



แบบเสนอข้อมูลสำหรับการคัดเลือกและตัดสินรางวัลนวัตกรรมสหกิจศึกษา
คณะกรรมการคัดเลือกและตัดสินสหกิจศึกษาดีเด่น วันสหกิจศึกษาไทย ครั้งที่ 4

พ.ศ. 2555

จ. โครงการ/งาน ประจำสหกิจศึกษาดีเด่น

(โครงการหรืองานประจำที่คัดเลือกต้องมีอายุไม่เกิน 2 ปีการศึกษา)

ทำเครื่องหมาย “X” ของประเภทโครงการหรืองานประจำ

☐ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (โครงการหรืองานประจำ)

☒ สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และการจัดการ (โครงการหรืองานประจำ)

ชื่อโครงการ การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์วงจรปิด “เดอะแบรนด์ บาย เอสบีเอ็ม”

The Cooperative Education Program Project: CCTV Program creation “The Brand by SBM”

ผู้จัดทำโครงการ : นางสาวหทัยภัทร พงษ์ประยูร

สาขาวิชา/คณะ : สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เอกธิดา เสริมทอง

ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท Shanghai Kinghill Limited (上海帝泰发展有限公司) Shanghai, China

เป็นองค์กรผู้จัดตั้งพัฒนาและบริหารงานห้าง **Super Brand Mall**

ที่อยู่บริษัท 168, Lujiazui Xi Road, Pudong, Shanghai, China

Job Supervisor คุณชนัยพร เดชะปัญญา (Chanaiphorn Dachapanya)

Position: Marketing Exclusive / Brand Manager

Department: Marketing / Brand Team / Chairman Office

ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาฝ่าย Business Development, Marketing Event & Branding

ลักษณะงานที่ได้ปฏิบัติ ได้รับมอบหมายงานในส่วนของ Brand Event Marketing ดูแลและทำการศึกษาใน 2 ฝ่ายของบริษัท อันประกอบด้วย **Marketing Team /Brand Team** อีกทั้งยังได้เข้าร่วมการฝึกอบรมใน กระบวนการของฝึกอบรม “Super Brand Mall Management Training program” เรียนรู้งานในด้านการ พัฒนาธุรกิจ, ฝ่ายการตลาดและการสร้างแบรนด์ ศึกษาด้านกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจเพื่อการจัดการงานด้านการ สื่อสาร รวมถึงเรียนรู้ในฝ่ายกิจกรรมพิเศษ ที่รับผิดชอบงานด้านการจัดกิจกรรมพิเศษที่ฝ่ายต่างๆ จะจัด ตลอดจนถึงติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกบริษัท และได้มีโอกาสนำ ความรู้จากการศึกษามามาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานจริง



สำหรับโครงการที่จัดทำขณะปฏิบัติงานสหกิจศึกษา คือ การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์วงจรปิด “เดอะแบรนด์ บาย เอสบีเอ็ม” (The Cooperative Education Program Project: CCTV Program creation “The Brand by SBM”) เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมของตราสินค้า (Brand) สร้างให้เกิดแรงจูงใจต่อกลุ่มเป้าหมายในการมาเลือกซื้อสินค้า ณ ห้างสรรพสินค้า Super Brand Mall

- โครงการมีผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินหรือไม่เป็นตัวเงินโดยสามารถเพิ่มศักยภาพต่อสถานประกอบการได้

(สรุปข้อมูลที่สนับสนุนสามารถมีรูปภาพประกอบได้ กำหนดความยาวไม่เกิน 1 หน้า A4)

เนื่องจากสถานประกอบการที่ดิฉันไปปฏิบัติงานสหกิจในครั้งนี้ เป็นองค์กรผู้จัดตั้งพัฒนาและบริหารงานห้าง **Super Brand Mall** (正大广场) ถือเป็นหนึ่งในห้างสรรพสินค้าชื่อดังแห่งหนึ่งในนครเซี่ยงไฮ้ ตั้งอยู่ในทำเลศูนย์กลางการท่องเที่ยว (Land Mark) ซึ่งจากการประมวลผลหลังปฏิบัติงานทำให้ดิฉันได้เรียนรู้ว่าการบริหารงานห้างสรรพสินค้าหรือ Shopping Mall ที่ดินนั้นไม่ได้ให้ความสำคัญแต่การกระบวนบริหารที่ดีเพียงด้านเดียว แต่ยังต้องอาศัยกระบวนสร้างการรับรู้ ขยายฐานความเข้าใจ และต่อยอดความโดดเด่นของแบรนด์ต่อกลุ่มเป้าหมาย อันเป็นแนวทางของนิเทศศาสตร์ และเป็นแรงบันดาลใจให้โครงการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์วงจรปิด “เดอะแบรนด์ บาย เอสบีเอ็ม” (The Cooperative Education Program Project: CCTV Program creation “The Brand by SBM”) นี้จึงถูกสรรค์สร้างขึ้นเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการพัฒนาการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยรายการเน้นที่การใช้กลยุทธ์การสื่อสารโน้มน้าวใจให้เกิดการพินิจกำลังของร้านค้าเช่า (Tenant) ต่างๆภายในห้าง (Brand Synergy) ด้วยการเจาะลึกประวัติความเป็นมา จุดเด่นและความหลากหลายของ Brand ทั้งของร้านค้า สินค้า และห้างสรรพสินค้า ภายใต้แนวคิดหลัก 4 ประการ คือ The brand of Fashion Food Fun Fair ซึ่งเป็นสโลแกนหลักของห้างสรรพสินค้า Super Brand Mall รวมถึงแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมของตราสินค้า (Brand) สร้างให้เกิดแรงจูงใจในการมาเลือกซื้อสินค้า ณ ห้างสรรพสินค้าของ Super Brand Mall

รายการ “The Brand by SBM” นี้ถือได้ว่าเป็นแนวทางการประชาสัมพันธ์ผสมผสานการโฆษณารูปแบบใหม่ ที่ยึดถือหลักการวิ่งตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย มีการวางแผนออกอากาศทั้งภายใน Shopping mall เลือกออกอากาศวันศุกร์-วันอาทิตย์ ด้วยความยาวรวม 1 ชั่วโมง 30 นาที และเลือกออกอากาศในช่วงเวลา Shopping Time ที่กลุ่มเป้าหมายเข้ามาเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด (*จากรายงานผลการสำรวจการจับจ่ายสินค้าในห้าง Super Brand Mall) จึงมีผลทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับชมรายการได้มากที่สุด



- โดยทางรายการจะทำการ production 1 ครั้งต่อสัปดาห์ เลือกรายการออกอากาศใหม่ในวันเสาร์ (ช่วงเย็น 19.00-20.30 น.) ที่ถือได้ว่าเป็นช่วงที่มีกลุ่มเป้าหมายเข้ามาเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด ส่วนในวันศุกร์ วันเสาร์ (ช่วงบ่าย) และวันอาทิตย์ คือการ re-run ทั้งนี้เพื่อเป็นการจำกัดงบประมาณในการถ่ายทำ รวมถึงรายละเอียดด้านการจัดเช่าอุปกรณ์ นอกจากนี้ทางรายการยังมีแผนจะขยายผลการออกอากาศสร้างฐานการรับรู้ทางสถานีโทรทัศน์เคเบิลนานาชาติทั่วโลก
- จากการประมาณงบประมาณตามหลักการการวางแผนการผลิตรายการ ประมาณได้ดังนี้

One-time payment

Account	Category	Actual Cost (บาท)
01	ค่าจัดหาสื่อออกอากาศเพิ่มเติม <เครื่องโทรทัศน์/สื่อคิด>	90,000
02	ค่าผลิตอุปกรณ์ประกอบฉาก <โลโก้ติดหัวไมค์ป้ายชื่อรายการแบบต่างๆ>	10,000
	รวม	100,000

Pre-production

Account	Category	Actual Cost (บาท)
01	ค่าใช้จ่ายในการวางแผนงาน	30,000
02	ค่าบทของรายการ	5,000
03	ค่าตอบแทนทีมงาน	50,000
	รวม	85,000

Production

Account	Category	Actual Cost (บาท)
01	ค่าตอบแทนทีมงาน	50,000
02	ค่าเช่าอุปกรณ์การถ่ายทำ	80,000
03	ค่าเช่าไฟการถ่ายทำ	20,000
04	ค่าใช้จ่ายส่วนผู้ดำเนินรายการ	10,000
05	ค่าของตอบแทนร้านค้า/แขกรับเชิญ	5,000
06	เงินกองกลาง(เพื่อฉุกเฉิน)	20,000
	รวม	185,000



Post-Production

Account	Category	Actual Cost (บาท)
01	ค่าทีมงานตัดต่อ	50,000
03	ค่าบำรุงอุปกรณ์	10,000
	รวม	60,000

