

แผนธุรกิจสำหรับตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

ศรายุทธ บัวกุล

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร
สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2553

BUSINESS PLAN FOR E-MARKET PLACE

Sarayut Buakul

A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program
in Executive Enterprise Management

Graduate School

Thai - Nichi Institute of Technology

Academic Year 2010

หัวข้อสารนิพนธ์

โดย

สาขาวิชา

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

แผนธุรกิจสำหรับตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

ศรายุทธ บัวกุล

การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณลักษณ์ วิทย์วิจิน

บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณลักษณ์ วิทย์วิจิน)

..... ประธานคณะกรรมการหลักสูตร
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณลักษณ์ วิทย์วิจิน)

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิชิต สุขเจริญพงษ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ศรายุทธ บัวกุล : แผนธุรกิจสำหรับตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์. อาจารย์ที่ปรึกษา :
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณลักษณ์ วิทยวิจิน, 64 หน้า.

การศึกษาครั้งนี้เป็นการประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาด เพื่อใช้ในการเขียนแผนธุรกิจให้แผนธุรกิจมีความเป็นไปได้มากยิ่งขึ้น สามารถใช้เป็นแนวทางดำเนินธุรกิจได้จริง การเขียนแผนธุรกิจครั้งนี้เป็นการเขียนแผนธุรกิจสำหรับธุรกิจสมัยใหม่ เพื่อการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการพื้นที่ขายสินค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบัน

เปิดบ้านดอทคอม เป็นธุรกิจที่ให้บริการพื้นที่ขาย และประชาสัมพันธ์สินค้าเฉพาะกลุ่มบ้าน และที่อยู่อาศัยเป็นสินค้าที่ใกล้ตัว และสามารถหาได้ง่ายๆ ในบ้าน สินค้าที่สามารถนำมาขายในเว็บไซต์ ได้แก่ สิ่งของที่เกินความจำเป็นในบ้านนั่นเอง หากสิ่งของเหล่านั้นถูกปล่อยทิ้งไว้ ก็สิ้นเปลืองพื้นที่เก็บรักษา และต้องเสียเวลาดูแล สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายและอาจเกิดความเสี่ยงหายได้หากมีการจัดการที่ไม่ดี ดังนั้น เพื่อเป็นการลดปัญหาดังกล่าว จึงจำเป็นต้องแปลงของเกินความจำเป็นเหล่านั้นเป็นเงิน เพื่อเพิ่มรายได้ และลดพื้นที่การจัดเก็บ

การให้บริการของ เปิดบ้านดอทคอม แบ่งออกเป็นสองส่วน คือ ให้บริการพื้นที่เพื่อขายสินค้า และพื้นที่เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า และบริการ จุดเด่นของการบริการ คือ การให้ความสำคัญกับกลุ่มสินค้าที่อยู่ในบ้านรวมถึงที่ดิน และทรัพย์สินอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก เพราะสินค้าเหล่านี้ล้วนเป็นที่ต้องการของกลุ่มที่ผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งที่ต้องการลดค่าใช้จ่าย การบริการเฉพาะกลุ่มแบบนี้ยังไม่มีผู้ให้บริการรายใดเปิดให้บริการ ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการสินค้าที่ครอบคลุมทั้งหมด ทำให้ผู้ขายมีโอกาสขายสินค้าได้น้อย

บัณฑิตวิทยาลัย

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา 2553



SARAYUT BUAKUL : BUSINESS PLAN FOR E-MARKET PLACE.
 ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR DR. AROONLUCK VITHAYAVIJIN,
 64 PP.

This study involves the application of marketing tools to write a business plan which can direct the implementation of the business to achieve the business goals.

The business sale via internet is increasingly popular nowadays. E-Market place is another way to do business and gets more popular with cyber users increasingly. The business plan is for “PerdBan.com” which is a website for hosting business sales and public relations specialty group for used housing and residential items via internet. The products studied are handy and easy to find in a household that can be sold in websites. If these items are not disposed off properly, the storage space and time to take care of them would be wasted. Consumption costs and potential damages might incur if they are not maintained properly. So, in order to reduce these problems we can convert the unused or not needed items in the household into cash which can produce income and reduce storage space and costs simultaneously.

Service of “PerdBan.com” is divided into two parts which are to host and sell advertising space for products with services. Business target sale of 1.5 million baht for the first year and 5 million baht in the fourth year are forecasted and build up customers trust along in the process. The main strategy of marketing is through online media. Discounts and free services are offered with attractive terms. There is a key success factor i.e., system is easy to use and contains information and products targeting the same customer group as measured by sales in the first year. If sales are less than expected, the public relations strategy will be deployed and one year free services will be offered. Service areas will be expanded and more new product will be launched, if business is better than expected. 185,000 baht in cash is invested in this project. The internal rate of return (IRR) at 193% is predicted. It takes one year and two months period predicted to break even under normal circumstance. Therefore, business risk is considered small and acceptable.

Graduate School

Student's Signature

Field of Study Executive Enterprise Management

Advisor's Signature

Academic Year 2010



กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง แผนธุรกิจสำหรับตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ สำเร็จได้ด้วยดีจากความกรุณาอย่างสูงของอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณลักษณ์ วิทยวิจิน ที่ได้ช่วยให้คำแนะนำ ตรวจสอบ และให้กำลังใจตลอดช่วงเวลาที่ศึกษาค้นคว้าอย่างดีเสมอมา จึงกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ที่ได้ให้ความรู้ และประสบการณ์อันมีคุณค่ายิ่ง และขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ที่ได้ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีในทุกๆ ด้านตลอดเวลาที่ศึกษา

ขอขอบพระคุณนักวิชาการทุกท่าน หนังสือทุกเล่ม และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ที่ผู้ศึกษาได้เรียนรู้ และนำมาถ่ายทอดความรู้แก่บุคคลรุ่นต่อไป

ท้ายที่สุด ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ญาติพี่น้อง และเพื่อน EEM รุ่น 1 ที่คอยให้ความอบอุ่น คอยกำลังใจ และเอาใจใส่ได้ถามถึงความก้าวหน้าทางด้านการศึกษา และช่วยชี้แนะให้คำปรึกษา ความช่วยเหลือต่างๆ ตลอดเวลาที่ศึกษาอย่างดียิ่งเสมอมา และขอขอบพระคุณผู้ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จในครั้งนี้ทุกท่าน

ศรายุทธ บัวกุล



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูป.....	ฎ

บทที่

1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
	ขอบเขตของการทำสารนิพนธ์.....	4
	ข้อจำกัดของการทำสารนิพนธ์.....	4
	คำจำกัดความของการทำสารนิพนธ์.....	4
	ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	4
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
	แผนงานและระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	5
2	หลักการพื้นฐาน เอกสารและงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง.....	6
	แผนธุรกิจ (Business Plan).....	6
	องค์ประกอบของแผนธุรกิจ.....	6
	บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.....	7
	ประวัติย่อของกิจการ.....	7
	การวิเคราะห์สถานการณ์.....	7
	วัตถุประสงค์และเป้าหมายธุรกิจ.....	8
	แผนการตลาด.....	8
	แผนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	9
	แผนการจัดการและแผนกำลังคน.....	9
	แผนการดำเนินการ.....	10

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
2	แผนการเงิน.....	10
	ความเสี่ยงและแผนฉุกเฉิน.....	10
	ข้อเสนอแนะ.....	11
3	วิธีดำเนินงานสารนิพนธ์.....	12
	บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.....	12
	ความเป็นมาของกิจการ.....	12
	แนวคิดในการทำธุรกิจ.....	12
	การประเมินสถานการณ์.....	12
	โอกาสและเป้าหมาย.....	12
	กลยุทธ์.....	13
	ผลการดำเนินงานและการลงทุน.....	13
	ความเสี่ยงและแผนฉุกเฉิน.....	13
	ภาพรวมอุตสาหกรรม.....	13
	ข้อมูลตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ.....	15
	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ.....	16
	แนวโน้มของตลาด.....	17
	กระบวนการในการเขียนแผนธุรกิจ.....	17
	แผนธุรกิจ “เปิดบ้านดอกทศอม”.....	18
	ความเป็นมาของธุรกิจ.....	19
	ตลาดเป้าหมาย (Target Market).....	19
	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของ เปิดบ้านดอกทศอม โดยใช้เครื่องมือ Five Forces Model.....	20
	การวิเคราะห์กลุ่มผู้ให้บริการ.....	22
	การวิเคราะห์คู่แข่ง.....	22
	การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์.....	22
	การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ (SWOT Analysis) ของเปิดบ้านดอกทศอม....	23
	วิสัยทัศน์ (Vision).....	24
	ภารกิจ (Mission).....	24

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	เป้าหมายทางธุรกิจ (Goal).....	24
	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor).....	25
	แผนบริหารจัดการ.....	25
	แผนการตลาด.....	29
	แผนการให้บริการ.....	32
	แผนการปฏิบัติงาน.....	33
	แผนการเงิน.....	34
	การวิเคราะห์ความไวทางธุรกิจ (Sensitivity Analysis).....	46
	แผนฉุกเฉิน.....	47
	ข้อเสนอแนะ.....	47
4	บทสรุป.....	48
	ภาพรวมของธุรกิจ.....	48
	โอกาสทางการตลาด.....	48
	รูปแบบการบริการ.....	48
	เป้าหมาย.....	49
	กลยุทธ์.....	49
	การลงทุน.....	49
	ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ.....	49
	บรรณานุกรม.....	50
	ภาคผนวก.....	52
	ภาคผนวก ก. พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550.....	53
	ประวัติผู้เขียนสารนิพนธ์.....	64

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทผู้ประกอบการในประเทศ....	2
2	จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ.....	3
3	แผนงานและระยะเวลาการดำเนินงาน.....	5
4	เปรียบเทียบเว็บไซต์ที่ให้บริการเป็นตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์.....	16
5	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทผู้ประกอบการในประเทศ...	16
6	จำนวนบุคลากรและอัตราเงินเดือน.....	28
7	รายละเอียดงาน.....	28
8	การประมาณยอดขายรายปี.....	31
9	แผนการปฏิบัติงานระยะสั้น.....	33
10	แผนการปฏิบัติงานระยะยาว.....	34
11	โครงสร้างการลงทุน.....	34
12	ผลตอบแทนจากการลงทุน.....	35
13	งบกำไรขาดทุน.....	36
14	งบกระแสเงินสด.....	37
15	งบดุล.....	38
16	อัตราส่วนทางการเงิน.....	39
17	ข้อสมมติฐานทางการเงิน.....	40
18	การถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยของกำไรสะสม.....	46

สารบัญรูป

รูป		หน้า
1	จำนวนประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.....	1
2	จำนวนการใช้งานอินเทอร์เน็ตรายวันในประเทศไทย.....	2
3	ขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจ เปิดบ้านดอกทคอม.....	18
4	ผลการวิเคราะห์โดยใช้ Five Forces Model.....	21
5	Perception Map ของเปิดบ้านดอกทคอม.....	23
6	สถานที่ตั้ง เปิดบ้านดอกทคอม.....	26
7	ผังองค์กรของเปิดบ้านดอกทคอม.....	27
8	ตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์ เปิดบ้านดอกทคอม.....	29
9	สำนักงาน เปิดบ้านดอกทคอม.....	32



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เป็นที่ทราบกันดีว่า วิกฤตเศรษฐกิจจากสหรัฐอเมริกา ส่งผลกระทบกระจายไปทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยของเราด้วย ทำให้การค้าในประเทศและระหว่างประเทศมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง พฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์เกิดการเปลี่ยนแปลง จะเห็นได้จากอัตราการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีการเติบโตแบบก้าวกระโดด การทำธุรกรรมและการจับจ่ายใช้สอย มีมูลค่าสูงขึ้น เนื่องจากเป็นช่องทางที่สะดวก ง่าย และประหยัดกว่าช่องทางปกติ

THAILAND
TH - 65,998,436 population - Country Size: 513,115 sq km
Capital City: Bangkok - GNI p.c.US\$ 2,540 ('04) per World Bank
16,100,000 Internet users as of Sept/09, 24.4% penetration, per ITU
913,000 broadband subscribers as of Nov/08, per ITU

[Thailand](#)

Thailand map and data.

[NSO](#)

National Statistical Office of Thailand.

[Thailand](#)

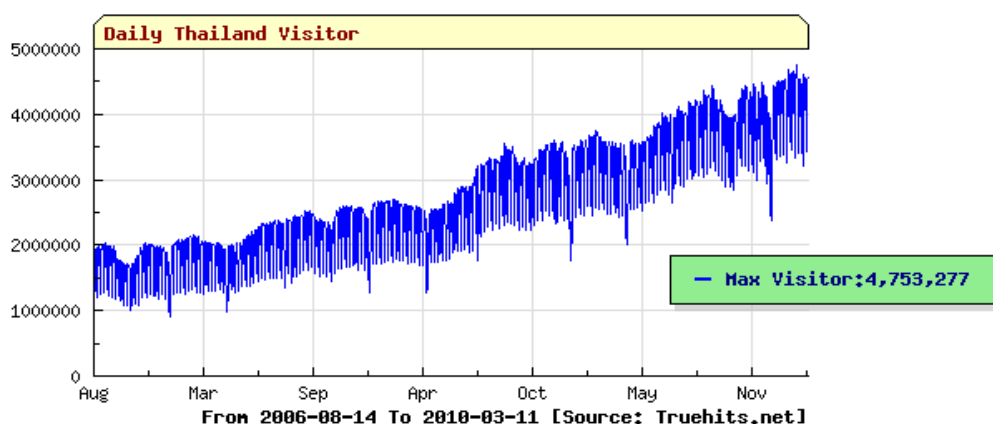
Information on Thailand.

[Thailand Virtual Library](#)

National Electronics and Computer Technology Center in Thailand.

รูปที่ 1 จำนวนประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ที่มา : Internet World Stats. (2010). **Asia Marketing Research, Internet Usage, Population Statistics and Facebook Information.** Online.



รูปที่ 2 จำนวนการใช้งานอินเทอร์เน็ตรายวันในประเทศไทย

ที่มา : Truehits. (2010). **Daily Thailand Visitor**. Online.

การซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในประเทศกำลังได้รับความนิยมมาก จากผู้บริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้เกิดรูปแบบการให้บริการใหม่ๆ เสมอ เช่น การให้บริการ ค้นหาข้อมูล อีเมล พื้นที่เก็บข้อมูล จดโดเมน ออกแบบเว็บไซต์ ส่งดอกไม้ ของขวัญ หาคู่ ทางการศึกษา รวมถึงเปิดเป็นตลาดกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Market Place) เพื่อเป็นแหล่งซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งก็เป็นรูปแบบการให้บริการที่ได้รับความนิยมเช่นกัน

ตารางที่ 1 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทผู้ประกอบการในประเทศ

การขาย	2549		2550		2551	
	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
B2B	79,726	26.1	127,325	29.8	167,145	31.8
B2C	47,501	15.6	63,425	14.8	85,989	16.2
B2G	177,932	58.3	236,710	55.4	274,404	52.0
มูลค่าขายรวม	305,159	100	427,460	100	527,538	100
เพิ่มขึ้น		-	122,301	40.08	100,078	23.41

ตลาดกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Market Place) ในประเทศมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อให้บริการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการ ส่วนใหญ่ที่พบเห็นจะมี

รูปแบบการให้บริการ ร้านค้า บริษัท องค์กร ต่าง ๆ เพื่อนำสินค้ามาวางขาย เพิ่มช่องทางการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่รวมถึงการประชาสัมพันธ์องค์กร

ตลาดกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Market Place) ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะมีรูปแบบการให้บริการแบบ B2B และ B2C จะเห็นได้จากเครื่องมือต่างๆ ที่มีไว้บริการ ตอบสนองกลุ่มลูกค้าดังกล่าวได้ดี นอกจากการให้บริการกับกลุ่มดังกล่าวแล้ว จะมีบางส่วนของระบบที่มีไว้ให้บริการกับกลุ่มลูกค้าแบบ C2C ซึ่งการให้บริการ ส่วนใหญ่จะเป็นการให้ลงประกาศซื้อขายสินค้าฟรี โดยมีข้อจำกัดในการให้บริการอยู่หลายอย่าง ทำให้ผู้ใช้บริการแบบ C2C สูญเสียโอกาสในการขายทำสินค้าของตนเอง

ตารางที่ 2 จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

อันดับ	เว็บไซต์	ผู้เข้าชม
1	www.weloveshopping.com	166,886
2	www.tarad.com	159,329
3	www.pramool.com	125,543
4	www.thaionlinemarket.com	87,969
5	www.ThaiSecondhand.com	77,616
6	www.pantipmarket.com	77,860
7	www.be2hand.com	59,380
8	www.th.88db.com	58,721
9	www.plazathai.com	49,588
10	www.is.in.th	34,135

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อจัดทำแผนธุรกิจที่มีความน่าเชื่อถือ เข้าใจง่าย เพื่อนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจ
2. เพื่อเป็นแนวทางในการเขียนแผนธุรกิจสำหรับธุรกิจเกี่ยวกับตลาดกลางทางอิเล็กทรอนิกส์
3. เพื่อให้ธุรกิจเกี่ยวกับตลาดกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสามารถในการแข่งขันได้

ขอบเขตของการทำสารนิพนธ์

เนื้อหาสารนิพนธ์นี้จะเป็นการประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาดมาช่วยในการเขียนแผนธุรกิจ ซึ่งธุรกิจที่นำมาเขียนแผน คือ ธุรกิจเว็บไซต์ที่จะเปิดให้บริการเป็นตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อโดเมน เปิดบ้านดอทคอม โดยจะเริ่มเปิดให้บริการในปี 2553 นี้

ข้อจำกัดของการทำสารนิพนธ์

ข้อมูลที่ใช้ประกอบเป็นการศึกษาข้อมูลเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศ ข้อมูลที่นำมาอ้างอิงส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่ค้นหาได้จากอินเทอร์เน็ต

คำจำกัดความของการทำสารนิพนธ์

1. การประยุกต์ หมายถึง การนำความรู้ในวิทยาการต่าง ๆ มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

2. ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ คือ เว็บไซต์ E-Commerce ที่มีรูปแบบเป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ โดยภายในเว็บไซต์จะมีการรวบรวมเว็บไซต์ของร้านค้าและบริษัทต่าง ๆ มากมาย โดยมีการแบ่งหมวดหมู่ของสินค้าเอาไว้ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าไป ดูสินค้าภายในร้านค้าต่าง ๆ ภายในตลาดได้อย่างง่ายดาย และสะดวก โดยรูปแบบของตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ บางแห่งมีการแบ่งออกเป็นหลายรูปแบบ ตามลักษณะของสินค้าที่มีอยู่ภายในตลาดแห่งนั้น เช่น ตลาดสินค้าทั่วไป www.Weloveshopping.com เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับอาหาร www.FoodMarketExchange.com เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ของสินค้า OTOP อย่าง www.thaitambon.com เป็นต้น

3. แผนธุรกิจ (Business Plan) หมายถึง เอกสารที่แสดงถึงรายละเอียด และข้อมูลของธุรกิจ รวมถึงวิธีการ กระบวนการในการดำเนินงานของธุรกิจในทุก ๆ ด้าน ที่ได้ผ่านการวางแผนขึ้นตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของธุรกิจนั้น แสดงให้เห็นผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นของธุรกิจ จากวิธีการและกระบวนการในการดำเนินงานของธุรกิจที่ได้กำหนดขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการเขียนแผนธุรกิจ
2. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์
3. จัดทำแผนธุรกิจ เปิดบ้านดอทคอม
4. สรุปและวิเคราะห์แผนธุรกิจที่ได้จัดทำขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแผนธุรกิจที่มีความสมบูรณ์สามารถนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจได้
2. เป็นการทำให้แผนธุรกิจที่มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นสร้างความมั่นใจให้กับ ผู้ร่วมลงทุนและผู้อนุมัติสินเชื่อของธนาคาร

แผนงานและระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตารางที่ 3 แผนงานและระยะเวลาการดำเนินงาน

รายละเอียด การดำเนินงาน	เวลา											
	ส.ค. 52	ก.ย. 52	ต.ค. 52	พ.ย. 52	ธ.ค. 52	ม.ค. 53	ก.พ. 53	มี.ค. 53	เม.ย. 53	พ.ค. 53	มิ.ย. 53	ก.ค. 53
1. คัดเลือก หัวข้อปัญหา	x											
2. ศึกษาข้อมูล แผนธุรกิจ		x	x									
3. ศึกษาการ วิเคราะห์ สถานการณ์ (SWOT)			x									
4. ศึกษา Five Force Model				x								
5. ศึกษากลยุทธ์ ทางการตลาด				x								
6. จัดทำแผน ธุรกิจตัวอย่าง					x	x	x	x	x			
7. สรุปผลและ ข้อเสนอแนะ									x			
8. จัดทำ สารนิพนธ์									x	x	x	x

บทที่ 2

หลักการพื้นฐาน เอกสาร และงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

แผนธุรกิจ (Business Plan)

แผนธุรกิจ (Business Plan) คือ กระบวนการนำแนวความคิดที่จะจัดตั้งกิจการ หรือขยายองค์กรธุรกิจที่มีอยู่เดิม มาสู่แผนปฏิบัติงานที่มีความเป็นรูปธรรม และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ภายใต้สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อพิจารณาถึงความคุ้มค่าต่อการลงทุน และเป็นเครื่องมือในการขอรับการสนับสนุนและช่วยเหลือด้านต่างๆ จากบุคคล หรือหน่วยงานภายนอก ทั้งทางด้านเงินทุน วัตถุดิบ และช่องทางการตลาด ทั้งยังเป็นเครื่องมือที่จะแสดงให้เห็นถึงแนวทางการเตรียมความพร้อมด้านต่างๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน หรือแม้กระทั่ง การเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบและประเมินผล การดำเนินงานของกิจการ หรือองค์กรในแต่ละช่วงเวลา

การเขียนแผนธุรกิจ เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งและเป็นมาตรฐานในการทำธุรกิจสมัยใหม่ไปแล้วก็ว่าได้ ไม่ว่าจะเป็นการขอกู้เงินหรือการขอสินเชื่อจากธนาคารเพื่อนำเงินมาลงทุน การขอเงินจาก Venture Capital หรือการใช้เงินลงทุนของตนเองก็ดี เนื่องจากจะทำให้เจ้าของกิจการ ผู้ร่วมธุรกิจ หรือธนาคารได้เห็นภาพรวมของโครงการ รวมถึงการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการต่างๆ ว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด จะให้ผลคุ้มค่าเมื่อใด มีความสามารถในการชำระหนี้หรือไม่ ก่อนที่จะเริ่มต้นลงทุนในโครงการนั้นๆ จริง โดยแผนธุรกิจนอกจากจะเป็นการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการแล้ว ยังเป็นแผนงานและแผนควบคุมการดำเนินงานของบริษัทได้อีกทางหนึ่งด้วย

ถ้าเปรียบว่าแผนที่ที่ดีย่อมจะให้รายละเอียดถนนหนทาง และทิศทางที่ชัดเจนแล้ว แผนธุรกิจก็ไม่ต่างกันในการที่จะให้รายละเอียดอย่างเพียงพอที่จะทำให้ผู้ร่วมลงทุนตัดสินใจได้ว่า ธุรกิจนั้นควรจะร่วมลงทุนด้วยหรือไม่ จากแผนธุรกิจจะทำให้ผู้ร่วมลงทุนเข้าใจวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างชัดเจน เข้าใจแนวคิดและปรัชญาของธุรกิจ แผนปฏิบัติการ ปัญหาอุปสรรค และหนทางที่เตรียมการเพื่อไปสู่ความสำเร็จ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะใช้เงินลงทุนของตัวเอง ไม่ต้องการผู้ร่วมลงทุนหรือเงินกู้จากสถาบันการเงิน แผนธุรกิจก็ยังจำเป็นต้องมี เพื่อให้ผู้ประกอบการมีแผนที่ในการบอกทิศทางของ การดำเนินกิจการในอนาคต

องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

ความสำเร็จ หรือล้มเหลวย่อมขึ้นอยู่กับแผนธุรกิจ หากวิเคราะห์ความล้มเหลว หรือความสำเร็จของธุรกิจส่วนใหญ่แล้วเรา พบว่า ส่วนหนึ่งมาจากการวางรากฐานในการทำแผนธุรกิจที่ดีตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกิจการ โดยส่วนมากจะพบว่าแผนธุรกิจที่ดีจะเน้นการหาช่องว่าง

ในตลาด เพื่อนำมาสร้างธุรกิจของตนเองก่อนที่ผู้อื่นจะมายึดหัวหาดนั้นไป ผู้ประกอบการจึงควรทำแผนธุรกิจล่วงหน้าเพื่อวางตำแหน่งธุรกิจให้อยู่ในจุดที่ได้เปรียบที่สุด ธุรกิจ SMEs ที่มีโอกาสประสบความสำเร็จหรือเป็นดาวรุ่งได้ภายใน 3 ปี เป็นเพราะพวกเขาค้นพบช่องว่างในตลาดซึ่งทำให้มีโอกาสเติบโตได้มากกว่า 10% ต่อปี แต่ทั้งนี้ก็ยังขึ้นอยู่กับบทบทวนผลการดำเนินงาน และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที

ความสำคัญในการเขียนแผนธุรกิจ คือ การทำหน้าที่กำหนดทิศทางของการดำเนินงานเพื่อป้องกันไม่ให้หลงทางหรือเดินออกจากแผนที่วางเอาไว้ แผนธุรกิจที่ดีนั้นต้องมีความชัดเจนในเป้าหมายของการทำธุรกิจ ต้องมีการวิเคราะห์ออกมาเป็นภาษาที่อ่านเข้าใจได้ง่าย และแสดงตัวตนของผู้ประกอบการได้อย่างชัดเจน แผนธุรกิจที่ดี จึงควรประกอบไปด้วยประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

เป็นส่วนที่รวบรวมประเด็นหลักๆ ของแผนทั้งเล่ม จุดเด่น คือ จะต้องอ่านและจับประเด็นได้ง่าย เนื้อหาที่นำเสนอประกอบด้วย ชื่อโครงการ เจ้าของโครงการ สินค้าและบริการ เงินลงทุน

ประวัติย่อของกิจการ

การให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งทั้งในด้านรูปแบบการจัดตั้งหรือจดทะเบียน

การวิเคราะห์สถานการณ์

ในสถานการณ์ปัจจุบันผู้ประกอบการควรได้เริ่มวิเคราะห์สถานการณ์ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์สถานการณ์ที่เรียกกันว่า SWOT ANALYSIS แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน เป็นการตรวจสอบความสามารถ ความพร้อมของกิจการในด้านต่างๆ โดยมุ่งเน้นในส่วนที่เป็นจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของกิจการ
2. การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก เป็นการประเมินสภาพแวดล้อมที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงได้ ในลักษณะที่เป็นโอกาส (Opportunities) หรือ อุปสรรค (Threats) ปัจจัยภายนอก เนื่องจาก เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมได้

วัตถุประสงค์และเป้าหมายธุรกิจ

วัตถุประสงค์ และเป้าหมายทางธุรกิจ เป็นผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องการได้รับ ในช่วงระยะเวลาของการจัดทำแผน โดยทั่วไปเป้าหมายธุรกิจแบ่งออกเป็น เป้าหมายโดยรวมของกิจการ และเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนก/ลักษณะของงาน

นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจยังควรแบ่งเป็น เป้าหมายระยะสั้น ในช่วงระยะเวลา 1 ปี เป้าหมายระยะปานกลาง ระยะเวลา 3 - 4 ปี และเป้าหมายระยะยาว ตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป

ลักษณะเป้าหมายธุรกิจที่ดี ประกอบด้วย

1. ความเป็นไปได้ หมายถึง กิจการมีโอกาสที่จะบรรลุเป้าหมาย
2. สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม คือ ความชัดเจนที่สามารถประเมินได้ว่ากิจการบรรลุตามเป้าหมายแล้วหรือไม่
3. เป็นไปในทางเดียวกัน คือ เป้าหมายย่อย ๆ ในแต่ละฝ่าย ควรมีลักษณะที่สอดคล้องกัน

แผนการตลาด

ในการทำธุรกิจนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ มุมมองทางด้านการตลาดผู้ประกอบการจะต้องหาให้ได้ หรือมองให้ออกว่าผู้บริโภคต้องการอะไร แล้วผลิตสินค้า หรือบริการเพื่อสนองความต้องการนั้น ถ้าไรที่เกิดขึ้นนั้น คือ ผลงานจากการทำให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด

แผนการตลาดเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจว่าจะมีความเป็นไปได้แค่ไหนโดยทั่วไปจะเป็นการวิเคราะห์เพื่อกำหนดแผนการตลาด ดังนี้

1. กำหนดขอบเขตธุรกิจหรือขอบเขตการตลาด (Market Definition)
2. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis) มีองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้
 - วิเคราะห์ลูกค้า
 - วิเคราะห์คู่แข่ง
 - วิเคราะห์ต้นทุน
 - วิเคราะห์แนวโน้ม ส่วนใหญ่

การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) กลยุทธ์ทางการตลาด โดยทั่วไปการวางแผนทางด้านการตลาด มักจะมีขั้นตอนง่ายๆ เรียกว่า STP และ 4Ps ดังนี้

1. S มาจาก Segmentation คือ การแบ่งส่วนตลาด
2. T มาจาก Targeting คือ การกำหนดลูกค้าเป้าหมายว่ากลุ่มไหนที่เราจะเลือก
3. P มาจาก Positioning คือ การสร้างภาพพจน์ในใจของลูกค้า
4. 4Ps มาจาก ส่วนผสมที่ลงตัวในโปรแกรมทางการตลาด 4 ตัว เปรียบเสมือนแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ทางการตลาด ดังนี้

4.1 Product คือ สินค้า/บริการ

4.2 Price คือ ราคา

4.3 Place คือ ช่องทางการจำหน่าย

4.4 Promotion คือ การส่งเสริมทางการตลาด

นอกจากส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ที่กล่าวมาแล้ว ยังมี 4Cs ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ที่มองทางด้านความต้องการของผู้บริโภค และควรที่จะต้องนำมาใช้ร่วมในแผนปฏิบัติการทางการตลาดด้วย ดังนี้

5. 4Cs

5.1 Consumer Need คือ ผลิต/ขายสินค้าตามความต้องการของลูกค้า

5.2 Customer Benefits คือ ผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

5.3 Convenience คือ เป็นสินค้าที่สะดวก

5.4 Communication คือ การรับรู้ข่าวสารสินค้า

แผนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีว่ามีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง สินค้ามีความหลากหลาย มีการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มย่อยมากขึ้น และออกแบบสินค้าให้เฉพาะเจาะจงตรงใจผู้บริโภค แต่ละกลุ่มให้มากที่สุด ดังนั้นควรให้ความสำคัญ และควรออกแบบสินค้า และบริการอย่างต่อเนื่อง ในกรณีที่มีเงินลงทุนน้อยไม่สามารถจ้างทีมงานออกแบบ ก็ควรไปดูงานแสดงสินค้า หรือค้นหาข้อมูลใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อจะได้รู้ข้อมูลการแข่งขันจากภายนอก

แผนการจัดการและแผนกำลังคน

โดยปกติองค์การเกือบทุกแห่งมักจะต้องมีแผนการจัดการ และการวางแผนกำลังคน อยู่เสมอซึ่งอาจจะทำอย่างเป็นทางการ หรืออย่างไม่เป็นทางการก็ตาม ในที่นี้จะได้กล่าวถึงการวางแผนกำลังคนที่มีการกระทำอย่างเป็นทางการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์มากกว่าการวางแผนโดยไม่มีหลักเกณฑ์ ทั้งนี้เพราะการวางแผนกำลังคนอย่างมีหลักเกณฑ์ และรูปแบบขั้นตอนที่แน่นอน นับว่าในปัจจุบันจะมีความสำคัญยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพราะเหตุเนื่องจากตลาดแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่มีความชำนาญได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์การที่มุ่งจะให้มีประสิทธิภาพจึงควรเป็นองค์การที่ได้มีการทำการวางแผนกำลังคน เพื่อการสรรหา และว่าจ้างที่สมบูรณ์ และมีการปฏิบัติงานอย่างจริงจังด้วย

เหตุผลสำคัญที่จำเป็นต้องมีการวางแผนกำลังคนอย่างเป็นทางการ ก็เพื่อที่จะมุ่งให้เกิดผลสำเร็จในประการต่างๆ ต่อไปนี้ คือ

1. เพื่อให้มีประสิทธิภาพ และสมรรถนะสูงสุดในการใช้ทรัพยากรเกี่ยวกับมนุษย์ในองค์การ

2. เพื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจของพนักงาน และเพื่อโอกาสที่จะได้มีการพัฒนาพนักงานได้มากขึ้นกว่าเดิม
3. เพื่อที่จะให้มีการวางแผนที่จะได้ทำการว่าจ้างได้อย่างถูกต้อง

แผนการดำเนินการ

เมื่อมีการวางแผนงานในด้านต่าง ๆ ทั้งการตลาดการผลิต แผนการออกแบบ และแผนการจัดการ จะต้องรวบรวมแผนงานทั้งหมดมาจัดทำแผนการดำเนินงานโดยรวม เพื่อให้เกิดการประสานงานให้สอดคล้องกัน และบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

แผนการเงิน

แผนการเงินจะเป็นตัวบอกว่าข้อมูลทางการเงินโดยมีรายการที่สำคัญดังนี้

1. เงินทุนหมุนเวียนที่ต้องการ ควรจะต้องหาความจำเป็นในการใช้เงินทุนหมุนเวียนในแต่ละปี
2. เงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน จะแสดงให้เห็นว่าตามแผนงาน ต้องการใช้จ่ายเงินเท่าไร และจะหาเงินมาจากไหน
3. ผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นการคิดผลตอบแทน ณ มูลค่าปัจจุบัน
4. งบดุล งบกำไรขาดทุน เพื่อแสดงผลงานเป็นรายปี
5. งบกระแสเงินสด เพื่อให้เห็นสภาพคล่องของกิจการว่าจะได้เงินสดมาจากแหล่งใด และจะใช้ไปในทางใดบ้าง
6. งบดุล เพื่อแสดงให้เห็นถึงสถานะทางการเงินของธุรกิจเป็นอย่างไรมีความมั่นคงมากแค่ไหน
7. อัตราส่วนทางการเงิน เพื่อวิเคราะห์ งบการเงินของกิจการว่าเป็นอย่างไรมีประสิทธิภาพหรือไม่ แนวโน้มกำไรเป็นอย่างไร
8. จุดคุ้มทุน คือ การวิเคราะห์ว่ากิจการ มียอดขายเท่าไรจึงจะถึงจุดคุ้มทุน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จากทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ เพื่อนำมาหาจุดคุ้มทุน

ความเสี่ยงและแผนฉุกเฉิน

การดำเนินธุรกิจต้องมีความเสี่ยงซึ่งไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ สิ่งที่เราควรทำ คือ มีแผนสำรอง หรือแผนฉุกเฉิน เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นว่ามีอะไรบ้าง และควรคิดแนวทางแก้ไขไว้ก่อน ซึ่งจะไม่เกิดความตกใจเมื่อต้องเผชิญกับปัญหาที่จะเกิดขึ้น

แผนฉุกเฉิน คือ แนวทางที่วางไว้เพื่อเกิดปัญหา ซึ่งจะต้องการรู้ว่า อะไรคือสาเหตุของความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น และมีโอกาสเกิดขึ้นมากน้อยแค่ไหน ถ้าเกิดขึ้นจะมีผลกับธุรกิจมากน้อยเพียงใด

