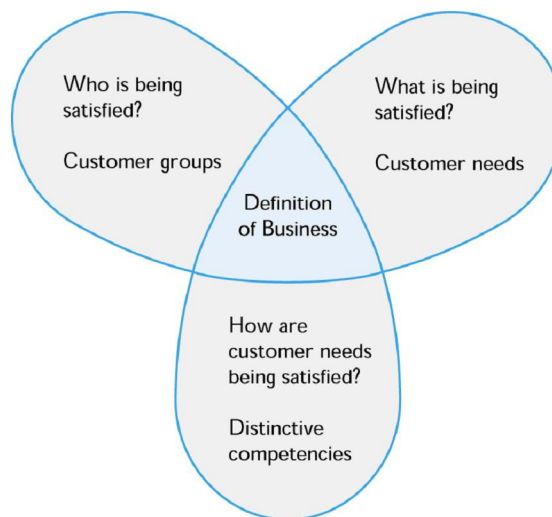


บทที่ 4 กลยุทธ์องค์กร

4.1 ความหมายของธุรกิจ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกของอุตสาหกรรมของขวัญ ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปนั้น ทำให้ Gift by Yourself ต้องมีการกำหนด กลยุทธ์และความหมายของธุรกิจให้ชัดเจนและตรงตามสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ เปลี่ยนแปลงไปดังกล่าว ซึ่งการกำหนดนิยามธุรกิจของ Gift by Yourself นั้นจะสามารถกำหนด โดยการวิเคราะห์ธุรกิจตามแบบจำลองเพื่อการให้ความหมายธุรกิจของ Derek F.Abell ได้ดังนี้

แผนภาพที่ 4.1 : แบบจำลองเพื่อให้ความหมายธุรกิจของ Derek F.Abell



ที่มา : Figure 1.5, Charles W.L. Hill & Gareth R. Jones, 7th Edition, 2007, P.15

4.1.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย : Who is being satisfied? (Customer Groups)

กลุ่มเป้าหมายของบริษัทเป็นกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมปลาย นักศึกษาระดับอุดมศึกษา และกลุ่มวัยทำงานตอนต้น นั่นคือเป็นกลุ่มประชากรที่มีอายุอยู่ในช่วง 15 – 25 ปี เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีพฤติกรรมที่ให้ความสำคัญกับการมอบของขวัญให้กับบุคคลรอบข้างใน เทศกาลต่าง ๆ รวมไปถึงการเลือกของขวัญที่มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อสื่อ ความหมายที่ตีระหว่างผู้ให้และผู้รับ ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้จึงมีความต้องการที่สอดคล้องกับ

บริการของร้าน Gift by Yourself นอกจากนั้น กลุ่มเป้าหมายในช่วงอายุนี้ยังมีกำลังซื้อในระดับหนึ่ง จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายนี้มีความสามารถในการซื้อสินค้าอยู่ในระดับดี ทั้งนี้ ร้าน Gift by Yourself จะเน้นกลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพฯ เป็นหลัก จึงเลือกทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในบริเวณสยามสแควร์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่กลุ่มเป้าหมายจะสามารถเข้าถึงบริการของทางร้านได้อย่างสะดวก

4.1.2 ความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย : What is being satisfied? (Customer Need)

สิ่งที่กลุ่มเป้าหมายของร้าน Gift by Yourself ต้องการ คือของขวัญที่มีคุณค่าในด้านความตั้งใจและความจริงใจของผู้ให้ของขวัญผ่านการประดิษฐ์ของขวัญเองโดยผู้ให้ของขวัญ และคุณค่าในด้านความหมายของของขวัญที่มีความหมายที่พิเศษและเฉพาะเจาะจงสำหรับผู้ให้และผู้รับแต่ละคนผ่านรูปภาพของผู้ให้และ/หรือผู้รับ นอกจากนี้ ยังเป็นของขวัญที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสำหรับลูกค้าแต่ละรายผ่านรูปแบบของของขวัญ อุปกรณ์วัสดุตกแต่งและการตกแต่งของขวัญที่มีรูปแบบที่แตกต่างกันไป อีกทั้งยังรวมไปถึงบริการที่ดีจากพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญ สุภาพจริงใจ และสามารถตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ด้วยความสะดวก รวดเร็ว ความตรงต่อเวลา ภายใต้อัตราราคาที่สมเหตุสมผล

4.1.3 วิธีการในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย :

How are customers needs being satisfied? (Distinctive Competencies)

Gift by Yourself เป็นร้านค้าที่นำเสนอบริการต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าประเภทของขวัญ ทั้งบริการในด้านการให้คำแนะนำ การออกแบบ การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ รวมไปถึงการประดิษฐ์ของขวัญต่าง ๆ ตามรูปแบบที่ทางร้านนำเสนอ โดยของขวัญของร้าน Gift by Yourself จะเน้นถึงคุณค่าในเรื่องของความหมายของของขวัญที่มีความหมายที่พิเศษ เฉพาะเจาะจง และแสดงถึงความตั้งใจจริงของผู้ให้ผ่านการประดิษฐ์และรูปภาพของผู้ให้และ/หรือผู้รับ โดยเน้นการคิดค้นรูปแบบของของขวัญที่แปลกใหม่ สวยงาม ใช้อุปกรณ์วัสดุตกแต่งที่แตกต่าง อีกทั้งทางร้านยังเน้นการให้บริการจากพนักงานที่พร้อมจะให้บริการด้วยความสุภาพ จริงใจเพื่อสร้างให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและความพึงพอใจสูงสุด

4.2 วิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission) ของธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ความหมายของธุรกิจข้างต้น ทำให้บริษัทสามารถนำความหมายของธุรกิจประกอบกับการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมต่าง ๆ มากำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission) ของธุรกิจได้ดังนี้

4.2.1 วิสัยทัศน์ (Company's Vision)

Gift by Yourself จะดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองของความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในการให้บริการต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าประเภทของขวัญ โดยจะเป็นผู้นำในการนำเสนอของขวัญที่ให้คุณค่าทางจิตใจ แสดงถึงความจริงใจและความตั้งใจของผู้ให้ มีความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์ และสื่อสารถึงความหมายระหว่างผู้ให้และผู้รับแต่ละบุคคล

4.2.2 พันธกิจ (Mission Statement)

Gift by Yourself จะดำรงความเป็นผู้นำในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในด้านการนำเสนอบริการต่าง ๆ เกี่ยวกับของขวัญที่ผู้ให้สามารถเลือกสรรได้ในรูปแบบของตนเอง พร้อมทั้งยังมีความหมายที่ดี และมีคุณค่าทางจิตใจทั้งกับผู้รับและผู้ให้ โดยจะนำเสนอสินค้าและบริการในรูปแบบต่าง ๆ อย่างไม่หยุดนิ่ง นั่นคือจะมีการแสวงหาสินค้าและบริการใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และเพื่อให้ตอบรับกับเทศกาลต่าง ๆ ในแต่ละช่วงเวลาอีกด้วย

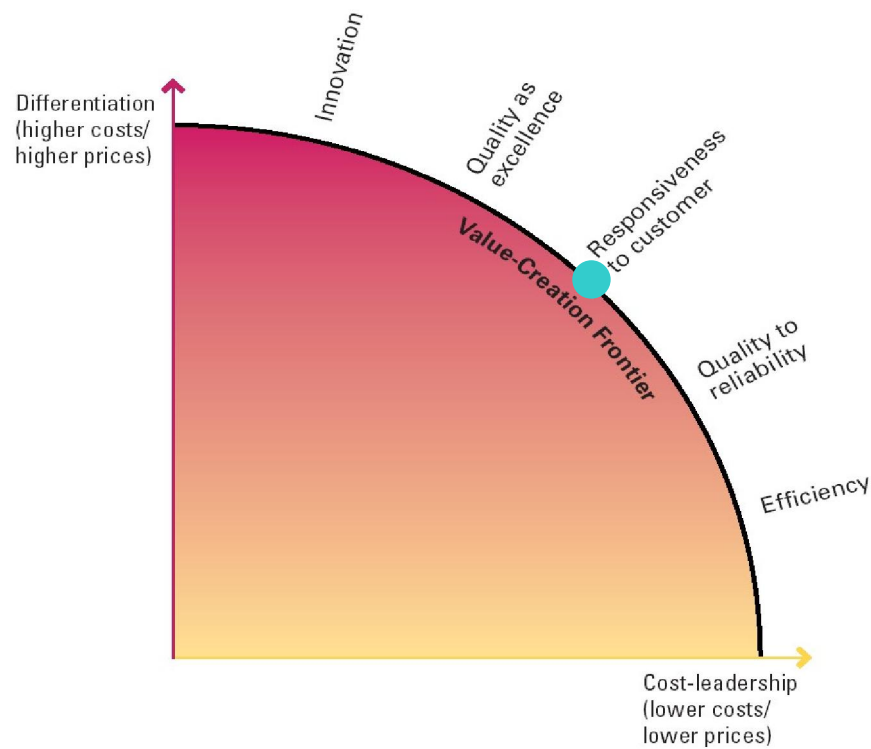
Gift by Yourself จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าผ่านกระบวนการให้บริการที่มีมาตรฐาน มีคุณภาพ และเชื่อถือได้จากพนักงานที่ได้รับการอบรมอย่างดีและมีความเป็นมิตร พร้อมทั้งจะให้บริการและให้คำแนะนำต่าง ๆ เกี่ยวกับของขวัญเพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีผ่านของขวัญที่มีคุณค่า บรรยากาศร้านที่อบอุ่น และมีพนักงานที่เปรียบเสมือนผู้ให้คำปรึกษาที่พร้อมจะให้คำแนะนำต่าง ๆ กับลูกค้าอย่างจริงใจอยู่เสมอ

Gift by Yourself จะให้ความสำคัญกับพนักงานผู้ให้บริการเป็นอย่างดี ตั้งแต่กระบวนการคัดสรรบุคลากรเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีจิตใจพร้อมบริการ กระบวนการฝึกอบรม และกำหนดมาตรฐานการให้บริการต่าง ๆ รวมไปถึงการมอบผลตอบแทนและรางวัลในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัท เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส อบอุ่นและจริงใจ เพื่อสร้างให้เกิดความพึงพอใจกับลูกค้าในที่สุด

4.3 เป้าหมาย (Goal) ของธุรกิจ

ในการกำหนดเป้าหมายของธุรกิจนั้น บริษัทได้ทำการกำหนดเป้าหมายดังแสดงในแผนภาพตำแหน่งการแข่งขันและขอบเขตการสร้างคุณค่า (Competitive Positioning and Value Creation Frontier) ดังนี้

แผนภาพที่ 4.2 : ตำแหน่งการแข่งขันและขอบเขตการสร้างคุณค่า



ที่มา : Figure 5.5, Charles W.L. Hill & Gareth R. Jones, 7th Edition, 2007, P.160

บริษัทได้กำหนดเป้าหมายของธุรกิจในการมุ่งไปสู่จุดสูงสุดในการสร้างคุณค่า (Value Creation Frontier) ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer Responsiveness) เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้ในเรื่องการจัดเตรียมของขวัญที่มีความหมายและมีคุณค่า ซึ่งจะสร้างให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

4.3.1 เป้าหมายทางธุรกิจระยะสั้น 1-3 ปี

- สร้างให้สินค้าและบริการของทางร้านเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย (Product Awareness) ภายในระยะเวลา 1 ปี เนื่องจากสินค้าของบริษัทเป็นสินค้านวัตกรรมใหม่ ดังนั้นบริษัทจึงต้องทำการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าใหม่นี้ เพื่อให้ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจและเล็งเห็นถึงคุณค่าของสินค้าใหม่นี้
- สร้างให้ร้าน Gift by Yourself เป็น Brand อันดับ 1 (Brand Awareness) ของกลุ่มเป้าหมายภายในระยะเวลา 2 ปี สำหรับธุรกิจร้านของขวัญประดิษฐ์
- ทำรายได้ในปีแรกที่เริ่มดำเนินธุรกิจเป็นจำนวนเงินประมาณ 3.5 ล้านบาท และทำรายได้ให้มีระยะเวลาคืนทุนภายใน 2 ปี 6 เดือน
- มีกำไรขั้นต้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 และกำไรสุทธิไม่น้อยกว่าร้อยละ 5

4.3.2 เป้าหมายทางธุรกิจระยะยาว 3-10 ปี

- เปิดสาขาให้ได้ 3 สาขาภายใน 5 ปีแรกที่เริ่มดำเนินธุรกิจ
- ทำรายได้ให้มีอัตราการเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ต่อปี ตลอดระยะเวลา 5 ปีแรกที่เริ่มดำเนินธุรกิจ
- มีกำไรขั้นต้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 และกำไรสุทธิไม่น้อยกว่าร้อยละ 5
- จ่ายเงินปันผลไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปีที่ 3 ที่เริ่มดำเนินธุรกิจ

4.4 รูปแบบธุรกิจ (Business Model)

แผนภาพที่ 4.3 : รูปแบบธุรกิจ



บริษัทจะดำเนินการจัดเตรียมความพร้อมในการประดิษฐ์ของขวัญที่มีรูปภาพของผู้ให้ และ/หรือผู้รับเป็นส่วนหนึ่งในของขวัญชิ้นนั้น เพื่อให้ได้ของขวัญที่สื่อความหมายพิเศษผ่านรูปภาพของผู้ให้และ/หรือผู้รับ และการประดิษฐ์ตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสำหรับผู้ให้และผู้รับแต่ละราย

โดยทางบริษัทจะจัดเตรียมวัตถุดิบต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการประดิษฐ์ของขวัญตามคำสั่งซื้อของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำวัตถุดิบเหล่านั้นไปทำการประดิษฐ์เป็นของขวัญได้ด้วยตนเอง โดยมีรูปภาพของผู้ให้และ/หรือผู้รับเป็นส่วนประกอบหนึ่งในของขวัญชิ้นนั้นด้วย ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกรูปแบบและคัดสรรวัตถุดิบได้ด้วยตนเองตั้งแต่เริ่มต้น อีกทั้งสามารถเลือกที่จะประดิษฐ์และตกแต่งของขวัญชิ้นนั้นได้ด้วยตนเอง ทำให้ของขวัญชิ้นนั้นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสำหรับผู้ให้และผู้รับแต่ละราย นอกจากนี้ บริษัทยังจัดเตรียมผู้เชี่ยวชาญคอยให้แนะนำในการประดิษฐ์ให้แก่ลูกค้าอีกด้วย รวมทั้งทางบริษัทยังมีการเปิดช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทาง website เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าด้วย

นอกจากนี้ ในกรณีที่ลูกค้าต้องการให้ทางร้านประดิษฐ์ของขวัญให้ ทางร้านก็จะดำเนินการประดิษฐ์ของขวัญดังกล่าวให้กับลูกค้า ซึ่งลูกค้าก็จะยังคงได้ของขวัญที่มีความหมายพิเศษและเฉพาะเจาะจงระหว่างผู้ให้และผู้รับแต่ละราย ผ่านรูปภาพของผู้ให้และ/หรือผู้รับ และการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของลูกค้าแต่ละราย

4.5 กลยุทธ์ธุรกิจ

4.5.1 กลยุทธ์ระดับบริษัท (Corporate Strategy)

Gift by Yourself เป็นธุรกิจในอนาคตของของขวัญซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับ Gift by Yourself เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ในอุตสาหกรรมดังกล่าว และเป็นผู้เล่นอันดับแรก ๆ ที่นำเสนอบริการเกี่ยวกับของขวัญที่มีความหมายและมีคุณค่าแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดในปัจจุบัน ดังนั้น บริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์ระดับบริษัทในการผลักดันให้บริษัทมีการเติบโต (Growth) อย่างต่อเนื่องโดยการมุ่งเน้นไปที่ธุรกิจหลักของบริษัท นั่นคือการให้บริการเกี่ยวกับสินค้าประเภทของขวัญ และทำการขยายบริการดังกล่าวไปตามพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด นอกจากนี้ หากบริษัทจะมีการขยายธุรกิจในอนาคต บริษัท ก็จะมุ่งเน้นการขยายไปสู่ธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน (Related Diversification) เพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) และการประหยัดจากการขยายขอบเขตการผลิต (Economies of Scope) รวมถึงมีความแข็งแกร่งในการแข่งขันในธุรกิจดังกล่าวในระยะยาวได้อีกด้วย

4.5.2 กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ (Business Strategy)

แผนภาพที่ 4.4 : กลยุทธ์ทางการแข่งขัน



ที่มา : Figure 5.7, Charles W.L. Hill & Gareth R. Jones, 7th Edition, 2007, P.165

บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการสร้างแตกต่าง (Differentiation) สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง (Focus) เนื่องจาก Gift by Yourself ได้มุ่งเน้นที่จะนำเสนอ บริการด้านของขวัญที่แตกต่างกับคู่แข่งให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งในเรื่องของรูปลักษณะ ความหมาย วิธีการประดิษฐ์ และรูปแบบธุรกิจ (Business Model) ที่แตกต่าง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ให้ความสำคัญกับความหมายและรูปลักษณะที่แตกต่างของของขวัญและยังสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการแสดงความเป็นตัวตนของตนเองเพื่อสร้างเอกลักษณ์และความโดดเด่นให้กับตนเองมากยิ่งขึ้น ซึ่งของขวัญที่แสดงถึงความตั้งใจ ความจริงใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว พร้อมทั้งสื่อความหมายระหว่างผู้ให้และผู้รับแต่ละราย นั้นก็เป็นส่วนหนึ่งในการสะท้อนภาพลักษณ์ดังกล่าวให้กับกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย

4.5.3 กลยุทธ์ระดับหน่วยงาน (Functional Strategy)

จากการที่บริษัทได้เลือกใช้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง (Focus) เป็นกลยุทธ์ในระดับธุรกิจ เพื่อที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ในระดับ Functional Strategy จะต้องกำหนดให้มีความสอดคล้องและสามารถสนับสนุนกลยุทธ์ในระดับธุรกิจให้สามารถดำเนินตามกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของแต่ละส่วนงานต่างๆ ของบริษัท ซึ่งทางบริษัทแบ่งกิจกรรมต่างๆของบริษัทตามห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) ออกได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

4.5.3.1 กิจกรรมหลัก (Primary Activities)

■ การจัดซื้อ (Procurement)

บริษัทจะทำการกำหนดเงื่อนไขและราคาในการซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่เหมาะสม โดยมีการตรวจสอบราคาจากสถานการณ์ตลาดปัจจุบันเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดราคาในการจัดซื้อให้เหมาะสมทั้งราคาและคุณภาพ อีกทั้งมีการจัดระบบในการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบที่จัดซื้อมาเป็นอย่างดี เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสมส่งถึงมือของลูกค้า

■ การขนส่ง (Logistics)

บริษัทจะรับประกันการส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าและสามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้ เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่ได้สั่งซื้อเอาไว้อย่างแน่นอนและตรงตามเวลาที่กำหนดไว้

■ การดำเนินงาน (Operations)

บริษัทจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าผ่านกระบวนการให้บริการที่มีมาตรฐาน มีคุณภาพ และเชื่อถือได้จากพนักงานที่ได้รับการอบรมอย่างดีและมีความเป็นมิตรพร้อมที่จะให้บริการและให้คำแนะนำต่าง ๆ เกี่ยวกับของขวัญเพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีผ่านของขวัญที่มีคุณค่า บรรยากาศร้านที่อบอุ่น และมีพนักงานที่เปรียบเสมือนผู้ให้คำปรึกษาที่พร้อมจะให้คำแนะนำต่าง ๆ กับลูกค้าอย่างจริงใจอยู่เสมอ อีกทั้งมีการดูแลและตรวจวัดคุณภาพของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการพัฒนาเทคนิคและหาไอเดียใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างและมีคุณภาพเหนือคู่แข่ง

■ การตลาด การขาย และการบริการ (Marketing Sales and Service)

บริษัทจะศึกษาถึงรายละเอียดพฤติกรรมความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถพัฒนาบริการต่างๆให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น ส่งผลให้สามารถสร้างความพึงพอใจจากการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า

(Brand Loyalty) นั่นคือ การมุ่งเน้นการรักษาฐานลูกค้าเดิมด้วยบริการที่มีคุณภาพและสร้างความประทับใจ อีกทั้งมีการจัดทำ CRM เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและกำหนดกลยุทธ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดีที่สุด

4.5.3.2 กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities)

■ การบริหารทั่วไป (General Administration)

บริษัทมีการสื่อสารพันธกิจ และเป้าหมายของบริษัทถึงพนักงานในองค์กร รวมถึงมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติงานให้เป็นไปในทิศทางที่ผู้บริหารอยากให้เป็นเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน อีกทั้งสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เป็นบริษัทที่มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างแนวคิดใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ได้สินค้าบริการใหม่ๆ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีอยู่เสมอ

■ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Management)

บริษัทจะให้ความสำคัญกับพนักงานผู้ให้บริการเป็นอย่างดี ตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกบุคลากรเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีจิตใจพร้อมบริการ กระบวนการฝึกอบรม และกำหนดมาตรฐานการให้บริการต่าง ๆ รวมไปถึงการมอบผลตอบแทนและรางวัลในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัท เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส อบอุ่นและจริงใจ เพื่อสร้างให้เกิดความพึงพอใจกับลูกค้าในที่สุด

■ การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development)

บริษัทจะจัดระบบฐานข้อมูลต่างๆ เช่น ยอดขาย และความต้องการของลูกค้า เป็นต้น เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สำคัญไว้และสามารถนำมาใช้วิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ให้เหมาะสมในอนาคต เพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด อีกทั้งบริษัทจะส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมทางด้านความคิดและการจัดการ โดยมุ่งให้พนักงานภายในบริษัทกล้าที่จะนำเสนอแนวความคิดต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่อง

■ การเงินและการบัญชี (Finance and Accounting)

บริษัทจะสร้างระบบการเงินที่ถูกต้องและมีมาตรฐาน รวมถึงมีการบริหารเงินทุนหมุนเวียนให้เกิดประสิทธิภาพ กล่าวคือ สามารถดูแลและตรวจสอบบัญชีรายได้ รายจ่าย ที่มาของเงินทุน และการใช้ไปของเงินทุนให้สอดคล้องเป็นไปตามแผน และตามงบประมาณที่วางไว้ตลอดจนดูแลเงินทุนหมุนเวียนเพื่อให้มีสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจได้

แผนภาพที่ 4.5 : แสดงกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทตามห่วงโซ่แห่งคุณค่า

Value Chain