ถึงแม้ว่าการจัดทำรายการนี้จะมิงงบประมาณในการสร้างสรรค์ช่วงเริ่มต้นค่อนข้างสูง แต่ประสิทธิภาพของการจัดทำรายการตามรูปแบบโครงงานนี้ จะมีส่วนช่วยให้เกิดผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจอย่างแน่นอน อันสามารถแบ่งได้ 2 ด้าน คือ

1. ผลตอบแทนในรูปตัวเงิน

1.1 คึงดูลูกค้าและนักท่องเที่ยวมาใช้บริการเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ร้านค้าเช่าภายในห้างมีรายได้มากขึ้น ทางห้างสามารถเพิ่มอัตราราคาเช่าต่อพื้นที่ได้มากขึ้นทุกๆปี

1.2 รายได้จากการเช่าพื้นที่จัดกิจกรรมภายใน ซึ่งบริหารโดยฝ่ายการตลาดของ Super Brand Mall

1.3 รายได้จากการให้เช่าพื้นที่โฆษณาภายในห้าง

1.4 ในเชิงของการบริหารอสังหาริมทรัพย์ ทำให้มูลค่าของทำเลสูงขึ้นอย่างมาก ฯลฯ

2. ผลตอบแทนในรูปไม่เป็นตัวเงิน

2.1 ก่อให้เกิดการสร้างแบรนด์และความน่าเชื่อถือ ทั้งชื่อเสียงของ Super Brand Mall และแบรนด์ของร้านค้าต่างๆ ภายในห้าง

2.2 สร้างเสริมความสัมพันธ์อันดีกับภาครัฐและหน่วยงานราชการ เป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรม อาทิ การร่วมจัดกิจกรรมวันขึ้นปีใหม่และเทศกาลอาหารไทยร่วมกับ BOI และนครเชียงใหม่ เป็นต้น

2.3 จากผลประกอบการในอัตราที่สูงขึ้นของห้างอย่างต่อเนื่องทุกปี และความสัมพันธ์อันดีกับภาครัฐ ส่งผลให้เกิดความน่าเชื่อถือแก่ Stakeholders ซึ่งทางห้างมีแผนที่จะนำบริษัทเข้าร่วมจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

ดังนั้นรายการนี้จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่ม Stakeholders (กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง) ได้อย่างครอบคลุม ทั้งด้านการพัฒนาองค์กร สามารถเพิ่มอัตราการการเจริญเติบโตทางการตลาด ขยายฐานการรับรู้ สร้างความเข้าใจ สร้างแรงผลักดันให้กลุ่มเป้าหมายเกิดทัศนคติที่ดีต่อห้าง อีกทั้งยังมีผลถึงอัตราเช่าซื้อ (Tenant Mix) สร้างความน่าเชื่อถือในองค์กรธุรกิจของบริษัท รวมไปถึงฐานอำนาจทางธุรกิจเพิ่มสูงขึ้นในอนาคตอย่างแน่นอน ด้านนักลงทุนและกลุ่มผู้ถือหุ้น จะได้รับความพึงพอใจต่อเสถียรภาพความมั่นคงขององค์กร ด้านกลุ่มของร้านค้าผู้เช่าซื้อ (Tenant) จะเกิดความมั่นใจในตัวเอง เกิดความรักความจงรักภักดีเพราะองค์กรได้ช่วยพวกเขาในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ร้านค้า หรือแม้กระทั่งการเรียกหรือ



เชิญชวนลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ ที่สำคัญคือกลุ่มลูกค้า ผู้บริโภคที่จะได้รับความรู้ ความเข้าใจ สร้างความมั่นใจในการเลือกซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ รวมถึงได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการจัดกิจกรรมต่างๆ อีกด้วย

- การดำเนินงานมีความถูกต้อง มีระเบียบแบบแผน และทำให้นักศึกษามีโอกาสได้ใช้วิชาความรู้/ทักษะตามที่ได้เรียนมา

(สรุปข้อมูลที่สนับสนุนสามารถมีรูปภาพประกอบได้ กำหนดความยาวไม่เกิน 2 หน้า A4)

จากสังคมในรั้วมหาวิทยาลัยสู่สังคมของการทำงานจริง ทำให้ดิฉันได้เรียนรู้สิ่งแปลกใหม่อย่างมากภายนอกเหนือจากการเรียน ได้เห็นและรู้จักการทำงานที่เป็นระบบและมีการวางแผนงานเป็นอย่างดี ทำให้รู้จักการใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นทั้งในเรื่องของการวางแผน การปรับตัวเปิดใจเรียนรู้วัฒนธรรมขององค์กร และเรียนรู้เรื่องราวใหม่ๆ แต่ถึงอย่างไรก็ไม่ลืมที่จะนำความรู้ที่เคยได้เรียนมาทั้งจากห้องเรียน จากประสบการณ์มาใช้ให้เกิดประสิทธิผล โครงการนี้เป็นโครงการประเภทสร้างสรรค์ ที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานประสบการณ์จากการศึกษาเรียนรู้ในห้องเรียนทางสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยแห่งการเรียนรู้สำหรับพวกเราคนรุ่นใหม่ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ตลอด 4 ปีที่ผ่านมา ความรู้ต่างๆ ที่ได้รับทั้งหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดนั้นมีมากมาย แต่เมื่อเข้าสู่การทำงานในชีวิตจริงเราคงต้องเลือกดึงความรู้บางส่วนที่เกี่ยวข้องออกมาศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการทำงาน โดยดิฉันได้เลือกที่จะดึงความรู้ในรายวิชาต่างๆ มาประยุกต์ใช้ดังนี้ เริ่มด้วยวิชา CMM110 ซึ่งเป็นวิชาที่เกี่ยวกับการทักษะการจัดกิจกรรมพิเศษ ที่ทำให้ดิฉันได้เรียนรู้ถึงกระบวนการ แนวทาง การวางแผน หรือข้อได้เปรียบเสียเปรียบของการจัดกิจกรรม ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น อีกทั้งได้เรียนรู้ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และยังมีเทคนิคต่างๆ ที่นอกเหนือจากการเรียนในห้อง การพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ ทำให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน สร้างความมั่นใจในตนเองเพิ่มมากยิ่งขึ้น หรือวิชา CMM249 การสื่อสารการตลาดที่ถือเป็นอีกหนึ่งรายวิชาเรียกได้ว่าเข้าใจอย่างมาก แต่ในการฝึกปฏิบัติงานในครั้งนี้ทำให้ดิฉันได้รู้ว่าการกลยุทธ์ IMC ที่เรียนมามีประโยชน์ต่อการพัฒนาบริษัท พัฒนาธุรกิจของห้างอย่างไร และการมอง SWOT ของตนเองและคู่แข่งมีผลต่อความก้าวหน้าขององค์กรอย่างไร กลุ่มรายวิชา PRS ต่างๆ ที่สอนให้รู้จักของการทำรายการแบบหวังผลระยะยาว การมองการไกล หรือการทำสิ่งต่างๆ เพื่อสังคม ส่วนรวมและประเทศชาติ

นอกจากนี้ยังมีวิชา CMM111-112 และ CMM 203 ที่ทำให้ดิฉันมีทักษะทางด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างมากในการติดต่อสื่อสาร เพราะในการฝึกปฏิบัติงานครั้งนี้ ดิฉันไปฝึกปฏิบัติงานยังเมืองเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน ซึ่งภาษาอังกฤษนั้นเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่ทำให้ดิฉันสามารถปฏิบัติงานได้เป็นผลสำเร็จ ทั้งยังเป็นการเพิ่มคุณค่าในด้านศักยภาพในการทำงานที่ตอบสนอง ความต้องการของสถาน



ประกอบการ โดยเฉพาะ รายวิชา RTV412 ที่ทำให้ดิฉันได้เรียนรู้ทักษะการทำงาน การถ่ายทอดผ่านกระบวนการ ทักษะด้านการวางแผนผลิตรายการโทรทัศน์ จึงเกิดเป็นการวางแผนสรรค์สร้าง และจัดวางขั้นตอนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและการประมวลผลหลังการฝึกปฏิบัติงาน ตามหลักการการเรียนรู้ในการดำเนินงาน ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการศึกษากระบวนการทำงานของบริษัท เรียนรู้ทักษะต่างๆ ทั้งในด้านการพัฒนาธุรกิจ, ฝ่ายการตลาดและการสร้างแบรนด์ ศึกษาด้านกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจเพื่อการจัดการด้านการสื่อสาร ศึกษาด้านการตลาดผสมผสานกับรูปแบบการจัดกิจกรรม หรือกลยุทธ์การจัดกิจกรรมพิเศษที่ผ่านมาขององค์กร ดำเนินงานค้นคว้าหาข้อมูลเอกสารอ้างอิงเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการเรียนรู้และศึกษาจากทฤษฎีต่างๆ ประสานงาน และขอคำปรึกษา เพื่อวางแผนแนวทางการสรรค์สร้างการผลิตรายการ จนกระทั่งสามารถวางแผนงานสร้างสรรค์รายการจริงสร้างสรรค์โครงงานนี้ขึ้นมาได้ในที่สุด

