

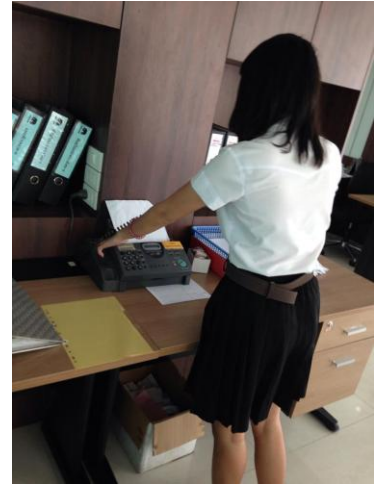
ภาคผนวก

ภาคผนวก ก รูปภาพขณะปฏิบัติงาน

## ภาพการดำเนินงาน



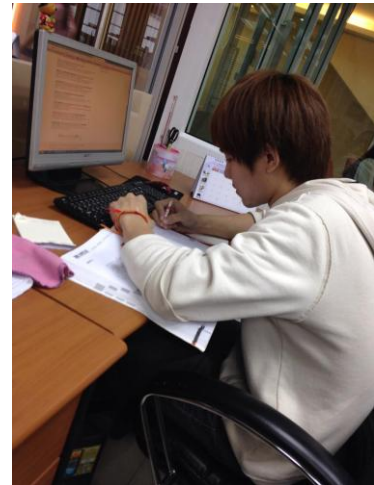
ติดต่อสอบถามลูกค้า



ส่งเอกสารให้ลูกค้า ทาง Fax ใบบินค้า



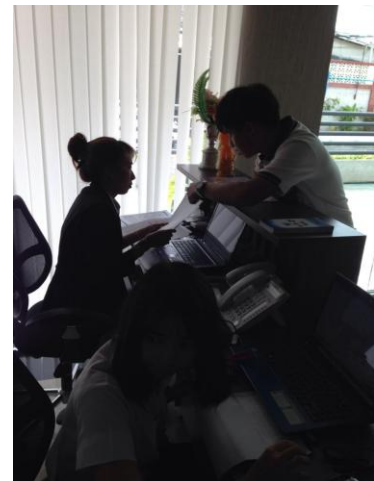
Scan รูปภาพเพื่อเตรียมโฆษณา



โฆษณา สินค้าตามเว็บต่างๆ



สอบถามถึงบริษัทที่หามา



สอบถามถึงบริษัทที่หามา



ภาพกิจกรรม บริษัท ปลอดภัยยาเสพติด



ภาพถ่ายเอกสาร



โทรสอบถามเบอร์ที่หามาว่าตรงกับบริษัทหรือไม่



ส่ง Fax ให้ลูกค้า



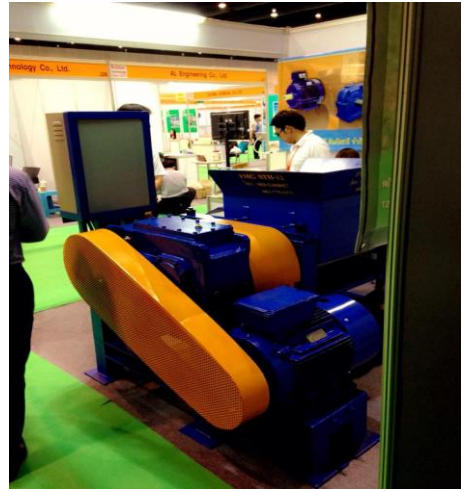
โทรติดต่อสอบถามลูกค้าว่าสินค้าเมื่อใช้แล้วเป็นอย่างไรบ้าง



ภาพงานทำบุญบริษัทประจำปี



งานออกบูท Intermach Muller, Asiadrive



งานออกบูท FMG

ภาคผนวก ข บทความวิชาการ

# กลยุทธ์การแสวงหาลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่าของผลิตภัณฑ์มอเตอร์

## New Customers Finding and Customer Relationship Strategy for Motors Product

วาสนา วรรณโกติน<sup>1</sup>, จตุรงค์ ตั้งอมรพันธุ์กุล<sup>2</sup>,ธีรชัย ภิรมย์ขุน<sup>3</sup>

ภาควิชาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ

watsana.wan@siam.edu<sup>1</sup>, Jat\_tan@siam.edu<sup>2</sup>, Ter\_pir@siam.edu<sup>3</sup>

บทคัดย่อ

บริษัทมอเตอร์ แมคคานิค จำกัดเป็นบริษัทที่จัดจำหน่ายมอเตอร์หรือเป็นเครื่องส่งแรงให้เครื่องจักรสามารถทำงานได้ เป็นสิ่งที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายการ โดยบริษัทจะขึ้นอยู่กับลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ในการเลือกซื้อ เพราะมีคู่แข่งมากมาย ส่วนใหญ่บริษัทจะติดต่อทางโทรศัพท์ ไม่ก็ทาง Email และ Line จะมีการใช้โทรศัพท์ เป็นส่วนใหญ่ เพื่อคุยกับลูกค้า บริษัทจะมีการติดต่อกับลูกค้าเก่า บ่อยครั้งเพื่อรักษาลูกค้าเก่าไว้ จะมีการติดกับรู้สึกเป็นกันเองกับลูกค้า ทำไมมีลูกค้าเก่า อยู่มาก ส่วนลูกค้าใหม่เราต้องค้นหาจากทางอินเทอร์เน็ต หรือจากการโฆษณาต่าง ลูกค้าใหม่นั้น เราดูแลอย่างดีไม่ต่างจากลูกค้าเก่าเราจะเข้าไปหาถึงที่เพื่อดู สิ่งที่ลูกค้าต้องการมอเตอร์ที่จะใช้กับเครื่องจักร แต่ลูกค้าใหม่จะรักษาได้ยากกว่าเพราะส่วนมากจะเป็นพวกที่ เคยใช้ยี่ห้อที่มีคุณภาพสูงและราคาแพง บางรายลูกค้าก็สนใจสินค้าบริษัทเราเพราะมีราคาไม่แพงและคุณภาพก็ดี เดิมที่บริษัทมีการสำรวจจากลูกค้าต่างๆโดยสอบถามแบบไม่เจาะลึก โดยจะถามถึง ข้อมูลเบื้องต้น และก็ข้อมูลที่บริษัทใช้สินค้ายี่ห้ออะไรบ้าง จำนวนกี่ตัวที่ใช้ภายในบริษัทอาจจะไม่ได้ข้อมูลในการปรับปรุงอย่างมาก คณะจัดทำเลยได้ ทำการปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อให้มีการเจาะลึกมากขึ้นเพื่อให้ได้รู้ว่าลูกค้า พอใจกับสินค้าและภาพลักษณ์ของบริษัทรวมถึงการบริการที่มีแต่ลูกค้าของบริษัท เมื่อได้ผลแล้วจะทำการสรุปแบบสอบถามว่า

ลูกค้ามีความพึงพอใจหรือใหม่ ทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

### Abstract

The Muller magcanic Co., Ltd. As . That sell moter gear for support machine to be work efficiency then it also popular. This company are depend on customer about selling because it have many competitor. This company will contact to client from telephone email or line but more than use telephone for talk to customer. The company which usually contact to old customer for save our customer and make to the good relationship with them. For new customer we are find from internet or advertise

That we take care same old customer and will to always visit them for know about demand but new customer are use brand thing , expensive and high quality someone will interest our company because the low price and high quality. Previously we are explore from customer and ask to primary information such as product , how many are you use my product, but this time have a adjust questionnaire to deep detail more. When we get rehearsal already , we will summary satisfaction for both customer and increase efficiency in process

## ปัญหาของบริษัท

1. มีการประสานงานที่ไม่ตรงกันหรือสื่อสารไม่ตรงกัน ทำให้เกิดปัญหาในการทำงาน
2. มีคู่แข่งเยอะขึ้นทำให้มีการขายน้อยลงบ้างในบางช่วง
3. เศรษฐกิจแย่ลงทำให้ผลกำไรที่ได้ก็ลดลงตามสถานการณ์

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่มีต่อมอเตอร์ของบริษัท มุลเลอร์แมคคานิคจำกัด
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค มีต่อมอเตอร์ของบริษัท มุลเลอร์แมคคานิค จำกัด
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค มีต่อมอเตอร์ของบริษัท มุลเลอร์แมคคานิค
4. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุง การดูแลลูกค้า และการหาลูกค้าใหม่

## ขอบเขตของงานวิจัย

1. ศึกษาลักษณะทั่วไปโดยได้กำหนดตัวแปรการศึกษา คือ เพศ อายุ บริษัท ตำแหน่ง อาชีพ รายได้
2. ความพึงพอใจ ได้ศึกษาลักษณะเฉพาะในด้านบริการ มีการเทคแคร์ลูกค้าอย่างที่ลูกค้าต้องการ หรือมีการบริการก่อนการขาย และหลังการขาย เช่น ก่อนการขายก็จะมีการเทคแคร์ โทรตามลูกค้าว่าสินค้าตัวนี้ที่ส่งไปให้เป็นยังไงบ้างและมีการติดตั้งให้ฟรีและส่งถึงที่หลังการขายเราก็จะมีการติดต่อลูกค้าว่าสินค้านี้เป็นยังไงบ้างและถ้าเมื่อเกิดการชำรุดหรือเกิดการมีปัญหา ก็จะไปรับมาซ่อมหรือสามารถไปดูอาการที่เป็นปัญหาถึงที่เพื่อความสะดวกของลูกค้าและโดยเราจะเข้าถึงลูกค้าจะส่วนใหญ่

3. ขอบเขตประชากรกับลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ที่มีต่อมอเตอร์เกียร์ของบริษัท มุลเลอร์แมคคานิค

## ประโยชน์ที่ได้รับ

เมื่อผลงานนี้สำเร็จแล้วทางบริษัทอาจจะได้รับรู้ข้อมูลต่างๆไม่มากก็ไม่น้อย ทำให้พนักงานอาจมีประสิทธิภาพได้มากขึ้นในเรื่องการดูแลและหาลูกค้ารายใหม่ หรือ ลูกค้ารายเก่า เพราะส่วนมากบริษัท มุลเลอร์แมคคานิคจะเป็นการหาลูกค้าจะส่วนมาก โดยเป็นการเจาะกลุ่มตลาดจึงอาจจะมีประโยชน์ในข้อมูลนี้

1. ได้เห็นพฤติกรรมและปัญหา ที่สามารถในการเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น ว่าพอเวลาติดต่อลูกค้าแล้วลูกค้ามีการตอบรับเราอย่างไร
2. เป็นแนวทางให้บริษัท มุลเลอร์แมคคานิค จำกัดนำไปปรับประยุกต์ใช้เพื่อประโยชน์แก่บริษัทไม่มากก็ไม่น้อย
3. ได้ทราบถึงแนวทางในการเข้าหาลูกค้าหรืออาจจะทำให้มีเทคนิคในการพูดกับลูกค้าได้ดีขึ้น โดยรายงานฉบับนี้

## ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. รวบรวมความต้องการ  
ผู้พัฒนาระบบต้องเก็บรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นในการพัฒนาระบบได้แก่ข้อมูลพนักงานในแต่ละแผนกของบริษัทเพื่อนำมาจัดทำฐานข้อมูลพนักงานที่ใช้บริการจากแผนก IT และสำรวจความต้องการในการใช้งานระบบของแผนก IT เพื่อนำมาออกแบบระบบที่ตรงตามความต้องการ
2. วิเคราะห์ข้อมูลทางบริษัท  
หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นได้แล้ว ผู้พัฒนานำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์การไหลข้อมูลโดยใช้เครื่องมือคือ Data Flow Diagram และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลด้วย Entity Relationship Diagram



### 3. เก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นการออกแบบระบบในส่วนของหน้าจอ โดยต้องออกแบบให้ง่ายต่อการใช้งานและตอบสนอง วัตถุประสงค์ของแผนก IT มากที่สุดและมีการออกแบบฐานข้อมูลในลักษณะความสัมพันธ์กันของตาราง (table)

### 4. วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมมา

เป็นการนำภาษาโปรแกรมมาเรียงลำดับเป็นขั้นตอนการทำงานเพื่อสร้างโปรแกรมให้สามารถใช้งานได้

### 5. จัดทำเอกสาร

หลังจากพัฒนาโปรแกรมจนสามารถใช้งานได้ ในลักษณะของระบบต้นแบบ (prototype) แล้วต้องมีการทดสอบโปรแกรมโดยการนำระบบต้นแบบดังกล่าวให้พนักงานในแผนก IT และแผนกอื่นๆ ได้ทดลองใช้ จากนั้นจึงสอบถามความพึงพอใจจากการทดลองใช้งานระบบมาปรับปรุงโปรแกรมใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการและถูกต้องมากที่สุดซึ่งการทดสอบโปรแกรมนี้ จำเป็นต้องทำหลายๆครั้งจนกว่าจะได้ระบบที่ทำงานได้ถูกต้องและตรงตามความต้องการของผู้ใช้มากที่สุด

### 6. ส่งเอกสาร

การทำเอกสารประกอบแบ่งเป็น 2 ประเภทได้แก่

- System Manual

เป็นเอกสารอธิบายโครงสร้างและการออกแบบการทำงานของโปรแกรมให้สอดคล้องกับระบบการทำงานและเพื่อใช้อ้างอิงในการนำไปพัฒนาต่อไป

- User Manual

เป็นเอกสารอธิบายขั้นตอนและวิธีการใช้งานของโปรแกรม

### อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำรายงาน

#### ฮาร์ดแวร์

1. เครื่องคอมพิวเตอร์
2. กล้องถ่ายภาพดิจิทัล

### ซอฟต์แวร์

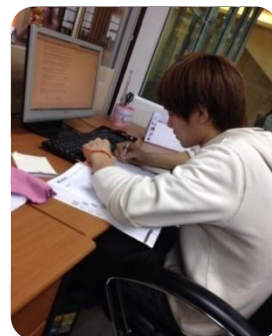
1. โปรแกรม Microsoft Word
2. โปรแกรม ExpressI

### ลักษณะการทำงานของระบบ

ตัวอย่างและลักษณะการทำงานจะเป็นการโทรติดต่อกู้ค่า ๕๕ ส่วนใหญ่



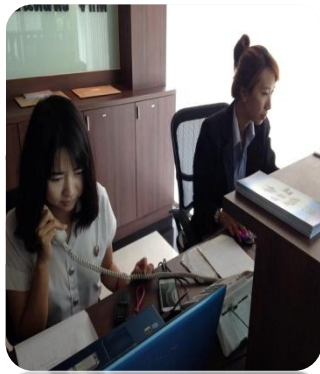
รูปที่ 1 การติดต่อกู้ค่าใหม่รวมถึงลูกค้าเก่า



รูปที่ 2 การจัดเตรียมส่งเอกสารให้ลูกค้าใหม่



รูปที่ 3 การจัดส่งFAXเอกสารให้ลูกค้า



รูปที่ 4 มีการติดต่อลูกค้าทาง Line โดยส่งแบบฟอร์มแบบสอบถามไปให้ลูกค้าได้ตอบ

#### สรุปผล

หลังจากที่ได้สำรวจเสร็จสิ้นและนำไปใช้งานจริงแล้วสามารถสรุปผลได้คือสามารถปรับปรุงตามต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้นส่วนที่ลูกค้าให้ปรับปรุงในเรื่องต่างๆจากแบบทดสอบให้ทำให้รู้ข้อบกพร่องและข้อดีที่ได้ทำไปสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าได้โดยมีการต่อการทางLine และโทรศัพท์ โดยจะสอบถามเป็นข้อๆ เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าใจถึงแบบสอบถาม

#### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณบริษัทมูลเลอร์ แม็คคานิค (มหาชน) ที่ได้ให้โอกาสในการพัฒนาด้านการบริการโดยการทำแบบประเมินลูกค้าขึ้นมาโดยสอบถามทางโทรศัพท์หรือทาง Line ทางบริษัทมีการสนับสนุนด้านต่างๆด้วยดีในการดำเนินงานนี้และขอขอบคุณ ปทุมทิพย์ งามพิศ และคุณณัชชารีย์ สินธมศิริวัฒน์ นักศึกษาภาควิชาการตลาด คณะบริหารมหาวิทยาลัยสยามในการพัฒนาด้านบริการนี้

#### เอกสารอ้างอิง

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547) ,ปัจจัยที่สำคัญของคุณภาพการบริการ, จาก [http://www.ex-mba.buu.ac.th/research/Bkk/Ex-24-Bkk/51721942/05\\_ch2.pdf](http://www.ex-mba.buu.ac.th/research/Bkk/Ex-24-Bkk/51721942/05_ch2.pdf)

Abraham H.Maslow,ชื่อทฤษฎี :ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ, จาก <http://rungdba-04.blogspot.com/2012/10/abraham-hmaslow.html>

Zeithaml and Bitner (1996), แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่ลูกค้าได้รับ, จาก [http://www.ex-mba.buu.ac.th/research/Bangsaen/Mk-6-Bs/51790092/05\\_ch2.pdf](http://www.ex-mba.buu.ac.th/research/Bangsaen/Mk-6-Bs/51790092/05_ch2.pdf)

Grönroos (1988) ,เป็นนักวิจัยคนแรกที่ใช้ แบบจำลองความพอใจ/ ความไม่พอใจของ ลูกค้า, จาก [http://www.ex-mba.buu.ac.th/research/Bangsaen/Mk-6-Bs/51790092/05\\_ch2.pdf](http://www.ex-mba.buu.ac.th/research/Bangsaen/Mk-6-Bs/51790092/05_ch2.pdf)

พิบูล ทีปะपाल. (2535 : 10).เสรี วงษ์มณฑา. (2543 : 42), แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค , จาก <http://www.l3nr.org/posts/166516>

ภาคผนวก ค ใบผ่านการฝึกงาน

หัวข้อโครงการ                    การหาลูกค้าใหม่และการรักษาลูกค้าเก่าของผลิตภัณฑ์มอเตอร์  
To be find the new client and taking care old client for Motor gear product

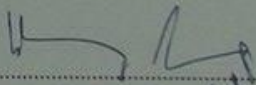
รายชื่อผู้จัดทำ                    นางสาว วาสนา วรรณโกสิน 5304300470  
   นาย จตุรงค์ ตั้งอมรพันธ์กุล 5304300483  
   นาย ชีรชัย ภิรมย์ชุน                    5404300343

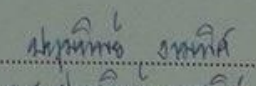
ภาควิชา                                    การตลาด

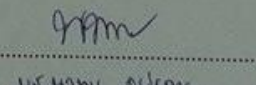
อาจารย์ที่ปรึกษาอาจารย์ นรเศรษฐ กมลสุทธิ

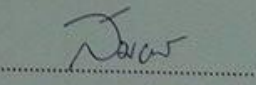
อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงาน สหกิจศึกษาภาควิชาการตลาด  
ประจำภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2556

คณะกรรมการการสอบโครงการ

  
.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(น.ส.นเรศวร กมลสุทธิ)

  
.....พนักงานที่ปรึกษา  
(น.ส.นเรศวร กมลสุทธิ)

  
.....พนักงานที่ปรึกษา  
(น.ส.นเรศวร กมลสุทธิ)

  
.....กรรมการกลาง  
(อ.สมทรง ปานอินทร์)

.....ผู้อำนวยการสำนัก สหกิจศึกษา  
(ดร.มารุจ ติมประวัฒน์นะ)