

## สารบัญ

	หน้า
คำนำ.....	(1)
สารบัญตาราง.....	(3)
สารบัญภาพประกอบ.....	(5)
1.บทนำ.....	3
2.รูปแบบการดำเนินธุรกิจ.....	7
3.การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมหภาค.....	10
4.กลยุทธ์องค์กร.....	29
5.การวิจัยการตลาด.....	32
6.กลยุทธ์และนโยบายการตลาด.....	60
7.การสื่อสารทางการตลาด.....	88
8.กลยุทธ์และนโยบายการดำเนินงาน.....	110
9.กลยุทธ์และนโยบายการเงิน.....	125
10.การควบคุม การประเมินผล และแผนรองรับ.....	140
11.แผนการดำเนินงานระยะยาว.....	145
บรรณานุกรม.....	147
ภาคผนวก	

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 3.1 ตารางเปรียบเทียบจุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่ง.....	21
ตารางที่ 5.1 สินค้าที่ผู้บริโภคต้องการเลือกซื้อสินค้าตัวอย่าง.....	40
ตารางที่ 5.2 สรุปผลการศึกษาเกณฑ์ในการเลือกซื้อกิจกรรมทางการตลาดของนักการตลาดทั้ง ทางด้าน Above the line & Below the line.....	51
ตารางที่ 5.3 สรุปแนวความคิดเห็น ทศนคติของนักการตลาดที่มีต่อแนวความคิดการแจกสินค้า ตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ Tryvertising Concept.....	56
ตารางที่ 6.1 แสดงระดับคะแนน ranking point กับชื่อในแต่ละระดับ.....	72
ตารางที่ 6.2 แสดงระดับคะแนน money point ที่ได้จากการเลือกระดับสมาชิก.....	73
ตารางที่ 6.3 แสดง Attribute ของเว็บไซต์.....	76
ตารางที่ 6.4 แสดงประมาณการรายได้จากการขาย Package Free Sampling.....	83
ตารางที่ 6.5 แสดงระดับคะแนน money point ที่ได้จากการเลือกระดับสมาชิก.....	85
ตารางที่ 7.1 การลงโฆษณาใน Magazine.....	90
ตารางที่ 7.2 การลงโฆษณาในรถไฟฟ้ามหานคร.....	91
ตารางที่ 7.3 การลงโฆษณาในสื่ออินเทอร์เน็ต.....	94
ตารางที่ 7.4 แผนการจัด Event ของปีที่ 1 และปีที่ 2.....	105
ตารางที่ 7.5 แผนกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาดของปีที่ 1.....	109
ตารางที่ 8.1 ตารางการวางแผนกำลังคนในแต่ละปี.....	116
ตารางที่ 8.2 ตารางประกอบแสดงแผนงานการออกแบบเว็บไซต์.....	121
ตารางที่ 8.3 ตารางประกอบรายละเอียด Hardware และ Software ที่ใช้ในการติดตั้งระบบ.....	124
ตารางที่ 9.1 แสดงสถิติจำนวนใบรับแจ้งเครื่องสำอางควบคุม ที่อนุญาต ณ ปี พ.ศ.2548 - พ.ศ. 2550.....	127
ตารางที่ 9.2 แสดงสถิติจำนวนใบรับแจ้งเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ที่อนุญาต ณ ปี พ.ศ.2548 - พ.ศ. 2550.....	127
ตารางที่ 9.3 แสดงประมาณการจำนวนชนิดประเภทของสินค้า ณ ปีที่ 2.....	128
ตารางที่ 9.4 แสดงประมาณการรายได้จากการขาย Package Free Sampling.....	129
ตารางที่ 9.5 แสดงประมาณการรายได้จากการขาย Banner.....	129
ตารางที่ 9.6 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด.....	132

ตารางที่ 9.7 สรุปผลประมาณการทางการเงิน.....	134
ตารางที่ 9.8 แสดงกระแสเงินสดอิสระ (Free Cash Flow).....	135
ตารางที่ 9.9 แสดงมูลค่าของกิจการ (NPV) และผลตอบแทนของกิจการ.....	135
ตารางที่ 9.10 แสดงผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis).....	136
ตารางที่ 9.11 แสดงจำนวนสินค้าต่ำสุดที่ทำให้ NPV ยังมีค่าเป็นบวก.....	136
ตารางที่ 9.12 ผลตอบแทนจากการลงทุน.....	138
ตารางที่ 10.1 แสดงจำนวนสมาชิก UIP และ Page View.....	140
ตารางที่ 10.2 แสดงจำนวนสินค้ารายเดือน.....	141
ตารางที่ 10.3 แสดงจำนวนสินค้ารายปี.....	141
ตารางที่ 10.4 แสดงจำนวนBanner รายเดือน.....	141
ตารางที่ 10.5 แสดงการวางแผนสำรองในแต่ละสถานการณ์.....	144

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
แผนภาพที่ 1.1	แผนภาพแสดงยอดค่าใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ในปี พ.ศ. 2550..... 4
แผนภาพที่ 3.1	แสดงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมระดับประเทศ.....10
แผนภาพที่ 3.2	แสดงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมระดับประเทศ..... 15
แผนภาพที่ 3.3	แสดงหน้า web page การแจกลินค้าตัวอย่างของเว็บไซต์ lancome..... 18
แผนภาพที่ 3.4	ตัวอย่างนิตยสารที่มีการแจกลินค้าตัวอย่าง.....20
แผนภาพที่ 4.1	โครงสร้างองค์กร..... 30
แผนภาพที่ 4.2	กลยุทธ์ระดับธุรกิจของบริษัท.....31
แผนภาพที่ 5.1	แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่าง.....34
แผนภาพที่ 5.2	แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง..... 34
แผนภาพที่ 5.3	แสดงรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง..... 35
แผนภาพที่ 5.4	แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง..... 35
แผนภาพที่ 5.5	ประเภทสินค้าตัวอย่างที่เคยได้รับและประเภทสินค้าตัวอย่างที่ต้องการทดลอง..36
แผนภาพที่ 5.6	แหล่งที่ได้สินค้าตัวอย่าง.....37
แผนภาพที่ 5.7	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินค้าตัวอย่าง.....38
แผนภาพที่ 5.8	สื่อที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สินค้าตัวอย่าง.....38
แผนภาพที่ 5.9	เกณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกใช้สินค้าตัวอย่าง.....39
แผนภาพที่ 5.10	จำนวนสินค้าตัวอย่างที่ต้องการเลือกใช้ต่อเดือน..... 40
แผนภาพที่ 5.11	การใช้บริการการแจกลินค้าตัวอย่างทางเว็บไซต์..... 41
แผนภาพที่ 6.1	แผนภาพแสดงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแบ่งตามช่วงอายุ.....61
แผนภาพที่ 6.2	แสดงจำนวนผู้หญิงที่ใช้อินเทอร์เน็ต แบ่งตามช่วงอายุ (หน่วย ล้านคน).....61
แผนภาพที่ 6.3	แสดงจำนวนของกลุ่มเป้าหมายเพศหญิงที่ใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงอายุระหว่าง 20-40 ปี ในระดับความสนใจในการใช้สินค้าตัวอย่างทางอินเทอร์เน็ต..... 62
แผนภาพที่ 6.4	แสดงการประเมินขนาดของกลุ่มสมาชิกของเว็บไซต์.....62
แผนภาพที่ 6.5	แสดงสถิติจำนวนทะเบียนเครื่องสำอางที่อนุญาต ณ ปี พ.ศ.2548 - พ.ศ. 2550. 63
แผนภาพที่ 6.6	แผนภาพแสดงการวางตำแหน่งของ เว็บไซต์.....66
แผนภาพที่ 6.7	แผนภาพตัวอย่างหน้าการเก็บข้อมูลจากการสมัครสมาชิก..... 68

แผนภาพที่ 6.8	แผนภาพแสดงตัวอย่างหน้าระบบตรวจสอบของเว็บไซต์ Beautyintrend.....	68
แผนภาพที่ 6.9	แผนภาพแสดงส่วนสำหรับค้นหาสินค้าของเว็บไซต์.....	69
แผนภาพที่ 6.10	แผนภาพหน้าข้อมูลรายละเอียดสินค้า (Product detail) และหน้า comment สินค้า.....	69
แผนภาพที่ 6.11	แผนภาพแสดงหน้า Ask guru ของเว็บไซต์.....	70
แผนภาพที่ 6.12	แผนภาพแสดงหน้า Product review ของเว็บไซต์.....	71
แผนภาพที่ 6.13	แผนภาพแสดงตัวอย่างหน้า Question ของเว็บไซต์ Latestinbeauty.....	74
แผนภาพที่ 6.14	แผนภาพแสดงหน้าแรกของเว็บไซต์และการวางตำแหน่งของเว็บไซต์.....	76
แผนภาพที่ 6.15	ภาพแสดงระบบเนวิเกชั่นของ www.Freesampling.com.....	77
แผนภาพที่ 6.16	แผนภาพแสดงตำแหน่งของ Banner.....	80
แผนภาพที่ 7.1	แบบการลงโฆษณา Standard.....	92
แผนภาพที่ 7.2	รูปแบบการลงโฆษณาใน www.yahoo.com.....	95
แผนภาพที่ 7.3	รูปแบบการลงโฆษณาใน www.sanook.com.....	95
แผนภาพที่ 7.4	รูปแบบการลงโฆษณาใน www.pantip.com.....	96
แผนภาพที่ 7.5	รูปแบบการลงโฆษณาใน www.jeban.com.....	96
แผนภาพที่ 8.1	ภาพประกอบขั้นตอนการทำงานของการทำงานของการจัดหาสินค้าตัวอย่างเพื่อแสดงบนเว็บไซต์ .....	111
แผนภาพที่ 8.2	ภาพประกอบขั้นตอนการทำงานของการทำงานของการส่งสินค้าตัวอย่างไปยังกลุ่มสมาชิก....	112
แผนภาพที่ 8.3	ภาพประกอบขั้นตอนการทำงานของระบบทั้งหมด.....	113
แผนภาพที่ 8.4	ภาพประกอบแสดงการทำงานของระบบ NETWORK FIREWALL.....	122
แผนภาพที่ 11.1	แผนภาพแสดงกลยุทธ์ในการขยายตลาด.....	146