

บทที่ 4

กลยุทธ์องค์กร

บริษัทดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการแจกลินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ตามแนวความคิดของ Tryvertising Concept คือ การเปิดโอกาสให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถทดลองสินค้าควบคู่ไปกับการได้รับประสบการณ์จากสินค้าตัวอย่างได้โดยตรง ถือเป็นการสร้างประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้สินค้าภายในสถานการณ์ที่ผู้ผลิตสินค้าเป็นฝ่ายกำหนดอีกด้วย ช่องทางที่บริษัทดำเนินธุรกิจ คือ การดำเนินธุรกิจ Online ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเว็บไซต์ศูนย์รวม Community ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานอายุตั้งแต่ 20-40 ปี ที่มีความสนใจเดียวกันในเรื่องเกี่ยวกับความงาม แฟชั่น การท่องเที่ยว อาหารการกิน และ Lifestyle ต่างๆ โดยกลุ่มเป้าหมายสามารถเลือกรับสินค้าตัวอย่างที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่มคนที่เป็นสมาชิกในเว็บไซต์ที่มี Lifestyle เดียวกัน

Freesampling คือ ชื่อของเว็บไซต์ที่ต้องการสื่อถึงการเป็นตัวแทนของกลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์ในการแจกลินค้าตัวอย่างไปยังกลุ่มเป้าหมายของแต่ละผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ซึ่งสมาชิกของเว็บไซต์สามารถนำคะแนนสะสมที่มีอยู่แลกสินค้าตัวอย่างที่ตรงกับ ข้อมูลส่วนบุคคล (Member Profile) ตามความต้องการของตัวเองได้จริง

4.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นเว็บไซต์ในการแจกลินค้าตัวอย่างให้กับสมาชิกที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ของสมาชิกเว็บไซต์

4.2 พันธกิจ (Mission)

มุ่งมั่นที่จะเป็นสื่อกลางในการสร้างประสบการณ์การใช้สินค้าตัวอย่างแก่กลุ่มสมาชิกในเว็บไซต์ รวมถึงการแจกลินค้าตัวอย่างให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยมุ่งเน้นในการปรับปรุงรูปแบบของเว็บไซต์ให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับวิถีชีวิต และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของกลุ่มลูกค้าสมาชิกและกลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์

4.3 เป้าหมายขององค์กร

เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการอย่างมีจุดหมาย บริษัทจึงมีการกำหนดเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจขององค์กร ดังนี้

4.3.1 เป้าหมายระยะยาวขององค์กร

- เป็นผู้นำในการสร้าง Online Community ในการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์
- มีการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบของเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องให้มีความทันสมัย (up to date) สอดคล้องกับวิถีชีวิต และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง
- รักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรทางธุรกิจและสมาชิกของเว็บไซต์

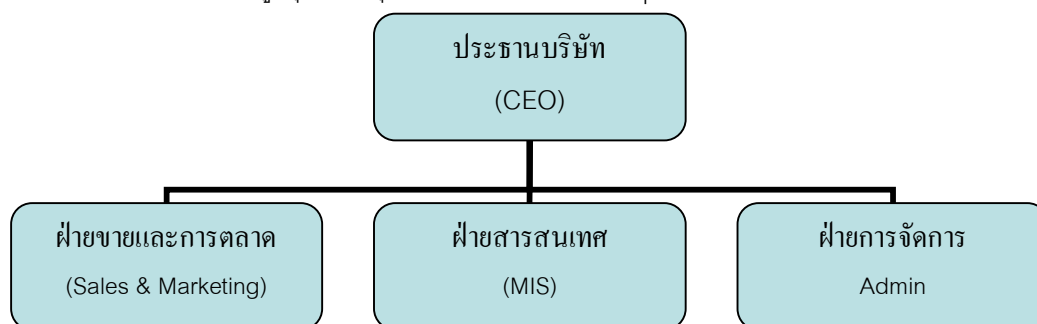
4.3.2 เป้าหมายระยะสั้นขององค์กร

- สามารถหาสมาชิกของเว็บไซต์ได้ประมาณ 50,000 คน ภายในระยะเวลา 5 ปี
- สามารถหาเจ้าของสินค้าที่สนใจแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์จำนวน 117 ราย ภายในระยะเวลา 5 ปี
- สามารถถึงจุดคุ้มทุน (Break Even Point) ภายในระยะเวลา 5 ปี และมี ROE ไม่ต่ำกว่า 20% ต่อปี

4.4 โครงสร้างองค์กร

เนื่องจากบริษัทเพิ่งเริ่มต้นในการดำเนินธุรกิจ ในช่วงแรกจะมุ่งเน้นในการจัดโครงสร้างองค์กรลักษณะ Functional Structure โดยที่แต่ละฝ่ายมีหน้าที่ในการทำงานอย่างชัดเจน เพื่อให้การบริหารจัดการองค์กรเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เนื่องจากสามารถจัดสรรทรัพยากรบุคคลตามความเชี่ยวชาญได้อย่างเหมาะสม และทำให้เห็นภาพรวมขององค์กรได้อย่างชัดเจน

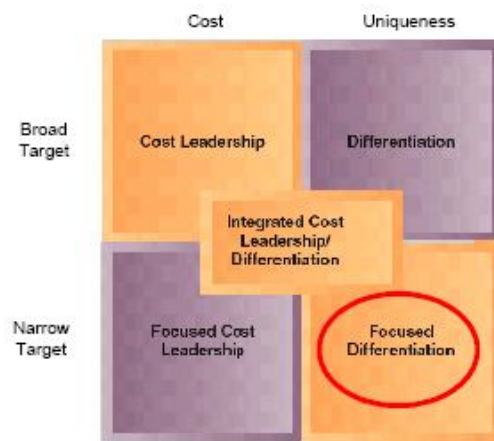
องค์กรมีการจัดสรรบุคลากรเพื่อดำรงตำแหน่งต่าง ๆ ตามเกณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อให้ความชำนาญและความสามารถของทรัพยากรบุคคลตรงกับตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยบุคลากรในตำแหน่งต่าง ๆ ดังนี้



แผนภาพที่ 4.1 โครงสร้างองค์กร

4.5 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)

บริษัทได้ใช้กลยุทธ์ Focus differentiation โดยมุ่งเน้นการทำการตลาดเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย (Focus) ได้แก่ กลุ่มลูกค้าสมาชิกผู้หญิงอายุ 20-40 ปี ที่มีพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต และมีพฤติกรรมในการทดลองใช้สิ่งใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน (Lifestyle Product) และสินค้าเกี่ยวกับความงาม (Beauty Product) เว็บไซต์ได้สร้างความแตกต่างจากเว็บไซต์อื่นๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นในการสร้างเนื้อหาของเว็บไซต์เป็นหลัก แต่เว็บไซต์ Freesampling จะมุ่งเน้นการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์โดยกลุ่มสมาชิกจะได้รับประสบการณ์อันดีจากการทดลองใช้สินค้านั้นๆ



ที่มา: Hitt M., Ireland R. and Hoskison R., Strategic Management: Competitiveness and Globalization, 5th edition

แผนภาพที่ 4.2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจของบริษัท