

บทคัดย่อ

การเติบโตทางธุรกิจของตลาดค้าปลีกและค้าส่งในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการขยายตัวของตลาดค้าปลีกและค้าส่งแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) หรือการเพิ่มขึ้นของแหล่งค้าปลีกและค้าส่งใหม่ๆ ในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมา เช่น ดิ๊ก Platinum ประตูน้ำ, ประตูน้ำเซ็นเตอร์, บีบีทาวเวอร์ 2, ดิ๊ก Union Mall ลาดพร้าว เป็นต้น สำหรับตลาดเดิมมีตลาดนัดจตุจักร เป็นตลาดนัดที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีร้านค้ามากกว่า 15,000 ร้านค้า มีลูกค้ามาจับจ่ายใช้สอยมากกว่า 200,000 คนต่อวัน มีกระแสเงินหมุนเวียนถึง 30 ล้านบาทต่อวัน ซึ่งมีสภาพคล่องทางการเงินสูง บริษัท ไทยบิ๊กมาร์เก็ต จำกัด (ThaiBigMarket Co.,Ltd.) จึงเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจสื่อโฆษณาโดยใช้สื่อ Internet และBooklet ให้แก่ร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง ซึ่งเป็นแหล่งทำรายได้หลักที่สามารถสร้างรายได้อย่างสูง ก่อนจะขยายธุรกิจสู่แหล่งค้าปลีกและค้าส่งแหล่งใหม่ที่มีศักยภาพดังกล่าวข้างต้นต่อไป ซึ่งจะเป็นการรับประกันว่าธุรกิจของบริษัทฯ จะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งจากข้อมูลมูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งทำธุรกรรมระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ปี พ.ศ.2546 สูงถึงร้อยละ 91 ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีมูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สูงที่สุด ถือเป็นโอกาสที่ดีอีกทางหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ จึงทำการวางแผนธุรกิจ เพื่อทำความเข้าใจสภาพตลาดโดยเฉพาะพฤติกรรมของร้านค้าเป้าหมายและคู่แข่ง อันจะนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมและการจัดสรรทรัพยากรของบริษัทฯ เพื่อบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดต่อไป บริษัทฯ ใช้การศึกษาเชิงคุณภาพในการวิเคราะห์สภาพตลาดและสภาพภายในองค์กร โดยรวบรวมการสัมภาษณ์ร้านค้าที่ตลาดนัดจตุจักร และร้านอาหารที่คาดว่าจะสนใจใช้สื่อโฆษณาของทางบริษัทฯ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ และวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งใช้การศึกษาเชิงปริมาณในการศึกษาพฤติกรรมของร้านค้าเป้าหมาย และการวิเคราะห์การลงทุน

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่โฆษณาแบบ On-line และ Off-line แก่ร้านค้าในตลาดนัดจตุจักรด้วยการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ และทำการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ www.thaibigmarket.com โดยนำเสนอ 4 ภาษาได้แก่ ไทย, อังกฤษ, จีน และญี่ปุ่น และโฆษณาใน Booklet (นิตยสารขนาดเล็กสำหรับแจกฟรี) นำเสนอเป็นภาษาอังกฤษ แบบรายเดือน กลุ่มเป้าหมายของ ThaiBigMarket ได้แก่ ร้านค้าในตลาดนัดจตุจักร และผู้ค้าส่งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมีพื้นที่โฆษณาสำหรับธุรกิจอื่นๆ อีก ได้แก่ ธุรกิจประเภทร้านอาหาร, โรงแรมที่พักต่างๆ และสถานบันเทิง เช่น สปา, นวดแผนไทย เป็นต้น โดยนำเสนอบริการตาม

สถานที่ต่างๆ เช่น สนามบินสุวรรณภูมิ, สถานีรถไฟ บีทีเอส และสถานีรถไฟใต้ดิน ทั้งนี้ทางบริษัท มีการเสนอรูปแบบเนื้อหา (Contents) ที่น่าสนใจและการบริการ (Services) ที่หลากหลายทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออินเทอร์เน็ตแบบครบวงจร ซึ่งเป็นขีดความสามารถหลัก (Core Competencies) ของทางบริษัท จึงทำให้มีความได้เปรียบกว่าคู่แข่ง และทำให้มีอำนาจต่อรองสูง โดยมีจุดแข็งอยู่ที่การเป็นศูนย์กลางข้อมูล และศูนย์กลางการค้าส่งแบบ Online ของตลาดค้าปลีกและค้าส่งที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ

จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าปลีกและค้าส่งในตลาดนัดจตุจักร จำนวน 200 ราย เรื่องการให้ความสนใจใช้สื่อโฆษณา Internet และBooklet จะเห็นว่าผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่งมีความสนใจ 97.5% ทั้งนี้เพื่อให้ร้านค้าเป็นที่รู้จัก เพื่อเพิ่มยอดขาย และเพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อลูกค้า

ด้านการลงทุนและบริหารการเงินของธุรกิจ ThaiBigMarket.com ใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 1.65 ล้านบาท โดยใช้เงินลงทุนจากผู้ถือหุ้น จากการวิเคราะห์งบการเงิน 5 ปี มีการคาดการณ์ยอดขายที่เกิดขึ้นในปีแรก ประมาณ 13.62 ล้านบาท และยอดขายเติบโตเพิ่มขึ้นมากกว่าเท่าตัวเมื่อสิ้นปีที่ 5 ประมาณ 32.69 ล้านบาท ซึ่งจากการศึกษาได้ผลดังนี้ คือ ธุรกิจมีความสามารถในการบริหารงาน มีอัตราเฉลี่ย 62.66% ต่อปี กับความสามารถในการทำกำไร มีอัตราเฉลี่ย 17.28% ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) 1 ปี 1 เดือน 28 วัน, มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) รวมระยะเวลา 5 ปีทั้งสิ้น 15.32 ล้านบาท, อัตราผลตอบแทนคิดลด (IRR) คิดเป็น 148.32% และมีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROE) เฉลี่ย 5 ปี คิดเป็น 48.37% ของระยะเวลาโครงการ