ข้อเสนอแนะ

การเขียนแผนธุรกิจโดยทั่วไปแล้วมักจะมีข้อเสนอแนะว่า ในอนาคตจะเป็นอย่างไร ผู้ลงทุนจะได้อะไรจากการลงทุนในระยะยาว ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องตอบคำถามเหล่านั้นให้ได้ เพื่อชี้ให้เห็นภาพเป็นไปได้ในอนาคตของธุรกิจ



บทที่ 3

วิธีดำเนินงานสารนิพนธ์

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ความเป็นมาของกิจการ

วิกฤติเศรษฐกิจที่ลุกลามไปทั่วโลก การแข่งขันการตลาดรุนแรงขึ้น การใช้งานอินเทอร์เน็ตมีอัตราสูงขึ้นแบบก้าวกระโดด พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลง อีคอมเมิร์ซเข้ามามีบทบาทในการทำธุรกิจ ส่วนแบ่งการตลาดของอีคอมเมิร์ซมีมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นช่องทางให้เกิดการให้บริการรูปแบบใหม่ คือ ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในเมืองไทยมีผู้ให้บริการยังไม่มากนัก ยังมีกลุ่มที่มีความต้องการใช้บริการที่ตรงตามความต้องการอีกหลายกลุ่ม ซึ่งกลุ่มซื้อขายของเก่าเป็นกลุ่มที่น่าสนใจ และมีมูลค่าการตลาดสูง จึงเป็นเหตุผลสนับสนุนให้เกิดตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้ชื่อเว็บไซต์ว่า Perdban.com เปิดให้บริการเป็นช่องทางการซื้อขาย สินค้าเก่า สินค้าสะสม สินค้าที่ไม่จำเป็นภายในบ้าน สามารถนำมาขายเพื่อเปลี่ยนเป็นรายได้นำไปใช้จ่ายหรือลงทุนด้านอื่นๆ ที่ต้องการ

แนวคิดในการทำธุรกิจ

เปิดบ้านดอทคอม เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่แนะนำสินค้า แก่ผู้ที่ต้องการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้า ทางอินเทอร์เน็ต ประเภทของเก่า ของสะสม ของใช้แล้วที่ไม่มีความจำเป็นในบ้าน เพื่อลดรายจ่ายในการดูแล และพื้นที่จัดเก็บ อีกทั้งเป็นการเพิ่มพื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน โดยมีเป้าหมายเป็นผู้นำการให้บริการพื้นที่สำหรับการนำเสนอขายสินค้า พร้อมทั้งให้บริการความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่เกี่ยวข้อง

การประเมินสถานการณ์

จากความต้องการผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในเมืองไทยมีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีแนวโน้มการซื้อสินค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตสูงขึ้น เนื่องจากการลดค่าใช้จ่าย และสามารถเปรียบเทียบสินค้าได้ง่าย จึงเป็นโอกาสที่ Perdban.com จะเข้ามาช่วงชิงตลาดโดยมุ่งตลาดกลุ่มผู้ที่สนใจของเก่า และของสะสมเป็นอันดับแรก และขยายสู่กลุ่มอื่นๆ ในอนาคต

โอกาสและเป้าหมาย

จากการประเมินโอกาสทางธุรกิจ พบว่า การให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นสิ่งใหม่ที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ประกอบการศึกษาด้านการบริหารธุรกิจโดยตรงจากสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ของผู้บริหาร คาดว่ามีโอกาสประสบความสำเร็จใน

การประกอบธุรกิจ Perdban.com เป็นอย่างสูง โดยกิจการตั้งเป้าหมายยอดขายปีแรกที่ 0.5 ล้านบาท และมียอดขายรวมในปีที่ 5 มากกว่า 10 ล้านบาท มีระยะเวลาในการคืนทุน 1 ปี 2 เดือน และสามารถทำกำไรสะสมได้มากถึง 4.01 ล้านบาท ภายในระยะเวลา 5 ปี เมื่อเปรียบเทียบกับเงินลงทุนที่ไม่มากนัก

กลยุทธ์

ด้วยกลยุทธ์การสร้างแตกต่างจากการค้าขายในรูปแบบเดิม และวางกลุ่มลูกค้าไว้อย่างชัดเจน คือ กลุ่มผู้รักการตกแต่งบ้าน กลุ่มสะสมของเก่า และกลุ่มที่ทำธุรกิจค้าของเก่าที่ซื้อเพื่อไปจำหน่าย อีกทั้งชื่อเว็บไซต์ที่ใช้ในการสื่อสารเป็นชื่อที่จดจำได้ง่าย พื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการฟรี และมีการให้บริการรวดเร็ว จะส่งผลให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้นเรื่อย ๆ มียอดขายเป็นไปตามที่กำหนดไว้

ผลการดำเนินงานและการลงทุน

การลงทุนจะเป็นการลงทุนด้วยเงินสดจำนวน 100,000 บาท เพื่อใช้เป็นเงินหมุนเวียนภายใน ยังไม่มีการกู้เงินจากแหล่งเงินทุน จำนวนเงินลงทุนดังกล่าวจะสร้างยอดขายปีแรกที่ 0.5 ล้านบาท และมียอดขายรวมในปีที่ 5 มากกว่า 4 ล้านบาท มีระยะเวลาในการคืนทุน 1 ปี 2 เดือน และสามารถทำกำไรสะสมได้มากถึง 4.01 ล้านบาท ภายในระยะเวลา 5 ปี

ความเสี่ยงและแผนฉุกเฉิน

ความเสี่ยงที่สำคัญ คือ จำนวนลูกค้าไม่ได้ตามเป้าหมาย ซึ่งได้วางแผนการป้องกันความเสี่ยงด้วยการปรับเปลี่ยนแพ็คเกจการให้บริการ ทบทวนความต้องการของลูกค้า ขยายตลาดด้วยการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป็นระยะ ๆ และเสริมกลยุทธ์ใหม่ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้า ที่มีความต้องการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ภาพรวมอุตสาหกรรม

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นบริการซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจแบ่งได้หลายประเภท อาทิ แบบธุรกิจต่อธุรกิจ หรือ บีทูบี (B2B = Business to Business) แบบธุรกิจต่อผู้บริโภค หรือ บีทูซี (B2C = Business to Consumer) แบบผู้บริโภคต่อผู้บริโภค หรือ ซีทูซี (C2C = Consumer to Consumer) แบบรัฐบาลต่อธุรกิจ หรือ จีทูบี (G2B = Government to Business) และรัฐบาลต่อรัฐบาล หรือ จีทูจี (G2G = Government to Government) เป็นต้น ทั้งนี้ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก คือ สหรัฐอเมริกา โดยในปี พ.ศ. 2553 ก็มีการคาดการณ์จากฟอร์เรสเตอร์เมื่อตุลาคม 2552 (ศรีศักดิ์ จามรมาน. 2552) ว่า พาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ในสหรัฐอเมริกาจะมีมูลค่า 177,000 ล้านเหรียญ หรือประมาณ 5.9 ล้านล้านบาท

จากจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นก็อาจจะกล่าวได้ว่าจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตก็น่าจะเป็นตัวขับเคลื่อนที่ช่วยให้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตมากขึ้นตามไปด้วย จากรายงานของอินเตอร์เน็ตเวิลด์สแตตส์ เมื่อกันยายน 2552 (ศรีศักดิ์ จามรมาน. 2552) ปรากฏว่ามีผู้ใช้อินเตอร์เน็ตทั่วโลกประมาณ 1,700 ล้านคน จากประชากรทั่วโลก 6,770 ล้านคน อย่างไรก็ตามจากวิกฤตเศรษฐกิจที่ทั่วโลกกำลังเผชิญอยู่แต่ปรากฏว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจครั้งนี้มากนัก

ในด้านของผู้บริโภคนั้นนอกจากจะได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจแล้วก็ประสบกับภาวะราคาน้ำมันที่ผันผวนทำให้การออกไปจับจ่ายใช้สอยนอกบ้านน้อยลงแล้วหันไปอยู่กับบ้าน และใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นในแง่ของผู้ขายก็มีหลายบริษัทที่ต้องปรับลดภาระค่าใช้จ่าย และลดจำนวนพนักงานลงทำให้ต้องหันไปทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กันมากขึ้น ทั้งนี้ มีรายงานจาก e-Marketer (ศรีศักดิ์ จามรมาน. 2552) เกี่ยวกับความนิยมของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตทั่วโลกที่ใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในช่วงเมษายนถึงมิถุนายน 2552 พบว่า ร้อยละ 38.6 ของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตเข้าเว็บพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการร้อยละ 21.9 เข้าเว็บพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเลือกสินค้าและบริการ ร้อยละ 17.2 เข้าเว็บพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อซื้อสินค้าและบริการ ร้อยละ 13.9 เข้าเว็บพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการบริการหลังการขาย และร้อยละ 8.4 เข้าเว็บพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ

ในด้านของค่าใช้จ่ายด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นเฉพาะในสหรัฐอเมริกาก็มีการคาดการณ์จากฟอร์เรสเตอร์ว่าในปี พ.ศ. 2553 (ศรีศักดิ์ จามรมาน. 2552) ค่าใช้จ่ายด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์น่าจะมีมูลค่า 177,000 ล้านเหรียญ หรือประมาณ 5.9 ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ. 2554 ค่าใช้จ่ายด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์น่าจะมีมูลค่า 194,000 ล้านเหรียญ หรือประมาณ 6.5 ล้านล้านบาท แล้วในปี พ.ศ. 2555 ค่าใช้จ่ายด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในสหรัฐอเมริกาน่าจะมีมูลค่า 212,000 ล้านเหรียญ หรือประมาณ 7.1 ล้านล้านบาท นอกจากนี้การเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในสหรัฐอเมริกาห้าอันดับแรกในปี พ.ศ. 2553 ปรากฏว่าอันดับที่หนึ่ง คือ เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ และรองเท้า น่าจะมีมูลค่า 30,900 ล้านเหรียญ หรือประมาณ 1.04 ล้านล้านบาท อันดับที่สอง คือ คอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ น่าจะมีมูลค่า 30,100 ล้านเหรียญ หรือประมาณ 1 ล้านล้านบาท อันดับที่สาม คือ เครื่องใช้ในบ้าน และอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน น่าจะมีมูลค่า 22,500 ล้านเหรียญ หรือประมาณ 752,000 ล้านบาท อันดับที่สี่ คือ อาหาร และเครื่องดื่ม น่าจะมีมูลค่า 10,300 ล้านเหรียญ หรือประมาณ 344,000 ล้านบาท และอันดับที่ห้าคือ ของเล่น และวิดีโอเกม น่าจะมีมูลค่า 7,600 ล้านเหรียญ หรือประมาณ 254,000 ล้านบาท

สำหรับตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยปรากฏว่าติดอันดับที่ 30 ส่วนสามอันดับแรก คือ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และญี่ปุ่น ทั้งนี้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยยังเติบโตได้อีก โดยมาสเตอร์การ์ดคาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2553 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทยน่าจะมีมูลค่า 20,000 ล้านบาท หรือประมาณ 668,000 ล้านบาท หนึ่งในจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นคนไทยนั้นปรากฏว่านิยมซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตร้อยละ 40 นอกจากนี้แนวโน้มของกระแสเว็บไซต์ซื้อขายสังคมที่มาแรงในปี พ.ศ. 2552 ก็น่าจะต่อเนื่องมาจนถึงปี พ.ศ. 2553 และขยายอิทธิพลไปยังพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ให้เข้าไปอยู่ในเว็บไซต์ซื้อขายสังคมกันมากขึ้นจนอาจจะกลายเป็นสังคมแห่งการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือโซเชียลคอมเมิร์ซ (Social Commerce) ก็เป็นไปได้ ทั้งนี้นายกสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทยระบุว่ากระแสของเว็บไซต์ซื้อขายสังคม อาทิ เฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ทำให้นักธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มที่จะปรับตัวไปสู่โซเชียลคอมเมิร์ซกันมากขึ้นเพราะภายในเครือข่ายสังคมมีการพูดคุยบอกต่อ และวิพากษ์วิจารณ์กันซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่รวดเร็วของผู้บริโภค และเมื่อสิงหาคม 2552 มีข้อมูลจากตลาดดอทคอม (ศรีศักดิ์ จามรมาน. 2552) ว่าสินค้าอีคอมเมิร์ซที่นิยมซื้อหากันมากที่สุด คือ เครื่องสำอาง และแฟชั่น อันดับสอง คือ อิทธิกเกิด และอันดับสาม คือ หนังสือ หากใครที่ยังไม่เคยเข้าไปลองจับจ่ายซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตก็อาจจะลองเข้าไปหาข้อมูลก่อนก็จะเป็นประโยชน์ไม่น้อยเพราะช่วยให้ประหยัดเวลา และค่าน้ำมันในการเดินทางไปตลาด หรือห้างสรรพสินค้าได้

ข้อมูลตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ

ในประเทศไทยมีผู้ให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค 5 อันดับในเดือนพฤษภาคม 2553 (Truehits. 2010) ได้แก่

- อันดับหนึ่ง คือ www.weloveshopping.com มีผู้เข้าชม 166,886 คนต่อวัน
- อันดับสอง คือ www.tarad.com มีผู้เข้าชม 159,329 คนต่อวัน
- อันดับสาม คือ www.pramool.com มีผู้เข้าชม 125,543 คนต่อวัน
- อันดับสี่ คือ www.thaionlinemarket.com มีผู้เข้าชม 87,969 คนต่อวัน
- อันดับห้า คือ www.thaisecondhand.com มีผู้เข้าชม 77,616 คนต่อวัน ตามลำดับ

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบเว็บไซต์ที่ให้บริการเป็นตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

อันดับ	เว็บไซต์	สินค้า	จุดเด่น	จุดด้อย	ผู้เข้าชม
1	weloveshopping.com	ทั่วไป	สินค้ามาก สินค้าใหม่	โหลดช้า ค้นหายาก	166,886
2	tarad.com	ทั่วไป	รวมสินค้า เก่าและใหม่	โหลดช้า ค้นหายาก	159,329
3	pramool.com	ทั่วไป	ประมูล	รอนาน	125,543
4	thaionlinemarket.com	ทั่วไป	ประกาศฟรี	โหลดช้า ค้นหายาก	87,969
5	ThaiSecondhand.com	ทั่วไป	ประกาศฟรี	ค้นหายาก	77,616
6	pantipmarket.com	ทั่วไป	เปิดร้านฟรี	ค้นหายาก	77,860
7	be2hand.com	ทั่วไป	ประกาศฟรี	โหลดช้า	59,380
8	88db.com	ทั่วไป	ประกาศฟรี	โหลดช้า ค้นหายาก	58,721
9	plazathai.com	ทั่วไป	ประกาศฟรี	โหลดช้า ค้นหายาก	49,588
10	is.in.th	ทั่วไป	ประกาศฟรี	ค้นหายาก	34,135

มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ

ตารางที่ 5 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทผู้ประกอบการในประเทศ

การขาย	2549		2550		2551	
	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
B2B	79,726	26.1	127,325	29.8	190,751	36.2
B2C	47,501	15.6	63,425	14.8	48,038	9.1
B2G	177,932	58.3	236,710	55.4	288,749	54.7
มูลค่าขายรวม	305,159	100	427,460	100	527,538	100
เพิ่มขึ้น		-	122,301	40.08	100,078	23.41

แนวโน้มของตลาด

ทิศทางของตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปีนี้จะเติบโต ด้วยปัจจัยบวก 4 ประการ คือ ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย ราคาบอร์ดแบรนด์อินเทอร์เน็ตถูกลง การส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐให้ธุรกิจเอสเอ็มอีหันมาทำธุรกิจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผู้ประกอบการเอสเอ็มอีเองที่มีความตื่นตัว และสนใจในการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการทำธุรกิจเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศต้องการลดต้นทุนการดำเนินงาน แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องการจะรักษารฐานลูกค้า เพิ่มรายได้ เพิ่มอัตราการเติบโต เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจ การทำการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ถือเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และผู้ประกอบการได้ ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น กอปรกับปัจจุบันจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหรือเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว จากการสำรวจสินค้าที่ขายดี คือ เป็นอันดับแรก สินค้าแฟชั่น โทรศัพท์มือถือ รถยนต์ บ้าน และที่อยู่อาศัย

นอกจากปัจจัยจากภาวะเศรษฐกิจหนุนส่ง การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้ว การเข้ามาสนับสนุนอย่างจริงจังของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ออกมาสนับสนุนโครงการเอสเอ็มอีให้เข้ามาทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ต่างให้การสนับสนุนกันอย่างเต็มที่ ส่งผลให้แนวโน้มการเติบโตของตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตอย่างรวดเร็ว

กระบวนการในการเขียนแผนธุรกิจ

ขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจของ เปิดบ้านดอทคอม มีดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต คือ การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีการเก็บรวบรวมไว้ แล้วนำมาวิเคราะห์ และวางแผน
2. การวิเคราะห์ SWOT คือ การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน และภายนอกขององค์กรที่มีผลกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อที่จะสามารถนำไปสร้างเป็นกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ
3. การกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร เพื่อเป็นการกำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจ และเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของทุกคนในองค์กร เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายเดียวกัน
4. กำหนดแผนงานในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วยแผนการบริหาร แผนกำลังคน แผนการเงิน แผนการผลิต และแผนฉุกเฉิน
5. สรุปผลผลการดำเนินงาน



รูปที่ 3 ขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจ เปิดบ้านดอกทศอม

แผนธุรกิจ “เปิดบ้านดอกทศอม”

เปิดบ้านดอกทศอม จดทะเบียนโดเมนในเดือน ธันวาคม 2552 เริ่มพัฒนา และติดตั้งระบบเพื่อให้บริการพื้นที่นำเสนอสินค้า และประกาศ ซื้อ ขาย สินค้าแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่าง C2C ผ่านอินเทอร์เน็ต การให้บริการจะให้ความสำคัญกับสินค้าที่เกี่ยวกับบ้าน และที่อยู่อาศัย เป็นกลุ่มหลัก โดยมีสินค้ากลุ่มอื่นเป็นสินค้ารอง นอกจากนี้ยังมีการรวบรวมข้อมูลความรู้ที่

