

บทที่ 6

แผนการดำเนินงาน

รูปแบบการดำเนินงาน

บริษัท ideoLife Media จำกัด ให้บริการจัดทำและให้เช่าสื่อโฆษณาภายในหอพัก โดยมุ่งที่จะเป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือทางด้านคุณภาพและระยะเวลาในการจัดทำ ติดตั้งสื่อโฆษณาให้กับบริษัทเอเยนซีโฆษณาหรือบริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าที่ต้องการโฆษณาสินค้าของตนไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่เจาะจง โดยเน้นไปที่กลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา นอกจากนี้บริษัทยังมีบริการทางด้านการผลิตสื่อโฆษณาที่จะนำมาติดตั้งโดยทำการส่งต่องานผลิตสื่อให้กับบริษัทพันธมิตรในการจัดทำ

สถานที่ทำการติดตั้งสื่อโฆษณา

ในการติดตั้งสื่อโฆษณาในหอพักที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่อาศัยนั้น บริษัท ideoLife Media มีแผนในการติดตั้งหอพักต่างๆ ให้มีความกระจายและครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ทั้งนี้การติดตั้งสื่อโฆษณานั้นจะยึดถือความสวยงามและรูปแบบที่เหมาะสม โดยจะทำการขออนุญาตและเสนอรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการหอพักก่อนการทำการติดตั้ง

กลยุทธ์ในการเลือกหอพักเพื่อติดตั้งสื่อ

- เป็นหอพักนักศึกษาที่ดำเนินการโดยเอกชน สภาพหอพักดูดี ทันสมัย ไม่เก่า เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของสินค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของบริษัท มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐานและความต้องการของนักศึกษา มีจำนวนห้องพักขั้นต่ำ 100 ห้อง และต้องมีลิฟต์โดยสารอำนวยความสะดวกในการขึ้นหรือลงจากหอพัก และมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี
- ที่ตั้งของหอพักอยู่ห่างจากมหาวิทยาลัยไม่เกิน 3 กิโลเมตร โดยเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงพอสมควร และตั้งอยู่บริเวณชานเมืองรอบนอกกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- นักศึกษาที่พักอาศัยมีกำลังซื้อสูงโดยมีรายรับต่อเดือนอย่างต่ำเฉลี่ย 7,500 บาท

โดยในช่วงเริ่มต้นของการทำกิจการนั้นจะทำการติดตั้งหอพักที่อยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 33 หอพัก ประกอบด้วยหอพักนักศึกษาที่ดำเนินการ

โดยเอกชนซึ่งอยู่รอบมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (รังสิต), มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (สุวรรณภูมิ)

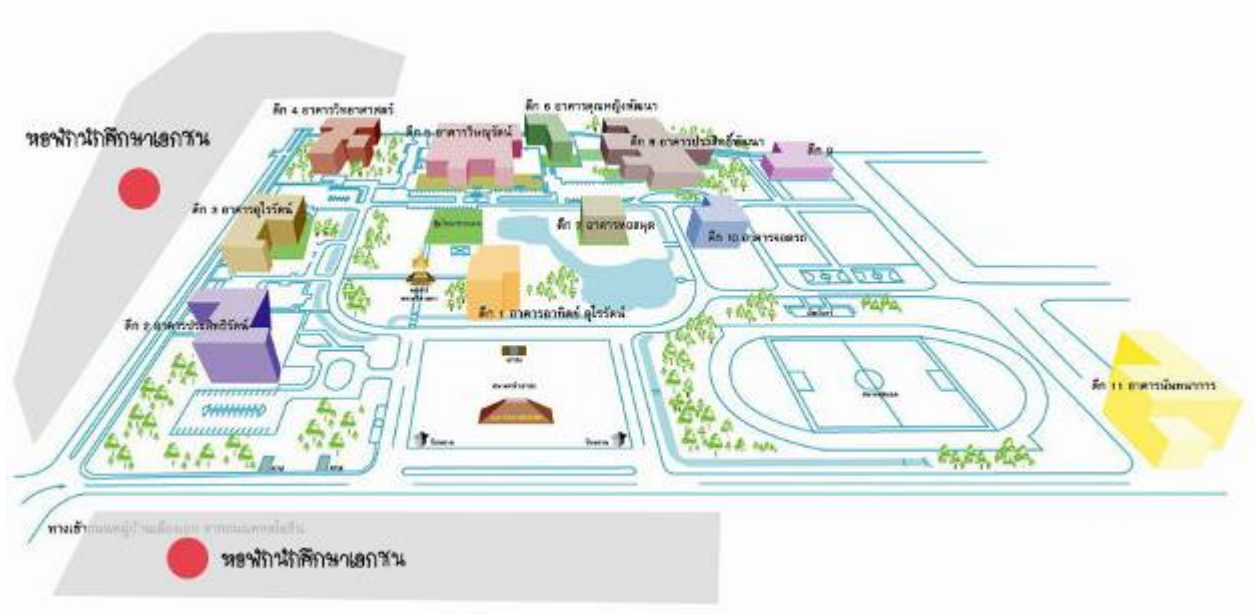
ภาพที่ 6-1 บริเวณที่ตั้งหอพักนักศึกษาเอกชนใกล้มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต



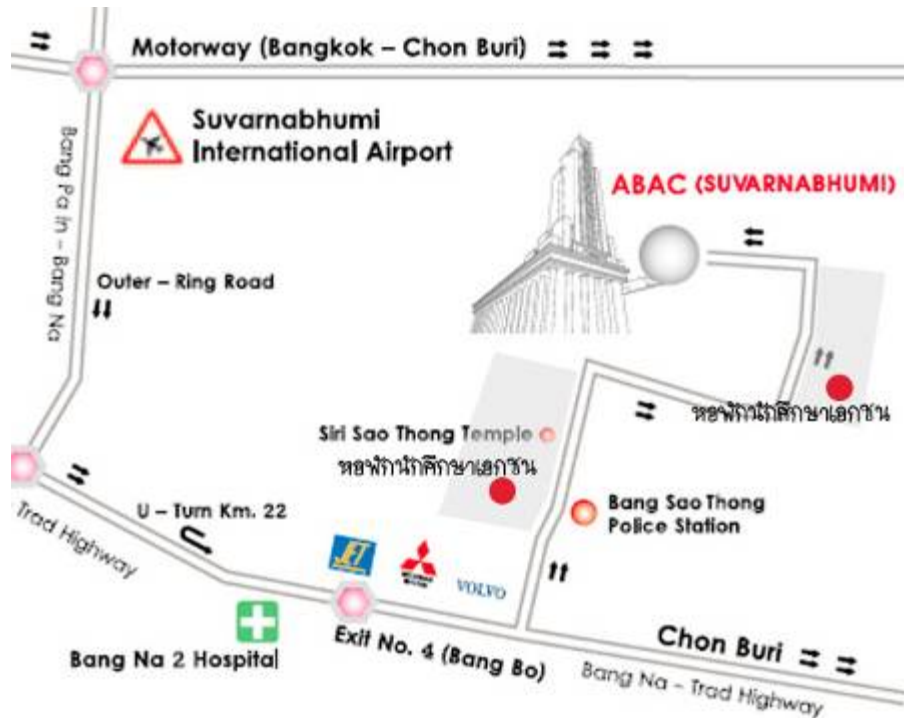
ภาพที่ 6-2 บริเวณที่ตั้งหอพักนักศึกษาเอกชนใกล้มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (รังสิต)



ภาพที่ 6-3 บริเวณที่ตั้งหอพักนักศึกษาเอกชนใกล้มหาวิทยาลัยรังสิต



ภาพที่ 6-4 บริเวณที่ตั้งหอพักนักศึกษาเอกชนใกล้มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (สุวรรณภูมิ)



ตัวอย่างรูปหอพัก



หออินเตอร์พาร์ค



หอหน้า ม.ธ.แมนชั่น



หอ Green View Complex



หอ Noble Court



หอ สุขสบาย



หอ รังสิตแกรนด์คอนโด

ร่างข้อตกลงและผลประโยชน์อื่น ๆ ต่อเจ้าของสถานที่

ในการประกอบกิจการของบริษัทซึ่งประกอบไปด้วยผู้เกี่ยวข้องต่างๆ โดยที่ผู้ประกอบการหอพักถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการประกอบกิจการของบริษัท ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินงานระหว่างบริษัทและผู้ประกอบการหอพักเป็นไปได้อย่างราบรื่น บริษัทจึงได้จัดทำร่างข้อตกลงระหว่างบริษัทกับผู้ประกอบการหอพักเพื่อเป็นข้อตกลงร่วมกันในการทำธุรกิจ โดยรวมไปถึงผลประโยชน์ต่างๆ ที่หอพักจะได้รับ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ประโยชน์ที่เจ้าของหอพัก จะได้รับ

- ค่าธรรมเนียมแรกเข้า จำนวน 20,000 บาท
- ส่วนแบ่งรายได้ บริษัทจะให้ส่วนแบ่งรายได้จำนวนร้อยละ 25 ของรายได้จากการให้บริการสื่อโฆษณาที่ได้รับจากหอพัก (เทียบเคียงจากอัตราส่วนแบ่งรายได้จำนวน 15% ที่บริษัทพีโอวี มอบให้กับเจ้าของสถานที่ ในการติดตั้งจอทีวีในลิฟต์)
- สิทธิในการตรวจสอบสื่อก่อนทำการติดตั้ง โดยในตอนทำสัญญาเจ้าของสถานที่สามารถกำหนดขอบเขตของชนิดโฆษณาว่า โฆษณาชนิดใดบ้างที่ไม่สามารถทำการโฆษณาในหอพักได้ เช่น โฆษณาที่อาจสร้างภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อเจ้าของสถานที่ นอกจากนั้นเจ้าของหอพักมีสิทธิในการตรวจสอบสื่อก่อนการติดตั้ง

ข้อตกลงอื่น ๆ

- การยินยอมให้บริษัทเข้าไปติดตั้งสื่อในหอพักตามจำนวนที่ระบุ และให้พนักงานของบริษัทเข้าทำการตรวจเช็ค รวมถึงซ่อมบำรุงสื่อของบริษัทได้
- การรับผิดชอบในการเปิดและปิดสื่อโฆษณาบนจอ LCD ของบริษัทในแต่ละวัน
- การดูแลรักษาสื่อให้อยู่ในสภาพที่ดีสามารถใช้งานได้ และแจ้งให้บริษัททราบทันทีเมื่ออุปกรณ์ของบริษัทมีปัญหาเกิดขึ้น หรืออุปกรณ์/สื่อโฆษณาเกิดความชำรุดเสียหาย
- บริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา และซ่อมแซมสื่อ รวมทั้งค่าไฟฟ้าสำหรับอุปกรณ์ที่ติดตั้งในหอพัก
- หากพบว่าไม่ได้มีการเปิดฉายโฆษณาของบริษัทในเวลาที่กำหนดเจ้าของหอพักจะต้องจ่ายค่าปรับให้กับบริษัทครั้งละ 2,000 บาท
- บริษัทจะทำการดูแลสถานที่ที่ติดตั้งสื่อให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยเมื่อไม่มีการใช้พื้นที่ในการโฆษณา รวมไปถึงเมื่อระยะเวลาในการเช่าสถานที่ครบกำหนดสัญญา
- สัญญานี้มีผลผูกพันคู่สัญญาเป็นเวลา 3 ปี

ตารางที่ 6-1 รายละเอียดสื่อโฆษณาที่จะติดตั้งในหอพัก

สื่อโฆษณา	จำนวนติดตั้งต่อหอพัก
LCD หน้าลิฟต์/ในลิฟต์	2
Lift Ads	ตามจำนวนลิฟต์ที่มี
Standee	1
Mini billboard	1
สื่อโฆษณาบนลานจอดรถ	1
สื่อโฆษณาเลียนแบบสินค้าจริง	1

สื่อที่บริษัทใช้ในการโฆษณา

สื่อโฆษณาที่บริษัทเลือกใช้ในการประกอบกิจการจะประกอบไปด้วยสื่อ 2 ส่วน คือ สื่อโฆษณาภายในอาคาร ได้แก่ จอ LCD, Lift Ads, Standee, และสื่อโฆษณาภายนอกอาคาร ได้แก่ Mini billboard สื่อโฆษณาบนลานจอดรถ และสื่อโฆษณาเลียนแบบสินค้าจริง ซึ่งสื่อโฆษณาที่จะทำการติดตั้งเหล่านี้จะทำการขออนุญาตกับทางผู้ประกอบการหอพักในตอนต้นของการทำสัญญากับหอพัก

สำหรับรายละเอียดของสื่อที่ใช้ในการโฆษณาของบริษัทจะมีรายละเอียดดังนี้

จอ LCD ในลิฟต์ / หน้าลิฟต์



- ลักษณะของจอ LCD ที่ใช้ในการติดตั้งจะมีขนาด 17 นิ้ว (ติดตั้งด้านนอก) และขนาด 15 นิ้ว (ติดตั้งในลิฟต์) โดยจอ LCD มีข้อดีคือ มีหน้าจอสว่างคมชัด ไม่สะท้อน อายุการใช้งานยาวกว่า 60,000 ชั่วโมง โดยจอ LCD ที่ติดตั้งในแต่ละจุดจะต้องใช้เครื่อง Media Player ในการอ่านไฟล์ MPEG หรือ JPG จาก Compact Flash card ซึ่ง Media Player มีข้อดีกว่าเครื่องเล่น DVD คือ มีขนาดเล็กสามารถเล่น loop และ slide show ได้หลากหลายรูปแบบ และสามารถตั้งเวลาในการเล่นได้



- บริเวณที่ติดตั้งจะติดตั้ง 2 จุดต่อห้องพัก โดยติดตั้งบริเวณหน้าลิฟต์ 1 จุด และภายในลิฟต์อีก 1 จุด ซึ่งจากการสุ่มสอบถามนักศึกษาที่พักอาศัยในห้องพักในบตที่ 4 พบว่าจุดสังเกตในบริเวณห้องพักที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุด (40%) คือ บริเวณลิฟต์หรือบันได ซึ่งจะต้องใช้ขึ้นหรือลงห้องพักทุกวัน
- สำหรับรูปแบบและสีของจอ LCD นั้น จะขึ้นอยู่กับลักษณะของห้องพักและความเหมาะสม ทั้งนี้จะเป็นรูปแบบที่บริษัทและเจ้าของห้องพักเห็นชอบร่วมกัน
- ระยะเวลาในการฉายภาพยนตร์โฆษณา คือ 7.00-11.00น. และ 16.00-22.00น.
- อุปกรณ์ที่ต้องใช้ ได้แก่
 - จอ LCD ขนาด 15 และ 17 นิ้ว ราคา 5,500 บาท
 - เครื่องเล่น Media Player ราคา 4,700¹ บาท
 - Compact Flash card 2 GB ราคา 1,000 บาท
 - ขาแขวนจอ LCD ราคา 400 บาท
 - ฐานวาง Media Player ราคา 500 บาท

Lift Ads



- ลักษณะของ Lift Ads จะเป็นสติ๊กเกอร์ขนาดเท่ากับลิฟต์ที่ใช้ในห้องพักนั้นๆ โดยการใช้สติ๊กเกอร์ติดที่ตัวลิฟต์นั้นมีข้อดีคือสามารถทำความสะอาดลอกออกได้เมื่อไม่ต้องการใช้งาน หรือเมื่อต้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ
- บริเวณที่ทำการติดตั้งคือ บริเวณด้านหน้าประตูลิฟต์ หรือด้านในของประตูลิฟต์ โดยมีจำนวนเท่ากับจำนวนลิฟต์ที่มีอยู่ในห้องพักนั้นๆ

¹ สอบถามราคาจากบริษัท ดีแมสเทค จำกัด

Standee



- Standee ที่ใช้ในการโฆษณาจะมีขนาดเท่ากับขนาด 0.85 x 2.00 เมตร สำหรับงานพิมพ์ จะใช้กระดาษสังเคราะห์ (Photo pp) ฟิล์มสีมันเงา (Glossy Paper) แล้วแต่ตกลง
- บริเวณที่ทำการติดตั้ง ได้แก่ บริเวณ Lobby ร้านอาหาร, หน้าบันได, หรือหน้าลิฟต์ แล้วแต่ความเหมาะสมของสถานที่นั้น
- เพื่อความโดดเด่นของสื่อโฆษณา จะติดตั้งเพียง 1 จุดต่อห้องพัก
- อุปกรณ์ที่ต้องใช้ Roll – Up Stand ราคา 1,000 บาท

Mini Billboard



- สื่อโฆษณาประเภท Mini Billboard จะทำการติดตั้งบริเวณพื้นที่นอกอาคารด้านหน้าของห้องพัก เพื่อให้เป็นจุดสนใจของคนที่พักอาศัยในห้องพักนั้นๆ รวมถึงคนที่เดินผ่านห้องพักนั้นๆ
- จุดติดตั้ง 1 จุด จะสามารถติดตั้งภาพโฆษณาได้ 2 ด้าน คือ ด้านหน้าและด้านหลัง
- เป็นป้ายสำเร็จรูปอลูมิเนียมแบบมีฐานเป็นที่ตั้ง ซึ่งมีความคงทน ไม่ขึ้นสนิม บริเวณพื้นที่โฆษณาจะใช้แผ่นอะคริลิก ซึ่งสามารถทนแรงกระแทกได้ดีกว่ากระจก และจะมีชุดหลอดไฟสำหรับให้แสงสว่างในเวลากลางคืน โดยจะเปิดไฟตั้งแต่เวลา 18.00-24.00 น.

- ขนาดที่ภาพพิมพ์ที่จะทำการติดตั้งจะมีขนาด 1.2x1.8 เมตร เมื่อรวมฐานแล้วจะมีขนาดเท่ากับ 1.2x2 เมตร สำหรับงานพิมพ์ จะใช้กระดาษไวนิล หรือสติ๊กเกอร์โป่งแสง
- ในการติดตั้งสื่อโฆษณาประเภทนี้จำเป็นต้องใช้พื้นที่ด้านหน้าของหอพัก ดังนั้นบริษัทจะมีการทำสัญญากับทางหอพักและระบุตำแหน่งที่ต้องการติดตั้งในตอนทำสัญญากับเจ้าของหอพัก
- อุปกรณ์ที่ต้องใช้ : ป้ายสำเร็จรูปอลูมิเนียมแบบมีฐานเป็นที่ตั้ง พร้อมระบบไฟฟ้า ภายใน ราคา 15,000 บาท²

สื่อโฆษณาบนลานจอดรถ



- สื่อโฆษณาประเภทสื่อโฆษณาบนลานจอดรถนั้น จะมีรูปแบบเป็นภาพโฆษณาหรือข้อความขนาดเท่ากับตารางช่องจอดรถของหอพัก โดยใช้สีทาหรือสติ๊กเกอร์ตามแต่รูปแบบที่ลูกค้าต้องการ และความเหมาะสม
- บริเวณที่ทำการติดตั้งสื่อโฆษณาประเภทนี้จะเป็นบริเวณที่จอดรถที่อยู่ในบริเวณของหอพัก
- เพื่อความโดดเด่นสะดุดตาของสื่อโฆษณา จะติดตั้งเพียง 1 จุดต่อหอพัก
- ในการจัดทำและติดตั้งนั้น เนื่องจากพื้นที่ในการติดตั้งสื่อโฆษณาจะขึ้นอยู่กับบริเวณพื้นที่ของแต่ละหอพัก ดังนั้นทางบริษัทจะทำการแจ้งให้เจ้าของหอพักได้ทราบถึงตำแหน่งที่แน่นอนในตอนทำสัญญา

² สอบถามราคาผลิตจากบริษัท ไทยประสิทธิ์ ชายน์เทค จำกัด

สื่อที่เลียนแบบสินค้าจริง



- สื่อสร้างสรรค์จะมีรูปแบบที่แตกต่างไปตามแต่โอกาสและสภาพแวดล้อม ดังนั้นในสื่อประเภทนี้จะไม่มีการกำหนดพื้นที่ที่จะทำการติดตั้งล่วงหน้า แต่จะทำการเจรจากับหอพักเป็นกรณีไป ทั้งนี้เพื่อให้บริเวณที่ติดตั้งสื่อไม่สร้างความเดือดร้อนให้กับผู้ที่พักอาศัย และเป็นพื้นที่ที่เจ้าของหอพักได้อนุญาตให้ทำการติดตั้ง
- อย่างไรก็ตาม จะติดตั้งไม่เกิน 1 จุดต่อหอพัก เพื่อให้สื่อโฆษณามีความโดดเด่นสะดุดตาแก่ผู้พบเห็น

กระบวนการจัดทำสื่อโฆษณา

สำหรับกระบวนการในการจัดทำสื่อนั้นจะเริ่มจากการที่ลูกค้าติดต่อเข้ามาที่บริษัทหรืองานที่ได้รับการสั่งซื้อจากฝ่ายขาย จากนั้นจะผ่านเข้าสู่กระบวนการออกแบบจนเป็นที่พอใจกับลูกค้า (สำหรับกรณีที่ลูกค้าต้องการให้บริษัททำการออกแบบด้วย) โดยหลังจากที่เป็นที่พอใจสำหรับลูกค้าแล้ว รูปแบบโฆษณาก็จะถูกส่งไปให้ผู้ประกอบการหอพักเพื่อเป็นข้อมูล ซึ่งหากผู้ประกอบการหอพักมีข้อทักท้วงในรูปแบบของสื่อโฆษณา ผู้ประกอบการหอพักสามารถทักท้วงและต้องแจ้งให้กับทางบริษัทได้ทราบภายในระยะเวลา 1 วันหลังจากที่บริษัทได้ส่งรูปแบบให้กับผู้ประกอบการหอพัก ซึ่งบริษัทจะทำการแก้ไขและประสานงานกับทางผู้ว่าจ้างอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้รูปแบบเป็นที่พอใจสำหรับทั้งฝ่ายผู้ว่าจ้างและเจ้าของหอพัก โดยบริษัทจะทำการผลิตสื่อโฆษณาโดยจ้างบริษัทภายนอกในการผลิต (Outsource) จากนั้นจะเป็นการติดตั้งสื่อโฆษณาซึ่งทำโดยพนักงานของบริษัทหรืออาจใช้บริการจากบริษัทภายนอก (Outsource) ในกรณีที่ปริมาณงานมีมาก

หลังจากทำการติดตั้งสื่อโฆษณาที่หอพักเสร็จสิ้น บริษัทจะมีการทำสรุปผลโดยทำการถ่ายภาพสื่อนั้นที่ได้ติดตั้งรายงานให้ลูกค้าได้ทราบ โดยขั้นตอนในกระบวนการจัดทำสื่อโฆษณาก็จะสามารถแสดงได้ดังนี้ คือ

ภาพที่ 6-5 ขั้นตอนกระบวนการจัดทำสื่อโฆษณาของบริษัท



ตารางที่ 6-2 รายละเอียดระยะเวลาประมาณในการจัดทำสื่อโฆษณา(ในกรณีทั่วไป)

วัน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
รับงานจากลูกค้า														
ออกแบบงานตามความต้องการของลูกค้า														
นำเสนองานกับลูกค้าเพื่ออนุมัติ														
ส่งรูปแบบงานให้กับเจ้าของหอพัก														
ทำการผลิตและติดตั้งสื่อ														
รายงานผลการผลิตสื่อ														

ขั้นตอนการดำเนินงานในการติดตั้งสื่อโฆษณา

วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานในการติดตั้งสื่อโฆษณาเพื่อให้การดำเนินงานในการติดตั้งสื่อโฆษณาเป็นไปได้อย่างราบรื่นและลดปัญหาที่อาจเกิดขึ้นเนื่องมาจากการติดตั้งสื่อ โดยขั้นตอนการดำเนินงานจะมีขั้นตอนดังนี้

- 1) บริษัทจะทำการแจ้งกับหอพักล่วงหน้าอย่างน้อย 3 วันก่อนที่จะทำการติดตั้งสื่อโฆษณา
- 2) เจ้าหน้าที่ของบริษัทจะเข้าทำการติดตั้งสื่อโฆษณาตามที่ได้ขออนุญาตกับทางหอพักไว้ล่วงหน้า โดยระยะเวลาในการติดตั้งสื่อโฆษณานั้น บริษัทได้ตั้งเป้าหมายให้ติดตั้งสำเร็จในแต่ละหอพักไม่เกินระยะเวลา 24 ชั่วโมง
- 3) ในกรณีช่วงที่งานมีปริมาณมาก บริษัทจะทำการจ้างบริษัทภายนอก (Outsource) ในการติดตั้งสื่อโฆษณาเพื่อให้งานที่ได้รับจากลูกค้าสามารถเสร็จได้ทันเวลาที่ต้องการ โดย

บริษัทภายนอก (Outsource) จะมีหน้าที่ในการถ่ายภาพผลงานทั้งก่อนและหลังการติดตั้งให้กับบริษัทต่อไปเพื่อทำการประเมินผลงานของบริษัท Outsource นั้นๆ และทำการส่งสรุปผลต่อไปยังลูกค้าในกรณีที่ไม่มีปัญหาใดๆ

การบำรุงรักษาสื่อโฆษณา

เนื่องจากบริษัท ideoLife Media ได้มีการทำสัญญาและข้อตกลงกับหอพักในเรื่องของการดูแลรักษาสื่อโฆษณาของทางบริษัท โดยที่ทางเจ้าของหอพักจะทำการดูแลรักษาสื่อให้อยู่ในสภาพที่ดีสามารถใช้งานได้ และแจ้งให้บริษัททราบทันทีเมื่ออุปกรณ์ของบริษัทมีปัญหาเกิดขึ้นหรืออุปกรณ์/สื่อโฆษณาเกิดความชำรุดเสียหาย นอกจากนั้นแล้วบริษัทยังมีสิทธิ์ที่จะเข้าไปติดตั้งสื่อโฆษณาในบริเวณหอพัก และเข้าไปทำการตรวจสอบความเรียบร้อยของสื่อรวมถึงการบำรุงรักษาสื่อของบริษัทได้ ซึ่งขั้นตอนในการบำรุงรักษาสื่อโฆษณาจะแบ่งเป็น 2 กรณีคือ กรณีที่สื่อมีความชำรุดและได้รับแจ้งจากเจ้าของหอพัก และกรณีบำรุงรักษาทั่วไป

กรณีที่ได้รับแจ้งจากเจ้าของหอพัก

- 1) บริษัทได้รับแจ้งจากหอพักผ่านเบอร์โทรศัพท์กลางของบริษัทในเวลาทำงานปกติ หรือเบอร์โทรศัพท์มือถือถ้าอยู่ในช่วงนอกเวลาทำงานผ่านเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ
- 2) เจ้าหน้าที่ทำการนัดวันเวลากับหอพักเพื่อเข้าไปแก้ปัญหาสื่อโฆษณาที่ชำรุดนั้น โดยมีเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาสื่อที่ชำรุดไม่เกิน 24 ชั่วโมง
- 3) บริษัทจะทำการหาบริษัทภายนอก (Outsource) ที่สามารถทำการซ่อมแซมสื่อโฆษณาด้วยอีกทางหนึ่ง ซึ่งจะเรียกใช้กรณีที่จำนวนหอพักที่เข้าร่วมมีจำนวนมาก หรือในช่วงที่บริษัทมีงานบำรุงรักษาเข้ามาเกินปกติ ซึ่งอาจทำให้การซ่อมแซมสื่อโฆษณาใช้เวลามากกว่า 24 ชั่วโมง ทั้งนี้เพื่อให้สื่อโฆษณาของบริษัทมีความสมบูรณ์อยู่เสมอ และยังเป็นการรักษาเป้าหมายของการแก้ไขปัญหาสื่อที่ชำรุดไม่เกิน 24 ชั่วโมง

กรณีที่เป็นการบำรุงรักษาทั่วไป

สำหรับกรณีบำรุงรักษาทั่วไปนั้น บริษัทมีการวางแผนที่จะทำการตรวจสอบการทำงานของสื่อโฆษณา รวมถึงสภาพของสื่อโฆษณาที่มีอยู่ตามตำแหน่งต่างๆ เพื่อให้มีสภาพสมบูรณ์อยู่เสมอ โดยบริษัทได้วางแผนในการตรวจสอบสื่อโฆษณาเป็นประจำทุกเดือน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการให้บริการกับลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ทั้งยังเป็นการรักษาสื่อโฆษณาให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

- 1) บริษัทจะทำการแจ้งวันเวลาในการเข้าบำรุงรักษาสื่อโฆษณาให้กับหอพักได้ทราบล่วงหน้าอย่างน้อยเป็นระยะเวลา 3 วัน
- 2) เจ้าหน้าที่ของบริษัทเข้าทำการตรวจความเรียบร้อยของสื่อโฆษณาในหอพัก ตามวันเวลาที่ได้มีการนัดหมายกับหอพักไว้ล่วงหน้า
- 3) หากสื่อโฆษณามีปัญหาที่ต้องการแก้ไข เจ้าหน้าที่จะทำการแก้ไขปัญหาในตอนเช้าที่เข้าไปนั้น หรือหากไม่พร้อม จะต้องทำการแจ้งให้เจ้าของหอพักได้ทราบถึงระยะเวลาที่จะกลับมาซ่อมบำรุงใหม่อีกครั้ง โดยมีเป้าหมายในการซ่อมบำรุงไม่เกิน 24 ชั่วโมง

กลยุทธ์ในการเลือกสถานที่บริเวณติดตั้งโฆษณา

เนื่องจากสื่อโฆษณาต่างๆ ที่บริษัทได้นำไปติดตั้งถือเป็นทรัพย์สินอย่างหนึ่งของบริษัท ดังนั้นการป้องกันการถูกทำลายหรือการป้องกันเหตุในอันที่จะทำให้สินทรัพย์ของบริษัทมีความเสียหายซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทและสื่อโฆษณาของบริษัทจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอันดับต้นๆ ในการเตรียมพร้อม และหาทางป้องกันล่วงหน้า

แนวทางหนึ่งที่บริษัทได้นำมาใช้ คือ กลยุทธ์ในการเลือกหอพัก และสถานที่บริเวณติดตั้งสื่อโฆษณา โดยบริษัทมีนโยบายในการเลือกหอพักขนาดใหญ่ใกล้มหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง มีระบบรักษาความปลอดภัย ไม่เป็นแหล่งมั่วสุมของวัยรุ่น ช่างกล อันธพาล โดยในร่างสัญญาที่ตกลงกับหอพัก กำหนดให้ผู้ดูแลหอพักดูแลรักษาสื่อให้อยู่ในสภาพที่ดีสามารถใช้งานได้ และแจ้งให้บริษัททราบทันทีเมื่ออุปกรณ์ของบริษัทมีปัญหาเกิดขึ้น หรืออุปกรณ์/สื่อโฆษณาเกิดความชำรุดเสียหาย และการติดตั้งสื่อโฆษณาส่วนใหญ่จะติดตั้งบริเวณที่สามารถมองเห็นได้จากประชาสัมพันธ์ ได้แก่ จอ LCD ที่อยู่บริเวณด้านหน้าลิฟต์, Standee ซึ่งจะติดตั้งอยู่บริเวณ Lobby ด้านหน้าหอพัก หรือติดตั้งบริเวณร้านอาหารซึ่งมีผู้คนทั่วไปเห็นได้ชัดเจน, และ Lift Ads ที่ติดตั้งบริเวณประตูลิฟต์

สำหรับสื่อจอ LCD ที่ติดตั้งในลิฟต์จะเป็นสถานที่ที่มีโอกาสในการถูกทำให้เสียหายได้มากกว่าจุดอื่นๆ อย่างไรก็ตามบริษัทได้ประเมินถึงความเสี่ยงต่อการถูกทำลายในระดับที่ต่ำเนื่องจากการใช้งานลิฟต์ที่มีลักษณะสุ่มเรียก ซึ่งจะทำให้ผู้ที่คิดจะทำความเสียหายจะต้องระวังผู้อื่นมาพบเห็น แต่สำหรับกรณีที่มีจุดที่มีอัตราการถูกทำลายสูง บริษัทจะพิจารณาติดตั้งกล่องวงจรปิดเพิ่มเติมในลิฟต์เพื่อเป็นการป้องกันอีกทางหนึ่งด้วย

กระบวนการติดตามผลของสื่อโฆษณาและเก็บข้อมูลของผู้พักอาศัย

วัตถุประสงค์ของกระบวนการติดตามผลของสื่อโฆษณาจะจัดทำเพื่อเป็นการเก็บข้อมูลสนับสนุนประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อโฆษณาของบริษัท เช่น อัตราการเห็นสื่อโฆษณา อัตราการจดจำได้ของสารที่สื่อโฆษณาส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผลกระทบที่เกิดขึ้นหลังจากเห็นสื่อโฆษณา ความน่าสนใจของรูปแบบสารโฆษณา เพื่อเป็นแนวทางให้กับบริษัทในการจัดทำและปรับปรุงสื่อโฆษณาเพื่อให้เกิดการเข้าถึงผู้พักอาศัยมากที่สุด และเพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในเชิงสถิติ นำเสนอแก่บริษัทเจ้าของสินค้าและบริการและบริษัทเอเจนซี่ เพื่อดึงดูดให้ซื้อสื่อโฆษณากับบริษัทต่อไป

สำหรับกระบวนการเก็บข้อมูลของผู้พักอาศัยจะเป็นกระบวนการที่สามารถทำได้พร้อมกับกระบวนการติดตามผลของสื่อโฆษณา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทสามารถติดตามพฤติกรรมของผู้ที่พักอาศัย ตลอดจนแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงรสนิยมต่างๆ ในการเก็บข้อมูลนี้จะช่วยให้บริษัทสามารถนำเสนอสื่อโฆษณาให้เหมาะสมกับสินค้าที่ต้องการกลุ่มเป้าหมายเป็นไปตามพฤติกรรมและรสนิยมของผู้ที่พักอาศัยในหอพัก

กระบวนการในการติดตามผลของสื่อโฆษณาและเก็บข้อมูลของผู้พักอาศัยจะมีขั้นตอนดังนี้

- 1) บริษัทจะทำการแจ้งให้กับเจ้าของหอพักได้ทราบล่วงหน้าถึงการเข้าไปสุ่มเก็บตัวอย่างผู้ที่พักในหอพักอย่างน้อย 3 วันก่อนที่ทางบริษัทจะเข้าสำรวจ โดยบริษัทมีแผนในการเก็บข้อมูลดังกล่าวทุก 6 เดือน
- 2) สำหรับการสำรวจจะแบ่งเป็น 2 รูปแบบคือ การใช้แบบสอบถามทั้งไว้ในตู้จดหมายของผู้พักอาศัยและส่งกลับโดยผ่านกล่องรับที่บริเวณประชาสัมพันธ์ และอีกรูปแบบคือ การใช้เจ้าหน้าที่นำแบบสอบถามให้ผู้พักอาศัยได้ตอบคำถามโดยตรง ทั้งนี้รูปแบบที่ทางบริษัทจะเลือกใช้ในแต่ละที่จะขึ้นอยู่กับความสะดวกของทีมงานของบริษัทรวมถึงความเห็นของเจ้าของหอพักแต่ละหอพักด้วย
- 3) นำผลที่ได้จากการสำรวจมาทำการประเมินมาประมวลผลเพื่อปรับปรุงคุณภาพและรูปแบบของสื่อที่เหมาะสมต่อไป

กระบวนการตรวจสอบสื่อโฆษณา

เนื่องจากสื่อโฆษณาของบริษัทจะมีสื่อโฆษณาประเภทจอ LCD ที่ติดตั้งอยู่ที่หอพักต่างๆ ดังนั้นเพื่อให้สื่อดังกล่าวได้ถูกเปิดอย่างเหมาะสม ซึ่งจะเป็นไปตามสัญญาระหว่างบริษัทและหอพักที่เข้าร่วม บริษัทจึงจำเป็นต้องมีกระบวนการในการตรวจสอบให้สื่อโฆษณาเหล่านี้ถูกฉาย

โฆษณาได้อย่างเหมาะสม อันจะส่งผลให้ลูกค้าของบริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าและเอเยนซีที่มีความมั่นใจต่อสื่อโฆษณาของบริษัท ซึ่งขั้นตอนในการดำเนินการจะมีขั้นตอนดังนี้

- 1) บริษัททำการส่งพนักงานสุ่มตรวจหอพักที่เข้าร่วม โดยไม่มีการแจ้งล่วงหน้าให้กับหอพักได้ทราบ และการสุ่มตรวจหอพักนี้ บริษัทมีแผนในการสุ่มตรวจให้ครบทุกสถานที่ภายในระยะเวลา 3 เดือน โดยลำดับในการตรวจสอบจะมีการเปลี่ยนแปลงไปทุกครั้ง
- 2) ทำการแจ้งเตือนเป็นจดหมายสำหรับการกระทำผิดไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญาในครั้งแรก และจะทำการปรับในครั้งต่อไปหากบริษัทพบว่าหอพักไม่มีการฉายโฆษณาในเวลาที่กำหนด โดยค่าปรับจะเป็นไปตามสัญญาที่ได้ทำไว้ในครั้งแรกซึ่งจะมีมูลค่าเท่ากับ 2,000 บาทต่อครั้ง

กลยุทธ์การจัดการบริษัทที่เกี่ยวข้องภายนอก (Outsource)

บริษัท IdeoLife Media เป็นบริษัทที่เน้นในการให้เข้าพื้นที่สื่อโฆษณารวมถึง รับออกแบบและผลิตสื่อโฆษณา อย่างไรก็ตามในการทำงานของบริษัทโดยเฉพาะเรื่องของการติดตั้งบำรุงรักษา และออกแบบ อาจมีปัญหาภายในอันเนื่องมาจากทรัพยากรบุคคลที่ไม่เพียงพอ รวมถึงความไม่คุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากลักษณะของธุรกิจที่จะมีปริมาณงานที่มากเป็นช่วงๆ ไม่ต่อเนื่อง ดังนั้นบริษัทได้เล็งเห็นถึงปัญหาของเรื่องดังกล่าวและได้วางกลยุทธ์ในการทำงานในเรื่องที่เกี่ยวกับการบริหารบริษัทภายนอกที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

- 1) บริษัทจะจัดทำกลุ่มของบริษัท (pool) ที่รับทำโฆษณาในเรื่องของการติดตั้ง การบำรุงรักษา และการออกแบบ ไว้อย่างน้อย 10 บริษัท
- 2) ในการเรียกใช้งานบริษัทภายนอกเหล่านั้น บริษัทจะทำการสุ่มเรียกบริการในหลายๆ บริษัทในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้บริษัทได้ศึกษาผลงานของบริษัทต่างๆ เหล่านี้
- 3) ในการจ้างงานบริษัทภายนอก บริษัทจะมีการประเมินผลงานของบริษัทเหล่านี้เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกบริษัทต่อไปในอนาคต
- 4) หลังจากดำเนินกิจการของบริษัทได้ระยะหนึ่ง (ประมาณ 1 ปี) บริษัทจะพยายามลด pool ของบริษัทภายนอกเหล่านี้ให้ลดลงเหลือประมาณ 5 บริษัท ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทมีนโยบายในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างบริษัทกับบริษัทผู้รับเหมาภายนอกมากกว่าการพิจารณาบริษัทรับเหมาภายนอกเฉพาะในเรื่องของราคาเพียงอย่างเดียว

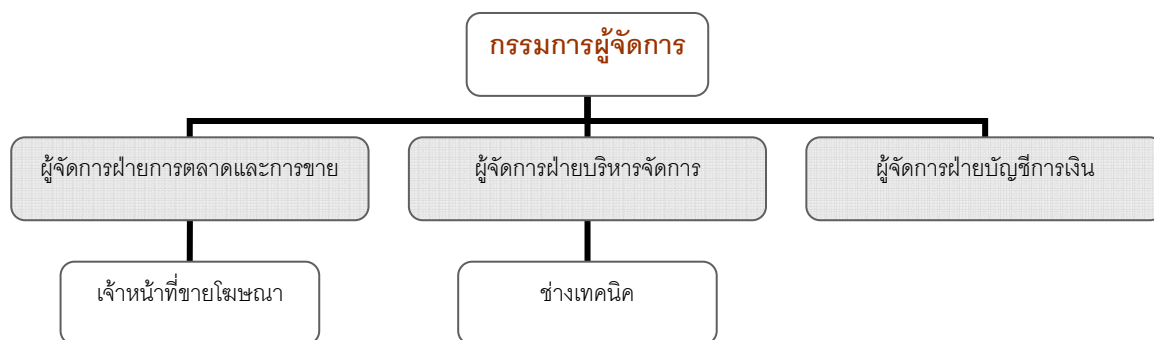
- 5) ระหว่างการดำเนินกิจการของบริษัทถ้าบริษัทรับเหมาภายนอกมีปัญหาในการทำงานร่วมกับบริษัท หรือปัญหาในเรื่องของคุณภาพ บริษัทจะทำการตัดบริษัทนั้นออกจากกลุ่มรายชื่อ และทำการหาบริษัทใหม่เพื่อพยายามรักษารับเหมาให้อยู่ประมาณ 5 บริษัททั้งนี้เพื่อให้บริษัทมีความคล่องตัวในการเลือกใช้บริษัทรับเหมาในช่วงที่งานโหมชนามีปริมาณมาก

การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resources Management)

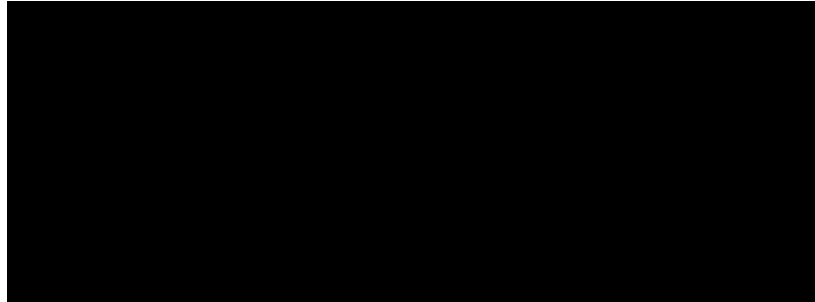
ทรัพยากรบุคคลถือเป็นส่วนสำคัญที่สุดอีกส่วนหนึ่ง เนื่องจากแผนงานและกลยุทธ์ด้านต่างๆ จะสามารถดำเนินไปได้และประสบความสำเร็จก็ด้วยบุคคลในองค์กรทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องและร่วมมือกัน บริษัทได้วางแผนทรัพยากรบุคคลโดยให้ความสำคัญตั้งแต่ขั้นตอนการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ การสรรหาและคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน การประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมถึงการกำหนดอัตราค่าตอบแทน

จากโครงสร้างองค์กรที่ได้กล่าวถึงในบทที่ 3 บริษัท ideoLife Media ได้แบ่งหน้าที่งานออกเป็น 3 ส่วน คือ ฝ่ายบริหารจัดการ ฝ่ายการตลาดและการขาย และฝ่ายบัญชีการเงิน

ภาพที่ 6-6 โครงสร้างขององค์กร



โดยบริษัทได้วางแผนกำหนดอัตราพนักงานในช่วงปีแรกของการดำเนินงาน พ.ศ.2551 ไว้ทั้งสิ้น 6 คน รวมทั้งได้กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ รายละเอียดงาน และคุณสมบัติของพนักงานในตำแหน่งต่างๆ ดังนี้



กรรมการผู้จัดการ (ควมตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบริหารจัดการ)

หน้าที่

ดูแลภาพรวมของบริษัทในทุกๆ ด้าน ทั้งการตลาด การขาย การผลิตสื่อโฆษณา การบัญชี การเงิน และการบริหารงานทั่วไป รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ของบริษัทเพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทมีประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมายของบริษัทที่กำหนดไว้ รวมไปถึงการดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจการ

คุณสมบัติ

- จบปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจ หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
- มีความสนใจในธุรกิจสื่อโฆษณา และติดตามความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับสื่อโฆษณาสม่ำเสมอ
- มีทักษะการเป็นผู้นำ ทักษะในการสื่อสาร สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี
- เงินเดือน 40,000 บาท/เดือน

ฝ่ายบริหารจัดการ

1. ผู้จัดการฝ่ายบริหารจัดการ

หน้าที่

รับผิดชอบการติดต่อสถานที่ในการติดตั้งสื่อ การเลือกสื่อที่เหมาะสม การจัดซื้อสื่อ ตรวจสอบคุณภาพของสื่อ ติดตั้งสื่อ และดูแลบำรุงรักษาสื่อของบริษัท รวมถึงการดูแลควบคุมการนำเสนอโฆษณาของลูกค้าผ่านสื่อ การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสื่อของบริษัท ออกแบบและพัฒนาสื่อใหม่ๆ การหาสถานที่ซึ่งมีศักยภาพในการติดตั้งสื่อ ทั้งนี้เพื่อสร้างโอกาสในการทำธุรกิจให้มากขึ้น

2. ช่างเทคนิค

หน้าที่

รับผิดชอบการติดตั้งสื่อโฆษณา ตรวจสอบสื่อโฆษณา ตลอดจนบำรุงรักษาสื่อโฆษณาให้อยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้เป็นปกติ นอกจากนี้ยังมีส่วนร่วมในการติดตามผลของสื่อโฆษณา และเก็บข้อมูลของผู้พักอาศัยอีกด้วย

คุณสมบัติ

- การศึกษาระดับ ปวช. ขึ้นไป ด้านอิเล็กทรอนิกส์
- มีใบอนุญาตขับรถยนต์/จักรยานยนต์
- เงินเดือน 9,000 บาท/เดือน

ฝ่ายการตลาดและการขาย

1. ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและการขาย

หน้าที่

รับผิดชอบการวางแผนการตลาด การกำหนดกลยุทธ์การตลาดทั้งในส่วนของราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย กิจกรรมส่งเสริมการขาย รวมถึงการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค ในส่วนสินค้าและบริการ เพื่อเป็นข้อมูลให้ฝ่ายบริหารจัดการนำไปปรับปรุงและพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการต่อไป

นอกจากนี้ฝ่ายการตลาดและการขายยังมีหน้าที่ในการนำเสนอสินค้าและบริการของบริษัทไปยังลูกค้า หาลูกค้าใหม่ และรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเก่า

คุณสมบัติ

- จบปริญญาตรี/โท ทางด้านการตลาด บริหารธุรกิจ หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
- ติดตามความเคลื่อนไหวของสื่อโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ
- เงินเดือน 30,000 บาท/เดือน

2. เจ้าหน้าที่ขายโฆษณา

หน้าที่

แนะนำสินค้าและบริการของบริษัทต่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนเสนอขายสินค้าและบริการให้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ของบริษัท นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ขายโฆษณายังจะต้องรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับทั้งลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่าอีกด้วย

คุณสมบัติ

- จบปริญญาตรีด้านการตลาด นิเทศศาสตร์ หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
- มีความสนใจในธุรกิจสื่อโฆษณา และติดตามความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับสื่อโฆษณาสม่ำเสมอ
- มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีทักษะในการเจรจาต่อรอง การขาย
- เงินเดือน 12,000 บาท/เดือน

หมายเหตุ ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งมีความจำเป็นจะต้องแนะนำสินค้าและบริการของบริษัท ให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ผู้บริหารทั้งสามคนมีหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นเจ้าหน้าที่ขายโฆษณาด้วยเช่นกัน

ฝ่ายบัญชีการเงิน

1. ผู้จัดการฝ่ายบัญชีการเงิน

หน้าที่

รับผิดชอบการจัดทำงานการเงิน บันทึกการทางบัญชีทั้งการรับ-จ่าย จัดทำภาษีทุกประเภท รับผิดชอบการวางแผนการเงิน จัดหาเงินทุนในการดำเนินกิจการ การบริหารเงินสดในกิจการ และวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้ถือหุ้น

คุณสมบัติ

- จบปริญญาตรี/โท สาขาบัญชี การเงิน หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
- มีความสนใจในธุรกิจสื่อโฆษณา และติดตามความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับสื่อโฆษณาสม่ำเสมอ
- เงินเดือน 30,000 บาท/เดือน

การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน (Training and Development)

บริษัทให้ความสำคัญกับพนักงานทุกคน โดยเล็งเห็นว่าการที่บริษัทขนาดเล็กจะประสบความสำเร็จสามารถดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ได้นั้น จะต้องอาศัยทรัพยากรบุคคลเป็นส่วนหลักดันที่สำคัญที่สุด การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเป็นเทคนิคทางด้านบริหารทรัพยากรบุคคลที่จะมีส่วนช่วยให้พนักงานซึ่งได้รับการสรรหาและคัดเลือกเข้ามาปฏิบัติงานในบริษัทแล้วนั้น สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ได้เลือกนำมาปฏิบัติ

ในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินงาน บริษัทเน้นที่การฝึกอบรมพนักงาน (Training) เป็นหลัก เพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถปฏิบัติงานตามตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบได้ดีที่สุด โดยมีการปฐมนิเทศน์พนักงานใหม่ (Orientation) มีการใช้การสื่อสารภายในองค์กรเป็นหลักในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ใหม่ๆ เช่น ความเคลื่อนไหวของสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ ในประเทศ ตลอดจนรูปแบบและการนำเสนอสื่อโฆษณาใหม่ๆ จากต่างประเทศ เป็นต้น และสนับสนุนให้พนักงานมีใจรักในการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ โดยผู้บริหารจะจัดอบรมในเรื่องที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติงาน เช่น เทคนิคการขาย ทักษะในการเจรจาต่อรองผ่านวิธี Presentation Methods, On-the-job training หรือ Behavior Modeling ตามความเหมาะสมของเรื่องที่ต้องการฝึกอบรม

การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Management)

การประเมินผลงานเป็นการวัดผลสำเร็จของงานของพนักงาน และยังเป็นการให้ข้อมูลกลับไปให้ตัวพนักงานเพื่อรับทราบผลการทำงานด้วย ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่าผลงานของพนักงานนั้นอยู่ในระดับใด เมื่อเทียบกับเป้าหมายและมาตรฐานที่กำหนด ข้อมูลนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับตัวพนักงาน เช่น การปรับค่าตอบแทน การปรับตำแหน่ง เป็นต้น และยังเป็นพื้นฐานในการกำหนดว่าพนักงานผู้นั้นควรจะได้รับ การฝึกอบรม และ/หรือพัฒนาในเรื่องใดบ้าง

บริษัทใช้การประเมินผลงานเป็นเครื่องมือหนึ่งในการควบคุมว่าบริษัทจะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้หรือไม่ โดยเฉพาะในช่วงแรกบริษัทให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์ระยะสั้นทางการตลาดในช่วง 3 ปีแรกของการดำเนินงานเป็นอย่างมาก โดยได้นำวัตถุประสงค์ระยะสั้นมากำหนดเป็นตัวชี้วัดต่างๆ (Key Performance Indicator) เพื่อเป็นกรอบในการทำงานและใช้ประเมินผลพนักงานทุกคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานทุกคนที่มีบทบาทเกี่ยวข้องในฝ่ายการตลาดจะมีการประเมินผลการทำงานทุกๆ 3 เดือน เพื่อให้สามารถควบคุมและแก้ปัญหาการทำงานได้อย่างทันท่วงที ซึ่งจะทำให้บรรลุเป้าหมายที่บริษัทตั้งเอาไว้ได้ในที่สุด สำหรับพนักงานฝ่ายอื่นๆ จะมีการประเมินผลทุกๆ 6 เดือนตามปกติ

การกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Compensation Management)

ค่าตอบแทน

แต่ละตำแหน่งงานจะได้รับเงินเดือนเป็นค่าตอบแทน โดยแตกต่างกันไปตามหน้าที่ความรับผิดชอบซึ่งได้ระบุไว้ในรายละเอียดของแต่ละตำแหน่งงานแล้ว และมีการปรับเงินเดือนขึ้นโดยเฉลี่ย 5% ต่อปีเพื่อให้สอดคล้องกับอัตราเงินเฟ้อโดยประมาณ

นอกเหนือจากค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือนที่ได้ระบุไว้ในรายละเอียดของแต่ละตำแหน่งงานแล้ว บริษัทยังได้กำหนดค่าตอบแทนเป็นตัวเงินในรูปแบบอื่นๆ ด้วย ได้แก่ ค่าคอมมิชชั่น ค่าโบนัสประจำปี และค่าทำงานล่วงเวลา โดยบริษัทได้กำหนดรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 6-4 รายละเอียดค่าตอบแทนเป็นตัวเงินรูปแบบอื่นๆ

ประเภทค่าตอบแทน	ตำแหน่งงานที่ได้	รายละเอียด
ค่าคอมมิชชั่น	เจ้าหน้าที่ขายโฆษณา	กำหนดอัตราค่าคอมมิชชั่นเป็นขั้นบันไดตามยอดขายต่อเดือน ดังนี้
		0-500,000 บาท ได้ 3%
		500,001-1,000,000 บาท ได้ 3.5%
		1,000,000 บาทขึ้นไป ได้ 4%
ค่าทำงานล่วงเวลา	พนักงานทุกคน	เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน
ค่าโบนัสประจำปี	พนักงานระดับปฏิบัติการ	จ่าย 1 เดือน โดยบริษัทมีนโยบายจะจ่ายโบนัสก็ต่อเมื่อ สามารถขายสื่อโฆษณาได้ตั้งแต่ 50% ของ Capacity เป็นต้นไป

สวัสดิการ

ในส่วนของสวัสดิการบริษัทได้จัดให้มีสวัสดิการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้กำหนดไว้ ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พระราชบัญญัติประกันสังคม และพระราชบัญญัติเงินทดแทน ซึ่งก็คือ สวัสดิการเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยสำหรับลูกจ้างในสถานที่ทำงาน วันหยุดประจำปี สิทธิในการลาประเภทต่างๆ โดยได้รับค่าจ้าง เป็นต้น นอกจากนี้ก็ยังมีสวัสดิการในรูปแบบอื่นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงาน อาทิ งานเลี้ยงปีใหม่ การเลี้ยงต้อนรับพนักงานใหม่ และงานเลี้ยงตามโอกาสพิเศษต่างๆ ด้วยเช่นกัน