

1.1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยเร่งกระแสของธุรกิจโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพราะเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวเร่งการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นธุรกิจต่างๆ ต้องมีการปรับตัวและเข้าสู่ธุรกิจดอทคอมด้วย เทคโนโลยี เว็บไซต์ จะเปลี่ยนแปลงธุรกิจให้อัตราที่เร็วกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้เนื่องจากการนำเทคโนโลยีเว็บมาใช้ในธุรกิจ จะเป็นการประหยัดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจที่ไม่เคยคาดคิดมาก่อน แม้ว่าในระยะเริ่มต้นอาจจะต้องลงทุนมาก แต่ในระยะยาวก็คุ้มค่างบที่ลงทุน

ความเป็นไปได้เกี่ยวกับช่องทางในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีเว็บ จะมีการเติบโต ควบคู่ไปกับการตื่นตัวทางการค้าและสภาพคล่องทางการเงิน ที่มีการไหลเวียนเข้าออกภายในตลาดค้าปลีกและค้าส่งหลายๆ แห่งในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น ตลาดนัดค้าปลีกและค้าส่งจตุจักร ตลาดประตูน้ำ เป็นต้น อีกทั้งการเพิ่มขึ้น ของแหล่งค้าปลีกและค้าส่งในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา เช่น ดิโก Platinum ประตูน้ำ, ประตูน้ำเซ็นเตอร์, โบ้แบ่ทาวเวอร์ 2, ดิโก Union Mall ตลาดพร้าว เป็นต้น จึงพิจารณาได้ว่าตลาดค้าปลีกค้าส่งเป็นแหล่งในการทำรายได้อีกหนึ่งแหล่งหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้เป็นกอบเป็นกำได้เทียบเท่ากับธุรกิจในอุตสาหกรรมใกล้เคียงกัน เพราะธุรกิจการซื้อขายสินค้าและบริการในตลาดดังกล่าวนี้มีสภาพความคล่องตัวสูง และความเป็นกันเองทั้งในด้านของผู้ซื้อและผู้ขาย เช่น ความสามารถในการต่อรองราคากันได้ ส่วนลดในการค้าจากการซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากขึ้นก็จะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ย่อมเยา

รูปแบบของธุรกิจที่น่าจะมีความเหมาะสมกับสภาพธุรกิจมากที่สุดจนมาเป็นธุรกิจการโฆษณาโดยใช้สื่อ Internet และ Booklet ของร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งในประเทศไทย ทั้งนี้ การโฆษณาโดยใช้สื่อ Internet เป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของแนวคิดของธุรกิจ (Business Concept) ซึ่งทางบริษัท ไทยบิ๊กมาร์เก็ต จำกัด (ThaiBigMarket Co.,Ltd.) ต้องปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้และสามารถสร้างความแตกต่างได้ โดยสื่อ Internet มีส่วนแบ่งการตลาดของการใช้สื่อ

ในการโฆษณา ร้อยละ 0.78 และการโฆษณาโดยใช้สื่อ Booklet ซึ่งจัดเป็นนิตยสารแจกฟรี ถือเป็น การใช้สื่อแบบดั้งเดิม (Traditional Media) และยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปี 2547 ถึงปี 2548 คิดเป็นร้อยละ 8.45 มีส่วนแบ่งการตลาดของการใช้สื่อในการโฆษณา ร้อยละ 7.41 (สมาคม การโฆษณาแห่งประเทศไทย, 2548) ดังนั้นการทำธุรกิจประเภทการให้บริการสื่อโฆษณา เป็นอีก ช่องทางหนึ่งในการสร้างโอกาสให้กับกลุ่มร้านค้าในตลาดค้าปลีกและค้าส่งที่มีความสนใจที่จะใช้ การโฆษณาเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ร้านค้า และต้องการที่จะขยายตลาดของตนเองไปถึงกลุ่ม ลูกค้าที่หลากหลายและให้ได้มากที่สุด อีกทั้งเป็นการช่วยเพิ่มช่องทางการขายให้ร้านค้ามีรายได้ เพิ่มขึ้น และเป็นการช่วยเปิดตลาดแก่ลูกค้าในประเทศและต่างประเทศให้กว้างมากขึ้น

ทางบริษัทฯ ได้เลือกกลุ่มร้านค้าตลาดนัดจตุจักร เป็นกลุ่มร้านค้าเป้าหมายแรก และได้ เฝ้าเห็นถึงโอกาสทางการตลาด เพราะได้รับการบันทึกจากหนังสือกินเนซบุ๊กว่าเป็นตลาดนัดที่มี ขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งความมีชื่อเสียงของตลาดนัดแห่งนี้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก ภายในของ ตลาดนัดจตุจักรเรียกได้ว่ามีทุกสิ่งสรรพที่ทุกคนต้องการไม่ว่าจะเป็นสินค้าต่างๆ ทั้งอุปกรณ์แต่ง บ้าน, เสื้อผ้าเครื่องใช้, หนังสือทั้งเก่าและใหม่, ต้นไม้ อุปกรณ์แต่งสวน และสัตว์เลี้ยงหลากหลาย ชนิด, ร้านอาหารสไตล์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอาหารไทย, ฝรั่ง, ญี่ปุ่น หรือร้านนั่งดื่มบรรยากาศดี ๆ ที่มี หลากหลายมากมายภายในตลาดนัดจตุจักร และจะเนื่องแน่นไปด้วยผู้คนด้วยพื้นที่กว้างใหญ่ของ ตลาดนัดจตุจักร ทำให้หาสินค้าที่ต้องการไม่ค่อยเจอ www.thaibigmarket.com จึงได้ถูก สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับร้านค้าต่างๆ ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้า เป้าหมายได้ และเป็นตัวกลางในการซื้อขายสินค้า ให้บริการข้อมูลและข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับ ตลาดนัดจตุจักร ทั้งเรื่องของการเดินทาง, ตำแหน่งที่ตั้งของร้านต่างๆ, เทคนิคการเลือกซื้อสินค้า ชนิดต่างๆ รวมถึงเทคนิคการแต่งบ้าน และค้นหาของตกแต่งบ้าน เป็นต้น

1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของธุรกิจ

1.2.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้นำในการให้บริการด้านสื่อ Internet และ Booklet ในตลาดค้าปลีก และค้าส่งแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ในประเทศไทย (ให้เป็นที่รู้จัก และให้เล็งเห็นถึงความสำคัญ และการใช้ประโยชน์จากสื่อ เพื่อเป็นช่องทางในการจำหน่ายให้กว้างขวางขึ้น และมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในสายตาของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในด้านคุณภาพ และการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล)

1.2.2 พันธกิจ (Mission)

เป็นสื่อโฆษณาให้แก่ร้านค้าในตลาดค้าปลีก และค้าส่งในประเทศไทย ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุด และมีความทันสมัยเพื่อการนำเสนอสินค้าและบริการต่างๆ สู่กลุ่มลูกค้าโดยทำให้เกิดความสนใจและมีความต้องการซื้อสินค้าผ่านทาง Internet และต้องการที่จะรับข่าวสารข้อมูลสินค้าและบริการตลอดเวลา โดยการพัฒนารูปแบบการโฆษณาผ่านทาง Internet และ Booklet ในการเป็นศูนย์กลางการซื้อขายสินค้าและบริการจากแหล่งศูนย์การค้า ตลาดค้าปลีกและค้าส่ง ให้มีความเป็นมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับทั้งจากผู้ขายและผู้ซื้อ อีกทั้งการพัฒนาขีดความสามารถอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่นๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.2.3 เป้าหมาย (Objectives / Goals)

บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายในการขายสื่อโฆษณา Internet และ Booklet ดังนี้

1. ระยะสั้น (1 ปี) เป็นที่รู้จักและสร้างฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นร้านค้าในตลาดนัดจตุจักร โดยมียอดขายสื่อโฆษณา Internet และ Booklet ไม่ต่ำกว่า 13 ล้านบาท
2. ระยะกลาง (2-5 ปี) ขยายฐานลูกค้าและเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าที่เป็นร้านค้าในตลาดนัดจตุจักรเพิ่มขึ้น ในปีที่ 2 ไม่ต่ำกว่า 20 ล้านบาท ปีที่ 3 ถึงปีที่ 5 ไม่ต่ำกว่า 27 ล้านบาท ต่อปี
3. ระยะยาว (มากกว่า 5 ปี) ขยายฐานลูกค้าไปยังตลาดค้าปลีกและค้าส่งอื่นๆ เช่น ตลาดประตูน้ำ, เชียงใหม่ไนท์บาซาร์ เป็นต้น และประสบความสำเร็จในการเป็นผู้นำธุรกิจโฆษณาบนสื่อ Internet และ Booklet ของศูนย์กลางการค้าตลาดค้าปลีกและค้าส่งในประเทศไทย

1.3 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจสื่อโฆษณา

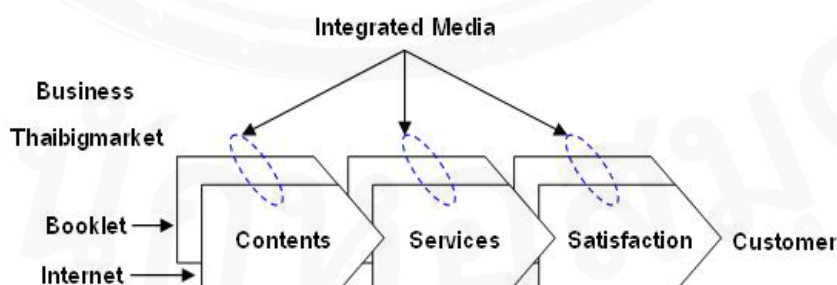
เว็บไซต์ (World Wide Web : WWW) เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ไม่ได้เป็นทั้งการสื่อสารแบบระหว่างบุคคล (Interpersonal) หรือแบบมวลชน (Mass Communication) แต่เว็บไซต์ถือเป็นสื่อใหม่มีการผสมผสานรูปแบบ และความแตกต่างของสื่อทั้งสองประเภทเข้าด้วยกัน การผสมผสานคุณลักษณะของการสื่อสารทั้งในแบบระหว่างบุคคลหรือในแบบมวลชนเข้าด้วยกัน ทำให้ World Wide Web มีความสามารถในการกระจายข่าวสารไปสู่มวลชนจำนวนมากตามลักษณะของการสื่อสารมวลชน แต่ในขณะเดียวกันก็สามารถที่จะสร้างการตอบสนองกลับและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารได้ตามลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคล

การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ Booklet ซึ่งเป็นสื่อแบบดั้งเดิม (Traditional Media) เป็นช่องทางในการสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์ คือ มีเนื้อหาที่สามารถเข้าถึง และเจาะจงกลุ่มเป้าหมายได้, ผู้รับสารได้เห็นสื่อโดยตรง สามารถเห็นและจับต้องได้ อีกทั้งความนิยมในการใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นช่องทางในการสื่อสารยังเป็นที่นิยมอยู่ในประเทศไทย

จากแนวความคิดของการผสมผสานสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสิ่งพิมพ์เข้าด้วยกัน ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ของบริษัทจนถึงลูกค้า ว่าลูกค้าจะได้รับประโยชน์อะไรบ้างจากการที่เข้ามาใช้บริการกับทางบริษัท ดังนี้คือ เนื้อหา (Contents), การบริการ (Services) และ ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ซึ่งลูกค้าจะได้รับทั้งทาง Internet และ Booklet

ภาพที่ 1.1

การผสมผสานการสื่อเป็นช่องทางการสื่อสารไปยังลูกค้าในรูปแบบของการให้บริการ



ที่มา : ดัดแปลงจาก Henten,et. Al, “ Designing Next Generation Telecom Regulation: ICT Convergence or Multisector Utility?”, Report on the WDR Dialogue Theme 2002, January 2003