น่าสนใจเกี่ยวกับบ้าน และที่อยู่อาศัย เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ซื้อ และผู้ขาย และเป็นแนวทางในการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ

ความเป็นมาของธุรกิจ

วิกฤติเศรษฐกิจที่ลุกลามไปทั่วโลก ประกอบกับราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว การแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงมากขึ้น การควบคุมต้นทุน และค่าใช้จ่ายทำได้ยากขึ้น พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลง มีการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อสินค้ามากขึ้น มีการนำสินค้ามาขายแลกเปลี่ยนผ่านตลาดกลาง พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กันมากขึ้น ซึ่งเป็นการลดค่าใช้จ่ายภายในครอบครัวของประชาชน จึงเป็นโอกาสให้ เปิดบ้านดอทคอม สามารถเข้าสู่ตลาดเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ซื้อ และผู้ขายที่ นับวันจะมีมากขึ้นเรื่อยๆ

ตลาดเป้าหมาย (Target Market)

การแบ่งกลุ่มลูกค้าและผู้ให้บริการออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มธุรกิจขนาดเล็กเป็นผู้ผลิตสินค้า และบริการเกี่ยวกับ บ้าน ที่อยู่อาศัยต่างๆ ใช้เป็นช่องทางในการนำเสนอสินค้า และบริการใหม่ให้ลูกค้าได้รับรู้ เพื่อเพิ่มช่องทางขายสินค้าให้แก่ผู้ผลิตสินค้าที่เกี่ยวกับบ้านต้องการโฆษณาสินค้า

2. กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มลูกค้าที่สนใจเกี่ยวกับเรื่องบ้าน และของใช้ในบ้าน ซึ่งเป็นการให้บริการแบบครบวงจร มีเป้าหมายหลักเพื่อเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนซื้อขายของที่มีในบ้าน รวมถึงเป็นแหล่งให้ความรู้ และรวบรวมข้อมูล และเกี่ยวกับบ้าน เช่น การเลือกซื้อบ้าน การตกแต่ง และการดูแลบ้าน รวมถึงรถยนต์ อสังหาริมทรัพย์ ของสะสมต่างๆ โดยแยกออกเป็น 2 กลุ่มย่อยดังนี้

2.1 กลุ่มที่ต้องการขายสินค้ามีอายุ 35 ขึ้นไป มีเงินเดือนมากกว่า 30,000 บาท

2.2 กลุ่มที่ต้องการซื้อสินค้ามีอายุ 20-35 ขึ้นไป มีเงินเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท

เหตุผลที่เลือกกลุ่มลูกค้าดังกล่าว เนื่องจากในปัจจุบันมีการแข่งขันทางการตลาดสูง ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ มีราคาแพงมาก เป็นฐานของธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้น ดังนั้นสื่อทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีราคาถูกกว่าจึงเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก ที่ต้องการเปิดตลาดใหม่ และขยายตลาดเดิม สร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า เพื่อการเติบโตของธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของ เปิดบ้านดอกทศคอม โดยใช้เครื่องมือ Five Forces Model

ธุรกิจค้าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต หรืออีคอมเมิร์ซ มีขนาดโตสวนกระแส โดยคาดว่ามูลค่ารวมปีนี้จะขยายตัวร้อยละ 50 หรือมีมูลค่าสูงถึง 600,000 ล้านบาท ในปีนี้คาดว่า ปี 2556 จะมีมูลค่าสูงถึง 1.2 ล้านล้านบาท ตามเป้าหมาย

การโตสวนกระแสเศรษฐกิจไทยที่ซบเซาเป็นผลมาจากความเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ความนิยมจึงสูงขึ้น และที่สำคัญการซื้อขายผ่านระบบนี้ ผู้ซื้อ และผู้ขายไม่ต้องเดินทางไปจับจ่ายสินค้าให้สิ้นเปลืองค่าโดยสาร ค่าน้ำมัน ในขณะที่ที่ทางการเข้ามาดูแลการค้าขายสินค้าไม่ว่าเป็นด้านกฎหมาย การแนะนำการทำธุรกิจ ก็ทำให้เกิดความเชื่อมั่นมากขึ้น โดยปัจจุบันการค้าผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก เช่น ธุรกิจบริการ เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ เป็นต้น กว่าร้อยละ 90 เป็นการค้าระหว่างผู้ผลิตผู้ดำเนินธุรกิจ (BUSINESS) ไปสู่ผู้บริโภค (CONSUMER) หรือ B-C โดยในขณะนี้ ในขณะที่การค้าระบบ B-B ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลมากขึ้น เพื่อขยายระบบการค้า รวมทั้งการท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น

ตลาดกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Market Place) ก็เช่นกัน มีการเปิดให้บริการรูปแบบใหม่ออกมาเพื่อตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้บริการที่มากขึ้น ทำให้ผู้ให้บริการต้องพัฒนาระบบการให้บริการที่แตกต่างอยู่ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มีความหลากหลาย และดึงดูดให้มีผู้ใช้มากขึ้น และมีการกลับมาใช้บริการทุกครั้งที่ต้องการ

1. อุปสรรคของสินค้าทดแทน (The Threat of Substitute Products)

สินค้าทดแทนของการให้บริการ ตลาดกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Market Place) ที่มองเห็นอย่างชัดเจนมีหลายรูปแบบ เช่น การให้บริการแบบ Social Network Marketing การให้บริการแบบ e-Catalog รวมถึงการให้บริการเว็บไซต์ฟรีก็เช่นกัน ดังนั้น จึงทำให้อุปสรรคของสินค้าทดแทนมีอยู่ในระดับ สูง

2. อุปสรรคของผู้แข่งรายใหม่ (The Threat of The Entry of New Competitors)

การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ๆ สำหรับการให้บริการตลาดกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Market Place) นั้น สามารถทำได้ง่ายใช้เงินทุนไม่สูงมาก ทำให้เกิดผู้แข่งรายใหม่ๆ เข้ามาในตลาดเสมอ ดังนั้น อุปสรรคของการเข้ามาสู่ตลาดของผู้เล่นรายใหม่จึงค่อนข้าง สูง

3. ความรุนแรงของการแข่งขัน (The Intensity of Competitive Rivalry)

สภาพการณ์แข่งขันของการให้บริการตลาดกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Market Place) มีคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน 5 อันดับแรก ได้แก่ Weloveshopping.com Tarad.com Pramool.com Thaionlinemarket.com ThaiSecondhand.com ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตของตลาดอย่างต่อเนื่อง Tarad.com เคยครองอันดับหนึ่งมานาน หลังจากที่มีข่าวการขายกิจการให้ต่างชาติออกมา มีผลทำให้ เว็บไซต์ Weloveshopping.com ซึ่งเว็บไซต์สัญชาติไทย

ขึ้นมาครองอันดับหนึ่งแทน จากภาพรวมการแข่งขันของตลาดจึงกล่าวได้ว่า มีความรุนแรงของการแข่งขันอยู่ในระดับที่ สูง

4. อำนาจต่อรองของลูกค้า (The Bargaining Power of Customers)

ผู้ให้บริการสามารถเลือกให้บริการทดแทนได้เพื่อช่วยเสริมช่องทางการขายสินค้า และในทางเดียวกันผู้ให้บริการสามารถให้บริการในคราวเดียวกันได้หลายแหล่ง เพื่อเพิ่มช่องทางการขายสินค้าของตนเอง จึงทำให้ความต้องการของผู้ให้บริการต้องการมีจำนวนผู้ให้บริการที่มาก เพื่อเพิ่มช่องทางการซื้อขายสินค้า การเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้า และบริการหรือ Switching Brand ก็สมารถทำได้ยาก เพราะต้องการเพิ่มช่องทางการซื้อขายสินค้าของตนเอง ดังนั้นอำนาจต่อรองของลูกค้าจึงมีค่อนข้าง ต่ำ

5. อำนาจต่อรองของ Supplier (The Bargaining Power of Suppliers)

อำนาจต่อรองของ Supplier มีค่อนข้างต่ำเพราะการพัฒนาระบบการให้บริการ มีการแข่งขันที่สูง มีรูปแบบใหม่ออกมาให้เลือกใช้อยู่ตลอดเวลา ทำให้สามารถเลือกใช้ Supplier ได้ง่าย ทำให้อำนาจการต่อรองของ Supplier อยู่ในระดับที่ ต่ำ



รูปที่ 4 ผลการวิเคราะห์โดยใช้ Five Forces Model

สรุปโดยรวมของตลาดแล้วมีความรุนแรงค่อนข้างต่ำ เพราะมีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ มานำเสนอเพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าอยู่เสมอ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่เปิดบ้านดอทคอมสามารถเข้าสู่ตลาดได้โดยไม่ยากนัก หากมีแผนการตลาดที่สมบูรณ์

การวิเคราะห์กลุ่มผู้ใช้บริการ

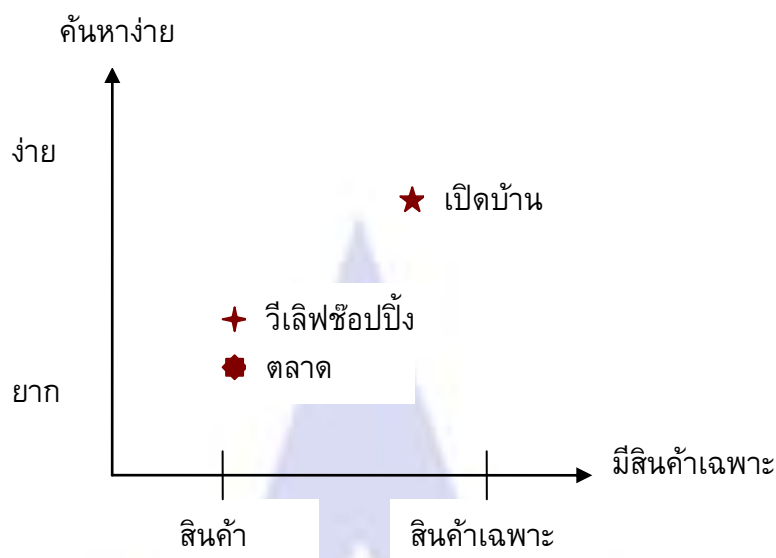
จากการเก็บข้อมูลของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตของศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย (Truehits. 2010) พบว่า จำนวนผู้ใช้งานมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี กอปรกับภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา ผู้คนนิยมหันมาซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น ทำให้เป็นโอกาสที่เว็บไซต์ เปิดบ้านดอทคอมสามารถเข้าสู่ตลาดได้

การวิเคราะห์คู่แข่ง

ในการให้บริการพื้นที่ขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ในประเทศไทยนั้น มีผู้ให้บริการที่ครองตลาด คือ วีเลฟ ช้อปปิ้ง รองลงมา คือ ตลาด และประมูล ตามลำดับ จากข้อมูลการให้บริการของเว็บไซต์ดังกล่าวเป็นการให้บริการสินค้าทุกประเภท ทำให้มีข้อมูลในระบบจัดเก็บมีเป็นจำนวนมาก เมื่อมีการเข้ามาค้นหาสินค้าจึงทำให้ผู้ซื้อสินค้าค้นหาสินค้าที่ตนเองต้องการยาก บวกกับปัจจัยอื่นๆ เช่น ความไม่มั่นใจเรื่องความปลอดภัยของการทำธุรกรรมผ่านระบบ ทำให้ลูกค้าตัดสินใจไม่ใช้บริการ สูญเสียโอกาสในการขายสินค้าเพื่อเป็นการลดปัญหาดังกล่าว เปิดบ้านดอทคอม จึงวางกลุ่มเป้าหมายที่แคบลงทำให้ปริมาณข้อมูลมีเฉพาะกลุ่ม ส่งผลให้การค้นหาสินค้าเป็นไปได้ง่าย มีโอกาสขายสินค้าได้มากขึ้น

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

เปิดบ้านดอทคอม วางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ด้านการเข้าถึงสินค้าได้ง่าย และรวดเร็ว และมีสินค้าตอบสนองเฉพาะกลุ่ม ซึ่งคู่แข่งในตลาดส่วนใหญ่เป็นการให้บริการที่หลากหลายทำให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าได้ยาก อีกทั้งการแสดงผลการทำงานของเว็บไซต์ช้าลง



รูปที่ 5 Perception Map ของเปิดบ้านดอทคอม

เมื่อเปรียบเทียบความมีสินค้าเฉพาะกลุ่ม และการเข้าถึงสินค้าง่าย เปิดบ้านดอทคอม เป็นการให้บริการที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง คือ วีเลฟซ้อปปิง และตลาด เมื่อนำมารวมกับการบริหารจัดการที่ดีจะทำให้เปิดบ้านดอทคอมสามารถเบียดเข้าสู่ตลาด และทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้ไม่ยากนัก

การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ (SWOT Analysis) ของเปิดบ้านดอทคอม

1. จุดแข็ง

1.1 องค์กรขนาดเล็กมีความคล่องตัว สามารถปรับตัวตามสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว

1.2 ผู้บริหารมีประสบการณ์อยู่ในธุรกิจมานาน

1.3 เว็บไซต์มีรูปแบบสวยงาม ใช้งานง่าย มีความปลอดภัยสูง รองรับการพัฒนาในอนาคต

1.4 พนักงานมีเทคนิค และความชำนาญพิเศษ ในการทำ e-Marketing

2. จุดอ่อน

2.1 การเปิดให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ มีการลอกเลียนแบบได้ง่าย

2.2 มีงบประมาณประชาสัมพันธ์ที่จำกัด

2.3 เว็บไซต์ใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก และมีความน่าเชื่อถือน้อย

3. โอกาส

3.1 วิฤติเศรษฐกิจหลายระลอก ทำให้ผู้บริโภคต้องประหยัดค่าใช้จ่ายหันมาจับจ่ายทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

3.2 การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ทำให้ผู้ใช้บริการหาช่องทางใหม่ในการนำเสนอสินค้าและบริการ

3.3 ปัญหาการเมืองข้าชาก ตกงาน ผู้บริโภคหาช่องทางเพิ่มรายได้ และประหยัดค่าใช้จ่าย

3.4 สังคมฐานความรู้ และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ทำให้ผู้ใช้บริการต้องใส่ใจกับการแสวงหาความรู้ และนวัตกรรม

4. อุปสรรค

4.1 เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทำให้ต้องพัฒนาความรู้ รวมทั้งวิธีการนำเสนอเพื่อก้าวล้ำหน้าคู่แข่ง

4.2 มีคู่แข่งที่แข็งแกร่งจำนวนมากในตลาดการแข่งขันทำให้ต้องมีการปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมอยู่เสมอ

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้นำในการให้บริการพื้นที่ขายสินค้า เกี่ยวกับการตกแต่งบ้าน และที่อยู่อาศัยในแบบออนไลน์ที่ดีที่สุดในประเทศ

ภารกิจ (Mission)

1. พัฒนาระบบให้ใช้งานง่าย ผู้ใช้พึงพอใจ
2. ผู้ขาย ขายสินค้าได้อย่างรวดเร็ว
3. ผู้ซื้อได้สินค้าตามที่ต้องการ ราคาเหมาะสม
4. เป็นแหล่งรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับบ้าน และที่อยู่อาศัย
5. ดำเนินธุรกิจด้วยความจริงใจกับลูกค้า

เป้าหมายทางธุรกิจ (Goal)

1. เป้าหมายระยะสั้น (ระยะเวลา 1 ปี)
 - ทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จัก พึงพอใจและทดลองนำสินค้ามาขาย
 - มีจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ 50,000 คน/ปี
 - มีจำนวนสินค้าที่นำมาขาย 1,000 รายการ
 - มียอดขาย 1.5 ล้านบาท/ปี

2. เป้าหมายระยะกลาง (ระยะเวลา 2-3 ปี)

- มีจำนวนสินค้าที่นำมาขาย 5,000 รายการ
- มียอดขาย 3 ล้านบาท/ปี

3. เป้าหมายระยะยาว 4-5 ปี

- มีจำนวนสินค้าที่นำมาขาย 10,000 รายการ
- มียอดขายพื้นที่วางสินค้า 5 ล้านบาท/ปี

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor)

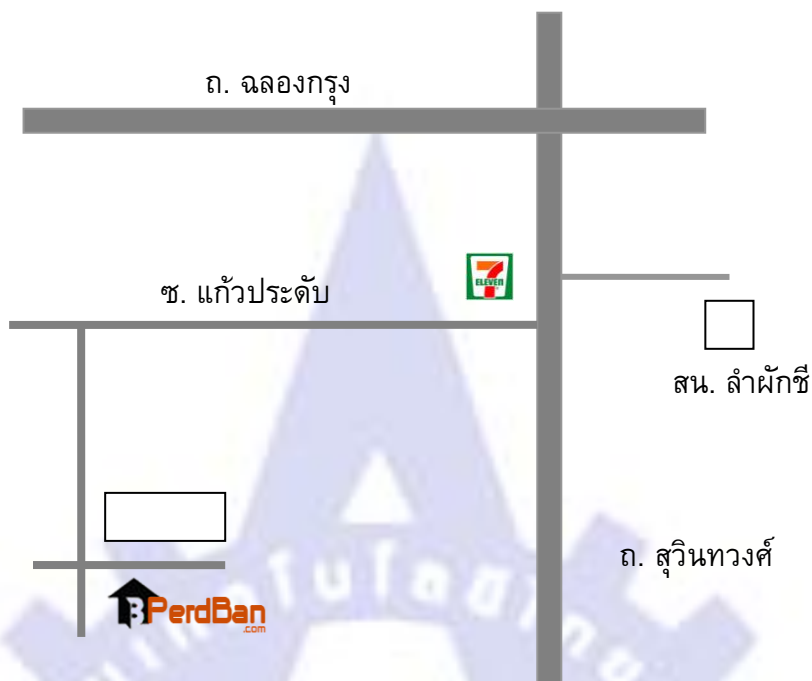
1. ระบบมีความง่ายต่อการใช้งานของผู้ใช้
2. ข้อมูลและสินค้าตรงใจกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์เพิ่มขึ้น
3. ระยะเวลาขายสินค้าสั้น
4. ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้งาน
5. ดำเนินธุรกิจด้วยความจริงใจกับลูกค้า

