

สภาพธุรกิจและโครงสร้างของธุรกิจ

ลักษณะองค์กรธุรกิจ

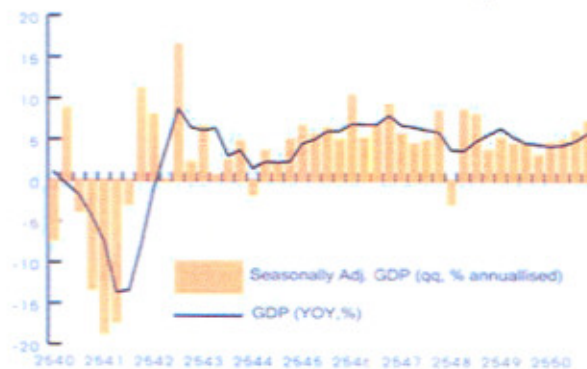
ลักษณะองค์กรเพื่อรองรับแผนธุรกิจสำหรับ SPACE SOLUTION เป็นบริษัทจดทะเบียนนิติบุคคล ประเภทบริษัทจำกัดที่มีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 20 ล้านบาท ประกอบธุรกิจอยู่ในกรุงเทพมหานครเพื่อดำเนินธุรกิจการให้บริการด้านการบริหารจัดการพื้นที่ทั้งส่วนบุคคลและส่วนองค์กร โดยมีเป้าหมายที่จะช่วยแก้ปัญหาภาระของลูกค้านด้านพื้นที่ที่มีจำกัดและเพิ่มความสะดวกสบายในด้านการดำเนินชีวิตและการดำเนินธุรกิจ อันเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตในสังคมเมืองของกรุงเทพมหานคร

สถานภาพและแนวโน้มของอุตสาหกรรม

เมื่อพิจารณาแนวโน้มของเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ.2550 พบว่ามีการขยายตัวที่ระดับร้อยละ 5.7 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของสามไตรมาสแรกที่ระดับร้อยละ 4.4 ส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมในปี พ.ศ.2550 ขยายตัวที่ร้อยละ 4.8 และมีแนวโน้มที่จะส่งเสริมในทิศทางที่เป็นบวกต่อภาพรวมของเศรษฐกิจไทยในปี พ.ศ.2551

แผนภาพที่ 1

ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของประเทศไทย ณ ระดับราคาปัจจุบัน พ.ศ.2540-2550

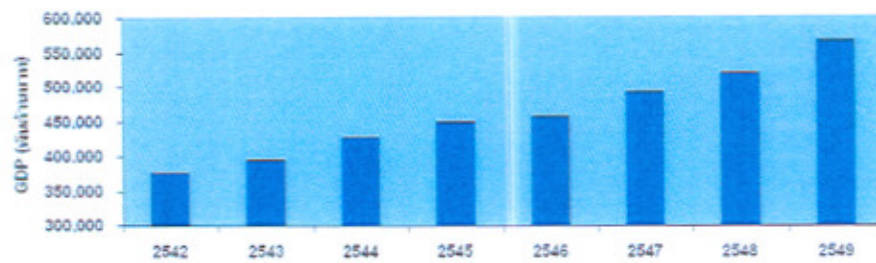


ที่มา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

เมื่อพิจารณารายอุตสาหกรรม หนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่หล่อเลี้ยงเศรษฐกิจให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องคืออุตสาหกรรมโลจิสติกส์ โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของประเทศไทย และมีมูลค่าโดยรวมมากกว่าห้าแสนล้านบาทต่อปีโดยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด

แผนภาพที่ 2

ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ประเทศไทย ณ ระดับราคาปัจจุบัน พ.ศ.2542-2549

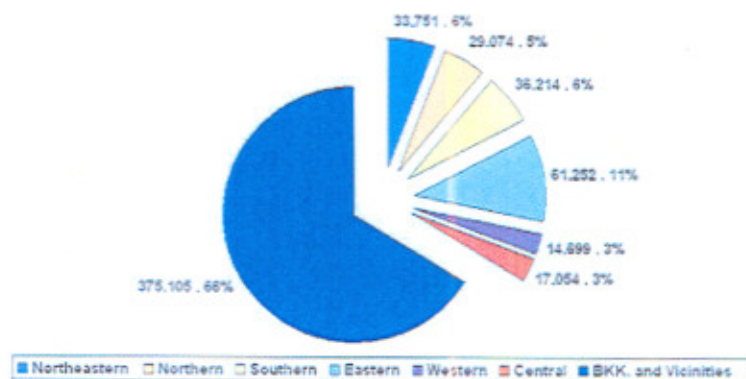


ที่มา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

หากพิจารณาเป็นรายภาค จะพบว่าสัดส่วนมูลค่าของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์กว่าร้อยละ 66 กระจุยตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสามารถพิจารณาได้ว่า การดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีโอกาสเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างการเติบโตในระยะยาวอย่างต่อเนื่องได้ โดยโครงสร้างทั่วไปของอุตสาหกรรมนี้สามารถแบ่งโครงสร้างออกเป็นสองส่วนหลักได้แก่ การให้บริการด้านการจัดเก็บสินค้าและการให้บริการด้านการขนส่งเพื่อจัดเก็บและกระจายสินค้าและสิ่งของ

แผนภาพที่ 3

ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์รายภาค ณ ระดับราคาปัจจุบัน พ.ศ.2542-2549



ที่มา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

อย่างไรก็ตาม การสร้างธุรกิจเข้าสู่อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ด้วยแนวคิดแบบเดิมย่อมไม่สามารถหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่รุนแรงได้ เนื่องจากอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นมีการสร้างแรงกดดันอย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในการลดต้นทุน จนทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาและส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจมาอย่างค่อนเนื่อง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างสนามการแข่งขันใหม่ที่ยังมีการแข่งขันน้อยด้วยแนวคิดธุรกิจใหม่ที่สร้างการรับรู้แก่ลูกค้าในความเป็นเจ้าแรกในตลาดที่จะส่งผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์และความเชื่อถือในระยะยาว

โดยทั่วไป การให้บริการการจัดเก็บและการขนส่งสำหรับสินค้าและสิ่งของโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการให้บริการสำหรับสินค้าที่มาจากอุตสาหกรรมการผลิตเป็นหลัก ในขณะที่การให้บริการสำหรับสิ่งของทั่วไป ยังถูกจำกัดอยู่ในวงแคบทั้งทางด้านของผู้ให้บริการและจำนวนผู้ใช้งาน หากมีการนำเสนอรูปแบบการให้บริการที่สามารถตอบสนองต่อการแก้ปัญหาเฉพาะด้านและสามารถสร้างความแตกต่างรวมถึงสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ใช้งานมากขึ้น จะเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ๆและเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับผู้ใช้บริการได้ โดยเมื่อพิจารณาวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตและการดำเนินธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานครจะพบว่ามีความโน้มที่จะรวมตัวอยู่กันเป็นกลุ่มมากขึ้นทั้งเขตกรุงเทพมหานครชั้นในและชั้นนอก คล้ายคลึงกับรูปแบบการพัฒนาสังคมเมืองในต่างประเทศที่ต้องการให้เกิดความสะดวกสบายและสามารถลดเวลาในการเดินทางสำหรับการดำเนินชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจ เป็นผลให้การจัดหาพื้นที่ใช้งานสำหรับธุรกิจและที่อยู่อาศัยในพื้นที่ดังกล่าวทำได้ยากมากขึ้นเป็นลำดับ

ปัญหาดังกล่าว ส่งผลต่อรูปแบบของอาคารในปัจจุบันและในอนาคตให้ปรับเปลี่ยนเป็นอาคารสูงและมีขนาดเล็กลง รวมถึงแนวโน้มของการปรับราคาของพื้นที่ที่อยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่องประกอบกับลักษณะนิสัยที่นิยมสะสมสิ่งของที่ไม่ได้ใช้งานของคนไทย ส่งผลให้การใช้ประสิทธิภาพสูงสุดจากพื้นที่อันจำกัดจะเป็นปัญหาที่สำคัญในอนาคตของบุคคลทั่วไป รวมไปถึงภาครัฐและภาคเอกชน ยิ่งไปกว่านั้นรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันในบริเวณเขตกรุงเทพมหานครมักประสบปัญหาที่ต้องพกพาสิ่งของไปกับตนเองในการเดินทางเพื่อการทำงานระหว่างวันหรือการใช้เวลาพักผ่อนหลังจากเวลาประกอบกิจการงาน ซึ่งจะลดความคล่องตัวและความสะดวกสบายในการดำเนินกิจกรรมต่างๆและเป็นการสร้างภาระให้กับการดำเนินชีวิตในการทำงานหรือการพักผ่อน

เพื่อเป็นการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการจัดการประสิทธิภาพของการใช้พื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดและเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน จึงควรมีการนำเสนอรูปแบบการแก้ปัญหาดังกล่าวโดยการประยุกต์ใช้รูปแบบการแก้ปัญหาที่ได้ทำสำเร็จมาแล้วในต่างประเทศจนกลายมาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวันมาประยุกต์ใช้ในสังคมเมืองของกรุงเทพมหานคร เนื่องจากสภาพสังคมเมืองในกรุงเทพมหานครกำลังมีลักษณะคล้ายคลึงกับสังคมเมืองในต่างประเทศ โดยจะต้องนำเสนอในรูปแบบที่เข้ากับวัฒนธรรมและความเชื่อของผู้ใช้งานกลุ่มใหญ่ผ่านทางธุรกิจการบริหารจัดการพื้นที่ที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาร่วมกับผู้ใช้งาน และมุ่งหวังที่จะตอบสนองต่อความต้องการการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและการดำเนินชีวิตที่สะดวกสบายที่สร้างความไว้วางใจให้กับผู้ใช้ อันจะเป็นยกระดับมาตรฐาน

คุณภาพชีวิตให้ทัดเทียมนานาชาติประเทศ อีกทั้งยังช่วยแบ่งเบาภาระและช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่ผู้ใช้งาน โดยที่ธุรกิจต้องมองการแก้ไขปัญหามาระยะยาวผ่านการพัฒนาองค์ประกอบหลักสองส่วน คือ การเลือกพื้นที่ที่เข้าถึงง่ายและสะดวกในการใช้บริการและการพัฒนารูปแบบการปฏิบัติการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายผ่านการเชื่อมโยงด้วยระบบสารสนเทศส่วนกลางเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการพื้นที่ตั้งแต่สิ่งของที่สามารถพกพาไปกับตัวบุคคลไปจนถึงสิ่งของสำหรับที่อยู่อาศัยหรือสำนักงานเป็นการเฉพาะ โดยจะนำเสนอรูปแบบอันเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเพื่อพัฒนาไปสู่ภาพลักษณ์ของความเป็นผู้เชี่ยวชาญในการบริหารจัดการพื้นที่ในประเทศไทยในอนาคต

แนวคิดธุรกิจ

เป็นการให้บริการการจัดเก็บและเคลื่อนย้ายสิ่งของและเครื่องใช้ที่ไม่ใช้สินค้าจากอุตสาหกรรมสำหรับส่วนบุคคลและส่วนองค์กรในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อมุ่งเน้นในการแก้ปัญหการบริหารจัดการพื้นที่เพื่อเพิ่มความสะดวกและลดต้นทุนในการใช้พื้นที่โดยเน้นการนำเสนอให้ลูกค้าให้บริการด้วยตนเองเป็นหลักแต่ยังคงมีการให้บริการเสริมสำหรับลูกค้าที่ไม่ยินดีที่จะให้บริการด้วยตนเอง

ในระยะสั้นและระยะกลางจะต้องสร้างธุรกิจที่แก้ไขปัญหามานปัจจุบันของการบริหารจัดการพื้นที่ให้กับลูกค้าส่วนบุคคลและธุรกิจ โดยต้องนำเสนอรูปแบบที่ตอบสนองต่อการใช้งานในพื้นที่ ครอบคลุมทั้งขนาดและระยะเวลาที่แตกต่างกันไป โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับกลางและระดับบนที่มีวิถีชีวิตในสังคมเมืองเป็นหลัก รวมทั้งต้องสร้างเอกลักษณ์อันเป็นที่รู้จักเพื่อทำให้เกิดการรับรู้ให้กับสังคมในวงกว้างเกี่ยวกับความเป็นผู้เชี่ยวชาญในการบริหารจัดการพื้นที่ ครอบคลุมพื้นที่จุดสำคัญที่สามารถควบคุมเวลาในการเดินทางได้ โดยจะนำเสนอผ่านทางสามสายผลิตภัณฑ์คือ SELF LOCKER SELF STORAGE และ HELP MOVER ในขณะที่ในระยะยาวจะสร้างระบบการบริหารจัดการพื้นที่ผ่านทางระบบสารสนเทศส่วนกลางที่ต้องพัฒนาขึ้นภายในเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของการควบคุมต้นทุนในระยะยาวและเป็นผู้นำตลาดในธุรกิจการบริหารจัดการพื้นที่หรือ SPACE SOLUTION

แผนภาพที่ 4
รูปแบบธุรกิจ SPACE SOLUTION



สายผลิตภัณฑ์

SELF LOCKER

เป็นช่องเก็บสำหรับสิ่งของที่พกพาโดยบุคคลทั่วไป เช่น กระเป๋า หรือคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล โดยจะมีการให้บริการในเขตพื้นที่ในการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ที่สามารถควบคุมเวลาในการเดินทางได้ด้วยขนาดที่หลากหลายครอบคลุมชนิดของสิ่งของที่น่ามาจัดเก็บ และมีการชำระค่าบริการด้วยระบบหยอดเหรียญหรือบัตรตามระยะเวลาการใช้งาน โดยที่สามารถสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ใช้งานในความปลอดภัยและไม่สูญหายตลอดระยะเวลาที่ใช้งาน

SELF STORAGE

เป็นการให้บริการใช้พื้นที่ห้องเก็บสำหรับสิ่งของที่อยู่ในที่อยู่อาศัยของส่วนบุคคลและสิ่งของในอาคารสำนักงานของส่วนองค์กรในบริเวณเขตเมืองของกรุงเทพมหานครที่มีปัญหาในข้อจำกัดของพื้นที่ที่สามารถช่วยลดต้นทุนการใช้พื้นที่และเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้พื้นที่ให้กับลูกค้า ในจุดที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ด้วยขนาดที่หลากหลายและระยะเวลาการให้บริการตามความต้องการในการใช้งาน และสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ใช้งานในความปลอดภัยและไม่สูญหายตลอดระยะเวลาที่ใช้งาน

HELP MOVER

เป็นการให้บริการในการจัดเก็บ จัดส่ง คัดแยก สิ่งของที่สถานที่ของลูกค้าทั้งส่วนบุคคลและส่วนองค์กร โดยสามารถเป็นทั้งบริการหลักด้วยตัวของผลิตภัณฑ์เองหรือเป็นการให้บริการเสริมเพื่อส่งเสริมการให้บริการของ SELF LOCKER และ SELF STORAGE โดยให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครเป็นหลักและสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ใช้งานในความปลอดภัยและไม่สูญหายตลอดระยะเวลาที่ใช้งาน



การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์รวมถึงโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

จุดแข็ง

แนวคิดของธุรกิจเป็นการนำเสนอการจัดการพื้นที่สำหรับสิ่งของที่อยู่ภายในที่พักอาศัยหรือสำนักงานเป็นการเฉพาะ ซึ่งมีจุดยืนในการให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน ทำให้สามารถเป็นจุดขายในการนำเสนอผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่ยังนำเสนอการจัดการพื้นที่สำหรับสินค้าที่มาจากอุตสาหกรรมเป็นหลัก

จุดอ่อน

การประกอบธุรกิจนี้จะกระทำโดยการจัดตั้งเป็นองค์กรใหม่ ที่ต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในการบริหารจัดการและพัฒนาธรรมองค์กรเพื่อรองรับต่อแนวคิดของธุรกิจซึ่งอาจมีความเสียเปรียบเชิงเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่นในระยะเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจ จึงควรออกแบบระบบการปฏิบัติการและโครงสร้างการบริหารที่เหมาะสมรวมถึงกำหนดคุณสมบัติของผู้บริหารที่มีประสบการณ์เพื่อลดช่วงเวลาในการเรียนรู้และลดการเสียเปรียบในการแข่งขัน