รูปแบบของการให้บริการด้านโฆษณาสินค้าและบริการในตลาดนัดจตุจักร โดยจัดทำสื่อการโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์: www.thaibigmarket.com (หรือที่รู้จักกันในรูปแบบ On-line Business) และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (Off-line Business) เช่นการทำ Booklet, แผ่นพับต่างๆที่จะนำไปเสนอตามสถานที่เป้าหมายต่างๆ ที่คาดว่ากลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ซื้อสินค้าและบริการ จะสามารถเข้าถึงและได้รับข่าวสารข้อมูลต่างๆ ของทางบริษัทฯ ซึ่งรูปแบบในการโฆษณาร้านค้าที่มาเช่าพื้นที่โฆษณา เนื่องจากเป้าหมายในช่วง 1 ปีแรก ของบริษัทฯ คือการสร้างค่านิยมของ ThaiBigMarket ให้เป็นที่รู้จักกับกลุ่มลูกค้าในตลาดนัดจตุจักร และกลุ่มลูกค้าที่จะเป็นผู้มาซื้อสินค้าในตลาดนัดจตุจักรตลอดจนเพื่อการขยายฐานลูกค้า และเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติของผู้สนใจการให้บริการโฆษณาของทางบริษัทฯ โดยสามารถตรวจสอบผลสะท้อนกลับ ที่มีต่อรูปแบบทางธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งจากทางเอกสารสิ่งพิมพ์และจากทางเว็บไซต์ เพื่อประเมินความหนาแน่น หรือการเพิ่มขึ้นของอัตราการเช่าพื้นที่โฆษณาของร้านค้าในตลาดนัดจตุจักร ตลอดจนการสนใจหรือเช่าพื้นที่โฆษณาของธุรกิจนอกอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่สังเกตเห็นถึงช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่มีศักยภาพของธุรกิจ

อีกทั้งการทำธุรกิจการค้า กล่าวคือการเป็นตัวแทนกลางของร้านค้าตลาดนัดจตุจักรและผู้ซื้อทั่วไป โดยสามารถทำการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านทางเว็บไซต์ ของบริษัทฯ ที่มีอยู่แล้วคือ www.thaibigmarket.com ซึ่งจะพัฒนาให้เกิดความเหมาะสมต่อรูปแบบทางธุรกิจที่ได้มีการปรับเปลี่ยนในที่สุด ทั้งนี้รายได้ที่จะเพิ่มขึ้น คือค่าคอมมิชชั่นที่ได้จากการขายสินค้าและบริการที่ผู้ซื้อสั่งซื้อรายการสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ ของบริษัทฯ ซึ่งสินค้าจะถูกจัดส่งทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รายได้ดังกล่าวมานี้เป็นข้อตกลงในการทำธุรกิจที่ผู้สนใจลงพื้นที่เช่าโฆษณายินดีที่จะให้บริษัทฯ ได้รับผลประโยชน์ จากการเป็นสื่อหรือช่องทางในการขายสินค้าให้กับร้านค้าต่างๆ ในตลาดนัดจตุจักร บริษัทฯ ได้ประเมินแล้วว่าธุรกิจการเป็นตัวแทนกลางในการซื้อขายสินค้า มีแนวโน้มการเติบโตที่สูงมาก และสร้างรายได้ที่สามารถเห็นผลได้ชัดเจน เนื่องจากปัจจุบันการทำธุรกิจในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มีความแพร่หลายและเป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี ประกอบกับการพิจารณาปัจจัยด้านอื่นๆ ร่วมกัน อาทิเช่น ความไม่ซับซ้อนของเทคโนโลยีที่นับวันจะถูกสร้างให้มีความง่ายมากขึ้น เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจในแต่ละประเทศในการนำเงินตราเข้าสู่ประเทศของตนเอง มีการพัฒนาโครงข่ายการให้บริการทางอินเทอร์เน็ตให้มีความรวดเร็วมากขึ้น พิจารณาจากค่าสถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีอัตราสูงมากขึ้น

หลังจากที่บริษัทได้สร้างฐานลูกค้าของตลาดนัดจตุจักร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเติบโตของธุรกิจในอนาคตแล้ว บริษัทจะพัฒนาขีดความสามารถของธุรกิจให้มากขึ้น ให้มีความโดดเด่นเหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งเป้าหมายระยะที่สองสำหรับ 2-5 ปีต่อไป ที่บริษัทจะดำเนินการคือการให้บริการในส่วนของการเช่าพื้นที่โฆษณา และในอนาคตของบริษัทจะพัฒนารูปแบบทางธุรกิจเพิ่ม ซึ่งไม่จำกัดในการเป็นตัวแทนกลางของร้านค้าตลาดนัดจตุจักรเท่านั้นแต่ยังขยายช่องทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ในการเป็นตัวแทนกลางให้กับตลาดนัดอื่นๆ ในประเทศไทยด้วย อาทิ เช่น ตลาดประตูน้ำ, โบ๊เบ๊, เชียงใหม่ไนท์บาซาร์ เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทจะขยายช่องทางเพิ่มมากขึ้นจากการมีป้ายโฆษณา (Banner Advertising) ตามเว็บไซต์ของโรงแรมหรือบริษัททัวร์ของต่างประเทศที่มีชื่อเสียง เพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างรายได้หรือทำให้บริษัทเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น อาทิเช่น การที่ชาวต่างชาติสามารถคลิกดูป้ายโฆษณา (Banner Advertising) ของบริษัทจากการที่พวกเขาต้องการหาข้อมูลท่องเที่ยวหรือจองตั๋วเครื่องบินหรือที่พักในประเทศไทยอยู่แล้วผ่านทางเว็บไซต์