แผนบริหารจัดการ

1. ข้อมูลธุรกิจ

- | | |
|-----------------|---|
| - บริษัท | บริษัท เปิดบ้าน จำกัด |
| - เว็บไซต์ | เปิดบ้านดอทคอม |
| - ที่ตั้งกิจการ | 99/418 ซ. แก้วประดับ ลำผักชี หนองจอก กรุงเทพฯ |
| - โทรศัพท์ | 02-178-3127 |
| - โทรสาร | 02-178-3112 |
| - อีเมลล์ | PerdBan.com@gmail.com |

แผนที่ตั้งกิจการ

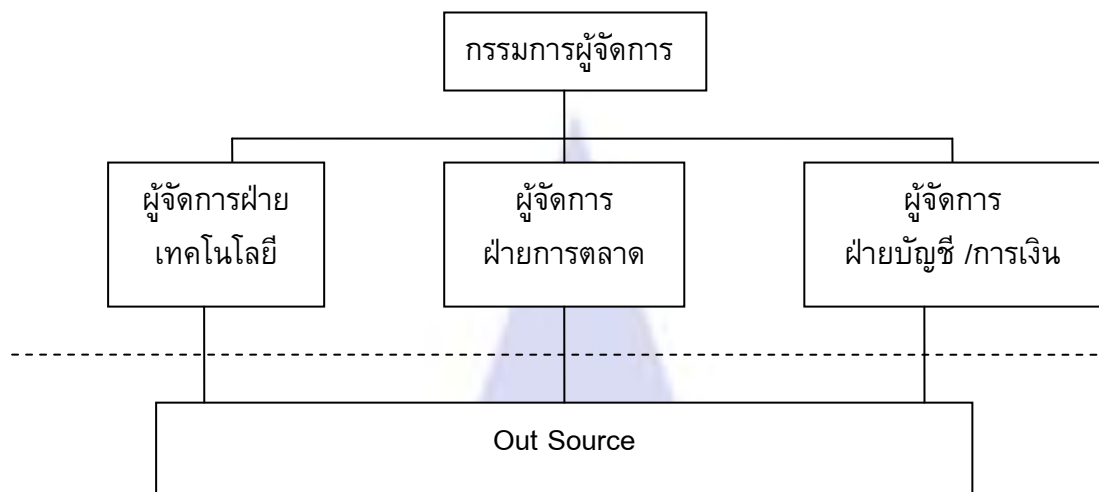


รูปที่ 6 สถานที่ตั้ง เปิดบ้านดอทคอม

2. รายนามคณะกรรมการบริหาร

- นายศรายุทธ บัวกุล กรรมการผู้จัดการ
- นายศุภชัย นกอยู่ ผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยี
- นางสาวศรุตตา ศรีจันทร์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด

3. ผังองค์กร



รูปที่ 7 ผังองค์กรของ เปิดบ้านดอทคอม

4. ประวัติคณะกรรมการบริหาร

- นายศรายุทธ บัวกุล อายุ 42 ปี

การศึกษา ปริญญาตรี สาขา เทคโนโลยีสารสนเทศอุตสาหกรรม
 ปริญญาโท สาขา การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร
 ประสบการณ์ ปี 2531-2535 บริษัท ฟรุกว่า อีเล็กทริก จำกัด
 ปี 2535-2551 บริษัท ทูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

- นายศุภชัย นกอยู่ อายุ 30 ปี

การศึกษา ปริญญาตรี สาขา เทคโนโลยีสารสนเทศอุตสาหกรรม
 ประสบการณ์ ปี 2547-2552 บริษัท โซนี่ ไทย จำกัด

- นางสาวศรุตตา ศรีจันทร์ อายุ 34 ปี

การศึกษา ปริญญาตรี สาขา การตลาด
 ประสบการณ์ ปี 2546-2550 บริษัท เพาเวอร์ดราย จำกัด

ตารางที่ 6 จำนวนบุคลากรและอัตราเงินเดือน

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน	รวมเงิน
1	บริหาร	กรรมการผู้จัดการ	1	30,000	30,000
2	ผู้จัดการ	ผู้จัดการ	2	20,000	40,000
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			3		70,000

ตารางที่ 7 รายละเอียดงาน

ลำดับ	ตำแหน่งงาน	รายละเอียดงาน
1	กรรมการผู้จัดการ	- กำหนดนโยบาย และกำหนดของธุรกิจ - วางแผนการทำงานร่วมกับผู้จัดการทุกฝ่ายในแต่ละปี - ติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย
2	ผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยี	- วางแผนงานร่วมกันทุกฝ่าย - นำแผนงานไปปฏิบัติ - ติดตาม และประเมินผลงานรายเดือน รายปี - นำเสนอเทคโนโลยีใหม่เพื่อนำมาประยุกต์ใช้
3	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	- วางแผนงานร่วมกันทุกฝ่าย - นำแผนงานไปปฏิบัติ - ติดตาม และประเมินผลงานรายเดือน รายปี - นำเสนอกิจกรรมใหม่ทางการตลาด - เพิ่มปริมาณลูกค้าและดูแลกลุ่มลูกค้า
4	ผู้จัดการฝ่ายบัญชี และการเงิน	- วางแผนงานร่วมกันทุกฝ่าย - นำแผนงานไปปฏิบัติ - ติดตาม และประเมินผลงานรายเดือน รายปี - สรุปตารางงานทางการเงิน รายเดือน รายไตรมาส รายปี - ติดตามการชำระเงินจากลูกค้า

แผนการตลาด

1. เป้าหมายทางการตลาด

เปิดบ้านดอทคอม ตั้งเป้ายอดขายไว้ดังนี้

1.1 มียอดขายรวม 1.5 ล้านบาท/ปี ในปีแรก และ 5 ล้านบาท/ปี ในปีที่ 5

1.2 มีจำนวนสินค้าที่นำมาขาย 10,000 รายการ ภายใน 5 ปี

2. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 ตราสัญลักษณ์เว็บไซต์

กลยุทธ์อย่างหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ คือ การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ ต้องสื่อให้ลูกค้าเข้าใจในผลิตภัณฑ์ รวมถึงต้องคำนึงที่จะให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย สั้น และกระชับ ดังนั้นจึงเป็นที่มาของชื่อเว็บไซต์ เปิดบ้านดอทคอม (PerdBan.com)

เปิดบ้านดอทคอม ได้ทำการออกแบบ รูปตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์ เพื่อใช้สื่อสารกับลูกค้า และให้ลูกค้าจดจำตราสินค้า และบริการได้ เพื่อใช้เป็นช่องทางสื่อสารที่ดีในอนาคต



รูปที่ 8 ตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์ เปิดบ้านดอทคอม

ตราสัญลักษณ์ของเปิดบ้านดอทคอม สื่อสารให้เข้าใจง่าย และเป็นสากล จึงใช้อักษรภาษาอังกฤษเป็นตัวสื่อสารเพื่อให้จดจำ และเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ เปิดบ้านดอทคอม จะทำการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และทำการปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อยื่นขอ Trust Mark เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้าที่ต้องการเข้ามาซื้อขายให้มากขึ้น

2.2 การให้บริการพื้นที่

พื้นที่วางสินค้า สำหรับลูกค้าที่มีความประสงค์จะขายสินค้า โดยลูกค้าต้องสมัครสมาชิกก่อนจึงสามารถใส่ข้อมูลรายละเอียดสินค้า และรูปถ่ายของสินค้าที่จะนำมาวางขายได้ พื้นที่ส่วนนี้แบ่งออกเป็นพื้นที่ให้บริการฟรี และส่วนที่ต้องเสียค่าบริการ

พื้นที่วางโฆษณาสินค้า เป็นพื้นที่สำหรับการโฆษณาสินค้า และบริการของผู้ผลิตสินค้าเกี่ยวกับบ้านที่ต้องการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าหรือกิจกรรมใหม่ๆ ขององค์กร

3. กลยุทธ์ด้านราคา

3.1 วัตถุประสงค์

3.1.1 เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

3.1.2 เพื่อให้สามารถทำกำไรได้

3.1.3 เพื่อสร้างความภักดีในผลิตภัณฑ์

3.2 การตั้งราคา

การตั้งราคาสินค้า และบริการใช้วิธีการตั้งราคาตามตลาด โดยมีรายละเอียด

ดังนี้

3.2.1 การตั้งราคาการให้บริการพื้นที่วางสินค้า แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

3.2.1.1 ส่วนบริการฟรี

มีไว้สำหรับผู้ขายสินค้าไม่เกิน 5 ชั้น ผู้ขายสินค้าเพียงสมัครสมาชิกด้วยขั้นตอนง่ายๆ จากนั้นสามารถนำข้อมูลรายละเอียดสินค้าเพิ่มเข้าสู่ระบบฟรีได้ทันที ไม่ยุ่งยาก โดยมีเงื่อนไขการจำกัดระยะเวลาในการประกาศขาย

3.2.1.2 ส่วนบริการที่ต้องเสียค่าสมาชิก

สำหรับผู้ที่มีความประสงค์ขายสินค้ามากกว่า 5 ชั้น สามารถขอใช้บริการเพิ่มได้ โดยเสียค่าสมาชิกเป็นรายเดือนในราคา 500 บาทต่อเดือน ผู้ใช้บริการสามารถเพิ่มสินค้าได้ไม่จำกัดจำนวน รูปสินค้าจะแสดงในหน้าแรกตามการสุ่ม

3.2.2 การตั้งราคาการให้บริการพื้นที่โฆษณาสินค้าจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

3.2.2.1 หน้าแรก

การติดโฆษณาสินค้าในหน้าแรก ทำให้มีโอกาสที่มองเห็นมากที่สุด ดังนั้นการตั้งราคาจึงสูงกว่าหน้าอื่น แต่เมื่อคิดเป็นเงินแล้วเป็นราคาที่ถูกลงสำหรับผู้ผลิตสินค้าที่มียอดขายหลายล้านบาท มีการวางตำแหน่งโฆษณาไว้ทั้งหมด 16 จุด โดยตั้งราคาไว้ที่จุดละ 5,000 บาท

3.2.2.2 หน้าหมวดสินค้า

หมวดสินค้าถูกแบ่งออกเป็นทั้งหมด 24 หมวด กำหนดวางจุดโฆษณาไว้ทั้งหมดหน้าละ 16 จุด โดยตั้งราคาขายจุดละ 500 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 8 การประมาณยอดขายรายปี

ลำดับ	รายการสินค้าและบริการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อเดือน (บาท/เดือน)	ประมาณการยอดขาย (พันบาท/เดือน)				
				ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1	พื้นที่วางสินค้าไม่เกิน 5 ชั้น	ไม่จำกัด	ฟรี	0	0	0	0	0
2	พื้นที่วางสินค้าเกิน 5 ชั้น	500	500	25	43	68	93	125
3	พื้นที่โฆษณาสินค้า หน้าแรก	16	5,000	16	28	44	60	72
4	พื้นที่โฆษณาสินค้า หน้าหมวดสินค้า	384	500	38	67	105	144	172
รวมเป็นเงิน				79	138	217	297	369

4. กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

4.1 วัตถุประสงค์

- เพื่อกระจายสินค้าไปสู่ผู้กลุ่มเป้าหมายให้ทั่วถึง และรวดเร็ว
- เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและบริการ

4.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย

- ขายตรงผ่านเว็บไซต์ เปิดบ้านดอทคอม เมื่อมีกลุ่มเป้าหมายเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ หากมีความประสงค์จะขอใช้บริการ สามารถสมัครได้ทันที มีขั้นตอนการสมัครที่ง่ายไม่ยุ่งยาก
- ขายผ่านตัวแทนขาย การขายผ่านตัวแทนขาย เป็นการขายที่ได้ผลที่ดี เพราะเป็นการขายระหว่างกลุ่มคนที่รู้จักกัน ผู้ที่ต้องการเป็นตัวแทนขาย สามารถสมัคร และรับ ID Link เพื่อนำไปขายได้ทันที ระบบจะทำการเก็บข้อมูลว่า ผู้ซื้อบริการเข้ามาจาก ID Link ของใคร ในแต่ละเดือนจะทำการสรุปยอดขาย และจ่ายค่าตอบแทนการขายเป็นรายเดือน

5. กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย

5.1 การตลาดออนไลน์

- ในปีแรกของการเริ่มกิจการ จะเน้นกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่าน Social Network ที่เป็นที่รู้จักของคนไทย เช่น เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไฮไฟว์ ซึ่งเป็นเน็ตเวิร์คที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะรู้จัก และใช้บริการอยู่ สามารถสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ได้ไม่ยากนัก
- ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบค้นหา หรือ ที่เรียกว่า Pay Per Click (PPC) ผ่านเว็บไซต์ที่เป็นที่รู้จัก เช่น Google Yahoo และ MSN
- นอกนี้แล้วจะทำการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์ อื่นๆ เช่น e-Mail e-Book Viral Marketing ต่างๆ รวมถึงการทำ Search Engine Optimization (SEO) ซึ่งเป็นเทคนิคที่นิยมใช้ และประหยัดค่าใช้จ่าย
- ในการส่งเสริมการขายโฆษณาในเว็บไซต์เปิดบ้านดอทคอม จะเลือกใช้ผ่านพันธมิตร ที่มีประสบการณ์ในการหาโฆษณามาลงในเว็บไซต์ ผู้ให้บริการที่เลือกใช้ คือ แอดยิม (Adyim.com) ซึ่งมีลูกค้าหมุนเวียนมาใช้บริการมาก มีค่าใช้จ่ายต่ำ ให้ผลตอบแทนสูงกว่ารายอื่น

5.2 การตลาดออฟไลน์

- ในการดำเนินงานปีแรกจะไม่มีทำการโฆษณาผ่านสื่อเหล่านี้เนื่องจากต้องใช้งบประมาณสูง จะพิจารณาใช้ในปีที่ 3 ของการดำเนินกิจการ

แผนการให้บริการ

1. สถานประกอบการ



รูปที่ 9 สำนักงาน เปิดบ้านดอทคอม

- เว็บไซต์ เปิดบ้านดอกทศอม
- ที่ตั้งกิจการ 99/418 ซ. แก้วประดับ ลำผักชี หนองจอก กรุงเทพฯ
- โทรศัพท์ 02-178-3127
- โทรสาร 02-178-3112
- อีเมลล์ PerdBan.com@gmail.com

2. ข้อมูลการรองรับบริการ

- Data Transfer 60 GB
- Disk Space 10 GB

3. อุปกรณ์และเครื่องมือในการให้บริการ

- เครื่องคอมพิวเตอร์ 2 เครื่อง
- เครื่องพิมพ์ โทรศัพท์ โทรสาร ถ่ายเอกสาร 1 เครื่อง

แผนการปฏิบัติงาน

ตารางที่ 9 แผนการปฏิบัติงานระยะสั้น

No	ขั้นตอน	เดือน											
		ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.
		53	53	53	53	53	53	54	54	54	54	54	54
1	จัดโดเมน	X											
2	จดทะเบียนการค้า	X											
3	กิจกรรมเข้าตลาด		X										
4	ทำการประชาสัมพันธ์		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
5	ส่งเสริมการขาย		X		X		X		X		X		X
6	ประเมินผลการทำงาน							X					X

ตารางที่ 10 แผนการปฏิบัติงานระยะยาว

No	ขั้นตอน	ปีที่				
		1 2553	2 2554	3 2555	4 2556	5 2557
1	จัดโดเมน	X				
2	จดทะเบียนการค้า	X				
3	วางแผนดำเนินงาน	X	X	X	X	X
4	ดำเนินงานตามแผน	X	X	X	X	X
6	ประเมินผลการดำเนินงาน	X	X	X	X	X

แผนการเงิน

1. เงินทุนหมุนเวียน โครงสร้างทางการเงิน

ตารางที่ 11 โครงสร้างการลงทุน

โครงสร้างการลงทุน (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เครื่องจักร และอุปกรณ์ในโรงงาน	50,000	0	0	0	0
ค่าตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์	10,000	0	0	0	0
เครื่องใช้ และอุปกรณ์สำนักงาน	20,000	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ	5,000	0	0	0	0
รวมการลงทุนที่เป็นสินทรัพย์ทุน	85,000	0	0	0	0
รวมเงินลงทุน	85,000	0	0	0	0
เงินทุนของกิจการ	100,000	0	0	0	0
รวมแหล่งที่มาของเงินทุน	100,000	0	0	0	0
เงินทุนรวม	185,000	0	0	0	0

การวิเคราะห์ผล

ในการลงทุน เป็นการลงทุนครั้งเดียวในปีแรก แยกเป็นเงินลงทุนในการเปิดกิจการ ปรับปรุงสำนักงาน และซื้ออุปกรณ์เป็นจำนวนเงิน 85,000 บาท ส่วนที่เหลือเป็นเงินทุนหมุนเวียนเพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ 100,000 บาท รวมเป็นเงินลงทุนรวม 185,000 บาท

2. ผลตอบแทนจากการลงทุน

ตารางที่ 12 ผลตอบแทนจากการลงทุน

ผลตอบแทนจากการลงทุน (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ					
กำไรจากการดำเนินงาน	178,268	516,844	1,009,612	1,676,380	2,356,840
หัก ภาษีเงินได้	-53,480	-155,053	-302,884	-502,914	-707,052
บวก ค่าเสื่อมราคา 30.00%	8,500	17,000	17,000	17,000	17,000
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	133,288	378,791	723,728	1,190,466	1,666,788
บวก มูลค่าธุรกิจ (ราคาขายธุรกิจ)					
รวมเงินสดรับ	133,288	378,791	723,728	1,190,466	1,666,788
เงินสดจ่าย					
ค่าใช้จ่ายลงทุน	85,000	0	0	0	0
รวมเงินสดจ่าย	85,000	0	0	0	0
กระแสเงินสดคงเหลือสุทธิ	48,288	378,791	723,728	1,190,466	1,666,788
กระแสเงินสดคงเหลือสะสม	48,288	427,078	1,150,807	2,341,273	4,008,061
เงินสด ณ มูลค่าปัจจุบัน 15.00%	48,288	329,383	547,243	782,751	952,991
เงินสด ณ มูลค่าปัจจุบันสะสม	48,288	377,671	924,914	1,707,664	2,660,656

ระยะเวลาของโครงการ (Project Period)			20 ปี	
มูลค่าธุรกิจ (ราคาขายธุรกิจ)	2	เท่าของกำไรจากการดำเนินงานปีที่ 20		4,713,680 บาท
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) : NPV		อัตราคิดลด	15%	8,564,358 บาท
อัตราผลตอบแทน (Interest Rate of Return) : IRR				193%

3. งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 13 งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	887,520	1,553,160	2,440,680	3,328,200	4,437,600
รวมรายได้	887,520	1,553,160	2,440,680	3,328,200	4,437,600
ค่าเสื่อมราคา และค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	5,000	10,000	10,000	10,000	10,000
รวมต้นทุนขาย	5,000	10,000	10,000	10,000	10,000
กำไรขั้นต้น	882,520	1,543,160	2,430,680	3,318,200	4,427,600
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	700,752	1,019,316	1,414,068	1,634,820	2,063,760
ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	3,500	7,000	7,000	7,000	7,000
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	704,252	1,026,316	1,421,068	1,641,820	2,070,760
กำไรจากการดำเนินงาน	178,268	516,844	1,009,612	1,676,380	2,356,840
กำไรก่อนหักภาษี	178,268	516,844	1,009,612	1,676,380	2,356,840
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล 30.00%	53,480	155,053	302,884	502,914	707,052
กำไรสุทธิ	124,788	361,791	706,728	1,173,466	1,649,788
งบกำไรสะสม					
กำไรสะสมต้นงวด	0	124,788	486,578	1,193,307	2,366,773
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	124,788	361,791	706,728	1,173,466	1,649,788
กำไรสะสมปลายงวด	124,788	486,578	1,193,307	2,366,773	4,016,561
กำไรขั้นต้น / ยอดขาย					
กำไรขั้นต้น / ยอดขาย	99%	99%	100%	100%	100%
กำไรจากการดำเนินงาน/ยอดขาย	0	0	0	1	1
กำไรสุทธิ/ยอดขาย	14%	23%	29%	35%	37%

การวิเคราะห์ผล

ในการดำเนินงานสามารถทำกำไรได้ตั้งแต่ปีแรก อยู่ที่ 0.12 ล้านบาท และ 1.64 ล้านบาท ในปี ที่ 5 และสามารถทำกำไรสะสมได้อย่างต่อเนื่อง ในปี ที่ 5 จะมีกำไรสะสมอยู่ที่ 4.01 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิต่อยอดขายสูงถึง 37 เปอร์เซ็นต์

4. งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 14 งบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ					
กำไรจากการดำเนินงาน	178,268	516,844	1,009,612	1,676,380	2,356,840
หัก ภาษีเงินได้	-53,480	-155,053	-302,884	-502,914	-707,052
บวก ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	8,500	17,000	17,000	17,000	17,000
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	133,288	378,791	723,728	1,190,466	1,666,788
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน	100,000	0	0	0	0
รวมเงินสดรับ	233,288	378,791	723,728	1,190,466	1,666,788
เงินสดจ่าย					
ค่าใช้จ่ายลงทุน	85,000	0	0	0	0
รวมเงินสดจ่าย	85,000	0	0	0	0
เงินสดคงเหลือก่อนชำระหนี้	148,288	378,791	723,728	1,190,466	1,666,788
เงินสดเปลี่ยนแปลงสุทธิ	148,288	378,791	723,728	1,190,466	1,666,788
เงินสดต้นงวด	0	148,288	527,078	1,250,807	2,441,273
เงินสดปลายงวด	148,288	527,078	1,250,807	2,441,273	4,108,061

การวิเคราะห์ผล

ในการดำเนินงานมีกระแสเงินเหลือปลายเงินเพิ่มขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ในปี ที่ 5 เงินสดปลายงวดสูงถึง 4.01 ล้านบาท สามารถพิจารณานำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ด้านอื่นๆ ได้

5. งบดุล

ตารางที่ 15 งบดุล

งบดุล (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	148,288	527,078	1,250,807	2,441,273	4,108,061
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	148,288	527,078	1,250,807	2,441,273	4,108,061
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิ	72,000	56,000	40,000	24,000	8,000
ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการสุทธิ	4,500	3,500	2,500	1,500	500
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	76,500	59,500	42,500	25,500	8,500
รวมสินทรัพย์	224,788	586,578	1,293,307	2,466,773	4,116,561
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
รวมหนี้สินหมุนเวียน	0	0	0	0	0
รวมหนี้สินระยะยาว	0	0	0	0	0
รวมหนี้สิน	0	0	0	0	0
เงินลงทุน	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
กำไรสะสม	124,788	486,578	1,193,307	2,366,773	4,016,561
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	224,788	586,578	1,293,307	2,466,773	4,116,561
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	224,788	586,578	1,293,307	2,466,773	4,116,561

การวิเคราะห์ผล

ในการลงทุนครั้งนี้ ไม่มีการกู้เงินจากแหล่งเงินทุน ทำให้หนี้สินเป็นศูนย์ ส่วนของสินทรัพย์มีมูลค่ามากขึ้นแบบก้าวกระโดด จากปีที่ 1 มีมูลค่าอยู่ที่ 0.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้นในปีที่ 5 เป็น 4.11 ล้านบาท

6. อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 16 อัตราส่วนทางการเงิน

	อัตราส่วนทางการเงิน	หน่วย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1	อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratios)						
	1.1 อัตราส่วนหมุนเวียน (Current Ratio)	เท่า	-	-	-	-	-
	1.2 อัตราส่วนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio)	เท่า	-	-	-	-	-
	1.3 อัตราส่วนเงินสด (Cash Ratio)	เท่า	-	-	-	-	-
2	อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (Leverage Ratios)						
	2.1 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio)	เท่า	-	-	-	-	-
	2.2 หนี้สินต่อสินทรัพย์รวม (Debt to Total Assets Ratio)	เท่า	-	-	-	-	-
	2.3 ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage)	เท่า	-	-	-	-	-
3	อัตราส่วนความสามารถในการดำเนินงาน (Efficiency Ratios)						
	3.1 อัตราหมุนเวียนลูกหนี้ (Accounts Receivable Turnover)	รอบ	-	-	-	-	-
	3.2 อัตราหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover)	รอบ	-	-	-	-	-
	3.3 อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์รวม (Total Asset Turnover)	เท่า	3.10	2.04	1.57	1.16	0.89
4	อัตราส่วนความสามารถในการหากำไร (Profitability Ratios)						
	4.1 อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	%	99.48	99.40	99.62	99.72	99.77
	4.2 อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operation Profit Margin)	%	31.10	43.56	46.45	56.70	60.41
	4.3 อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)	%	21.77	30.50	32.52	39.69	42.28
	4.4 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)	%	67.47	62.32	51.08	45.95	37.81
	4.5 อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	%	67.47	62.32	51.08	45.95	37.81

วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

- สภาพคล่องทางการเงิน และความสามารถในการชำระหนี้ ในข้อที่ 1 และ 2 ไม่สามารถแสดงได้ เนื่องจากในการดำเนินกิจการไม่มีหนี้สินที่เกิดจากการกู้ยืมเงินจากแหล่งเงินทุน
- อัตราหมุนเวียนลูกหนี้ ในข้อ 3 ไม่สามารถคำนวณได้เช่นกัน เนื่องจากไม่มีลูกหนี้ และในส่วนของสินค้างคลังไม่สามารถแสดงได้เช่นกัน เนื่องจากเป็นธุรกิจให้บริการ
- เมื่อพิจารณาถึงความสามารถในการทำกำไรจากการดำเนินกิจการมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่ากิจการสามารถดำเนินต่อไปได้ในอนาคต

7. ข้อสมมติทางการเงิน

ตารางที่ 17 ข้อสมมติฐานทางการเงิน

ข้อสมมติฐานทางการเงิน (บาท)		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้						
รายได้จากการขายและบริการ	บาท	887,520	1,553,160	2,440,680	3,328,200	4,437,600
อัตรารายขายตัว	%	0.00%	75.00%	57.14%	36.36%	33.33%
รายได้อื่น	บาท	0	0	0	0	0
อัตรารายขายตัว	%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
รวมรายได้	บาท	887,520	1,553,160	2,440,680	3,328,200	4,437,600
ต้นทุนขายและบริการ						
ต้นทุนขายและบริการ / รายได้	%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
รวมต้นทุนขายและบริการ	บาท	0	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร						
จำนวนเงินค่าใช้จ่าย	บาท					
เงินเดือนและค่าสวัสดิการ		360,000	600,000	840,000	960,000	1,200,000
ค่าเช่า		60,000	60,000	72,000	72,000	84,000
ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า และโทรศัพท์		24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าวัสดุสำนักงาน		36,000	36,000	48,000	48,000	60,000
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง		12,000	12,000	18,000	18,000	24,000
ค่าซ่อมแซมและค่าอะไหล่		24,000	24,000	36,000	36,000	48,000
ค่าเชื้อเพลิง ค่าพาหนะ และค่าเดินทาง		36,000	36,000	48,000	48,000	60,000
ค่าคอมมิชชั่น		88,752	155,316	244,068	332,820	443,760
ค่าส่งเสริมการขายและ โฆษณา		60,000	72,000	84,000	96,000	120,000
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		700,752	1,019,316	1,414,068	1,634,820	2,063,760
สัดส่วนค่าใช้จ่าย / รายได้	%	78.96%	65.63%	57.94%	49.12%	46.51%

ตารางที่ 17 ข้อสมมติฐานทางการเงิน (ต่อ)

สัดส่วนค่าใช้จ่าย / รายได้	%				
เงินเดือนและค่าสวัสดิการ	40.56%	38.63%	34.42%	28.84%	27.04%
ค่าเช่า	6.76%	3.86%	2.95%	2.16%	1.89%
ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า และโทรศัพท์	2.70%	1.55%	0.98%	0.72%	0.54%
ค่าวัสดุสำนักงาน	4.06%	2.32%	1.97%	1.44%	1.35%
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	1.35%	0.77%	0.74%	0.54%	0.54%
ค่าซ่อมแซมและค่าอะไหล่	2.70%	1.55%	1.47%	1.08%	1.08%
ค่าเชื้อเพลิง ค่าพาหนะ และค่าเดินทาง	4.06%	2.32%	1.97%	1.44%	1.35%
ค่าคอมมิชชั่น	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
ค่าส่งเสริมการขายและ โฆษณา	6.76%	4.64%	3.44%	2.88%	2.70%
รวม	78.96%	65.63%	57.94%	49.12%	46.51%
อัตราการขยายตัว	%				
เงินเดือนและค่าสวัสดิการ	0.00%	66.67%	40.00%	14.29%	25.00%
ค่าเช่า	0.00%	0.00%	20.00%	0.00%	16.67%
ค่าวัสดุสำนักงาน	0.00%	0.00%	33.33%	0.00%	25.00%
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	0.00%	0.00%	50.00%	0.00%	33.33%
ค่าซ่อมแซมและค่าอะไหล่	0.00%	0.00%	50.00%	0.00%	33.33%
ค่าเชื้อเพลิง ค่าพาหนะ และค่าเดินทาง	0.00%	0.00%	33.33%	0.00%	25.00%
ค่าคอมมิชชั่น	0.00%	75.00%	57.14%	36.36%	33.33%
ค่าส่งเสริมการขายและ โฆษณา	0.00%	20.00%	16.67%	14.29%	25.00%
การลงทุน	บาท				
ลงทุนในส่วนการผลิต					
เครื่องจักรและอุปกรณ์ในโรงงาน	50,000	0	0	0	0
รวมลงทุนในส่วนการผลิต	50,000	0	0	0	0
ลงทุนในส่วนการขายและบริหาร					
ค่าตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์	10,000	0	0	0	0
เครื่องใช้และอุปกรณ์สำนักงาน	20,000	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ	5,000	0	0	0	0
รวมลงทุนในส่วนการขายและบริหาร	35,000	0	0	0	0
รวมการลงทุนทั้งหมด	บาท 85,000	0	0	0	0
เงินทุนหมุนเวียน					
ลูกหนี้การค้า	360				
รายได้จากการขายและบริการต่อวัน	2,465	4,314	6,780	9,245	12,327
รวมลูกหนี้การค้า	บาท 0	0	0	0	0

ตารางที่ 17 ข้อสมมติฐานทางการเงิน (ต่อ)

สินค้ำคงเหลือ						
วัตถุดิบ	360					
รายได้จากการขายและบริการต่อวัน		2,465	4,314	6,780	9,245	12,327
รวมสต็อกวัตถุดิบ	บาท	0	0	0	0	0
สินค้าสำเร็จรูป						
รายได้จากการขายและบริการต่อวัน		2,465	4,314	6,780	9,245	12,327
รวมสินค้ำคงเหลือ	บาท	0	0	0	0	0
เจ้าหนี้การค้า						
วัตถุดิบและชิ้นส่วน	360					
รายได้การขายและบริการ/วัน	บาท	2,465	4,314	6,780	9,245	12,327
สัดส่วนต้นทุนวัตถุดิบ / รายได้	%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
ต้นทุนวัตถุดิบต่อวัน	บาท	0	0	0	0	0
การได้เครดิต / ต้นทุนวัตถุดิบ	%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
ระยะเวลาได้เครดิต	วัน	0	0	0	0	0
รวมเจ้าหนี้การค้าค่าวัตถุดิบ	บาท	-	-	-	-	-
สินค้า	360					
รายได้การขายและบริการ/วัน	บาท	2,465	4,314	6,780	9,245	12,327
สัดส่วนต้นทุนขาย / รายได้	%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
ต้นทุนขายต่อวัน	บาท	0	0	0	0	0
การได้เครดิต / ต้นทุนสินค้า	%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
ระยะเวลาได้เครดิต	วัน	0	0	0	0	0
รวมเจ้าหนี้การค้าค่าสินค้า	บาท	0	0	0	0	0
เงินกู้ยืมและทุน						
เงินกู้ระยะสั้น						
ยอดหนี้ปลายงวด	บาท	0	0	0	0	0
เงินกู้ระยะยาว						
ไม่มี						
เงินลงทุน						
ทุนต้นงวด		0	100,000	100,000	100,000	100,000
บวก เพิ่มทุน (ลดทุน)		100,000	0	0	0	0
ทุนปลายงวด		100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ค่าใช้จ่ายที่เป็นสินทรัพย์ทุน						
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์						
ที่ดินที่ตั้งโรงงาน	บาท					
อาคารโรงงาน	บาท					

ตารางที่ 17 ข้อสมมติฐานทางการเงิน (ต่อ)

เครื่องจักรและอุปกรณ์ในโรงงาน	บาท					
ต้นงวด		0	50,000	50,000	50,000	50,000
เพิ่มขึ้น		50,000	0	0	0	0
ปลายงวด		50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
ที่ดินที่ตั้งสำนักงาน / ร้านค้า	บาท					
อาคารสำนักงาน / ร้านค้า	บาท					
ค่าตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์	บาท					
ต้นงวด		0	10,000	10,000	10,000	10,000
เพิ่มขึ้น		10,000	0	0	0	0
ปลายงวด		10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
เครื่องใช้และอุปกรณ์สำนักงาน	บาท					
ต้นงวด		0	20,000	20,000	20,000	20,000
เพิ่มขึ้น		20,000	0	0	0	0
ปลายงวด		20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
รวมที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	บาท	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน						
ค่าสัมปทานหรือสิทธิการเช่า	บาท					
ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ	บาท					
ต้นงวด		0	5,000	5,000	5,000	5,000
เพิ่มขึ้น		5,000	0	0	0	0
ปลายงวด		5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
รวมค่าใช้จ่ายที่เป็นสินทรัพย์ทุน		85,000	85,000	85,000	85,000	85,000
ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย						
ค่าเสื่อมราคาของการผลิต	บาท					
ที่ดินที่ตั้งโรงงาน	0.00%	0	0	0	0	0
ค่าเสื่อมราคารวม		0	0	0	0	0
อาคารโรงงาน	5.00%	0	0	0	0	0
ค่าเสื่อมราคารวม		0	0	0	0	0
เครื่องจักรและอุปกรณ์ในโรงงาน	20.0%	50,000	0	0	0	0
		5,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ค่าเสื่อมราคารวม	บาท	5,000	10,000	10,000	10,000	10,000
รวมค่าเสื่อมราคาของการผลิต	บาท	5,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่ายในส่วนของขายและบริหาร						
ที่ดินที่ตั้งสำนักงาน / ร้านค้า	0.00%	0	0	0	0	0
ค่าเสื่อมราคารวม	บาท	0	0	0	0	0

ตารางที่ 17 ข้อสมมติฐานทางการเงิน (ต่อ)

อาคารสำนักงาน / ร้านค้า	5.00%	0	0	0	0	0
ค่าเสื่อมราคารวม	บาท	0	0	0	0	0
ค่าตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์	20.0%	10,000	0	0	0	0
		1,000	2,000	2,000	2,000	2,000
ค่าเสื่อมราคารวม	บาท	1,000	2,000	2,000	2,000	2,000
เครื่องใช้และอุปกรณ์สำนักงาน	20.0%	20,000	0	0	0	0
		2,000	4,000	4,000	4,000	4,000
ค่าเสื่อมราคารวม	บาท	2,000	4,000	4,000	4,000	4,000
ยานพาหนะ	20.0%	0	0	0	0	0
ค่าเสื่อมราคารวม	บาท	0	0	0	0	0
ค่าสัมปทานหรือสิทธิการเช่า	20.0%	0	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายตัดจ่ายรวม	บาท	0	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ	20.0%	5,000	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายตัดจ่ายรวม	บาท	500	1,000	1,000	1,000	1,000
รวมค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่ายของการขายและบริหาร	บาท	3,500	7,000	7,000	7,000	7,000
รวมค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย		8,500	17,000	17,000	17,000	17,000
ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่ายสะสม						
ค่าเสื่อมราคาสะสม ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์						
ที่ดินที่ตั้งโรงงาน	บาท					
อาคารโรงงาน	บาท					
เครื่องจักรและอุปกรณ์ในโรงงาน	บาท					
ต้นงวด		0	5,000	15,000	25,000	35,000
เพิ่มขึ้น		5,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ปลายงวด		5,000	15,000	25,000	35,000	45,000
ที่ดินที่ตั้งสำนักงาน / ร้านค้า	บาท					
อาคารสำนักงาน / ร้านค้า	บาท					
ค่าตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์	บาท					
ต้นงวด		0	1,000	3,000	5,000	7,000
เพิ่มขึ้น		1,000	2,000	2,000	2,000	2,000
ปลายงวด		1,000	3,000	5,000	7,000	9,000
เครื่องใช้และอุปกรณ์สำนักงาน	บาท					
ต้นงวด		0	2,000	6,000	10,000	14,000
เพิ่มขึ้น		2,000	4,000	4,000	4,000	4,000
ปลายงวด		2,000	6,000	10,000	14,000	18,000

ตารางที่ 17 ข้อสมมติฐานทางการเงิน (ต่อ)

ยานพาหนะ	บาท					
รวมค่าเสื่อมราคาสะสม	บาท	8,000	24,000	40,000	56,000	72,000
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์						
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน						
ค่าสัมปทานหรือสิทธิการเช่า	บาท					
ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ	บาท					
ต้นงวด		0	500	1,500	2,500	3,500
เพิ่มขึ้น		500	1,000	1,000	1,000	1,000
ปลายงวด		500	1,500	2,500	3,500	4,500
รวมค่าใช้จ่ายตัดจ่ายสะสม	บาท	500	1,500	2,500	3,500	4,500
รวมค่าเสื่อมราคาสะสม	บาท	8,500	25,500	42,500	59,500	76,500
และค่าใช้จ่ายตัดจ่ายสะสม						
ค่าใช้จ่ายที่เป็นสินทรัพย์ทุนสุทธิ						
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สุทธิ						
ที่ดินที่ตั้งโรงงาน	บาท					
อาคารโรงงาน	บาท					
เครื่องจักรและอุปกรณ์ในโรงงาน	บาท					
ต้นงวด		50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		5,000	15,000	25,000	35,000	45,000
ปลายงวด		45,000	35,000	25,000	15,000	5,000
ค่าใช้จ่ายที่เป็นสินทรัพย์ทุนสุทธิ						
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สุทธิ						
ที่ดินที่ตั้งสำนักงาน / ร้านค้า	บาท					
อาคารสำนักงาน / ร้านค้า	บาท					
ค่าตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์	บาท					
ต้นงวด		10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		1,000	3,000	5,000	7,000	9,000
ปลายงวด		9,000	7,000	5,000	3,000	1,000
เครื่องใช้และอุปกรณ์สำนักงาน	บาท					
ต้นงวด		20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		2,000	6,000	10,000	14,000	18,000
ปลายงวด		18,000	14,000	10,000	6,000	2,000
ยานพาหนะ	บาท					
รวมที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ สุทธิ		72,000	56,000	40,000	24,000	8,000

ตารางที่ 17 ข้อสมมติฐานทางการเงิน (ต่อ)

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ	บาท					
ค่าสัมปทานหรือสิทธิการเช่าสุทธิ						
ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการสุทธิ						
ต้นงวด		5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		500	1,500	2,500	3,500	4,500
ปลายงวด		4,500	3,500	2,500	1,500	500
รวมสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ	บาท	4,500	3,500	2,500	1,500	500
รวมค่าใช้จ่ายที่เป็นสินทรัพย์ทุนสุทธิ		76,500	59,500	42,500	25,500	8,500

การวิเคราะห์ความไวทางธุรกิจ (Sensitivity Analysis)

ตารางที่ 18 การถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยของกำไรสะสม

สมมติฐาน	น้ำหนัก		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กรณีปกติ	0.75	กำไรสะสม	124,788	468,578	1,193,307	2,366,773	4,016,561
		ค่าถ่วงน้ำหนัก	93,591	351,434	894,980	1,775,080	3,012,421
กรณีที่ดีที่สุด	0.15	กำไรสะสม	2,609,844	4,990,742	7,095,315	9,045,361	10,695,149
		ค่าถ่วงน้ำหนัก	391,477	748,611	1,064,297	1,356,804	1,604,272
กรณีที่แย่ที่สุด	0.1	กำไรสะสม	-602,500	-1,261,500	-1,968,500	-2,687,500	-3,484,500
		ค่าถ่วงน้ำหนัก	-60,250	-126,150	-196,850	-268,750	-348,450
น้ำหนักรวม	1	กำไรสะสม	424,818	973,895	1,762,428	2,863,134	4,268,243
		ค่าถ่วงน้ำหนัก	124,788	468,578	1,193,307	2,366,773	4,016,561

การวิเคราะห์ผล

ในกรณีปกติมีโอกาสเกิดขึ้นได้ประมาณ 75 เปอร์เซ็นต์ ในกรณีที่ดียุติสุดมีโอกาสเกิดขึ้นได้ประมาณ 15 เปอร์เซ็นต์ และในกรณีที่แย่ที่สุดมีโอกาสเกิดขึ้นได้ประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ เมื่อนำค่าที่ได้มาทำการถ่วงน้ำหนักจะได้หลังจากการถ่วงน้ำหนักแล้ว คือ กำไรสะสมค่าเฉลี่ยในปีที่ 1 เท่ากับ 0.4 ล้านบาท ปีที่ 2 เท่ากับ 0.97 ล้านบาท ปีที่ 3 เท่ากับ 1.7 ล้านบาท ปีที่ 4 เท่ากับ 2.8 ล้านบาท และในปีที่ 5 เท่ากับ 4.2 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งเป็นมูลค่าที่น่าสนใจลงทุนเมื่อเปรียบเทียบการเงินลงทุนที่ไม่มากนัก

แผนฉุกเฉิน

หลังจากที่ดำเนินงานกิจกรรมตามแผนการตลาดที่กำหนดไว้แล้ว ถ้าการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ เปิดบ้านดอทคอม เตรียมแผนฉุกเฉินเพื่อรองรับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นเพื่อจะสามารถแก้ไข และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างทันท่วงที่ซึ่งแผนฉุกเฉินมีดังนี้

1. กรณีมีผู้ให้ความสนใจน้อย

การดำเนินงาน

- พิจารณาเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ใหม่
- เปิดให้ใช้บริการฟรีโดยไม่จำกัดจำนวนเป็นระยะเวลา 1 ปี
- พิจารณาปรับปรุงกลยุทธ์การทำการตลาดใหม่

2. กรณีมีผู้ให้ความสนใจมาก

การดำเนินงาน

- เพิ่ม Disk Space และ Data Transfer
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด

3. กรณีฉุกเฉินร้ายแรงที่ไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

การดำเนินงาน

- พิจารณาเปลี่ยนชื่อเว็บไซต์ใหม่และสร้างเว็บขึ้นมาเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่ยังมีความภักดี
- พิจารณาทบทวนกลุ่มเป้าหมายใหม่ และสร้างเว็บไซต์เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยใช้ข้อมูลใหม่ที่มีความเชื่อถือมากยิ่งขึ้น
- พิจารณาทบทวนกลยุทธ์ที่นำมาใช้เหมาะสมหรือไม่

ข้อเสนอแนะ

ในอีก 5 ปีข้างหน้า คาดว่าจะมีผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์เป็นจำนวนมาก การแข่งขันจะมีความรุนแรงขึ้น ดังนั้นควรพิจารณาเรื่อง การทำ CRM ควบคู่กับการให้บริการไปด้วย เพื่อรักษาลูกค้าเก่าไม่ให้หนีไปใช้บริการของคู่แข่ง

บทที่ 4

บทสรุป

ภาพรวมของธุรกิจ

จากสภาวะเศรษฐกิจและวิธีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยี ในปัจจุบันทำให้คนไทยมีแนวโน้มนิยมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจการให้บริการซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว จากแนวโน้มดังกล่าว อย่างไรก็ตาม สภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวในช่วงปี 2552 ทำให้คนไทยเพิ่มความระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอย ต้องการลดรายจ่าย และสร้างรายได้เพิ่ม ซึ่งอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหนึ่งที่มีความนิยม มีผู้ที่ต้องการนำสินค้ามาขาย ผู้ซื้อก็นิยมมาซื้อสินค้ามากขึ้น เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่จะราคาถูกกว่าท้องตลาด และสามารถค้นหาข้อมูลได้ง่ายกว่า ประหยัดทั้งเงิน และเวลา ได้สินค้าตรงตามความต้องการ

จากการนำกำไรสะสมมาทำการถ่วงน้ำหนัก ผลที่ได้หลังจากการถ่วงน้ำหนักแล้ว คือ กำไรสะสมค่าเฉลี่ยในปีที่ 1 เท่ากับ 0.4 ล้านบาท ปีที่ 2 เท่ากับ 0.97 ล้านบาท ปีที่ 3 เท่ากับ 1.7 ล้านบาท ปีที่ 4 เท่ากับ 2.8 ล้านบาท และในปีที่ 5 เท่ากับ 4.2 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งเป็นมูลค่าที่น่าสนใจลงทุนเมื่อเปรียบเทียบการเงินลงทุน 185,000 บาท ซึ่งเป็นเงินลงทุนที่ไม่มากนัก

โอกาสทางการตลาด

พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว จำนวนการใช้งานอินเทอร์เน็ตมีตัวเลขมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ประชากรเมืองส่วนใหญ่เข้าถึงอินเทอร์เน็ต สินค้าเกี่ยวกับบ้านเป็นกลุ่มสินค้าที่มียอดการซื้อขายสูงอยู่อันดับต้นๆ

จากโอกาสดังกล่าวจึงเลือกการให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มคนที่ให้ความสนใจสินค้าเกี่ยวกับบ้าน ที่อยู่อาศัย ของเก่า และของสะสมต่างๆ โดยใช้ชื่อเว็บไซต์ว่า เปิดบ้านดอทคอม (PerdBan.com)

อีกทั้งมีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้รองรับกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่กลุ่มคนวัยทำงานที่มีบ้านเป็นของตนเอง เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมีมูลค่าของตลาดอยู่ในเกณฑ์สูง และยังมีโอกาสใช้บริการเป็นเวลายาวนาน

รูปแบบการบริการ

การให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้เว็บไซต์ชื่อ เปิดบ้านดอทคอม ซึ่งเป็นชื่อที่จดจำได้ง่าย ให้บริการเน้นกลุ่มลูกค้าที่สนใจเรื่องเกี่ยวกับบ้าน และสามารถนำสินค้าของ

ตนเองในบ้านมาขายได้ฟรี ทำให้สะดวกในการขาย กำหนดราคาได้เอง สามารถขายได้ในราคาสูง ตามคุณภาพของสินค้า ส่วนผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าเกี่ยวกับบ้าน ก็สามารถเข้ามาเลือกซื้อได้ตามความต้องการ สามารถติดต่อผู้ขายได้โดยตรง ทำให้ได้สินค้าคุณภาพ และราคาตามความต้องการ

การให้บริการอีกส่วนหนึ่ง คือ การให้ผู้ผลิตสินค้าที่เกี่ยวกับบ้าน ใช้พื้นที่เพื่อเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์สินค้า หรือบริการของตนเองในราคาเหมาะสม

เป้าหมาย

เปิดบ้านดอทคอม กำหนดเป้าหมายการขายพื้นที่การให้บริการ และพื้นที่โฆษณาสินค้าที่รายได้ 1.5 ล้านบาท สำหรับปีแรก และ 3 ล้านบาท ในปี 2 และ 5 ล้านบาท ในปี 4 นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายระยะยาวที่จะเป็นหนึ่งในใจ (Top of Mind) ของลูกค้าเมื่อนึกถึงสินค้าเกี่ยวกับบ้าน และที่อยู่อาศัยอย่างแท้จริง ซึ่งไว้ใจได้ทั้งในด้านคุณภาพการให้บริการ และคุณภาพสินค้าตามราคาที่ลูกค้าพึงพอใจ

กลยุทธ์

ในปีแรกเปิดบ้านดอทคอม มุ่งเจาะตลาดผ่านสื่อออนไลน์ผ่านระบบค้นหา โดยเน้นการให้บริการใช้พื้นที่ฟรี เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการในเว็บไซต์ และทำให้จดจำชื่อเว็บไซต์ได้

นอกจากนี้ จะทำการเพิ่มช่องทางสื่อสารทางการตลาดผ่านเว็บไซต์ที่รับบริการโฆษณาไปยังเว็บไซต์เป้าหมาย โดยเลือกกลุ่มเว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับบ้าน และที่อยู่อาศัยเป็นหลัก

การลงทุน

เปิดบ้านดอทคอม เป็นการลงทุนที่ไม่สูงมากนัก จึงเป็นการลงทุนด้วยทุนส่วนตัวเป็นเงินทั้งสิ้น 185,000 บาท จากการศึกษาวิเคราะห์ค่าตัวแปรต่างๆ โดยละเอียด สรุปได้ว่าเป็นธุรกิจที่น่าลงทุนอีกธุรกิจหนึ่ง

ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ

ภายใต้สถานการณ์ปกติ เปิดบ้านดอทคอม จะมีระยะเวลาคืนทุนภายใน 1 ปี 2 เดือน ภายใต้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ที่ระดับ 193%

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- ประกาศราชกิจจานุเบกษา. (2550). พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550. สืบค้นเมื่อ 4 พฤษภาคม 2553, จาก www.lib.su.ac.th/ComputerLaw50.pdf
- รังสรรค์ เลิศในสัตย์. (2549). การตลาดเชิงกลยุทธ์ เพื่อความสำเร็จ สำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพฯ : บริษัท พิมพ์ดีการพิมพ์ จำกัด.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2550). ธุรกิจส่วนตัว คุณเองก็ทำได้ง่ายนิดเดียว. กรุงเทพฯ : บริษัท ออฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด.
- ศรีศักดิ์ จามรمان. (2552). ปี พ.ศ. 2553 คาดว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในสหรัฐอเมริกาจะมีมูลค่า 5.9 ล้านล้านบาท. สืบค้นเมื่อ 4 พฤษภาคม 2553, จาก http://www.telecomjournal.net/index.php?option=com_content&task=view&id=2818&Itemid=39
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). **Service Marketing**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท พี ซี พรินท์เทค จำกัด.
- สุธี พนาวร. (2551). แผนธุรกิจสำหรับมือใหม่หัดเขียน. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : บริษัท เอส.พี.เอ็น. จำกัด.
- Internet World Stats. (2010). **Asia Marketing Research, Internet Usage, Population Statistics and Facebook Information**. Retrieved May 4, 2010, from <http://www.internetworldstats.com/asia.htm#th>
- Truehits. (2010). **Daily Thailand Visitor**. Retrieved May 4, 2010, from <http://truehits.net/faq/visitor.php>

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก.

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550





พระราชบัญญัติ

ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

พ.ศ. ๒๕๕๐

ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๐ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๐

เป็นปีที่ ๖๒ ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของ
สภานิติบัญญัติแห่งชาติ ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับ
คอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐”

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดสามสิบวันนับแต่วันประกาศ
ในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา ๓ ในพระราชบัญญัตินี้

“ระบบคอมพิวเตอร์” หมายความว่า อุปกรณ์หรือชุดอุปกรณ์ของคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมการทำงาน
เข้าด้วยกัน โดยได้มีการกำหนดคำสั่ง ชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใด และแนวทางปฏิบัติงานให้อุปกรณ์
หรือชุดอุปกรณ์ทำหน้าที่ประมวลผลข้อมูลโดยอัตโนมัติ

“ข้อมูลคอมพิวเตอร์” หมายความว่า ข้อมูล ข้อความ คำสั่ง ชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใดบรรดาที่อยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ในสภาพที่ระบบคอมพิวเตอร์อาจประมวลผลได้ และให้หมายความรวมถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ตามกฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้วย

“ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์” หมายความว่า ข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารของระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งแสดงถึงแหล่งกำเนิด ต้นทาง ปลายทาง เส้นทาง เวลา วันที่ ปริมาณ ระยะเวลา ชนิดของบริการ หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารของระบบคอมพิวเตอร์นั้น

“ผู้ให้บริการ” หมายความว่า

(๑) ผู้ให้บริการแก่บุคคลอื่นในการเข้าสู่อินเทอร์เน็ต หรือให้สามารถติดต่อถึงกันโดยประการอื่น โดยผ่านทางระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการในนามของตนเอง หรือในนามหรือเพื่อประโยชน์ของบุคคลอื่น

(๒) ผู้ให้บริการเก็บรักษาข้อมูลคอมพิวเตอร์เพื่อประโยชน์ของบุคคลอื่น

“ผู้ใช้บริการ” หมายความว่า ผู้ใช้บริการของผู้ให้บริการไม่ว่าต้องเสียค่าใช้บริการหรือไม่ก็ตาม

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๔ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจออกกฎกระทรวงเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

กฎกระทรวงนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

หมวด ๑

ความคิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

มาตรา ๕ ผู้ใดเข้าถึงโดยมิชอบซึ่งระบบคอมพิวเตอร์ที่มีมาตรการป้องกันการเข้าถึงโดยเฉพาะและมาตรการนั้นมิได้มีไว้สำหรับตน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๖ ผู้ใดล่วงรู้มาตรการป้องกันการเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ที่ผู้อื่นจัดทำขึ้นเป็นการเฉพาะ ถ้านำมาตรการดังกล่าวไปเปิดเผยโดยมิชอบในประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ผู้อื่น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๗ ผู้ใดเข้าถึงโดยมิชอบซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มีมาตรการป้องกันการเข้าถึงโดยเฉพาะ และมาตรการนั้นมิได้มีไว้สำหรับตน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปีหรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๘ ผู้ใดกระทำความผิดด้วยประการใดโดยมิชอบด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อดักจับไว้ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ของผู้อื่นที่อยู่ระหว่างการส่งในระบบคอมพิวเตอร์ และข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นมิได้มีไว้เพื่อประโยชน์สาธารณะหรือเพื่อให้บุคคลทั่วไปใช้ประโยชน์ได้ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๙ ผู้ใดทำให้เสียหาย ทำลาย แก้ไข เปลี่ยนแปลง หรือเพิ่มเติมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ของผู้อื่นโดยมิชอบ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๑๐ ผู้ใดกระทำความผิดด้วยประการใดโดยมิชอบ เพื่อให้การทำงานของระบบคอมพิวเตอร์ของผู้อื่นถูกระงับ ชะลอ ชัดขวาง หรือรบกวนจนไม่สามารถทำงานตามปกติได้ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๑๑ ผู้ใดส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แก่บุคคลอื่นโดยปกปิดหรือปลอมแปลงแหล่งที่มาของการส่งข้อมูลดังกล่าว อันเป็นการรบกวนการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ของบุคคลอื่นโดยปกติสุข ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท

มาตรา ๑๒ ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา ๙ หรือมาตรา ๑๐

(๑) ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ประชาชน ไม่ว่าความเสียหายนั้นจะเกิดขึ้นในทันทีหรือในภายหลังและไม่ว่าจะเกิดขึ้นพร้อมกันหรือไม่ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสิบปี และปรับไม่เกินสองแสนบาท

(๒) เป็นการกระทำโดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือระบบคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือการบริการสาธารณะ หรือเป็นการกระทำความผิดต่อข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือระบบคอมพิวเตอร์ที่มีไว้เพื่อประโยชน์สาธารณะ ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่สามปีถึงสิบห้าปี และปรับตั้งแต่หกหมื่นบาทถึงสามแสนบาท

ถ้าการกระทำความผิดตาม (๒) เป็นเหตุให้ผู้อื่นถึงแก่ความตาย ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่สิบปีถึงยี่สิบปี

มาตรา ๑๓ ผู้ใดจำหน่ายหรือเผยแพร่ชุดคำสั่งที่จัดทำขึ้นโดยเฉพาะเพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการกระทำความผิดตามมาตรา ๕ มาตรา ๖ มาตรา ๗ มาตรา ๘ มาตรา ๙ มาตรา ๑๐ หรือ มาตรา ๑๑ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๑๔ ผู้ใดกระทำความผิดที่ระบุไว้ดังต่อไปนี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(๑) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ผู้อื่นหรือประชาชน

(๒) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศหรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน

(๓) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา

(๔) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ ที่มีลักษณะอันลามกและข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้

(๕) เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ตาม (๑) (๒) (๓) หรือ (๔)

มาตรา ๑๕ ผู้ให้บริการผู้ใดจงใจสนับสนุนหรือยินยอมให้มีการกระทำความผิดตามมาตรา ๑๔ ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของตน ต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดตามมาตรา ๑๔

มาตรา ๑๖ ผู้ใดนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่ประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ปรากฏเป็นภาพของผู้อื่น และภาพนั้นเป็นภาพที่เกิดจากการสร้างขึ้น ตัดต่อ เติม หรือดัดแปลงด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์หรือวิธีการอื่นใด ทั้งนี้ โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่ง เป็นการนำเข้าข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยสุจริต ผู้กระทำไม่มีความผิด ความผิดตามวรรคหนึ่งเป็นความผิดอันยอมความได้

ถ้าผู้เสียหายในความผิดตามวรรคหนึ่งตายเสียก่อนร้องทุกข์ ให้บิดา มารดา คู่สมรส หรือ บุตรของผู้เสียหายร้องทุกข์ได้ และให้ถือว่าเป็นผู้เสียหาย

มาตรา ๑๗ ผู้ใดกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้นอกราชอาณาจักรและ

หน้า ๘

เล่ม ๑๒๔ ตอนที่ ๒๗ ก

ราชกิจจานุเบกษา

๑๘ มิถุนายน ๒๕๕๐

(๑) ผู้กระทำความผิดนั้นเป็นคนไทย และรัฐบาลแห่งประเทศที่ความผิดได้เกิดขึ้นหรือผู้เสียหายได้ร้องขอให้ลงโทษ หรือ

(๒) ผู้กระทำความผิดนั้นเป็นคนต่างด้าว และรัฐบาลไทยหรือคนไทยเป็นผู้เสียหายและผู้เสียหายได้ร้องขอให้ลงโทษ

จะต้องรับโทษภายในราชอาณาจักร

หมวด ๒

พนักงานเจ้าหน้าที่

มาตรา ๑๘ ภายใต้บังคับมาตรา ๑๕ เพื่อประโยชน์ในการสืบสวนและสอบสวนในกรณีที่มีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้ เฉพาะที่จำเป็นเพื่อประโยชน์ในการใช้เป็นหลักฐานเกี่ยวกับการกระทำความผิดและหาตัวผู้กระทำความผิด

(๑) มีหนังสือสอบถามหรือเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้มาเพื่อให้ถ้อยคำ ส่งคำชี้แจงเป็นหนังสือ หรือส่งเอกสาร ข้อมูล หรือหลักฐานอื่นใดที่อยู่ในรูปแบบที่สามารถเข้าใจได้

(๒) เรียกข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์จากผู้ให้บริการเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์หรือจากบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง

(๓) สั่งให้ผู้ให้บริการส่งมอบข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้บริการที่ต้องเก็บตามมาตรา ๒๖ หรือที่อยู่ในความครอบครองหรือควบคุมของผู้ให้บริการให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่

(๔) ทำสำเนาข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ จากระบบคอมพิวเตอร์ที่มีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ ในกรณีที่ระบบคอมพิวเตอร์นั้นยังมีได้อยู่ในความครอบครองของพนักงานเจ้าหน้าที่

(๕) สั่งให้บุคคลซึ่งครอบครองหรือควบคุมข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ที่ใช้เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ ส่งมอบข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ดังกล่าวให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่

(๖) ตรวจสอบหรือเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ที่ใช้เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ของบุคคลใด อันเป็นหลักฐานหรืออาจใช้เป็นหลักฐานเกี่ยวกับการกระทำความผิด หรือเพื่อสืบสวนหาตัวผู้กระทำความผิดและสั่งให้บุคคลนั้นส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ ที่เกี่ยวข้องเท่าที่จำเป็นให้ด้วยก็ได้

หน้า ๘

เล่ม ๑๒๔ ตอนที่ ๒๗ ก

ราชกิจจานุเบกษา

๑๘ มิถุนายน ๒๕๕๐

(๗) ถอดรหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์ของบุคคลใด หรือสั่งให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเข้ารหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์ ทำการถอดรหัสลับ หรือให้ความร่วมมือกับพนักงานเจ้าหน้าที่ในการถอดรหัสลับดังกล่าว

(๘) ยึดหรืออายัดระบบคอมพิวเตอร์เท่าที่จำเป็นเฉพาะเพื่อประโยชน์ในการทราบรายละเอียดแห่งความผิดและผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๑๕ การใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา ๑๔ (๔) (๕) (๖) (๗) และ (๘) ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ยื่นคำร้องต่อศาลที่มีเขตอำนาจเพื่อมีคำสั่งอนุญาตให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการตามคำร้อง ทั้งนี้ คำร้องต้องระบุเหตุอันควรเชื่อได้ว่าบุคคลใดกระทำการหรือกำลังจะกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดอันเป็นความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ เหตุที่ต้องใช้อำนาจ ลักษณะของการกระทำความผิด รายละเอียดเกี่ยวกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการกระทำความผิดและผู้กระทำความผิด เท่าที่สามารถจะระบุได้ ประกอบคำร้องด้วยในการพิจารณาคำร้องให้ศาลพิจารณาคำร้องดังกล่าวโดยเร็ว

เมื่อศาลมีคำสั่งอนุญาตแล้ว ก่อนดำเนินการตามคำสั่งของศาล ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ส่งสำเนาบันทีกเหตุอันควรเชื่อที่ทำให้ต้องใช้อำนาจตามมาตรา ๑๔ (๔) (๕) (๖) (๗) และ (๘) มอบให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองระบบคอมพิวเตอร์นั้นไว้เป็นหลักฐาน แต่ถ้าไม่มีเจ้าของหรือผู้ครอบครองเครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ ณ ที่นั้น ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ส่งมอบสำเนาบันทีกนั้นให้แก่เจ้าของหรือผู้ครอบครองดังกล่าวในทันทีที่ทำได้

ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้เป็นหัวหน้าในการดำเนินการตามมาตรา ๑๔ (๔) (๕) (๖) (๗) และ (๘) ส่งสำเนาบันทีกรายละเอียดการดำเนินการและเหตุผลแห่งการดำเนินการให้ศาลที่มีเขตอำนาจภายในสี่สิบแปดชั่วโมงนับแต่เวลาลงมือดำเนินการ เพื่อเป็นหลักฐาน

การทำสำเนาข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามมาตรา ๑๔ (๔) ให้กระทำได้เฉพาะเมื่อมีเหตุอันควรเชื่อได้ว่ามีการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ และต้องไม่เป็นอุปสรรคในการดำเนินกิจการของเจ้าของหรือผู้ครอบครองข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นเกินความจำเป็น

การยึดหรืออายัดตามมาตรา ๑๔ (๘) นอกจากจะต้องส่งมอบสำเนาหนังสือแสดงการยึดหรืออายัดมอบให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองระบบคอมพิวเตอร์นั้นไว้เป็นหลักฐานแล้วพนักงานเจ้าหน้าที่จะสั่งยึดหรืออายัดไว้เกินสามสิบวันมิได้ ในกรณีจำเป็นที่ต้องยึดหรืออายัดไว้นานกว่านั้น ให้ยื่นคำร้องต่อศาลที่มีเขตอำนาจเพื่อขอขยายเวลายึดหรืออายัดได้ แต่ศาลจะอนุญาตให้ขยายเวลารั้งเดียวหรือหลายครั้งรวมกันได้อีกไม่เกินหกสิบวัน เมื่อหมดความจำเป็นที่จะยึดหรืออายัดหรือครบกำหนดเวลาดังกล่าวแล้ว พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องส่งคืนระบบคอมพิวเตอร์ที่ยึดหรืออายัดการอายัดโดยพลัน

หนังสือแสดงการยึดหรืออายัดตามวรรคห้าให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๒๐ ในกรณีที่การกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้เป็นการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่อาจกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรตามที่กำหนดไว้ในภาคสอง ลักษณะ ๑ หรือลักษณะ ๑/๑ แห่งประมวลกฎหมายอาญา หรือที่มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน พนักงานเจ้าหน้าที่โดยได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรีอาจยื่นคำร้องพร้อมแสดงพยานหลักฐานต่อศาลที่มีเขตอำนาจขอให้มีคำสั่งระงับการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นได้

ในกรณีที่ศาลมีคำสั่งให้ระงับการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามวรรคหนึ่ง ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทำการระงับการทำให้แพร่หลายนั้นเอง หรือสั่งให้ผู้ให้บริการระงับการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นก็ได้

มาตรา ๒๑ ในกรณีที่พนักงานเจ้าหน้าที่พบว่า ข้อมูลคอมพิวเตอร์ใดมีชุดคำสั่งไม่พึงประสงค์รวมอยู่ด้วย พนักงานเจ้าหน้าที่อาจยื่นคำร้องต่อศาลที่มีเขตอำนาจเพื่อขอให้มีคำสั่งห้ามจำหน่ายหรือเผยแพร่ หรือสั่งให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นระงับการใช้ ทำลาย หรือแก้ไขข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นได้ หรือจะกำหนดเงื่อนไขในการใช้ มีไว้ในครอบครอง หรือเผยแพร่ชุดคำสั่งไม่พึงประสงค์ดังกล่าวก็ได้

ชุดคำสั่งไม่พึงประสงค์ตามวรรคหนึ่งหมายถึงชุดคำสั่งที่มีผลทำให้ข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือระบบคอมพิวเตอร์หรือชุดคำสั่งอื่นเกิดความเสียหาย ถูกทำลาย ถูกแก้ไขเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติม ขัดข้อง หรือปฏิบัติงานไม่ตรงตามคำสั่งที่กำหนดไว้ หรือโดยประการอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ทั้งนี้ เว้นแต่เป็นชุดคำสั่งที่มุ่งหมายในการป้องกันหรือแก้ไขชุดคำสั่งดังกล่าวข้างต้น ตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา ๒๒ ห้ามมิให้พนักงานเจ้าหน้าที่เปิดเผยหรือส่งมอบข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลของผู้ใช้บริการ ที่ได้มาตามมาตรา ๑๘ ให้แก่บุคคลใด

ความในวรรคหนึ่งมิให้ใช้บังคับกับการกระทำเพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ หรือเพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีกับพนักงานเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการใช้อำนาจหน้าที่โดยมิชอบ หรือเป็นการกระทำตามคำสั่งหรือที่ได้รับอนุญาตจากศาล

พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ใดฝ่าฝืนวรรคหนึ่งต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๒๓ พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ใดกระทำโดยประมาทเป็นเหตุให้ผู้อื่นล่วงรู้ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลของผู้ใช้บริการ ที่ได้มาตามมาตรา ๑๘ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๒๔ ผู้ใดล่วงรู้ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์หรือข้อมูลของผู้ใช้บริการ ที่พนักงานเจ้าหน้าที่ได้มาตามมาตรา ๑๘ และเปิดเผยข้อมูลนั้นต่อผู้หนึ่งผู้ใด ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๒๕ ข้อมูล ข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ที่พนักงานเจ้าหน้าที่ได้มาตามพระราชบัญญัตินี้ ให้อ้างและรับฟังเป็นพยานหลักฐานตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาหรือกฎหมายอื่นอันว่าด้วยการสืบพยานได้ แต่ต้องเป็นชนิดที่มีได้เกิดขึ้นจากการจงใจ มีคำมั่นสัญญา ชูเจตนา หลอกลวง หรือโดยมิชอบประการอื่น

มาตรา ๒๖ ผู้ให้บริการต้องเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ไว้ไม่น้อยกว่าเก้าสิบวัน นับแต่วันที่ข้อมูลนั้นเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ แต่ในกรณีจำเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่จะสั่งให้ผู้ให้บริการ ผู้ใดเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ไว้เกินเก้าสิบวันแต่ไม่เกินหนึ่งปีเป็นกรณีพิเศษเฉพาะราย และเฉพาะคราวก็ได้

ผู้ให้บริการจะต้องเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้บริการเท่าที่จำเป็นเพื่อให้สามารถระบุตัวผู้ให้บริการ นับตั้งแต่เริ่มใช้บริการและต้องเก็บรักษาไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่าเก้าสิบวันนับตั้งแต่การให้บริการสิ้นสุดลง

ความในวรรคหนึ่งจะใช้กับผู้ให้บริการประเภทใด อย่างไร และเมื่อใด ให้เป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ผู้ให้บริการผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรานี้ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าแสนบาท

มาตรา ๒๗ ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของศาลหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ที่สั่งตามมาตรา ๑๘ หรือมาตรา ๒๐ หรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของศาลตามมาตรา ๒๑ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองแสนบาท และปรับเป็นรายวันอีกไม่เกินวันละห้าพันบาทจนกว่าจะปฏิบัติให้ถูกต้อง

มาตรา ๒๘ การแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้รัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้มีความรู้และความชำนาญเกี่ยวกับระบบคอมพิวเตอร์และมีคุณสมบัติตามที่รัฐมนตรีกำหนด

มาตรา ๒๙ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่เป็นพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจชั้นผู้ใหญ่ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญามีอำนาจรับคำร้องทุกข์ หรือรับคำกล่าวโทษ และมีอำนาจในการสืบสวนสอบสวนเฉพาะความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

หน้า ๑๒
เล่ม ๑๒๔ ตอนที่ ๒๖ ก ราชกิจจานุเบกษา ๑๘ มิถุนายน ๒๕๕๐

ในการจับ ควบคุม คืบ การทำสำนวนสอบสวนและดำเนินคดีผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ บรรดาที่เป็นอำนาจของพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจชั้นผู้ใหญ่ หรือพนักงานสอบสวนตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ประสานงานกับพนักงานสอบสวนผู้รับผิดชอบเพื่อดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ต่อไป

ให้นายกรัฐมนตรีในฐานะผู้กำกับดูแลสำนักงานตำรวจแห่งชาติและรัฐมนตรีมีอำนาจร่วมกันกำหนดระเบียบเกี่ยวกับแนวทางและวิธีปฏิบัติในการดำเนินการตามวรรคสอง

มาตรา ๓๐ ในการปฏิบัติหน้าที่ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตรประจำตัวต่อบุคคลซึ่งเกี่ยวข้อง

บัตรประจำตัวของพนักงานเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปตามแบบที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ

พลเอก สุรยุทธ์ จุลานนท์

นายกรัฐมนตรี



หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ เนื่องจากในปัจจุบันระบบคอมพิวเตอร์ได้เป็นส่วนสำคัญของการประกอบกิจการและการดำรงชีวิตของมนุษย์ หากมีผู้กระทำความผิดใด ๆ ให้ระบบคอมพิวเตอร์ไม่สามารถทำงานตามคำสั่งที่กำหนดไว้หรือทำให้การทำงานผิดพลาดไปจากคำสั่งที่กำหนดไว้ หรือใช้วิธีการใด ๆ เข้าล่วงรู้ข้อมูล แก้ไข หรือทำลายข้อมูลของบุคคลอื่นในระบบคอมพิวเตอร์โดยมิชอบ หรือใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จหรือมีลักษณะอันลามกอนาจาร ย่อมก่อให้เกิดความเสียหาย กระทบกระเทือนต่อเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของรัฐ รวมทั้งความสงบสุขและศีลธรรมอันดีของประชาชน สมควรกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดดังกล่าว จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

ที่มา : ประกาศราชกิจจานุเบกษา. (2550). พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550. ออนไลน์.