โอกาส

การให้บริการในลักษณะนี้ ได้รับความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้ใช้งานมาแล้วในต่างประเทศ จึงเป็นโอกาสในการทำตลาดสำหรับสังคมเมืองของกรุงเทพมหานคร ที่ยังไม่มีมีการสร้างการรับรู้ในแนวคิดธุรกิจนี้

อุปสรรค

การสร้างเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในด้านความปลอดภัยในการใช้งานรวมถึงความปลอดภัยต่อสิ่งของเป็นเรื่องที่ต้องสร้างการเรียนรู้ให้กับลูกค้าก่อนที่จะยอมรับในประโยชน์และเข้าใช้บริการ จึงต้องสร้างระบบการสื่อสารการตลาดที่สร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการให้กับลูกค้า

การวิเคราะห์สภาพธุรกิจในปัจจุบัน

สภาพการแข่งขันในปัจจุบัน

การนำเสนอแนวคิดของผลิตภัณฑ์อื่นในตลาดยังเป็นแบบแยกส่วนคือ ให้บริการด้านการจัดเก็บหรือขนส่งอย่างใดอย่างหนึ่ง และยังไม่ให้บริการแก่สินค้าที่มาจากอุตสาหกรรมเป็นหลัก ทำให้แนวคิดของธุรกิจที่นำเสนอแบบบูรณาการต่อสิ่งของสำหรับส่วนบุคคลและองค์กรภายในที่อยู่อาศัยและสำนักงานเป็นสิ่งใหม่ในตลาดและยังมีการแข่งขันน้อย

การยอมรับของลูกค้า

เมื่อเทียบลักษณะการดำเนินชีวิตของสังคมเมืองในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีการยอมรับต่อรูปแบบการแก้ปัญหาที่ได้รับความสำเร็จจากต่างประเทศได้ไม่ยาก แต่ต้องมีการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมเพื่อสร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดการยอมรับและเข้าใช้บริการ

การมีอยู่ของผู้ผลิตหรือผู้สร้างผลิตภัณฑ์

องค์ประกอบในการสร้างผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดของธุรกิจ สามารถหาได้ในประเทศและมีผู้ที่สามารถตอบสนองต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้เป็นจำนวนมากในกรุงเทพมหานคร

สินค้าทดแทน

เมื่อพิจารณาสิ่งทดแทนอื่นเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่จะนำเสนอ สามารถพิจารณาได้ว่ายังไม่มีเนื่องจากแนวคิดนี้ยังเป็นสิ่งใหม่ในตลาด

แนวโน้มคู่แข่งในอนาคต

ผู้ให้บริการอื่นที่อยู่ในตลาดและมีโครงสร้างพื้นฐานเดิม อาจเข้ามาสู่ในตลาดที่นำเสนอได้เนื่องจากไม่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างในการพื้นฐานมากเพื่อให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

การวิเคราะห์ปัจจัยต่อความสำเร็จเพื่อเป็นกลยุทธ์การเข้าตลาดและการพัฒนาการเติบโต

เมื่อวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ โอกาสและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจรวมถึงสภาพของธุรกิจในปัจจุบัน สามารถพิจารณาได้ว่า ปัจจัยต่อความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันมีด้วยกัน 3 ประการคือ การเลือกที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ที่ง่ายต่อการรับรู้ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การสร้างระบบสารสนเทศส่วนกลางเพื่อบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสม ตามลำดับ

1.ที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ เนื่องจากการให้บริการนี้ยังเป็นสิ่งใหม่สำหรับสังคมเมืองของกรุงเทพมหานคร การเข้าสู่ตลาดของผลิตภัณฑ์จะต้องนำเสนอแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรงซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ การเลือกที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรู้จักและมีความสะดวกที่จะเข้ามาใช้บริการ และเมื่อลูกค้าสามารถเข้าถึงจุดให้บริการได้แล้ว รูปแบบผลิตภัณฑ์จะตอบสนองต่อการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ในทันที