นอกจากนั้นบริษัทได้วิเคราะห์ในด้านคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ซึ่งคู่แข่งทางตรงคือ เว็บไซต์ที่ดำเนินธุรกิจขายโฆษณาผ่านทาง Internet โดยเน้นที่ตลาดนัดจตุจักรได้แก่ www.jatujakguide.com, www.jj247.com ขณะที่คู่แข่งทางอ้อมคือ เว็บไซต์ (online) และ หนังสือ (offline) ที่ดำเนินธุรกิจ เกี่ยวกับการแนะนำประเทศไทย โดยมี เนื้อหาเกี่ยวกับ การท่องเที่ยว โรงแรม การจองที่พัก แหล่งซื้อสินค้า อาหาร เป็นต้น ตลอดจนเว็บไซต์ ของ นิตยสารที่ทำการประชาสัมพันธ์ และซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ ได้แก่ www.bangkoksite.com, www.2shoppingasia.com, นิตยสารในเครืออัมรินทร์, นิตยสาร Elle Thailand, Bangkok Guide เป็นต้น อย่างไรก็ตามบริษัทพิจารณาถึงศักยภาพที่เป็นไปได้ ในการสร้างรายได้จากสภาพแวดล้อมในอุตสาหกรรมการให้บริการเช่าพื้นที่โฆษณาที่มีการแข่งขันจากคู่แข่งเป็นจำนวนมาก โดยการสร้างจุดเด่นที่เหนือกว่าคู่แข่งในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และรูปแบบการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างจากคู่แข่งภายใต้มาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ

1.4 ขอบเขตของธุรกิจสื่อโฆษณา

1.4.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของการแผนธุรกิจนี้ คือ ร้านค้าที่เปิดขายสินค้าในตลาดนัดจตุจักร ที่ต้องการทำการโฆษณาสินค้าเพื่อเป็นการเปิดช่องทางการจำหน่ายอีกทางและเป็นการประชาสัมพันธ์ร้านค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

1.4.2 ขอบเขตธุรกิจ

ธุรกิจสื่อโฆษณาโดยใช้สื่อ Internet และ Booklet สำหรับร้านค้าปลีกและค้าส่ง (กรณีตลาดนัดจตุจักร) การให้บริการในรูปแบบของสื่อโฆษณาทาง Internet และ Booklet เชิงพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์

1.4.3 รูปแบบของการให้บริการ

1. การให้บริการด้านโฆษณาสินค้าและบริการในตลาดค้าปลีก และค้าส่งในประเทศไทย โดยจัดทำสื่อการโฆษณาผ่านทาง เว็บไซต์ : www.thaibigmarket.com (หรือที่รู้จักกันในรูปแบบ On-line Business) และสื่อสิ่งพิมพ์ คือ Booklet (Off-line Business) นำเสนอออกมาในรูปแบบของ Booklet แจกฟรี นำไปเสนอตามสถานที่เป้าหมายต่างๆ เช่น สนามบินสุวรรณภูมิ, ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว (Tourist Information), สถานีรถไฟฟ้า BTS และรถไฟฟ้าใต้ดิน เป็นต้น ที่คาดว่าจะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ซื้อสินค้าและบริการ จะสามารถเข้าถึงและได้รับข่าวสารข้อมูลต่างๆ ได้

2. การให้บริการเป็นตัวกลางซื้อขายสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) โดยผู้บริโภคสามารถเลือกดูสินค้าได้ทางเว็บไซต์ และสามารถสั่งซื้อได้ โดยผ่านกระบวนการ และขั้นตอนของทางบริษัทฯ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในเรื่องของระบบการชำระเงิน และการส่งสินค้า ด้วยระบบที่มีความน่าเชื่อถือและทันสมัย