- ความพึงพอใจของสถานประกอบการต่อโครงการ

(สรุปข้อมูลที่น่าสนใจสามารถมีรูปภาพประกอบได้ กำหนดความยาวไม่เกิน 2 หน้า A4)

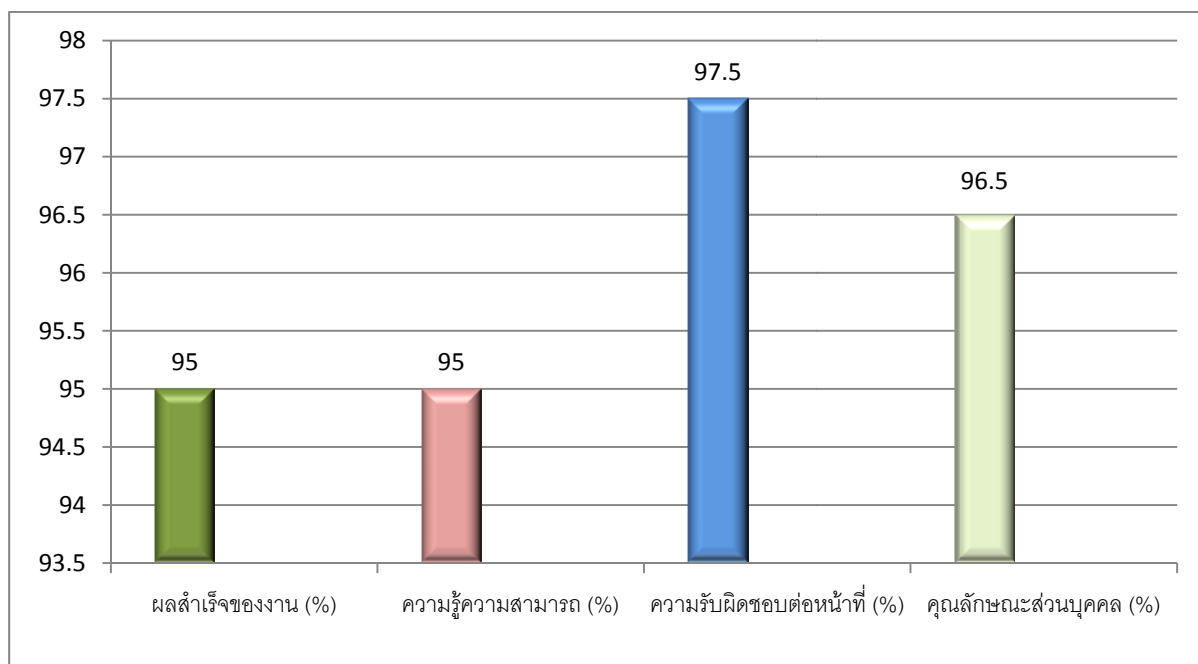
ด้านผลการปฏิบัติงาน ณ บริษัท Shanghai Kinghill Limited โดยมีระยะเวลาการเข้าปฏิบัติงานทั้งสิ้น 4 เดือน หรือ 16 สัปดาห์ เริ่มตั้งแต่วันที่ 31 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2554 ถึงวันที่ 17 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 ดิฉันได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาอยู่ในระดับดีมาก โดยได้รับคำชมเชย จาก Job Supervisor และผลการประเมินศักยภาพพนักงานฝึกหัดเป็นที่น่าพอใจ

อีกทั้งยังได้รับการตอบรับเข้ารับบรรจุเป็นพนักงานประจำในส่วนของ Chairman Office บริษัท Shanghai Kinghill Limited ,Shanghai .China ในปัจจุบันด้วยเช่นกัน

ด้านผลจากความสำเร็จและผลสัมฤทธิ์ของการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์วงจรปิด “เดอะแบรนด์บาย เอสบีเอ็ม” ตามโครงการ ซึ่งเป็นการ Grouping Tenant ตามกลยุทธ์ทางการตลาดและการบริหารงานดึงดูด แปรนต์ต่างๆ ให้เข้ามารวมกันตามนโยบายขององค์กรที่จะเป็น ศูนย์รวมแบรนด์ One-stop shopping สามารถช่วยสร้างความโดดเด่น ความแตกต่าง การเป็นที่รู้จัก สร้างความพึงพอใจต่อสถานประกอบการในด้านยอดขาย กลุ่มของร้านค้า กลุ่มลูกค้าผู้ให้บริการ หรือส่วนแบ่งทางการตลาด แต่หากไม่ใช่เพียงต่อกับสถานประกอบการ แต่ยังรวมถึงกลุ่มของ Steak Holder ทั้งต่อประเทศ ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้นักลงทุนให้เข้ามาลงทุนทำธุรกิจ เพิ่มศักยภาพให้กับจุด Land Mark หรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวเมืองเชียงใหม่ ต่อกลุ่มลูกค้าและผู้ให้บริการในการสร้างความมั่นใจว่าจะได้เลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ ต่อกลุ่มผู้ถือหุ้น ในการสร้างความมั่นคง ความมีเสถียรภาพทางธุรกิจ ที่สำคัญคือต่อประเทศไทยของเราเอง เพราะรายการนี้จะช่วยเผยแพร่ศักยภาพของธุรกิจไทย สร้างความน่าเชื่อถือ การยอมรับทางธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้น



จากการประเมินการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาพนักงานที่ปรึกษาและสถานประกอบการมีความพึงพอใจต่อนักศึกษาและผลการปฏิบัติงานของนักศึกษาสหกิจศึกษา โดยมีความพึงพอใจทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับดีมาก ทั้งด้านผลสำเร็จของงาน ความรู้ความสามารถ ความรับผิดชอบต่องาน และลักษณะส่วนบุคคล โดยภาพรวมจะมีความพึงพอใจในด้านความรับผิดชอบต่องานที่มากที่สุด



รูป 1 ผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- สร้างนวัตกรรมจากความคิดสร้างสรรค์ให้กับองค์กรในระหว่างสหกิจศึกษาอย่างเป็นรูปธรรม (สรุปข้อมูลที่สนับสนุนสามารถมีรูปภาพประกอบได้ กำหนดความยาวไม่เกิน 4 หน้า A4)

โครงการการสร้างสรรครายการโทรทัศน์วงจรปิด “เดอะแบรนด์ บาย เอสบีเอ็ม” (The Cooperative Education Program Project: CCTV Program creation “The Brand by SBM”) นี้ถือเป็นแนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ขององค์กร ซึ่งทางห้าง Super Brand Mall ยังไม่เคยมีรายการรูปแบบนี้เพื่อใช้ในการทำการประชาสัมพันธ์มาก่อน ถือได้ว่าเป็นแนวทางการประชาสัมพันธ์ผสมผสานการโฆษณา รูปแบบใหม่ ที่ยึดถือหลักการวิ่งตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยโครงการเดอะแบรนด์ บาย เอสบีเอ็มนี้ ปัจจุบันเป็นอีกหนึ่งโปรเจกต์ใหม่ที่กำลังรอการพิจารณาจากบริษัท Shanghai Kinghill Limited ในการสร้างสรรค์ และผลิตรายการจริงในอนาคต เนื่องจากการสร้างความแตกต่าง สร้างความน่าสนใจ



ให้กับกลุ่มเป้าหมายและลูกค้าของห้าง เชื่อมโยงให้ทุกส่วนเกิดความรู้สึกใกล้ชิด และเป็นมิตร โดยผู้ผลิตต้องการสื่อสารสิ่งที่มีอยู่ใน The brand ให้ประชาชนสามารถรับรู้และมีส่วนร่วมในการใช้ทรัพยากรต่างๆ ตั้งแต่ การคิดออกแบบ การผลิต การตลาด จนถึงการจัดจำหน่าย เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า brand ต่างๆ อีกทั้งยังสร้างความน่าสนใจด้วยข้อมูลเบื้องลึกหรือเบื้องหลังของการผลิตสินค้าแบรนด์นั้นๆ สิ่งที่ประชาชนหรือผู้ที่ใช้สินค้าแบรนด์นั้นจะได้รับ ทั้งด้านความรู้สึก การสร้างความภักดีในตราสินค้า การขยายผล (จะมีการชักชวนหรือการสร้างกระแสให้กับสินค้าแบรนด์ดังกล่าวได้ไม่มากนัก) ตัวอย่าง *Brand Jurlique* ที่ผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง กลุ่มเวชภัณฑ์ สำหรับเหล่าวัยรุ่นซึ่งเป็นฐานลูกค้าสำคัญ การใช้สินค้าแบรนด์นี้ นอกจากจะได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีแล้ว ยังช่วยรักษาสีผิวและผิวพรรณให้ดูดี เพราะเน้นการผลิตในกระบวนการที่เป็นธรรมชาติ หรือ *อินทรีย์วิถี* ที่ผลิตและจำหน่ายกางเกงยีนส์และมีเหล่าเซเลบ เป็นฐานลูกค้าสำคัญ การใช้สินค้าแบรนด์นี้ นอกจากจะได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีแล้ว ยังเป็นผู้ที่มีความเอกลักษณ์เฉพาะตัว จาก Concept หลักของสินค้าที่มุ่งในการใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าโดยไม่ละเลยความสวยงามและความมีศิลปะบนแฟชั่นการแต่งตัว เป็นต้น

การจัดรายการจึงมุ่งเน้นตัวสินค้าที่มีเอกลักษณ์และสามารถสร้างความแตกต่างให้กับบุคคลที่ใช้สินค้าหรือประชาชนที่สนใจสินค้าประเภทนี้อยู่ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ชม และผู้รับสารว่า การที่จะใช้ของที่น่าเสนอในรายการ The brand ไม่ใช่แค่ตามตลาดหรือกระแสแฟชั่นเพียงเท่านั้น แต่ทุกๆแบรนด์มีบางอย่างที่น่าสนใจ นอกจากนี้ยังมีการเสริมเกร็ดความรู้เกี่ยวกับการเลือกซื้อ เลือกใช้สินค้าและบริการ อาทิ ข้อคิดในการเลือกซื้อ หรือการสังเกตสินค้าของแท้ของเทียม เป็นต้น ที่สำคัญยังเป็นโอกาสสำหรับการเผยแพร่เอกลักษณ์ใหม่ๆ ด้วยกิจกรรมในรายการที่จะสร้างสรรค์ขึ้นจากแนวคิดของสินค้าแบรนด์ต่างๆที่มีอยู่

กิจกรรมที่มีในรายการจะเป็นในมุมมองของการทำเพื่อประโยชน์ต่อกลุ่มลูกค้า ผู้บริโภค หรือต่อสังคม เพื่อสร้างภาพให้กับแบรนด์สินค้านั้นว่า สามารถใช้ได้ในทุกสถานการณ์และทุกสภาวะ โดยไม่จำกัดเรื่องสถานที่หรือความคิดแบบเดิมๆเป็นการคิดนอกกรอบอย่างสร้างสรรค์ ทั้งเป็นการส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์แบบใหม่ที่เอื้อต่อการตลาดทั้งต่อสินค้า และห้างผู้สนับสนุนรายการดังกล่าวด้วย เช่น ให้มีการส่งรูปแบบกิจกรรมหรือรูปถ่ายที่เกี่ยวข้องกับสินค้าแบรนด์ที่มีในรายการเพื่อส่งเสริมให้มีการใช้มากขึ้น สร้างกระแสของแบรนด์ เป็นต้น และปัจจุบันเป็นอีกหนึ่งโปรเจกต์ใหม่ที่กำลังรอการพิจารณาจากบริษัท Shanghai Kinghill Limited ในการสร้างสรรค์และผลิตรายการจริงในอนาคต เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมของตราสินค้า (Brand) ต่อไป



รายละเอียดประกอบการจัดทำโครงการ การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์วงจรปิด “เดอะแบรนด์ บาย เอส บีเอ็ม”

โลโก้รายการ



เป็นโลโก้ที่เน้นความเรียบง่าย แต่มีความเป็น
ธรรมชาติ ทันสมัย และมีความสดใส ใช้คำว่า *The
Brand* ที่แสดงถึงชื่อของรายการได้โดยตรง *The
Brand By SBM*

พรอนต์ตัวอักษร -เน้นที่ความทันสมัย ฟองน้ำ –

คือการแตกตัว การแผ่ขยาย การกระจาย

สีอักษร สีแดง -ความเจริญรุ่งเรือง ความสำเร็จ สีชมพู -แสดงถึงความสดใส ร่าเริง ความหวาน และ
ความอบอุ่น สีส้ม –ความหลากหลายดูทันสมัย มีสไตล์ น่าค้นหา

รายการมีการใช้ผู้ดำเนินรายการหลัก 5 คน (วง i Me)

เป็นกลุ่มผู้ดำเนินรายการที่มีการผสมผสานหลากหลาย
เชื้อชาติ และที่สำคัญมีคนไทย ที่นอกจากจะแสดงออกได้ถึง
ภาพลักษณ์ของห้างที่ต้อนรับลูกค้าที่หลากหลาย อีกทั้งยัง
สามารถ ดอกร้าความเป็นไทย และวง Ime ก็มีกระแสตอบรับ
ในประเทศจีนที่ดี สามารถช่วยกระตุ้นและดึงดูดความสนใจของ
รายการเราได้



นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการวางแผนการตลาดแบบให้ของบริษัทที่ต้องการจับกลุ่มผู้ซื้อสินค้า
วัยรุ่นมากขึ้น และที่สำคัญวง Ime เป็นวงที่มีบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP group) เป็นผู้สนับสนุนหลัก มี
การทำสัญญาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ให้กับบริษัทโดยตรง เหมาะสมเป็นอย่างมากกับการทำรายการออกอากาศ



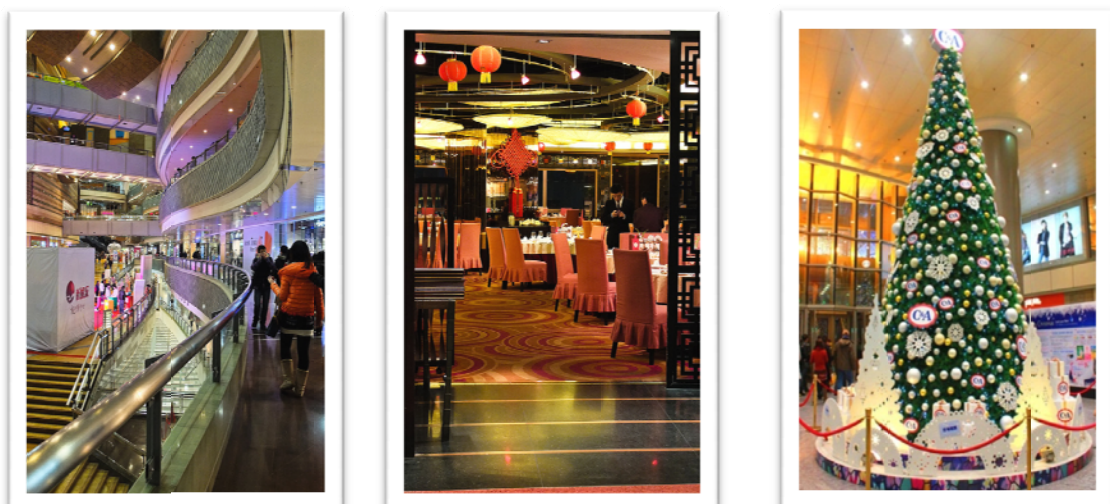
สถานที่ถ่ายทำรายการ

รายการ “The Brand by SBM” ใช้การถ่ายทำแบบ Outdoor-Location in hall และ Outdoor-Location out hall

ในช่วงที่ 1 : ใช้มุมต่างๆของห้างเป็นมุมเปิดรายการ



ในช่วงที่ 2 : เป็นการจัดมุมเล็กๆขึ้นภายในห้าง หรือ Location ร้านที่เป็น แบรินด์ Shopping in trend ประจำสัปดาห์ <ในกรณีที่ต่อเนื่องกับช่วงที่ 1 >





ในช่วงที่ 3 : เป็น Location ส่วนของงานจัดกิจกรรมพิเศษ



1F Rainbow Avenue

Gross Area of 20m²

Exhibition & Display Venue



1F East Atrium

Gross Area of 20m²

Display Venue



1F West Atrium

Gross Area of 180m²

Exhibition & Event Venue



3F Golden Avenue

Gross Area of 700m²

Exhibition & Event Venue



4F East Platform

Gross Area of 80m²

Event & Display Venue



5F East Platform

Gross Area of 40m²

Event & Venue



9F CT Hall

Gross Area of 3,000m² , Multi-purpose Room Foyer

Exhibition & Convention Center

สถานที่วางแผนออกอากาศสื่อ



Cartoon Land



Tom's World



Stellar Cinema City