รับไป

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปจุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่งแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

	จุดแข็ง	จุดอ่อน
คู่แข่งทางตรง		
เว็บไซต์เจ้าของสินค้า	1. มีข้อมูลสินค้าที่จะทำการแจกอย่างละเอียดสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าทดลองได้เป็นอย่างดี	1. ไม่สามารถเข้าถึงลูกค้าใหม่ ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
คู่แข่งทางอ้อม		
บริษัท Agency	1. แจกสินค้าตัวอย่างได้เป็นจำนวนมาก ภายในระยะเวลาที่สั้น 2. สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย	1. การแจกสินค้าตัวอย่างไม่ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย 2. ผู้ที่ได้รับสินค้าตัวอย่างไปอาจจะไม่ได้มีความต้องการทดลองใช้ 3. ไม่มีข้อมูลสินค้าที่แจกอย่างละเอียด
นิตยสาร	1. สามารถแจกสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายควบคู่ไปกับการโฆษณา	1. ผู้ที่ได้รับสินค้าตัวอย่างไปอาจจะไม่ได้มีความต้องการทดลองใช้ 2. ไม่มีข้อมูลสินค้าที่แจกอย่างละเอียด

ตารางที่ 3.1 ตารางเปรียบเทียบจุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่ง

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่า หากพิจารณาถึงความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ของคู่แข่งแต่ละกลุ่ม จะพบว่าถึงแม้คู่แข่งทางตรงจะมีความรู้ในข้อมูลของสินค้าที่แจกอย่างละเอียดและมากกว่า แต่การเข้าถึงลูกค้าก็จำกัดอยู่ที่ลูกค้าเก่า(เป็นลูกค้าที่ซื้อสินค้าอยู่แล้ว)

ในส่วนของผู้แข่งทางออนไลน์ ถึงแม้จะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายแต่ลูกค้ากลุ่มนี้ก็ไม่ใช่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทั้งหมด และอาจจะไม่ได้มีความต้องการทดลองใช้สินค้าจริงๆ

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นโอกาสของเว็บไซต์ Freesampling ที่จะอาศัยจุดอ่อนเหล่านี้มาเป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจ เพราะการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ Freesampling จะเป็นการแจกสินค้าที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายและมีความต้องการใช้สินค้าตัวอย่างจริงๆ

3.4 การวิเคราะห์ห้้องค์กร (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strengths)

- เว็บไซต์ Freesampling มีความโดดเด่นนอกเหนือจากเว็บไซต์อื่น ๆ โดยมีการแจกสินค้าตัวอย่างให้กับทางสมาชิก โดยสมาชิกสามารถเลือกสินค้าตัวอย่างที่เหมาะสมและมีความต้องการใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรงจากคะแนนสะสมที่สมาชิกเว็บไซต์แต่ละคนมี และมีการจัดส่งสินค้าตัวอย่างไปให้สมาชิกเว็บไซต์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น ซึ่งเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับเว็บไซต์
- มีผลวิจัยจากการทดลองใช้สินค้าตัวอย่างให้กับเจ้าของสินค้า นอกจากเจ้าของสินค้าจะสามารถแจกสินค้าตัวอย่างได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริงแล้ว เจ้าของสินค้าจะได้รับผลวิจัยทางการตลาดเบื้องต้นเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มสมาชิกที่มีต่อสินค้าตัวอย่างที่ได้รับไปทดลองใช้ ซึ่งทำให้เข้าใจและออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดี ถือเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับการแจกสินค้าทดลอง
- มีระบบรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ชัดเจน
- มีการทำวิจัยทางการตลาด ทั้งกับลูกค้าที่เป็นสมาชิกของเว็บไซต์และลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้า ผลที่ได้ คือ เว็บไซต์ Freesampling สามารถเข้าใจและออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างดี

จุดอ่อน (Weaknesses)

- เว็บไซต์ Freesampling เป็นเว็บไซต์ที่เริ่มเปิดใหม่ ทำให้เว็บไซต์ยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนที่ใช้อินเทอร์เน็ต

- ในการดำเนินธุรกิจช่วงแรกจำเป็นต้องระดมเงินทุนจากผู้ถือหุ้นบริษัทส่วนหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งมาจากการเงินกู้ระยะยาว ทำให้ในการบริหารเงินเบื้องต้นมีข้อจำกัดในการใช้งบประมาณที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์มากที่สุดซึ่งอาจส่งผลกระทบต่องบประมาณในการทำกิจกรรมทางการตลาดได้
- ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจโดยตรง
- ไม่มี connection กับบริษัทเจ้าของสินค้าเนื่องจากบริษัทเพิ่งเริ่มก่อตั้ง ดังนั้นในการขาย Package หรือ Banner ของเว็บไซต์ Freesampling อาจจะต้องใช้เวลา

โอกาส (Opportunities)

- ในสภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่อยู่ในช่วงชะลอตัวซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท ทำให้หลายบริษัทต่างลดค่าใช้จ่ายลง โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและส่งเสริมการขาย โดยพยายามหาช่องทางในการทำตลาดใหม่ที่เสียค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่าการโฆษณาแต่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากกว่า ทำให้ช่องทางการทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ (Online) เป็นหนึ่งในทางเลือกที่หลายบริษัทต่างหันมาให้ความสนใจกันมากขึ้น เพราะมีราคาที่ถูกกว่าการทำโฆษณา (Mass Media)
- จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น โดยจากการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของทางเนคเทคในปี 2550 พบว่า ในปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มหันมาให้ความสนใจกับการใช้บริการผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น โดยกลุ่มผู้บริโภครายหนึ่งเป็นผู้หญิงประมาณ 57% ผู้ชาย 43% มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 25 ปี ซึ่งการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่งผลให้การทำตลาดผ่านสื่อออนไลน์ (Online) เป็นหนึ่งในทางเลือกที่หลายบริษัทต่างหันมาให้ความสนใจกันมากขึ้น
- ค่าใช้จ่ายผ่านในการทำตลาดผ่านสื่อออนไลน์ (Online) มีค่าใช้จ่ายคิดเป็นเพียง 1% ของค่าใช้จ่ายการสื่อสารทั้งหมดซึ่งถือว่าน้อยมาก ยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก โดยคาดการณ์ว่าค่าใช้จ่ายผ่านในการทำตลาดผ่านสื่อออนไลน์ (Online) จะโตเป็น 9% ในอีก 5 ปีข้างหน้า (ที่มา: Price Waterhouse Coopers Entertainment & Media Outlook)
- พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไป ชอบค้นหาข้อมูลหรือทดลองสินค้าก่อนการตัดสินใจ โดยเฉพาะการหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นโอกาสในการเข้ามาหาข้อมูลในเว็บไซต์ Freesampling

อุปสรรค (Threats)

- การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในธุรกิจออนไลน์ (Online) ประกอบกับความต้องการของตลาด (Demand) ยังคงมีอยู่มาก ทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรงภายในธุรกิจนี้
- การเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจออนไลน์ (Online) เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้มีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาในตลาดอย่างมากมาย ทำให้คู่แข่งในธุรกิจนี้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ลูกค้ามีตัวเลือกมากขึ้น และถ้าคู่แข่งรายใดสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่า ลูกค้าก็จะสามารถเปลี่ยนไปหาคู่แข่งได้ในทันที เนื่องจาก switching cost ของลูกค้าต่ำ

TOWS Strategy

หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของบริษัทแล้ว หลังจากนั้นจะนำผลที่ได้มากำหนดทางเลือกในการประกอบกิจการ เพื่อกำหนดความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ทางเลือกและกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

	Opportunities 1 สื่อสารแบบ Online มีค่าใช้จ่ายที่ถูกลงกว่า จึงเป็นทางเลือกที่มีความนิยมมากขึ้นสำหรับเจ้าของตราสินค้า 2 จำนวนผู้ใช้ internet เพิ่มขึ้น 3 ค่าใช้จ่ายโฆษณาสำหรับธุรกิจออนไลน์ คาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นถึง 9% 4 ผู้บริโภคชอบค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ	Threats 1 คู่แข่งเข้ามาง่าย 2 ลูกค้าย้าย brand ง่าย
Strengths 1 เว็บไซต์มีความโดดเด่นจากการมีสินค้าทดลองให้ใช้ 2 มีแบบสอบถามหลังจากการทดลองใช้สินค้าให้กับเจ้าของสินค้า 3 มีระบบรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ชัดเจน 4 มีการวิจัยทางการตลาด	SO strategy 1 ทำการสื่อสารการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้รู้จักเว็บไซต์และเข้าเป็นสมาชิก ใช้การแจกสินค้า เป็นจุดเด่นในการสร้างประสบการณ์ (S1,O2,O4) 2 มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้กับเจ้าของตราสินค้าฟรี เป็นการทำ Tryvertising concept กับเจ้าของตราสินค้า (O1,O3 ,S1,S2) 3 ออกแบบระบบ และเนื้อหาของ Website ให้ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ใช้การแจกสินค้าและการจัดกิจกรรมเป็น Strickiness กับกลุ่มสมาชิก (S3,S4,O2,O4)	ST strategy 1 ใช้การให้ประโยชน์ทางการเงิน (Financial benefit) และประโยชน์ทางสังคม (Social benefit) กับทั้งกลุ่มสมาชิกและเจ้าของสินค้า เป็นการรักษาสมาชิกและลูกค้าในระยะยาว(S3,T1,T2)

	Opportunities 1 สื่อสารแบบ Online มีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่า จึงเป็นทางเลือกที่มีความนิยมมากขึ้นสำหรับเจ้าของตราสินค้า 2 จำนวนผู้ใช้ internet เพิ่มขึ้น 3 ค่าใช้จ่ายโฆษณาสำหรับธุรกิจออนไลน์ คาดการณ์ว่าจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 9% 4 ผู้บริโภคชอบค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ	Threats 1 คู่แข่งเข้ามาง่าย 2 ลูกค้าเปลี่ยน brand ง่าย
Weaknesses 1 เป็น website ใหม่ ยังไม่มีคนรู้จัก 2 ขาดความเชี่ยวชาญในธุรกิจของบุคคลกร 3 มีเงินลงทุนไม่มากนัก เป็นข้อจำกัดในการสื่อสารการตลาด 4 ไม่มี connection กับบริษัทเจ้าของตราสินค้า	WO strategy 1 ใช้ Tryvertising concept คือให้เจ้าของสินค้าทดลองใช้บริการของเราฟรีในช่วงแรก โดยเฉพาะกลุ่มของผลิตภัณฑ์ counter brand (W1,W4, O1,O3) 2 เสนอแผนการตลาดเพื่อขอกู้เงิน สำหรับการใช้จ่ายในช่วงแรกของธุรกิจ (W2,O1-O4) 3 ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาถูกก่อนในช่วงแรก เพื่อให้เกิดการทดลองใช้ จะมีการปรับราคาขึ้นเมื่อ Website มีชื่อเสียงและมีฐานสมาชิกมากพอ (W1,W4, O1,O3) 4 สำหรับสมาชิกทุกอย่างฟรีหมด โดยสมาชิกจะสามารถแลกสินค้าทดลองแลกของขวัญ เข้าร่วมกิจกรรมจากคะแนนที่ได้จากการมีส่วนร่วมของเว็บไซต์ (W1,O2,O4)	WT strategy 1 ทำการสื่อสารทางการตลาด พร้อมกับสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสมาชิกและเจ้าของตราสินค้า (W1,T1,T2)

3.5 สรุปภาพรวมการวิเคราะห์ทางธุรกิจ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในอุตสาหกรรม พบว่า ธุรกิจออนไลน์ (Online) ยังคงมีโอกาทางธุรกิจอยู่มาก ถึงแม้ว่าจะมีอุปสรรคบ้างก็ตาม แต่หากสามารถสร้าง Brand ให้แข็งแกร่งได้ ก็จะสามารถทำให้ธุรกิจของเราดำเนินและอยู่รอดได้ในธุรกิจออนไลน์ (online)

ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจออนไลน์ (Key Success Factors)

ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีปัจจัยสำคัญหลายประการ การแลกเปลี่ยนคำตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ก็เช่นกัน เนื่องจากช่องทางทางอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการสื่อสารใหม่ไปยังผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องควบคุมปัจจัยสำคัญให้เป็นไปตามที่วางแผนไว้ ซึ่งปัจจัยสำคัญมีดังนี้

- **ความเป็น Online Community** เนื่องจากเว็บไซต์จำเป็นต้องมีฐานสมาชิกเข้ามามาร่วมเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ จึงจำเป็นที่จะต้องสร้าง Community บนสังคม Online ในการเป็นจุดศูนย์รวมของข้อมูลข่าวสาร การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแนะนำสินค้า และมีเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับ lifestyle ของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะเป็นจุดดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายสนใจ และอยากมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนออนไลน์ที่มีขึ้น นอกจากนี้ เว็บไซต์ยังมีความแตกต่างจากเว็บไซต์อื่นๆ คือ การเป็นศูนย์รวมในการแลกเปลี่ยนคำตัวอย่างเพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ตัวอย่างที่ได้ทดลองใช้

- **จำนวนสมาชิก (Member)** หลังจากการสร้าง community ให้เกิดขึ้นแล้ว จำนวนผู้ที่สนใจเป็นสมัครเข้ามาเป็นสมาชิกของเว็บไซต์จะเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากจะเป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งที่ทำให้เจ้าของผลิตภัณฑ์มั่นใจถึงจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่สามารถเข้าถึงได้คุ้มค่ามากพอที่จะลงทุน และตรงกับกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์นั้นจริง เว็บไซต์จึงจำเป็นต้องมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างฐานสมาชิกของเว็บไซต์ให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

- **การสร้างเชื่อมั่นแก่สมาชิกในการรักษาความลับข้อมูลส่วนตัวของเว็บไซต์** เนื่องจากสมาชิกจำเป็นต้องกรอกรายละเอียดข้อมูลส่วนตัวเพื่อสมัครเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็น ชื่อ นามสกุล ที่อยู่ ระดับรายได้ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ และรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของสมาชิก (Lifestyle) เว็บไซต์จึงจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับสมาชิกว่าข้อมูลดังกล่าวจะถูกรักษาเป็นความลับภายในบริษัทและจะไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวไปยังบุคคลอื่นเด็ดขาด เพื่อความปลอดภัยของสมาชิก

- **การติดตามถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและพฤติกรรมของสมาชิกของเว็บไซต์** บริษัทจำเป็นต้องมีการสำรวจความพอใจของกลุ่มสมาชิกเว็บไซต์ตลอดเวลาเพื่อมีการปรับปรุงเว็บไซต์ให้ตรงกับความต้องการของสมาชิกและ Lifestyle และพฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา รวมถึงธุรกิจออนไลน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจอย่างรวดเร็วอีกด้วย

- **การสร้างความภักดีในตัวเว็บไซต์ (Brand Loyalty)** การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในธุรกิจออนไลน์นั้นสามารถทำได้ง่าย ดังนั้น เว็บไซต์จำเป็นต้องสร้างกิจกรรมอย่างต่อเนื่องแก่สมาชิก เพื่อให้สมาชิกรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเว็บไซต์ และสร้างความรู้สึกร่วมกับสมาชิกโดยทุกครั้งที่ใช้เว็บไซต์ต้องเข้าเว็บไซต์ของบริษัททุกครั้ง (Stickiness) ดังนั้น การสร้างความภักดีในตัวเว็บไซต์จึงมีความสำคัญ เพื่อให้สมาชิกของ เว็บไซต์ ไม่ Switching ไปหาคู่แข่งรายอื่น และทำให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้และเติบโตอย่างมั่นคงในอนาคต

- **การสร้างความเชื่อมั่นให้แก่เจ้าของสินค้า** ในการที่จะได้สินค้าตัวอย่างมาเป็นแจกในเว็บไซด์นั้น จำเป็นที่จะต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่เจ้าของตราสินค้า มั่นใจถึงการที่นำสินค้าตัวอย่างมาแจกผ่านทางเว็บไซด์ซึ่งวิธีการดังกล่าวจะตรงตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากกว่าการที่จะแจกสินค้าโดยทั่วไป โดยผู้ที่ได้รับสินค้าต้องเป็นกลุ่มเป้าหมายจริงๆ และมีความต้องการที่จะทดลองใช้สินค้าตัวอย่างแบรนด์นั้นๆ นอกจากนี้ เจ้าของตราสินค้าจำเป็นต้องเชื่อมั่นถึงผลตอบรับจากการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซด์ว่าจะเป็นเครื่องมือทางการตลาดอย่างหนึ่งที่จะช่วยเพิ่ม Brand Awareness ให้กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของตราผลิตภัณฑ์ (Brand) รวมถึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มยอดขายให้กับตราผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้ เมื่อเจ้าของผลิตภัณฑ์มีความเชื่อมั่นในเว็บไซด์ก็จะส่งผลให้เจ้าของผลิตภัณฑ์เข้าร่วมในการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซด์มากขึ้นด้วย