2.ระบบสารสนเทศส่วนกลาง หนึ่งในปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจนี้คือ การพัฒนารูปแบบของระบบสารสนเทศส่วนกลางที่มาจากการออกแบบวงจรการปฏิบัติการที่เหมาะสมกับสภาพการใช้งานที่มีการเชื่อมต่อภายในกันอย่างสมบูรณ์ อันจะนำไปสู่การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการภายใน (IN-HOUSE INFORMATION SYSTEM) ที่ลอกเลียนแบบได้ยาก ซึ่งอาจกระทำผ่านการว่าจ้างผู้พัฒนาระบบภายนอกเพื่อออกแบบทั้งระบบหรือการจัดซื้อระบบปฏิบัติการสำเร็จรูปที่มีความจำเพาะเฉพาะ และทำการพัฒนาเชื่อมต่อกันเพื่อเป็นระบบเฉพาะสำหรับองค์กร รวมถึงการสร้างระบบการบริหารการปฏิบัติการและการดำเนินงานภายในที่จะสร้างความไว้วางใจในการใช้บริการเพื่อให้เกิดการบอกต่อใน

คุณภาพและสร้างภาพลักษณ์และพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการไว้วางใจ และสามารถเป็นรากฐานไปสู่ การขยายตัวของธุรกิจในเมืองขนาดใหญ่ของประเทศในอนาคต เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต และพัทยา เป็นต้น

3.การสื่อสารการตลาด ผลิตภัณฑ์ทั้งสามสายผลิตภัณฑ์เป็นแนวคิดที่ได้รับการออกแบบเพื่อปัญหาการจัดการพื้นที่ที่ได้รับความสำเร็จมาแล้วในต่างประเทศโดยเฉพาะกับสังคมเมืองไม่ว่าจะเป็นประเทศญี่ปุ่น หรือสหรัฐอเมริกาที่สังคมไทยคุ้นเคยรูปแบบสังคมและการดำเนินชีวิตผ่านทางสื่อต่างๆเข้ามาสู่วิถีชีวิตประจำวันมาโดยตลอด อย่างไรก็ตาม กลุ่มลูกค้าเป้าหมายยังต้องได้รับการสื่อสารที่ดีในด้านประโยชน์จากการใช้บริการซึ่งต้องมีการทำการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมไม่ว่าจะเป็นการทำตลาดทางตรงกับลูกค้า กลุ่มเป้าหมายที่มีแนวคิดติดตามการเปลี่ยนแปลงของโลกตลอดเวลาเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจและยอมรับ ในการให้บริการ หรือการนำเสนอรูปแบบที่ตอบสนองต่อความต้องการของการใช้งานที่ต้องปรับเปลี่ยนให้ เข้ากับวัฒนธรรมและความเชื่อของผู้ใช้งานอย่างต่อเนื่อง และเพื่อให้เกิดการพัฒนาการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จะต้องทำการขอรับสิทธิการใช้พื้นที่ที่ตั้งทางยุทธศาสตร์แบบระยะยาวจากองค์กรหรือนุคคลที่เป็นเจ้าของ พื้นที่เป้าหมาย โดยจะเป็นการช่วยป้องกันการเข้าสู่ตลาดของคู่แข่งซึ่งทำให้การแข่งขันกระทำได้ยากขึ้น เช่น ในบริเวณของพื้นที่ของการขนส่งมวลชนระบบราง หรือบริเวณชุมชนที่มีการเข้าถึงสะดวก เป็นต้น

สำหรับกระแสการพัฒนาองค์กรในปัจจุบันที่จะต้องดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมอันมี ผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการมากขึ้นเป็นลำดับ การออกแบบธุรกิจ จะต้องออกแบบลักษณะการ ดำเนินธุรกิจในทุกส่วนที่แสดงจุดยืนที่ชัดเจนในความสอดคล้องกับทิศทางดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นเรื่อง จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ การป้องกันการถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือประกอบอาชญากรรมหรือการก่อ วินาศกรรม ความรับผิดชอบต่อพนักงาน การดูแลสังคมชุมชนรวมถึงส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะ เป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับการดำเนินธุรกิจขององค์กร