

บทที่ 6

รูปแบบธุรกิจ การจัดตั้งโครงการและการดำเนินงาน

โครงการวางแผนการบริหารจัดการธุรกิจการจำหน่ายแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน เป็นแผนธุรกิจในการจัดตั้งเข้าเลทมอลล์ ซึ่งได้ตั้งชื่อเข้าเลทแห่งนี้ว่า “PROUD” โดยมีแนวคิดหลัก คือการจัดให้เป็น “Costume jewelry & silver jewelry outlet Center” ที่สามารถรวบรวมสินค้าแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงินที่ออกแบบและผลิตจากฝีมือของช่างไทย ในราคาโรงงาน มาตรฐานการส่งออก ที่มีความแตกต่างหลากหลายด้วยดีไซน์ ในแต่ละช่างฝีมือ ที่ได้รับความเชื่อถือในความประณีตและการถ่ายทอดรูปแบบงานศิลปวัฒนธรรมไทยได้อย่างสวยงาม เพื่อตอบสนองกระแสความนิยมของแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน สนับสนุนการบริโภคสินค้าไทย การมีส่วนร่วมช่วยช่างฝีมือและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย พร้อมการจัดตั้งโครงการเพื่อยุคเศรษฐกิจพอเพียงของคนเมืองในปัจจุบัน

6. 1 ชื่อบริษัท

บริษัท พราว เข้าเลทมอลล์ จำกัด

“Proud” (Costume jewelry & silver jewelry outlet Center) ซึ่งคำว่า PROUD (พราว) มีที่มา ดังต่อไปนี้

- P นำมาจากคำว่า Perfect ที่แปลว่า ความครบถ้วน สมบูรณ์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการตอบสนองกลุ่มผู้บริโภค การรวบรวมสินค้าแฟชั่นอัญมณีเทียม คุณภาพดีจากโรงงานในคลังการผลิต มาจัดจำหน่ายในเข้าเลทมอลล์

- R นำมาจาก resourcefully ที่แปลว่า ผู้คิดริเริ่ม และสามารถแก้ปัญหาได้ดี ซึ่งแสดงถึงการมองเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นของธุรกิจทางวัฒนธรรม และการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย สนับสนุนให้คนไทยมีวัฒนธรรมการใช้สินค้าไทย

- O นำมาจาก outlet outstanding ที่แปลว่าช่องทางการจัดจำหน่ายที่โดดเด่น คือ
 เข้าเล่มที่จัดทำขึ้นเพื่อคนไทย การอ้างไว้ซึ่งอุตสาหกรรมแฟชั่นอัญมณีไทยและเพื่อประโยชน์
 สูงสุดสำหรับผู้บริโภคไทย

- U นำมาจาก Unitarian ที่แปลว่า บุคคลผู้สนับสนุนการรวมผู้ประกอบการธุรกิจ
 แฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงินเข้าไว้ด้วยกัน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุด สำหรับผู้บริโภคไทย

- D นำมาจาก Do it your self หรือ DIYที่เป็นกระแสมาแรง ของพฤติกรรมผู้บริโภค
 คนรุ่นใหม่ในปัจจุบัน ที่ชอบการเรียนรู้ แสวงหา และเสนอ ไอเดีย ซึ่งความแตกต่างของเข้าเล่มคือ
 การสามารถตอบสนองทุกความต้องการได้ โดยเฉพาะการสามารถออกแบบเครื่องประดับด้วย
 ตนเอง

6.2 วิสัยทัศน์ (Vision)

“เราต้องการสร้างเข้าเล่มแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน ที่ดีที่สุดเพื่อคนไทย“

6.3 พันธกิจ (Mission Statement)

6.3.1 พันธกิจหลัก (Main Mission)

1. การสร้างเข้าเล่มมอลล์แฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงินอย่างแท้จริงสำหรับคนไทย
2. การเป็นศูนย์กลางแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน จากผู้ผลิตคนไทยที่มี
 คุณภาพ มาตรฐานการส่งออกที่เราเลือกสรรมาอย่างดี
3. สร้างช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับผู้ผลิต ลดการเสียโอกาสทาง ธุรกิจ พร้อม
 มอบประโยชน์สูงสุดสำหรับผู้บริโภคสินค้าของคนไทย
4. การสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค ผู้ที่เกี่ยวข้องกับภาคอุตสาหกรรมอัญมณี
 ภาครัฐ และเครือข่ายอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเงินในต่างประเทศใน
 ฐานะผู้นำทางธุรกิจเข้าเล่มมอลล์แฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงินของไทย

5. จัดทำระบบฐานข้อมูลทางการตลาดของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ตลอดจนความเคลื่อนไหวต่างๆ สื่อนต่อสาธารณะและผู้ประกอบภายในโครงการ
เข้าเล่ม
6. การขยายงานในแนวตั้งสู่ ธุรกิจภาคอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการผลิตและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อสร้างธุรกิจครบวงจร

6.3.2 พันธกิจร่วม (Co-ordinate Mission)

มาตรการในการดำเนินงานของเข้าเล่มแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน ได้ร่วมกับภาคอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ พร้อมองค์กรเอกชนที่มีเป้าหมายร่วมกัน 3 มิติ จะดำเนินการพร้อมกันหรือควบคู่เชื่อมโยงกันไปแบบบูรณาการมีดังนี้

1. “มิติด้านการสร้างคน”

คือ การสร้างนักธุรกิจและนักบริหารจัดการด้านสินค้าแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน ให้มีความรู้ความสามารถในการเข้าสู่ตลาดสากล

2. “มิติด้านการสร้างธุรกิจ”

คือ การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย และช่วยลดปัญหาของภาคธุรกิจแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับ การเป็นศูนย์กลางของข้อมูล และศูนย์กลางผู้ผลิตแฟชั่นอัญมณีเกี่ยวกับแนวโน้มทางการตลาดแฟชั่นอัญมณี การยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมพร้อมกับการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมทั้งกระบวนการและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าไทยและพัฒนาเพื่อก้าวสู่ตลาดสากล

3. “มิติด้านการสร้างเมือง”

คือ การสร้างภาพลักษณ์ให้กรุงเทพมหานครเป็นมหานครแห่งวงการแฟชั่นและเป็นเมืองธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ โดยให้ “Proud” (Costume jewelry & silver jewelry outlet Center) เป็นอีกโครงการที่มีส่วนช่วยส่งเสริมการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง

6. 4 เป้าหมาย (Goals)

สร้างรายได้จากการจัดสรรพื้นที่ในการจำหน่ายแพชชั่นอัญมณีและเครื่องประดับ พร้อมธุรกิจที่เกี่ยวข้องของภาคธุรกิจที่เจริญเติบโตขึ้นตลอด ในระยะเวลา 3 ปี

6.4.1 แผนกลยุทธ์ในระยะสั้น (ภายในระยะเวลา 1 ปี)

การลงทุนขั้นต้นเรื่องการผลิตพื้นที่และการปรับพื้นที่ด้านตกแต่งโครงการเพื่อความสามารถในการแข่งขันสูงสุด ดังต่อไปนี้

1. สร้างการรับรู้ถึงตราสินค้า และรูปแบบบริการในทำเลที่แตกต่างจากคู่แข่ง
2. ต้องการให้เกิดพฤติกรรมการเข้ามาทดลองซื้อสินค้าและใช้บริการภายในโครงการ
3. ต้องการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการภายในทำเลมอลล์
4. กำหนดให้มีร้านค้าเช่าไม่ต่ำกว่า 80% ของพื้นที่ทำเลมีผลการดำเนินงานตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

6.4.2 แผนกลยุทธ์ในระยะกลาง (ภายในระยะเวลา 3 ปี)

1. เป็นผู้นำตลาดแพชชั่นอัญมณี เค้าเลทและขยายตลาดสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่
2. มีการนำเสนอ ผลิตภัณฑ์ใหม่ พร้อมปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอตามแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มักจะตอบสนองต่อสิ่งใหม่เสมอ
3. มีการปรับผู้ผลิตผู้เช่าภายในทำเลเมื่อไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือมาตรฐานที่กำหนด เพื่อการรักษาระดับมาตรฐานสินค้า และการบริการเพื่อให้เกิดความประทับใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ รวมถึงเรื่องการจัดการของระบบทั้งหมด เพื่อสร้างความแข็งแกร่งพื้นที่ของโครงการ

6.4.3 แผนกลยุทธ์ในระยะยาว (ภายในระยะเวลา 5 ปี)

คงความเป็นผู้นำตลาดค้าปลีกแฟชั่นชั้นนำและเครื่องประดับเงิน สร้างความแข็งแกร่งของโครงการในภาคธุรกิจ พร้อมขยายตลาดสู่ธุรกิจกลุ่มเป้าหมายใหม่

6. 5 แผนกลยุทธ์ (strategy)

6.5.1 แผนกลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)

บริษัทมีนโยบายในการบริหารองค์กรออกเป็นฝ่าย ดังนี้ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายวิจัยและพัฒนาฝ่ายการเงิน ฝ่ายการตลาด และฝ่ายบริการลูกค้า และเพื่อเป็นองค์กรที่มีความคล่องตัวสูง จึงมีสายการบังคับบัญชาที่สั้น สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการตลาด และลูกค้าหรือผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็วหรือที่เรียกว่า (Just-in-Time) พร้อมใช้กลยุทธ์ในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Alliance) ที่ดำเนินอยู่เป็นแบบการ Share ข้อมูลต่างๆ ทางธุรกิจอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องประดับตลอดจนแนวโน้ม เทรนด์ต่างๆ ที่เป็นที่ยอมรับร่วมกัน

กลยุทธ์หลักในการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรกับบริษัทผู้ผลิตแฟชั่นและเครื่องประดับ หน่วยงานและองค์กรการส่งเสริมทางอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องประดับ และสื่อมวลชน เพื่อช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม การสนับสนุนด้านการจัดการของโครงการในระยะยาวโดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ พันธมิตรหลักของโครงการ และกลุ่มเครือข่าย

1. พันธมิตรหลักของโครงการ

- 1) บริษัท ไอ.จี.เอส จำกัด (มหาชน) : ผู้ประกอบการที่บริหารงานด้วยผู้บริหารที่มีประสบการณ์ยาวนาน ในแวดวงการค้าแฟชั่นนี้แท้ โดยเป็นผู้ดำเนินการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม อัญธานี ในนาม ของ “ Gemopolis Mall “และ Gemopolis outlet “ บริเวณ ถนนสุขุมวิท 2 เขตประเวศ บริเวณ ใกล้สนามบึงสุวรรณภูมิ

เป็นองค์กรที่มีความชำนาญในการรวบรวมผู้ผลิต เพื่อการส่งออกอัญมณีแท้ มีวัตถุประสงค์ที่คาบเกี่ยวกับโครงการคือ เพื่อการสนับสนุนการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยเพื่อการส่งออก และการสนับสนุนสินค้าไทยเพื่อ คนไทยมีภาพลักษณ์ที่เหมาะสม ทั้งนี้ประโยชน์ที่ได้การจากเป็นพันธมิตร คือ การแบ่งปันข้อมูลทางการค้า แนวทางการบริหารงานในสายอุตสาหกรรม การหาช่องทางการจำหน่ายให้ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี โดยในอนาคตเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน วางแผนจัดสร้างนิคมภายในพื้นที่ร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อการเอื้อประโยชน์ระหว่างกัน สำหรับจัดหาผู้ประกอบการเพื่อความสมบูรณ์ในนิคมอัญธานีเฟสต่อไปของโครงการอัญธานี สำหรับสิ่งที่เป็นพันธมิตรจะได้รับ

- การปรากฏตราผลิตภัณฑ์หรือโลโก้ในสื่อโฆษณาขององค์กร
- การปรากฏตราผลิตภัณฑ์หรือโลโก้ในพื้นที่ของโครงการ
- สิทธิในการจองพื้นที่ในโครงการเช่าเหมอลด สำหรับสมาชิกในนิคมอัญธานี

ภาพที่ 6.1

รูปภาพตราสัญลักษณ์ Gemopolis Mall & Gemopolis Outlet



ภาพที่ 6.2

รูปภาพเจโมโฟริสมอลล์ (รูปภาพ ตัวอย่าง ธุรกิจ)



- 2) บริษัท บัวสุวรรณ พลาซ่า จำกัด บริษัท ผู้ดำเนินประกอบธุรกิจห้างสรรพสินค้า บัวสุวรรณ พลาซ่า ซอย วิภาวดี 20 สถานที่ตั้งติดกับตึกบริษัทการบินไทย สำนักงานใหญ่ และทางเข้าสู่ตลาดหลังการบินไทย โดยการบริหารงาน ของ ส.ส แก้ว บัวสุวรรณ ทั้งนี้ประโยชน์ที่จะได้จากพันธมิตรคือ การให้สิทธิในการบริหารจัดการพื้นที่บริเวณ ชั้น 1 ของ พลาซ่า ในราคาพิเศษที่ราคาต่ำกว่าราคาปกติโดยสิ่งที่พันธมิตรจะได้รับคือรายได้จากการเช่าพื้นที่ชั้น1 พร้อมการทำการตลาดบัวสุวรรณพลาซ่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การทำการตลาดเพื่อดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาใช้บริการ ซึ่งยังมี พื้นที่ที่ทางบริษัทต้องบริหารจัดการอีก 2 ชั้น เป็นเชื้อประโยชน์อย่างบูรณาการ
2. กลุ่มเครือข่าย: การดำเนินการจะมีการติดต่อเพื่อสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการโรงงาน ในการจัดตั้งชมรมผู้ผลิตเครื่องประดับอัญมณีและเครื่องประดับเงิน เพื่อสร้างเป็นหนึ่งเดียว พร้อมการเข้าร่วมเช่าพื้นที่ในโครงการ การสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการในพื้นที่บริเวณใกล้เคียง และการขอความร่วมมือในลักษณะการฝากข่าวประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการเข้าร่วมงานในกิจกรรมพิเศษ ซึ่งเป็นการช่วยให้เครือข่ายมีความเข้มแข็งและสร้างประโยชน์ต่อสังคม

6.5.2 แผนกลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy)

จากเป้าหมายและกลยุทธ์ของโครงการเข้าเล่มที่ได้กำหนดไว้เบื้องต้น และพิจารณาถึงกลยุทธ์ที่เหมาะสมในกระบวนการทำงาน ผู้ศึกษาโครงการได้กำหนดรูปแบบความสามารถขององค์กร และจัดสรรองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

6.5.2.1 การกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันในระดับธุรกิจ (Business Strategy)

ด้วยการแข่งขันสำหรับโครงการเข้าเล่ม ในประเภทธุรกิจแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน ได้ลดสภาพกดดันในการแข่งขันเรื่องค่าใช้จ่ายทุกอย่าง ด้วยการลดต้นทุนในการจัดการทุกประเภท

โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ คือ การเน้นสินค้าเฉพาะกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับเงิน และกลยุทธ์การสร้างแตกต่าง เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันจากเอกลักษณ์แตกต่างเฉพาะตัว ด้านราคายุติธรรม ของโครงการแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงินที่ไม่เคยมีมาก่อน สินค้าและกิจกรรมที่มีภาพลักษณ์ของผู้ประกอบการไทย ศิลปวัฒนธรรมไทย ดังนั้นโครงการจึงกำหนด กลยุทธ์หลักโดยเน้นความแตกต่าง และเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเพื่อใช้ในการแข่งขัน โดยกลยุทธ์ดังกล่าวทำให้เกิดข้อได้เปรียบและความเสี่ยงดังนี้

ข้อได้เปรียบ

1. มีฐานลูกค้ารองรับอย่างชัดเจน จากการเลือกทำเลที่ตั้งที่มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน ซึ่งเป็น ตลาดที่มีสินค้าหรือบริการรองรับไม่มากในปัจจุบัน (โครงการเข้าเล่มแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน)
2. การลดต้นทุนในการทำการตลาด เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายสามารถกำหนดได้อย่างชัดเจน จึงสามารถมุ่งเป้าไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายกว่า
3. กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าของโครงการ ซึ่งทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มเหนือคู่แข่ง การสร้างสรรค์ในเกิดแรงบันดาลใจ คนไทยใช้สินค้าไทย

4. สามารถสร้างแบรนด์ได้ง่าย เนื่องจากรูปแบบของธุรกิจมีเอกลักษณ์ชัดเจน จึงทำให้ลูกค้าสามารถแยกแยะความแตกต่างจากคู่แข่งได้ง่าย

ความเสี่ยง

1. ขีดความสามารถในการแข่งขันที่จำกัด เนื่องจากการเลือกธุรกิจเข้าเลท ทำให้ปริมาณฐานลูกค้าอาจมีเฉพาะกลุ่มที่สนใจ ซึ่งอาจส่งผลให้คู่แข่งใช้อำนาจในการกีดกันทางการค้า ดังนั้นเจ้าเลทจึงควรเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันจากการใช้กลยุทธ์การร่วมมือกับองค์กรพันธมิตร ทั้งในส่วนของโรงงานผู้ประกอบการและเครือข่าย พันธมิตร เพื่อป้องกันปัญหาดังกล่าว
2. มีความเสี่ยงในการยอมรับจากตลาด เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย มีพฤติกรรมที่
3. เปลี่ยนแปลง ตลอดเวลา องค์กรจึงควรทำ การวิจัยตลาดเพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อคัดสรรรูปแบบบริการที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
4. การควบคุมผลการดำเนินงานและการขยายตัวในอนาคต เนื่องจากสินค้าที่องค์กรนำเสนอเป็นบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งมีความเสี่ยงในการดำเนินงานสูงโดยหากผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย องค์กรจำเป็นต้องมีการ
5. ปรับกลยุทธ์ในรูปแบบอื่นโดยมี การจัดเตรียมแผนสำรองจากการประเมินสถานการณ์ล่วงหน้า

6.5.3 แผนกลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy)

5.5.3.1 การกำหนดกลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy)

จากการกำหนดกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันเบื้องต้น ทางโครงการเจ้าเลทได้กำหนดกลยุทธ์ในภาพรวมสู่ระดับหน่วยงานให้สอดคล้องกับโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งสามารถแยกย่อยเป็นกลยุทธ์ต่างๆ ได้ดังนี้

1. ฝ่ายจัดการหลัก

1) ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ: การจัดการโครงการ

- กลยุทธ์การเลือกสถานที่ตั้งโครงการเช่าเลขที่อำนวยความสะดวกแก่กลุ่มเป้าหมายสูงสุด (Exclusive Location) เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการขยายฐานการตลาดสู่กลุ่มผู้บริโภค ในขั้นต่อไป ตามความเหมาะสมของกลุ่มเป้าหมาย ในแต่ละพื้นที่
- กลยุทธ์สร้างพันธมิตรกับองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคธุรกิจอื่นๆ เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในตลาด และลดความเสี่ยงจากฐานการตลาดที่มีอยู่
- กลยุทธ์การเป็นผู้บริหารจัดการพื้นที่รายเดียวสำหรับโครงการเช่าเลขที่เพื่อลดจุดอ่อนขององค์กรจากการที่ไม่มีสินค้าเป็นของตนเอง และลดแรงกดดันจากการแข่งขันของผู้ให้บริการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาด รวมถึงการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ จากการทำการตลาดเพื่อสร้างมูลค่าของพื้นที่
- กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ โดยการตกแต่งอาคารและการสร้างสรรค์บรรยากาศภายในโครงการเช่าเลขที่มีรูปแบบทันสมัยและแตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่น
- กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง จากรูปแบบธุรกิจเช่าเลขที่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ แล้ว รูปแบบพิเศษที่ให้สอดคล้องโครงการคือพื้นที่ที่อำนวยความสะดวก พร้อมกับตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายคนทำงาน เพื่อผลักดันให้โครงการเป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมายในระยะเริ่มแรกและต่อเนื่องตลอดไป
- กลยุทธ์การวิจัยตลาดอย่างต่อเนื่องโดยใช้การเก็บข้อมูลทั้งทางตรงจากระบบสมาชิกกลุ่มผู้บริโภค และทางอ้อมจากการสังเกตการณ์เพื่อสร้างสรรค์รูปแบบโครงการเช่าเลขที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2) ฝ่ายส่งเสริมการตลาดและฝ่ายดูแลลูกค้าประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประสานงานผู้เช่า

- กลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากรบุคคลด้านการบริการ คือการหาผู้ประกอบการโรงงานที่มีประสิทธิภาพ และสินค้าแฟชั่นอันภูมิและเครื่องประดับ
- กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง ฝ่ายบริหารเช่าเลข พนักงานบริการกับผู้เช่าพื้นที่ผู้ประกอบการโรงงาน โดยเน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันผ่านการให้บริการที่เป็นกันเอง การเป็นหนึ่งเดียวกัน ภายใต้สัญญาผูกพันสมาคม การใช้กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM: Customer Relationship Management) เพื่อพบปะสังสรรค์และร่วมอภิปรายพูดคุย Share ประสบการณ์ต่างๆ ที่ดำเนินธุรกิจ
- กลยุทธ์สร้างส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนในการสร้างสรรค์กิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาให้เกิดความผูกพันกับตราสินค้า (Brand Loyalty) และรูปแบบเช่าเลข หรือโปรโมชั่นพิเศษ ที่ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (ผู้ประกอบการโรงงาน ผู้เช่าพื้นที่โครงการ)

2. ฝ่ายสนับสนุน

1) ฝ่ายบัญชีและการเงิน

- กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านการเงิน โดยวางแผนการหมุนเวียนเงินสดที่ได้รับจากการเช่า รายได้จากส่วนต่างค่าสาธารณูปโภค การจัดการพื้นที่ สร้างความสอดคล้องกับขั้นตอนการชำระเงินทั้งด้านการทำการตลาด และบริหารโครงการเช่าเลข

2) ฝ่ายทรัพยากรบุคคล

- กลยุทธ์การสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีความผูกพันและกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ระหว่าง ฝ่ายงาน ด้วยการหมุนเวียนตำแหน่งพนักงานในระดับปฏิบัติการข้ามฝ่าย เพื่อลดต้นทุนและป้องกันความเสี่ยงหากมีการลาออกของพนักงาน

3) ฝ่ายเทคนิคและซ่อมบำรุง

- กลยุทธ์การผสมผสานฝ่ายเทคนิคซ่อมบำรุงไว้ด้วยกันเพื่อลดต้นทุน และ
พร้อมในการดำเนินงานอยู่เสมอ

6.6 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

6.6.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในการวิเคราะห์จุดแข็ง และ จุดอ่อนของธุรกิจ

จุดแข็ง (Strength):

1. โครงการเข้าเลทแห่งนี้มีความได้เปรียบทางด้านสถานที่ตั้ง ซึ่งอยู่ใจกลางเมือง
ในย่านอาคารสำนักงาน พร้อมย่านแหล่งช้อปปิ้งที่เป็นที่รู้จัก ครอบคลุมพื้นที่
ทำเลที่ได้เปรียบกว่าคู่แข่ง
2. ทีมผู้บริหารมีความรู้ และ ประสบการณ์ ทางด้านการบริหารพื้นที่ และตลาด
สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ
3. ความโดดเด่นและความแตกต่างทางด้านโครงการเข้าเลทที่ไม่เคยเกิดขึ้นมา
ก่อนพร้อมร้านค้าปลีกต่างๆ ภายในเข้าเลทฯ ที่น่าสนใจ
4. ลักษณะของโครงการที่เน้นเฉพาะและการเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมาย
5. บริษัทมีกระบวนการตัดสินใจที่กระชับ มีความคล่องตัว และยืดหยุ่นทางการ
บริหารสูง สามารถปรับตัวตามการแข่งขันได้เร็ว
6. การได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐ กระทรวงอุตสาหกรรม
(กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม)

W: Weakness (จุดอ่อน)

1. ต้นทุนในการดำเนินจัดตั้งโครงการ ในระยะแรกเริ่ม
2. เป็นโครงการที่จัดตั้งใหม่ต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างการรับรู้
3. การปรับเปลี่ยนแผนการตลาด ตลอดเวลา เพื่อให้ตรงกับความต้องการของ
ผู้บริโภคให้มากที่สุด

6.6.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกการประเมินโอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ

O: Opportunities (โอกาส)

1. พฤติกรรมผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนการเลือกซื้อสินค้าประเภท แฟชั่นจิวเวลรี่และเครื่องประดับเงิน ในช่องทางของเรามีมากขึ้น
2. ธุรกิจแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน มีโอกาสในการเติบโตอีกมาก เนื่องจากยังมีการขยายไปได้อีกดูจากผลวิจัยและบทวิเคราะห์ของภาคธุรกิจ
3. รัฐบาลส่งเสริมการลงทุนสำหรับอุตสาหกรรมนี้ อีกทั้งยังกระตุ้นให้บริโภคสินค้าภายในประเทศ เช่น โครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น
4. รูปแบบการออกแบบสินค้า ในรูปแบบของศิลปวัฒนธรรมไทย

T: Threat (อุปสรรค)

1. เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ของภาคธุรกิจแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน พร้อมเป็นรายแรกในภาคธุรกิจช่องทาง
2. ประสบการณ์ในการบริโภคสินค้าประเภทแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับของกลุ่มเป้าหมาย
3. สภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ที่ไม่แน่นอนในปัจจุบัน

6.7 Competency ของโครงการ

Definition of Competency คือความสามารถและพฤติกรรมที่สังเกตได้และประเมินได้ (Observable and measurable behaviors) ของโครงการ

1. Knowledge (ความรู้)

โครงการมีความรู้ความสามารถทางด้านธุรกิจเข้าเล่มแพชั่นอันมณีและเครื่องประดับเป็นอย่างดี มีผู้บริหารที่เชี่ยวชาญในสาขาการบริหารพื้นที่ การตลาด และการทำธุรกิจในระดับสากล (เป็นเครดิตและศักยภาพของเข้าเล่ม)

โครงการมีความรู้เกี่ยวกับอันมณีทุกประเภทโดยเฉพาะแพชั่นอันมณีและเครื่องประดับเงินตลอดจนขั้นตอนและเทคนิคการผลิต

ความรู้ความสามารถในการให้คำปรึกษาผู้ประกอบการในภาคธุรกิจ การลดหย่อนภาษี พร้อมโครงการมีนโยบายการพัฒนา การทำการตลาดสู่สากล

2. Skill (ทักษะ)

โครงการมีทักษะในการรวบรวมผู้ประกอบการ ผู้ผลิตแพชั่นอันมณีและเครื่องประดับเงิน ที่มีปัญหาสินค้าคงคลัง สินค้าเหลือจากการขึ้นลาย) สินค้าพร้อมจำหน่ายในราคาที่ถูกลงและมีคุณภาพมาตรฐานการส่งออก การรวมตัวของผู้ประกอบการทั้งภาคอุตสาหกรรมการผลิตเข้าด้วยกันเป็นโครงการที่สามารถรวบรวมไว้ได้มากที่สุด

อีกทั้งมีผู้เชี่ยวชาญทักษะการบริหารจัดการพื้นที่ ทีมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาคธุรกิจ พร้อมแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการบริหารจัดการด้านการตลาดธุรกิจเข้าเล่ม แพชั่นอันมณีและเครื่องประดับเงิน

3. Attitude (ทัศนคติ)

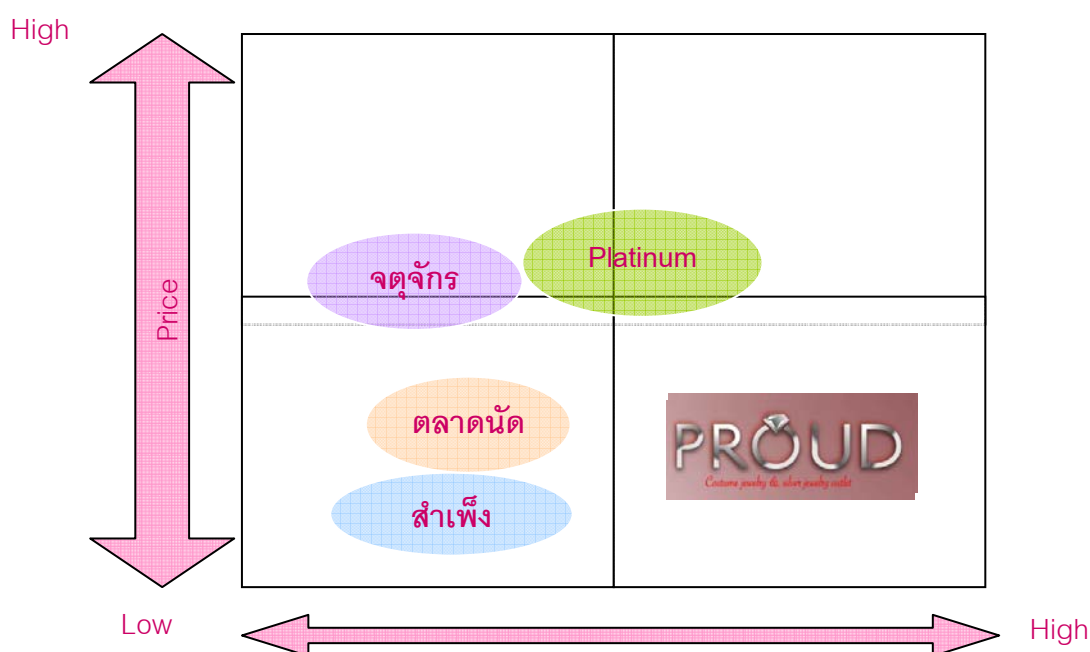
โครงการที่เกิดขึ้นจากความต้องการลดปัญหาของสินค้าคงคลังที่พบในโรงงานผู้ผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกของภาคอุตสาหกรรมผลิต และการลดการเสียโอกาสทางภาคธุรกิจ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายแพชั่นอันมณีและเครื่องประดับเงิน ให้กับผู้ประกอบการ และเพื่อมอบสินค้าคุณภาพดีราคาถูกให้กับผู้บริโภคคนไทย เพื่อมีส่วนช่วยให้คนไทยคงความสามารถแสดงถึงฝีมือช่างไทย วัฒนธรรมของไทยที่ถ่ายทอดมาในงานการผลิตรุ่นสู่รุ่น

6.8 แผนการตลาด

โดยใช้หลักกลยุทธ์ทางการตลาด 4 P Implementation Plan มากำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Marketing Positioning) เพื่อการวางตำแหน่งที่ชัดเจนทางการตลาดของตัวโครงการ โดยได้กำหนดตัวโครงการไว้ที่ โครงการเข้าเลข ที่รวมผู้ประกอบการแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงินไว้ที่มากที่สุด พร้อมการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ราคาอ่อมเยาว์

ภาพที่ 6.3

แสดงตำแหน่งของโครงการทางการตลาด



6.8.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

1. ตำแหน่งทางการตลาด

สำหรับการวางแผนโครงการ “Proud” (Costume jewelry & silver jewelry outlet Center) ได้กำหนดตำแหน่งทางการตลาดของโครงการไว้ที่ความสามารถในการจำหน่ายสินค้าแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงินได้ในราคาที่ถูกลงกว่าทุกที่ ที่มีการจำหน่ายสินค้าประเภทนี้ ดังที่ได้เปรียบเทียบเป็นแผนภูมิโดยสังเขป ความโดดเด่นในด้านคุณภาพมาตรฐานส่งออก การรวมตัว

ของโรงงานผู้ผลิตส่งออก สิ่งสำคัญภายในอำเภอเมื่อผู้บริโภคเข้าไปใช้บริการแล้วนอกจากจะสามารถตอบสนองความต้องการได้แล้วยังต้องให้ความรู้สึกถึงความสบายใจ เพราะผู้บริโภคได้เข้าซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการโดยตรง จากกลุ่มผู้มีความรู้ทางด้าน แฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงินอย่างแท้จริง

2. ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix)

สำหรับผลิตภัณฑ์ในที่นี้ ทางโครงการขอเสนอโครงการธุรกิจในรูปแบบอำเภอที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทางด้านสินค้าแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับ โดยแบ่งประเภทของผู้ประกอบการไว้ดังนี้

โซนที่ A คือ โซน เครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี

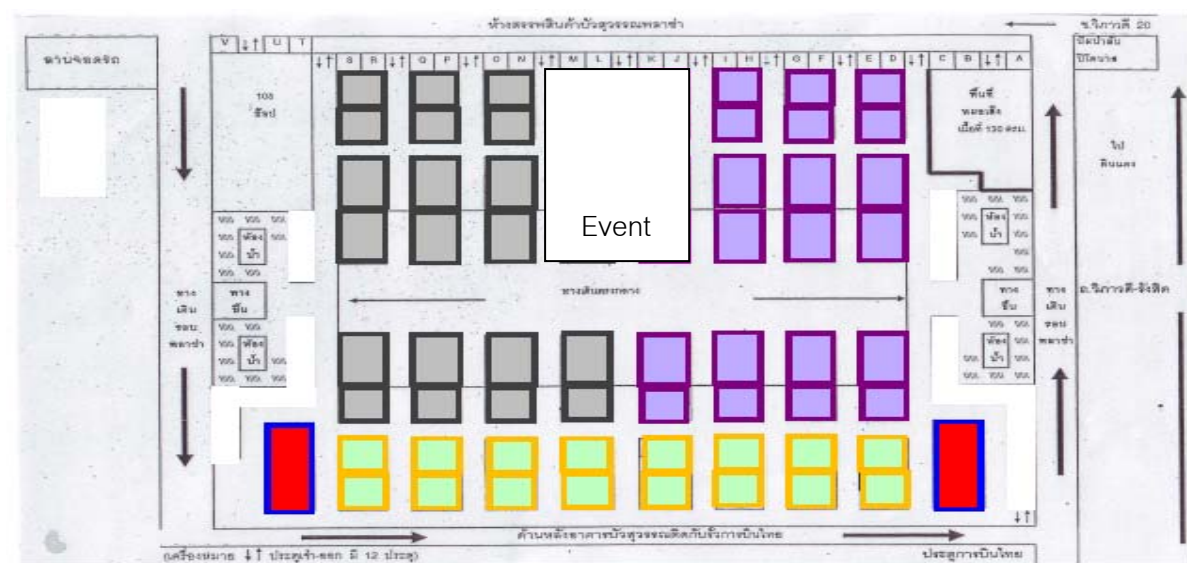
โซนที่ B คือ โซน เครื่องประดับเงิน

โซนที่ Z คือ โซน เครื่องประดับที่มาจากผู้ประกอบการโครงการสินค้า OTOP ระดับ 4-5 ดาว และตัวแทนผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมไทย

โดยกำหนดให้พื้นที่ 2 ขนาด รวมพื้นที่ให้เช่าทั้งสิ้น 1296 ตารางเมตร

ภาพที่ 6.4

ผังแสดงพื้นที่บริเวณชั้น 1 จัดแบ่งโซนใหม่



3. ลักษณะการแบ่งโซนของโครงการ

โดยกำหนดให้ภูมิ 2 ขนาด รวมพื้นที่ให้เช่า ทั้งสิ้น 1296 ตารางเมตร

- บริเวณพื้นที่ด้านหน้า ขนาดพื้นที่ 16 ตารางเมตร มีจำนวน 12 ภูมิ
 - บริเวณพื้นที่ด้านหลัง ขนาดพื้นที่ 16 ตารางเมตร มีจำนวน 24 ภูมิ
 - บริเวณพื้นที่ตรงกลาง ขนาดพื้นที่ 24 ตารางเมตร มีจำนวน 20 ภูมิ
 - บริเวณพื้นที่ซ้าย-ขวา ขนาดพื้นที่ 24 ตารางเมตร มีจำนวน 4 ภูมิ
- (รวมเป็น 2 ภูมิ)

ลักษณะของการแบ่งภูมิร้านค้าพื้นที่ คือ

โซนที่ A คือ โซน เครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี จัดแบ่งให้อยู่ทางซ้ายมือ โดยมีภูมิ

- บริเวณพื้นที่ด้านหน้า ขนาดพื้นที่ 16 ตารางเมตร มีจำนวน 6 ภูมิ
 - บริเวณพื้นที่ตรงกลาง ขนาดพื้นที่ 24 ตารางเมตร มีจำนวน 10 ภูมิ
 - บริเวณพื้นที่ตรงกลาง ขนาดพื้นที่ 16 ตารางเมตร มีจำนวน 4 ภูมิ
 - บริเวณ ริมซ้าย ขนาดพื้นที่ 24 ตารางเมตร 2 ภูมิ รวมเป็น 1 ภูมิ
- เพื่อจัดทำสำหรับ ผู้ประกอบการเฉพาะด้าน การซ่อมแซมและสั่งทำเครื่องประดับ

โซน B คือ โซน เครื่องประดับเงิน จัดแบ่งให้อยู่ทางขวามือ โดยมีภูมิ

- บริเวณพื้นที่ด้านหน้า ขนาดพื้นที่ 16 ตารางเมตร มีจำนวน 6 ภูมิ
 - บริเวณพื้นที่ตรงกลาง ขนาดพื้นที่ 24 ตารางเมตร มีจำนวน 10 ภูมิ
 - บริเวณพื้นที่ตรงกลาง ขนาดพื้นที่ 16 ตารางเมตร มีจำนวน 4 ภูมิ
 - บริเวณ ริมซ้าย ขนาดพื้นที่ 24 ตารางเมตร 2 ภูมิ รวมเป็น 1 ภูมิ
- เพื่อจัดทำสำหรับ ผู้ประกอบการเฉพาะด้าน การซ่อมแซมและสั่งทำเครื่องประดับ

โซน Z คือ โซน เครื่องประดับที่มาจากผู้ประกอบการโครงการสินค้า OTOP ระดับ 4-5

ดาว และตัวแทนผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมไทย

- บริเวณพื้นที่ด้านหลัง ขนาดพื้นที่ 16 ตารางเมตร มีจำนวน 16 ภูมิ

6.8.2 ราคา (Price)

การกำหนดอัตราประมาณการของพื้นที่โครงการเฉลี่ยต่อตารางเมตรละ 1000 บาท

- ประโยชน์ที่รับจากการเข้าร่วมโครงการ คำนวณค่ากับการเช่าพื้นที่เพื่อจำหน่ายแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน การได้กลุ่มผู้บริโภคที่มาจากการทำแผนการตลาดและการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์
- เป็นทางเลือกหนึ่งของการภาคธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณี

6.8.3 สถานที่ (Place)

1. การวิเคราะห์พื้นที่ตั้งโครงการ

ในการจัดตั้งโครงการ “Proud” (Costume jewelry & silver jewelry outlet Center) ในครั้งนี้ ได้กำหนดสถานที่ อาคาร บัณฑิตพัฒนพาณิชย์ (ตึกอาคารสำนักงานใหญ่ บริษัท การบินไทย จำกัด) ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพฯ ปากทางเข้าตลาดลุงเพิ่ม (ตลาดการบินไทย) ความสะดวกในการเดินทางเชื่อมจากตึกการบินไทย อีกทั้ง อยู่ใกล้มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, มหาวิทยาลัยหอการค้า, มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น, โรงเรียนแย้มสะอาด, โรงเรียนปัญญทรัพย์ และอยู่ใกล้อาคารสำนักงานชั้นนำ การบินไทย, อีสต์วอเตอร์ (ใหม่), ปตท. 5.ทหารไทย, ชันทาวเวอร์, ไทยรัฐ

อาคารบัณฑิตพัฒนพาณิชย์ ประกอบด้วย อาคารรูปลักษณะทันสมัย 3 ชั้น พร้อมการบริหารพื้นที่อย่างลงตัว สาธารณูปโภคมาตรฐานครบครัน พื้นที่จอดรถกว่า 300 คัน ถนน พื้นที่ด้านหน้าโครงการติดกับถนนวิภาวดี ซึ่งเป็นเส้นทางหลักที่เชื่อมโยงกับโครงข่ายถนน และพื้นที่อื่นๆ บริเวณใกล้เคียง ได้แก่ ครอบคลุมพื้นที่ รัชดาตลาดพร้าว สะพานควาย เกษตร ห้วยขวาง ดินแดง จตุจักร

รถไฟฟ้าบีทีเอส โครงการตั้งอยู่บริเวณสถานีหมอชิต –จตุจักร อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงจากเครือข่ายรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ที (MRT) เข้า-ออก จาก สถานีรถไฟฟ้าใต้ดินได้ 3 สถานี คือ สถานีรัชดา, ตลาดพร้าว, พหลโยธิน และเข้า-ออก จาก 3 ถนนหลัก คือ ตลาดพร้าว (ซอย18), รัชดาภิเษก (ซอย19), วิภาวดี (ซอย20)

ทำให้พื้นที่โครงการสามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่อื่นๆ ได้ในวงกว้าง รถโดยสารประจำทาง บริเวณด้านหน้าโครงการ มีรถโดยสารประจำทางที่สามารถเชื่อมโยงกลุ่มเป้าหมายซึ่งอาศัยอยู่บริเวณรอบนอกจังหวัดกรุงเทพมหานครเข้าสู่โครงการจำนวนหลายสาย

ภาพที่ 6.5

แสดงแผนที่โครงการ PROUD โดยสังเขป



2. กำหนดพื้นที่ตั้งโครงการ

พื้นที่บริเวณชั้น 1 อาคาร บิวสุวรรณพลาซ่า มีพื้นที่ประมาณ 3000 ตารางเมตร และแบ่งเป็นพื้นที่ชั้น 1 สำหรับจัดตั้งโครงการ “Proud” (Costume jewelry & silver jewelry outlet Center)” ประมาณ 1500 ตารางเมตร และ โครงการแบ่งพื้นที่ให้ผู้ประกอบการเช่า พื้นที่ประมาณ 1296 ตารางเมตร

6.8.4 ส่งเสริมการตลาด(Promotion)

โดยโครงการ “Proud” (Costume jewelry & silver jewelry outlet Center) ได้กำหนด กลยุทธ์ การส่งเสริมการขาย การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

การจัดการด้านการส่งเสริมการขายนั้น โครงการนี้จะเน้นใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้าง การรับรู้แก่ผู้บริโภค โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายวัยทำงานผู้หญิงและกลุ่ม

คนทำงานในบริเวณใกล้เคียง นอกจากการใช้สื่อโฆษณา แล้วทางโครงการยังกำหนดให้มีการจัดกิจกรรม ภายในโครงการเพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นยอดจำหน่าย

ในที่นี้แผนการตลาดที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อสร้างการรู้จัก จะเลือกใช้สื่อในการทำโฆษณาเพราะสื่อต่างๆ ที่ความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ดี ซึ่งสื่อที่เลือกสำหรับโครงการเข้าเลขแพชั่นอัญมณีและเครื่องประดับในครั้งนี้ มีดังนี้

1. การโฆษณา

- 1) สื่อนิตยสาร เพราะสื่อ นิตยสารนอกจากจะเป็นสื่อที่ให้ภาพที่สวยงามแล้วยังเป็นสื่อที่คงทนสามารถอยู่ได้นานและที่สำคัญสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มได้ สำหรับสื่อ นิตยสารเราเลือกลงเฉพาะ นิตยสารก็อส์ชิป ลิซ่า โดยการเลือกนิตยสารในครั้งนี้มาจากการวิเคราะห์สื่อ นิตยสารที่จะเจาะกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้ จริงเพราะคือกลุ่มนิตยสารที่ได้รับผลตอบแทนที่ดี ใช่เพียงผู้หญิงที่อ่านเท่านั้น แต่เข้าถึงทุกเพศ ทุกวัย เป็นกลยุทธ์เลือกสื่อให้ผู้บริโภค บอกเล่าบอกต่อปากได้ดี รวมถึงการใช้กลยุทธ์เลือกลง สลับกันไปแต่ละเล่ม รวมทั้งหมดจะมี นิตยสาร 3 ฉบับ เลือกลง 9 เดือน ที่ลงโฆษณา เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ และ เป็นการตอกย้ำเพื่อให้เกิดการจดจำ
- 2) Light box on BTS (รถไฟฟ้ามหานคร) เป็นสื่อภายนอกอาคารที่มีประสิทธิภาพมากเพราะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และยัง สามารถสร้างความคุ้นเคยให้กับผู้บริโภคได้ด้วยการผ่านสายตาทหลาย ๆ ครั้ง เมื่อกลุ่มเป้าหมายใช้การเดินทางโดยรถไฟฟ้า เป็นการลงสื่อบนตู้ไฟ โดยจะใช้เวลาในการลงโฆษณาตลอดระยะเวลา 3 เดือน เลือกลงเฉพาะสถานีหมอชิต (จตุจักร) เนื่องจากเป็นสถานีที่มีกลุ่มเป้าหมายใช้บริการมาก ตลอดทั้งวัน รวมถึงสามารถสร้างการรับรู้ให้คนสนใจและสามารถเดินทางต่อมายังโครงการได้ทันที
- 3) สื่อป้ายโฆษณาตามสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) จะเลือกทั้งหมด 4 สถานี คือ สถานีพหลโยธิน สถานีห้วยขวาง สถานีศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และ สถานีสุขุมวิท ส่วนสาเหตุที่เลือกสถานีสี่ลม และ สถานีสุขุมวิท

เพราะว่าเป็นจุดที่สามารถเชื่อมต่อไปยังรถไฟฟ้ามหานคร (BTS) ได้ ส่วนสาเหตุที่เลือกสถานีลุมพินี และ สถานีศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ก็เพราะว่าอยู่ใกล้กับสถานที่ตั้งของโครงการ โดยจะใช้เวลาลงโฆษณาทั้งหมด 3 เดือน

- 4) สื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Billboard) จะเลือกจัดทำเพียง 2 เท่านั้นคือ จุดแรกหน้าอาคารชั้นทาวเวอร์ ซึ่งเป็นปากทางเข้าสู่ซอยเฉยพวง เป็นจุดที่โครงการให้ความสนใจในการดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายเห็นสื่อ และสร้างการรับรู้ จุดที่สอง คือ บริเวณปากทางเข้าโครงการเพื่อเป็นการบอกจุดที่ชัดเจนในการเดินทางมา และยังเป็นการสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เดินทางสัญจรผ่านไปมา เพราะมีป้ายรถประจำทาง อยู่บริเวณนั้น รวมถึงกลุ่มเป้าหมายเดินทางโดยใช้เส้นทาง ถนนวิภาวดี ในการเดินทางด้วย
- 5) สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับและ โปสเตอร์ เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในทันที เป็นการกำหนดให้อ่านในเวลาหนึ่งรวมถึงสามารถฝากข้อความโปรโมชั่น ในสื่อได้ เป็นสื่อที่สามารถเก็บไว้อ่านขณะที่สะดวก และสามารถสร้างกระแสให้กลุ่มเป้าหมายผู้หญิง หยิบมาพูดคุยกัน ซึ่งสร้างการรับรู้ได้ดี
- 6) สื่อใบแจ้งค่าบริการบัตรเครดิต เป็นการโฆษณาในเชิงการประชาสัมพันธ์ที่สามารถสร้างการรับรู้ได้ดี และบอกถึงสิทธิประโยชน์ในการใช้ร่วม กับบัตรได้ โดยเลือกลงโปรโมชั่นร่วมกับ บัตร UOB Lady, CITY BANK, KTC
- 7) รถซัลเทอร์บัส รับส่ง การใช้สื่อในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการดึงคนจากแหล่งที่มีกลุ่มเป้าหมาย จับจ่ายใช้สอย โดยกำหนดมีการไปรับที่ 2 จุด คือ ซอยเฉยพวง และ สถานีรถไฟฟ้าหมอชิต และมาจอดที่เดียวคือ ลานจอดรถ “Proud” (Costume jewelry & silver jewelry outlet Center)

2. การประชาสัมพันธ์

นอกจากการโฆษณาผ่านสื่อแล้ว เพื่อให้มีประสิทธิภาพในช่วงระยะเวลาที่ห้างเปิดบริการแล้ว ยังมีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ดังนี้

- 1) การส่ง SMS กิจกรรม จะเป็นการส่งข้อความแจ้งให้ลูกค้าที่เดินเข้ามาใช้บริการภายในศูนย์การค้าทราบว่าในวันนี้ หรือช่วงระยะนี้ทางศูนย์การค้าได้มีกิจกรรมอะไรบ้าง เพื่อลูกค้าท่านที่สนใจจะเข้าร่วมโครงการ
- 2) การเชิญชวนให้รายการต่างๆ และละคร มาใช้สถานที่ในการถ่ายทำ รวมถึงการสนับสนุนเครื่องประดับ สวมใส่ในการดำเนินรายการ เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลเร็ว และไม่เสียค่าใช้จ่ายด้วย อีกทั้งยังเป็นการเข้าถึงผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างดีเพราะเราสามารถเลือกรายการได้ตรงตามความต้องการ
- 3) จัดส่งหนังสือประชาสัมพันธ์ หรือโปรโมชันแต่ละเดือนที่จะเกิดขึ้นภายในโครงการส่งภาพข่าวกิจกรรมให้สื่อ เพราะเนื่องจากทางโครงการกิจกรรมส่งเสริมอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี อาจจะมีการเรียนเชิญสื่อมวลชนมาเข้าร่วมกิจกรรม หรือมีการจัดส่งภาพข่าวไปให้กับสื่อต่างๆ ก็ได้

4. รายละเอียดการจัดกิจกรรม (Event)

นอกจากการจัดแต่งบรรยากาศ โดยรอบแล้วให้สวยงาม และเข้ากับเทศกาลต่างๆ อยู่เสมอแล้ว ทางเข้าเลท ยังให้ความสำคัญในการจัดตู้ Display ในบริเวณโดยรอบ เข้าเลท พร้อมการขอความร่วมมือของผู้ประกอบการทั้งหมดภายใน เข้าเลท เพื่อการตกแต่งในทิศทางเดียวกัน ซึ่งทางเข้าเลทได้มีฝ่ายตกแต่ง อำนวยความสะดวก เพื่อช่วยลูกค้าผู้ประกอบการ ในการจัดทางด้านศิลป์ เพื่อโชว์ สินค้าในสมัยนิยม (Trend) ใหม่ๆ ของสินค้าที่ปรับเปลี่ยนทุกๆ 3 เดือน

ตารางที่ 6.1
แสดงตัวอย่างกิจกรรม ใน ปีแรกที่มีการดำเนินงาน

รายการ
เดือนที่ 1) จัดงาน Grand Opening Proud Costume & silver jewelry outlet Festival เดือนที่ 2) จัด Event & Display Valentine... Festival สินค้าสำหรับคู่รัก ซื้อเป็นคู่ลดอีก 10% เดือนที่ 3) จัดงานร่วมกับนิตยสารเพื่อ Workshop ประดิษฐ์ เครื่องประดับ จาก อุปกรณ์ง่าย ๆ เดือนที่ 4) จัดงาน Summer Sale พร้อม แนะนำเครื่องประดับเก๋ใส่ใน ฤดูร้อน เดือนที่ 5) จัดงาน เพื่อสนับสนุนการออกแบบ เครื่องประดับ โดยใช้ชื่องาน “หาเซ็ท ให้เข้ากับชุดสวย” เดือนที่ 6) จัดงาน ร่วมกับสมาชิก บัตรเครดิต มอบส่วนลด และการจัดงาน เพื่อ สนับสนุน สินค้าทางวัฒนธรรมไทย เดือนที่ 7) จัดงาน แสดง สินค้า คอลเลคชั่น ใหม่ เดือนที่ 8) จัดเทศกาลวันแม่ Mother Day Festival “ Gift for mom ” เพื่อมอบส่วนลด และแนะนำเครื่องประดับเพื่อซื้อเป็นของขวัญ เดือนที่ 9) จัดงานเทศกาล เครื่องประดับคู่ราศีประดับบาร์มี และเสริมโชคราง เดือนที่ 10) จัดงาน เพื่อเชิญศิลปิน มาเป็น Brand Image ให้กับเจ้าเลท เดือนที่ 11) การจัดงาน เพื่อลดราคาตั้งแต่เดือน 11 ถึงเดือน 12 เพื่อเตรียม หา ของขวัญสำหรับ ปีใหม่ เดือนที่ 12) จัดงานเทศกาล Happy new year 2009 พร้อม เกี่ยวเนื่อง ถึงการ ฉลองครบ 1 ปี ของทางเจ้าเลท

รายละเอียดของการจัดงาน โดยสังเขป มีดังนี้

เดือนที่ 1) จัดงาน Grand Opening: Proud Costume & silver jewelry outlet center โดยเริ่มต้นจากการแถลงข่าว นโยบายโครงการ แนวทางของภาคธุรกิจ พร้อม เปิดตัวผู้บริหาร พร้อมผู้ ร่วมทุน และพันธมิตรทางการค้าทั้งหมด แนวทางการเลือกผู้ประกอบการ พร้อม การเปิดตัวผู้ประกอบการในรูปแบบ Presentation ถึงประวัติความเป็นมาและแนวทางการเลือกผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ ภาย ในงานจะประกอบด้วยการเดินทางแบบขึ้นนำ โดยการนำเสื้อผ้าจากโครงการแม่ฟ้าหลวง ให้นางแบบสวมใส่ พร้อมการใส่เครื่องประดับจากผู้ประกอบการในโครงการ นอกจากนี้ ยังมีการโชว์ร้องเพลงจาก ศิลปินชื่อดัง ใน concept ของ proud คือเน้น ท่วงท่าที่มั่นใจ พร้อมโชว์เครื่องประดับประกอบการร้องเพลงในแนว ไทยสากล นอกจากนี้ ยังมี การ จัดโชว์เครื่องประดับจากร้านค้าของผู้ประกอบการ พร้อมโปรโมชั่นพิเศษสุด ภายในงาน ที่ได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการทั้งหมดในการลดราคาสินค้า พร้อม การแจก รางวัล มากมายให้กับ ผู้โชคดี จากการส่งคูปองชิงโชค จากการซื้อสินค้าภายในงาน

เดือนที่ 2) จัดงาน Valentine ... love Festival

รูปแบบการจัดงานเน้นบรรยายกาศหวาน โรแมนติก การเลือกหาซื้อของขวัญ เพื่อ มอบให้กับคนที่คุณรัก ทั้งญาติผู้ใหญ่และเพื่อน ๆ โดยการนำเสนอในรูปแบบของการจัดแสดง แฟชั่นอัญมณี ที่เป็นคู่ สำหรับบรรยายกาศเดือนแห่งความหวาน พร้อมกันนี้ในช่วงสัปดาห์แห่ง ความรักจะมีการนำเสนอเพลงรักจากเครื่องดนตรีไทยผสมผสานกับดนตรีสากล โดยการนำเสนอ แนว แจ๊ส จาก บุคลากรผู้เชี่ยวชาญ และการโชว์ตัว นักแสดงคู่รัก พร้อมการสัมภาษณ์ (โดย นักแสดงนั้นจะต้องสวมใส่ เครื่องประดับของ Proud) ภายในงาน สินค้าสำหรับคู่รัก ซื้อเป็นคู่ลด อีก 10%

เดือนที่ 3) จัดงานร่วมกับนิติยสารเพื่อ Workshop ประดิษฐ์ เครื่องประดับ จาก อุปกรณ์ง่าย ๆ รูปแบบของการจัดงานเน้นความสนุกสนาน โดยการจัดแบ่งออกเป็นทีมเพื่อให้ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ช่วยกันออกแบบเครื่องประดับ แฟชั่น อัญมณี และเครื่องประดับเงิน โดยสื่อถึงความเป็นไทยร่วมสมัยให้มากที่สุด นอกจากการเข้าร่วมประกวดแล้วผู้เข้าร่วมกิจกรรม ยังได้ความรู้พื้นฐานของอัญมณี แห่งกำเนิด และที่มาทั้งอัญมณีแท้และเทียม พร้อมพื้นฐานการ ออกแบบเครื่องประดับในเอกลักษณ์ของความเป็นไทย เพื่อใช้เป็นความรู้พื้นฐานในการออกแบบ

โดยกิจกรรมในครั้งนี้ นอกจากการให้ความรู้แล้ว ยังมีการประกวดจากการทำกิจกรรมในครั้งนี้ ผลงานของผู้ชนะ จะถูกจัดโชว์ในช่วงเทศกาลสงกรานต์

เดือนที่ 4) จัดงานประเพณีวันสงกรานต์ Songkran Festival และ Summer Sale

รูปแบบของการจัดงานเน้นความเป็นไทย ร่วมสมัย พร้อม แนะนำเครื่องประดับเก๋ๆ สำหรับใส่ใน ฤดูร้อน การใส่เครื่องประดับเพื่อเดินเล่นชายหาด หรือการ ใส่เครื่องประดับเพื่อให้เขา เช้ทกับเสื้อผ้าในฤดูร้อน

พร้อมทั้งในสัปดาห์เทศกาลสงกรานต์ อีกทั้งยังเป็นวันครอบครัวแห่งชาติ จะมีการ โชว์ผลงานการออกแบบเครื่องประดับของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ที่ชนะการประกวด จากการร่วม กิจกรรมเมื่อเดือนที่แล้ว อีกทั้งการนำเสนอ เครื่องประดับและประวัติของเทศกาลและนาง สงกรานต์

เดือนที่ 5) จัดงาน เพื่อสนับสนุนทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการในอำเภอ โดยใช้ ชื่องานว่า “หาเช้ทให้เข้ากับชุดสวย”

รูปแบบการจัดงานคือ การจัดงานคล้ายงานแสดงภาพถ่ายแฟชั่น โดยการร่วมมือกับ นิติยสาร และช่างภาพชั้นนำต่างๆ เพื่อนำรูปมาจัดแสดง เพื่อให้บรรยากาศเหมือนงานแฟชั่นโชว์ เพื่อภาพลักษณ์ที่ทันสมัย พร้อมการนำเสนอ แฟชั่นที่อยู่ในสมัยนิยม

สำหรับกิจกรรมในงานเราได้จัดเวทีและบูธ ที่พร้อมด้วยสไตล์ลิสต์ ที่มีความเชี่ยวชาญ ในการออกแบบเสื้อผ้า เครื่องประดับ เพื่อเปิดรับให้คำแนะนำสำหรับการซื้อเครื่องประดับในอำเภอ ให้นำไปสวมใส่กับเสื้อผ้าในชุดต่างๆ และในวาระต่างๆ

เดือนที่ 6) การจัดงาน สนับสนุน สินค้าเครื่องประดับที่ออกแบบ ทางศิลปวัฒนธรรม ไทยรูปแบบการจัดงาน คือ การมอบส่วนลดให้กับผู้ใช้บัตรเครดิตที่ร่วมรายการ ที่นำมาซื้อสินค้า เครื่องประดับในอำเภอในทุกร้านค้า

พร้อมภายในงานจะมีการนำเสนอสินค้าเครื่องประดับเงิน ที่มาจากผู้ผลิตสินค้า หนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พร้อมสินค้าเครื่องประดับที่ออกแบบ ทางศิลปวัฒนธรรมไทย

เดือนที่ 7) จัดงาน แสดง สินค้า คอลเลคชั่น ใหม่รูปแบบคือการจัดงานเพื่อนำเสนอ สินค้าใน คอลเลคชั่นใหม่ๆ โดยความร่วมมือของผู้ประกอบการทั้งหมด ภายในอำเภอ

เดือนที่ 8) จัดเทศกาลวันแม่ Mother Day Festival “Gifts for mom” เพื่อมอบส่วนลด และแนะนำเครื่องประดับเพื่อซื้อเป็นของขวัญ ให้กับคุณแม่

รูปแบบคือการจัดงาน เพื่อนำเสนอสินค้าแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน คอลเลคชั่นเพื่อมอบเป็นของขวัญให้กับคุณแม่ และคนที่คุณรัก

พร้อมการเชิญเหล่าคุณแม่และคุณลูก ผู้มีชื่อเสียงในวงการต่างๆ เพื่อ มอบของแทนความผูกพันพร้อมแบ่งปันเรื่องราวความรักความผูกพันระหว่างคุณแม่และคุณลูก โดยมีการจัดโปรโมชั่นเมื่อคุณแม่คุณลูกซื้อสินค้าพร้อมกันมอบส่วนลดเพิ่มเติม

เดือนที่ 9) จัดงานเทศกาล เครื่องประดับคู่ราศี ระดับบาร์มี และเสริมโชคกลาง

รูปแบบการจัดงาน เป็นการนำเสนอ จัดโชว์เครื่องประดับแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงินที่หายาก พร้อมกับการนำเสนอให้ความรู้เกี่ยวกับอัญมณีเสริมดวง การใส่ ตามราศีเกิดต่างๆ

จัดให้มีการเสวนาจากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ ในเสาร์ที่2ของเดือน เพื่อให้ความรู้และสร้างความมั่นใจในการสวมใส่ของผู้บริโภค พร้อมสร้างยอดขายให้กับผู้ประกอบการ ภายในอำเภอ

เดือนที่10) จัดงาน เพื่อเปิดตัวศิลปิน มาเป็นBrand Image ให้กับอำเภอ

รูปแบบการจัดงาน เพื่อสร้างความชัดเจนให้กับความเป็น ตัวตนของ PROUDให้มากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ไปยังกับกลุ่มเป้าหมาย จึงได้จัดนำเสนอ คุณจำ ณัฐฐาวิรัช ทองมี พิธีกร นักแสดง ผู้มีความสามารถ ทั้งในด้านความบันเทิงและวิชาการ คุณจำคือตัวแทนที่จะนำเสนอความเป็น PROUD ได้ชัดเจนที่สุด เพราะอำเภอของเราเปรียบเสมือนสาวยุคใหม่ที่ เพียบพร้อมในทุกด้าน อีกทั้งยังฉลาดในการเลือกสิ่งที่ดีมาที่สุดสำหรับตนเอง

บรรยากาศภายในวันจัดงานจะมีการจัดโชว์ สินค้าคอลเลคชั่นต่างๆที่ผู้ประกอบการต้องนำเสนอ โดยในเดือนนี้ต้องการสร้างความหลากหลาย ของเครื่องประดับ จึงเปิดโอกาสในการนำเสนอพร้อมเชิญสื่อมวลชนเพื่อนำเสนอข่าวในวันงานเพื่อเปิดตัว Brand Image เพื่อเป็นการสร้างข่าวประชาสัมพันธ์ให้กับอำเภอของเรา

เดือนที่ 11) สร้างบรรยากาศแบบสบายๆ พร้อมการจัดโปรโมชั่น สะสมคูปองเพื่อใช้เป็นส่วนลด ทุกครั้งที่ซื้อสินค้าก็จะมีสิทธิ์ในการจับฉลากเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้า ตั้งแต่เดือน 157' เดือน 12 เพื่อเตรียม หาของขวัญสำหรับ ปีใหม่

เดือนที่ 12) จัดงานเทศกาล Happy new year 2009 พร้อม เกี่ยวเนื่อง ถึงการฉลองครบ 1 ปี ของโครงการ

รูปแบบการจัดงานช่วงเดือนแห่งการเฉลิมฉลอง บรรยากาศจะเต็มไปด้วยความรื่นเริง การโชว์เครื่องประดับที่เน้นสีส้ม แดง สดใส อาคารประดับไฟสวยงาม

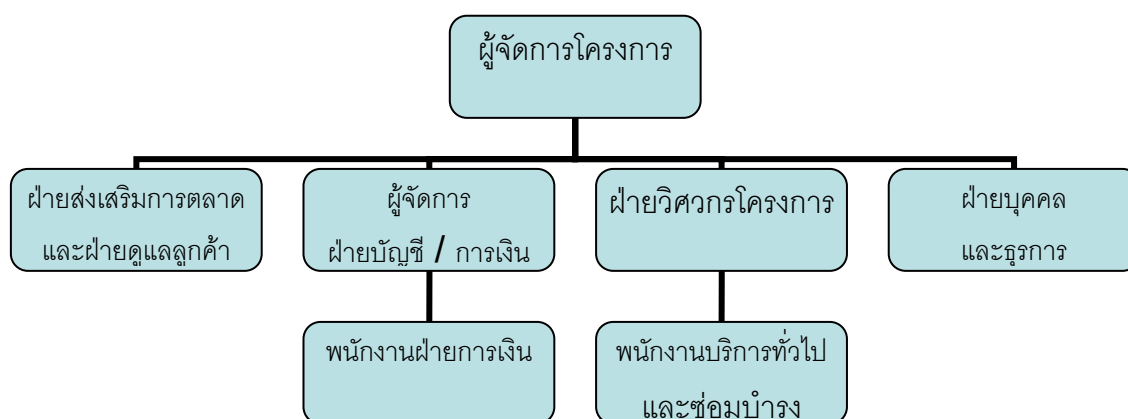
สำหรับโปรโมชั่นที่น่าเสนอยังคงต่อเนื่องจากเดือน 11 ทางด้านการลดราคาและความร่วมมือกันของผู้ประกอบการในการจัดเวทีเครื่องประดับ ชุดของขวัญเพื่อสะดวกในการเลือกซื้อของผู้บริโภค

และ ในวันที่ 1 มกราคม ภายในงานเริ่มต้นจากการแถลงข่าว เพื่อเน้นย้ำ นโยบายแนวทางของโครงการ แนวทางของภาคธุรกิจ พร้อมการนำเสนอผู้ประกอบการในรูปแบบ Presentation มีการทำบุญร่วมกันในตอนเช้า ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค ในช่วงบ่าย ภายในงานจะประกอบด้วย การเดินแบบ จากดารานางแบบชั้นนำ โดยการนำเสื้อผ้าจากโครงการดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่ ให้นางแบบสวมใส่ พร้อมการใส่เครื่องประดับจากผู้ประกอบการในโครงการ นอกจากนี้ ยังมีการโชว์ร้องเพลงจาก ศิลปินชื่อดัง ใน concept ของ proud คือเน้น ท่วงท่าที่มั่นใจ พร้อมโชว์เครื่องประดับประกอบการร้องเพลงในแนว ไทยสากล นอกจากนี้ ยังมี การจัดโชว์เครื่องประดับจากร้านค้าของผู้ประกอบการ พร้อมโปรโมชั่นพิเศษสุด ภายในงาน ที่ได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการทั้งหมดในการลดราคาสินค้า พร้อม การแจกรางวัล มากมายให้กับ ผู้โชคดี จากการส่งคูปองชิงโชค จากการซื้อสินค้าภายในงาน

6.9 โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรในที่นี้หมายถึง การจัดผังการทำงานภายในองค์กร โดยแบ่งแยกตาม ลักษณะหน้าที่ ผู้ที่อยู่สูงสุดคือผู้จัดการโครงการหรือเจ้าของโครงการ และได้มีการแบ่งสายงาน ออกเป็น 4 ฝ่ายงานหลักคือ ฝ่ายส่งเสริมการตลาดและฝ่ายดูแลลูกค้า, ฝ่ายบัญชีและการเงิน, ฝ่ายวิศวกรโครงการ ฝ่ายบุคคลและธุรการ

ภาพที่ 6.6
แผนผังโครงสร้างองค์กร



6.9.1 การกำหนดความรับผิดชอบของบุคลากร และ อัตราเงินเดือนของพนักงาน (Job Descriptions)

1) ผู้จัดการโครงการ จำนวน 1 คน สถานภาพ พนักงานประจำ

ความรับผิดชอบ

1. วางกลยุทธ์หลักขององค์กรตามนโยบายของผู้ถือหุ้น
2. ติดตาม ควบคุม และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนงาน และงบประมาณด้านการเงินที่ได้กำหนดไว้
3. จัดหาและควบคุมบุคลากรในองค์กร
4. เจรจาท่อรองเพื่อหาพันธมิตรทางธุรกิจที่แข็งแกร่งให้กับองค์กร (ผู้ประกอบการ)

วุฒิการศึกษา ปริญญาตรี ด้านการบริหารธุรกิจ หรือที่เกี่ยวข้องประสบการณ์การทำงาน 5 -10 ปี ในฐานะผู้บริหารงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการหรืองานที่เกี่ยวข้อง
รายได้ 50,000 บาท / เดือน

2) ฝ่ายวิศวกร โครงการ จำนวน 1 คน สถานภาพ พนักงานประจำ

ความรับผิดชอบ

1. ตรวจสอบความเรียบร้อย บำรุงรักษา และซ่อมแซมอุปกรณ์ต่างๆ ในองค์กร
2. ตรวจสอบ และทำรายการนำเสนอการจัดซื้ออุปกรณ์สำรองวุฒิการศึกษา อาชีวศึกษา ระดับปวส. หรือปริญญาตรีหรือ เทียบเท่าประสบการณ์ทำงาน 2 - 4 ปี
รายได้ 25,000 บาท / เดือน

3) ฝ่ายส่งเสริมการตลาดและฝ่ายดูแลลูกค้าประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประสานงานผู้เช่า จำนวน 2 คน สถานภาพ พนักงานประจำ

ความรับผิดชอบ

1. วางแผนกลยุทธ์หลัก และการพัฒนาธุรกิจขององค์กรในอนาคต พร้อมจัดทำสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และดูแลเว็บไซต์ และออกแบบโฆษณาอย่างง่ายวุฒิการศึกษา ปริญญาตรี สาขาที่เกี่ยวกับงานนิเทศศาสตร์และการออกแบบการตลาด
ประสบการณ์ทำงาน 0-2 ปี
รายได้ 12,000 บาท / เดือน

4) หัวหน้า ฝ่ายบัญชี / การเงิน

ความรับผิดชอบ

1. วางแผนฝ่ายอำนวยการ และสนับสนุนฝ่ายปฏิบัติการ
2. ดูแลระบบเงินเข้าออก การบันทึกและปิดงบการเงิน
3. ควบคุมค่าใช้จ่าย และเงินสดหมุนเวียนวุฒิการศึกษา จบปริญญาตรีสาขาที่เกี่ยวข้องกับบัญชีการเงิน

ประสบการณ์ทำงาน 3 - 5 ปี

รายได้ 20,000 บาท / เดือน

5) เจ้าหน้าที่บัญชีและพัสดุ จำนวน 1 คน

สถานภาพ พนักงานประจำ

ความรับผิดชอบ

1. ดูแลระบบเงินเข้าออก และการบันทึกงบการเงิน
 2. ควบคุมค่าใช้จ่ายและเงินสดหมุนเวียน
 3. ดูแลควบคุมงานจัดซื้อพัสดุ
- วุฒิการศึกษา จบปริญญาโทขึ้นไป
- สาขาที่เกี่ยวข้องกับบัญชีการเงินประสบการณ์ทำงาน 0 - 2 ปี
- รายได้ 9,000 บาท / เดือน

6) เจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคล จำนวน 1 คน สถานภาพ พนักงานประจำ

ความรับผิดชอบ

1. คัดสรร วางแผนพัฒนาบุคลากรให้เข้าใจลักษณะการดำเนินงานขององค์กร และประเมินผลการทำงานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้
 2. ดูแลด้านสวัสดิการพนักงาน และการสร้างแรงจูงใจให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพ
- วุฒิการศึกษา ปริญญาตรี สาขาที่เกี่ยวข้องกับมนุษยศาสตร์ จิตวิทยา หรือบริหาร
- ประสบการณ์ทำงาน 2 - 4 ปี
- รายได้ 20,000 บาท / เดือน

7) เจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุง จำนวน 1 คน สถานภาพ พนักงานประจำ

ความรับผิดชอบ

- 1) ดูแลซ่อมบำรุงทุกอย่าง พร้อมเป็นพนักงานขับรถ

ตารางที่ 6.2

ตารางแสดงตำแหน่งการทำงานและระดับเงินเดือน

ตำแหน่ง	เงินเดือน	จำนวน	ระดับเงินเดือน
ผู้จัดการโครงการ	50,000	1	50,000
ฝ่ายวิศวกรโครงการ	25,000	1	25,000
ฝ่ายส่งเสริมการตลาดและฝ่ายดูแลลูกค้า ประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประสานงานผู้เช่า	14,000	2	28000
ฝ่ายบัญชี / การเงิน	20,000	1	20,000
	9,000	1	9,000
ฝ่ายบุคคลและธุรการ	20,000	1	20,000
พนักงานบริการทั่วไปและซ่อมบำรุง	7,000	1	7,000
รวม			159,000

การบริหารความเสี่ยง Risk Management

จากการวางแผนดำเนินงานเพื่อจัดตั้งโครงการ “Proud” (Costume jewelry & silver jewelry outlet Center ทางโครงการจึงได้จัดทำแผนการตลาดที่จะเป็นสิ่งสำคัญ ที่ทางโครงการ PROUD เป็นแผนการเพื่อรองรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น จากตลาด พร้อมเป็นตัวควบคุมของปัจจัยนำเข้าของความเสี่ยงต่างๆ

ตารางที่ 6.3

ตารางแสดงความเสี่ยงและวิธีการตอบสนองต่อความเสี่ยง

เหตุการณ์ความเสี่ยง	วิธีการตอบสนองต่อความเสี่ยง
1. <u>ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับโครงการ</u> 1.1 ไม่มีผู้ประกอบการให้ความสนใจในการเช่าพื้นที่ 1.2 กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคไม่ให้ความสนใจ	- เพื่อป้องกันต่อความเสี่ยงโครงการในการไม่ได้ความสนใจจากผู้ประกอบการในการร่วมเช่าพื้นที่ ทางโครงการจึงได้จัดหาพันธมิตรทางการค้า เพื่อรองรับกลุ่มผู้ประกอบการในการเข้าร่วมเช่าพื้นที่ในโครงการ - การทำการวิจัยตลาดเพื่อทราบถึงความต้องการของผู้ประกอบการ ถึงเหตุผลของการเข้าร่วมเช่าพื้นที่ เป็นการป้องกันความเสี่ยงทางด้านผู้ประกอบการเลิกเช่าพื้นที่ไม่ครบอายุสัญญา - เสนอผลประโยชน์ที่จะได้รับและข้อมูลข่าวสารในวงการธุรกิจและกิจกรรมที่จะได้เข้าร่วมในการออกบูธ ออกร้านระดับประเทศต่อไป - เพื่อป้องกันต่อความเสี่ยงที่ไม่ได้รับการตอบรับจากลูกค้า จึงได้จัดทำวิจัยทางการตลาด พร้อมการทำแผนการตลาดเพื่อสร้างยอดขาย และการรับรู้ในตัวโครงการไปยังกลุ่มเป้าหมาย
2. <u>ความเสี่ยงที่เกิดจากบุคคล และพนักงาน</u>	- เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่เกิดจากพนักงานผู้ประสานงานและเจ้าหน้าที่ จึงได้จัดทำ Training ด้านความรู้ของภาคธุรกิจอัญมณีให้กับพนักงานภายในโครงการ อีกทั้ง หากผู้ประกอบการภายในโครงการมีความสนใจสามารถส่งพนักงานเข้าร่วมการฝึกอบรม ร่วมได้ โดยจะเน้นด้าน สร้างความมีใจรักด้านงานบริการ การสร้างยอดขาย และความซื่อสัตย์ พร้อมบทลงโทษที่จะได้รับ

ตารางที่ 6.3

ตารางแสดงความเสี่ยงและวิธีการตอบสนองต่อความเสี่ยง (ต่อ)

เหตุการณ์ความเสี่ยง	วิธีการตอบสนองต่อความเสี่ยง
3. ความเสี่ยงที่เกิดจากภาคเศรษฐกิจของประเทศ	- ทบทวนยอดการค้าการณในเรือของรายได้จากค่าเช่าพื้นที่ และยอดผู้ใช้บริการทุกๆ เดือน เพิ่มช่องทางในการกระจายรายได้และการหาลูกค้ารายใหม่ เพื่อรองรับในกรณีลูกค้าเดิมไม่ต่อสัญญา - สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยง - การจัดทำแผนธุรกิจระยะยาวเพื่อรองรับปัญหาเศรษฐกิจที่อาจเกิดขึ้น - เพื่อรองรับค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นในโครงการ

6.10 การวัดผล (Evaluation)

การวัดผลสำหรับโครงการนี้สำเร็จมากน้อยเพียงไรทำการประเมินและวัดผลจาก

- การตอบรับเข้าร่วมลงทุนของชมกลุ่มพันธมิตร
- จำนวนรายชื่อของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการในครั้งนี้ พร้อมการทำสัญญาเบื้องต้น ระยะเวลา 1 ปีในการเช่าพื้นที่
- วัดความพึงพอใจจากแบบสอบถามของผู้ประกอบการ และกลุ่มเป้าหมาย ที่มาใช้บริการภายในโครงการ
- ข้อเสนอแนะจากการทำการวิจัยตลาด จากทั้งสองกลุ่มเป้าหมาย
- วัดผลการดำเนินงานของโครงการเป็นไตรมาส
- วัดผลจากผลประกอบการจากยอดผู้เข้ารับบริการ ยอดขายของผู้ประกอบการภายในโครงการ เพื่อนำมาปรับแผนการตลาด
- วัดผลและปรับปรุงมาตรฐานของบุคลากร และพื้นที่ของการให้บริการตัวโครงการ เพื่อความทันสมัย อยู่เสมอ
- วัดผลจากระยะเวลาในการคืนทุนในการจัดตั้งโครงการนี้

โครงสร้างการสร้างแบรนด์ พราว เอ้าเลท เซ็นเตอร์

ภาพที่ 6.7

แสดงโลโก้โครงการ



การทำโครงสร้างแบรนด์ (Brand Architecture) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการขยายธุรกิจ (Growth) ด้วยการเสริมสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์ (Brand equity Value creation) การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับต้องเริ่มจากการรुकตลาดของ outlet center โครงสร้างของแบรนด์ (Brand Architecture) เป็นเสมือนแบบแผนการพัฒนากลยุทธ์การตลาดขององค์กรในด้านกลยุทธ์กลุ่มแบรนด์ (Strategic Brand Portfolio) เพื่อการขยายตัวหรือเติบโตที่ยั่งยืนขององค์กรด้วยความคิดที่ว่าแบรนด์เป็นสินทรัพย์ขององค์กร ซึ่งจะส่งต่อผ่านจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่งจึงต้องได้รับการบริหารอย่างเหมาะสมของคนในองค์กรหรือผู้บริหารองค์กร

โดยกลยุทธ์การทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ และจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อตอกย้ำในแบรนด์ของโครงการ ให้สามารถสร้างการจดจำได้อย่างรวดเร็วที่สุด

จากโครงสร้างการสร้างแบรนด์ข้างต้นทางโครงการ ใช้หลักการทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักด้วยการใช้ภาษาและ คำที่จดจำง่าย พร้อมแสดง ถึงตัวโครงการได้อย่างชัดเจน พร้อมสามารถสื่อเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ได้อย่างชัดเจน สามารถบ่งบอกถึงศักยภาพในการดำเนินงานได้ดี มุ่งเป้าหมายเผยแพร่ในการดำเนินธุรกิจด้วยการทำให้เป็นที่รู้จักในวงการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในวงกว้างต่อไป

สรุปผล

โครงการ“Proud” (Costume jewelry & silver jewelry outlet Center)

มีส่วนช่วยอุตสาหกรรมแฟชั่นอัญมณีได้อย่างไร

สรุปได้ดังนี้ คือ

1. การสร้างOutlet Center แฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน แห่งแรกในประเทศ เพื่อเป็นการส่งเสริมภาคการผลิต ลดต้นทุนการเสียโอกาสที่จะเกิดขึ้น เพิ่มมูลค่าสินค้า ส่งผลให้ภาคการผลิตมีกำลังการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง
2. การเป็นศูนย์กลางแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน จากผู้ผลิตคนไทย ช่างฝีมือไทยที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกถึงความประณีตในงานฝีมือ พร้อมการถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมไทยได้อย่างงดงามในงานเครื่องประดับ ทางโครงการจึงเป็นส่วนสนับสนุนการดำรงไว้ในงานฝีมือของศิลปวัฒนธรรมไทย พร้อมเป็นช่องทางในการเผยแพร่งานแฟชั่นอัญมณีของช่างฝีมือไทย เพราะไม่เพียงแต่การตอบสนองความต้องการผู้บริโภคคนไทยที่จะให้ความสนใจเท่านั้น ทางโครงการยังสามารถตอบสนองการบริโภคของชาวต่างชาติที่ให้ความสนใจ ในโครงการ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมไทยสู่ตลาดโลก
3. การสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับผู้ผลิต และช่างฝีมือไทย รายย่อย จากการประสบปัญหาขาดช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศ หลังจากการผลิตเพื่อการส่งออกลดการเสียโอกาสทางธุรกิจ พร้อมการสนับสนุนเพื่อสร้างงานออกแบบใหม่ๆ ออกสู่ตลาด
4. การสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค ผู้ที่เกี่ยวข้องกับภาคอุตสาหกรรมอัญมณี ภาครัฐ และเครือข่ายอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเงินในต่างประเทศในฐานะผู้นำทางธุรกิจเข้าเลทมอลล์แฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงินของไทย
5. โครงการมีส่วนในจัดทำระบบฐานข้อมูลทางการตลาดของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับตลอดจนความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรม กานำเสนอต่อสาธารณะและผู้ประกอบการภายในโครงการเลทมอลล์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายย่อยมีความรู้ความสามารถทางธุรกิจที่มากขึ้น พร้อมสร้างความมั่นใจในการลงทุนต่อ

ในภาคอุตสาหกรรมแฟชั่นอันภูมินี้ และจะมีผลต่อการดำรงไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรม
ไทย สืบเนื่องกันแบบบูรณาการ การขยายงานในแนวดิ่งสู่ ธุรกิจภาคอุตสาหกรรม
ที่มีศักยภาพในการผลิตและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างภาค
ธุรกิจแบบครบวงจรต่อไป