



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์

Distribution of the company products Armonioso enterprise

โดย

นางสาวศรัณยา

สุขวิญญาน 5904320015

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการสหกิจศึกษา

ภาควิชา การตลาด

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษา 3 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์

Distribution of the company products Armonioso enterprise

รายชื่อผู้จัดทำ นางสาวศรัณยา สุขวิญญาน 5904320015

ภาควิชา การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์มนทิรา ตันตระวานิชย์

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการการสอบโครงการ

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์มนทิรา ตันตระวานิชย์)

.....พนักงานที่ปรึกษา

(คุณฐฎฐริกา ตาแก้วน้อย)

.....กรรมการกลาง

(อาจารย์สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์นะ)

ชื่อโครงการ: การศึกษาขั้นตอนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ของบริษัท อาโมนิโอโซ
เอ็นเตอร์ไพรซ์

หน่วยกิต: 5

ผู้จัดทำ: นางสาวศรัณยา สุขวิญญาน 5904320015

อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์มนทิรา ตันตระวานิชย์

ระดับการศึกษา: บริการธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชา: การตลาด

คณะวิชา: บริหารธุรกิจ

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา: 3/2561

บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจเครื่องสำอาง อาหารเสริมต่างๆ มีการเติบโตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับตลาดของธุรกิจ เครื่องสำอางได้ขยายตัวมาสู่ตลาดล่าง หรือกลุ่มบุคคลทั่วไปเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจด้านนี้เริ่มมีการแข่งขันกันสูงขึ้น สถานบริการธุรกิจรับผลิตเครื่องสำอางจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสมัยใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการให้ได้มากที่สุด ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องเตรียมพร้อมที่จะรับมือกับคู่แข่งให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ขั้นตอนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ของบริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาขั้นตอนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การวางแผนในการดำเนินงาน มีการจัดช่องทางการขายในรูปแบบต่างๆ โปรโมทสินค้าเพื่อเป็นแนวทางสร้างการรับรู้ของแบรนด์ ผู้จัดทำได้ทำการวิเคราะห์การตลาด กลยุทธ์การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด 4Ps, และการโปรโมทสินค้าในช่องทางสื่อต่างๆ ซึ่งทำให้ได้รับความรู้ในด้านการโปรโมทสินค้าผ่านสื่อต่างๆ ได้ทักษะความเข้าใจในกระบวนการปฏิบัติงานของแผนก โดยเฉพาะด้านการตลาด การปฏิบัติงานอย่างขั้นตอนและวิธีการทำเอกสารเป็นไปตาม

กระบวนการที่ถูกต้อง ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมและ
เกิดประโยชน์สูงสุดในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์,การจัดจำหน่าย,การส่งเสริมการตลาด



Project title : The Study of Product Distribution of Armoniosho Enterprise

Company Limited

Credit : 5

By : Ms. Saranya Sukvinyan 5904320015

Advisor : Ms. Montira Tantravanich

Degree : Bachelor of Business Administrator

Major : Marketing

Faculty : Business Administrator

Semester/ Academy year : 3/2018

Abstract

Nowadays, the cosmetic and supplementary food business is growing and there is a need to increase supply for increasing customers demand. In addition, the business has expanded to the lower segment of the market or common people, thus, there is more competitiveness in the business. So, the cosmetic production companies need to adapt to the current situation in order to compete and try to satisfy the customers and to attract as many customers as possible. Companies need to be ready to effectively compete with others.

This study's objective was to study the procedure of product distribution of Armoniosho Enterprise Company Limited, and to study the steps in distributing, planning, creating distribution channels, and promoting the products to create brand awareness. The author analyzed the market, distribution strategies, promotion strategies, 4Ps, and promoting channels via media. Much knowledge was gained, mostly in promoting the product by channels of media. The author also gained an understanding the work procedure, especially in marketing. The detailed work procedure was a step by step process and managing paper work in the right way., could be adapted for making

a proper marketing strategy in order to gain maximum benefit and become more effective in working.

Keywords : Product, Distributing, Promotion

Approved by



กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่คณะผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์ ตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 8 สิงหาคม 2562 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีค่ามากมาย สำหรับรายงานฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากการได้รับความร่วมมือให้ข้อมูล ข้อเสนอแนะ คำปรึกษาคำแนะนำและแสดงความคิดเห็นจากหลายท่าน ดังนี้

1. คุณทัศนีย์ บุรีรักษ์ ผู้จัดการบริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์
2. คุณณัฐทริกา ตาแก้วน้อย พนักงานที่ปรึกษาโครงการงาน
3. อาจารย์มนทิรา ตันตระวานิชย์ อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา

และบุคคลท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล และเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจในชีวิตการทำงานจริงซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาวศรัณยา สุขวิญญาน

30 สิงหาคม 2562

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
บทคัดย่อ.....	ค
Abstract.....	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์โครงการ.....	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	2
บทที่ 2 บททบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	3
2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	9
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร.....	11
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานบริษัท.....	12
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	13
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	13
3.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน.....	13
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	14
3.8 ขั้นตอนการวางแผนการดำเนินงาน.....	15

3.9 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	15
-------------------------------------	----



สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
3.9 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	15
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ.....	16
4.2 ขั้นตอนการดำเนินงานของฝ่ายการตลาด.....	17
บทที่ 5 ผลสรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลโครงการ.....	27
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	28
บรรณานุกรม	30
ภาคผนวก	31
ภาคผนวก ก รูปภาพขณะปฏิบัติงาน	33
ภาคผนวก ข บทความวิชาการ	38
ภาคผนวก ค โปสเตอร์	41
ประวัติผู้จัดทำ	42

สารบัญรูปภาพ

เรื่อง	หน้า
รูปที่ 3.1 ภาพแสดงตราสัญลักษณ์บริษัทอาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์.....	9
รูปที่ 3.2 ภาพแสดงแผนที่ตั้งบริษัทอาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์.....	10
รูปที่ 3.3 ภาพแสดงบริษัทอาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์.....	10
รูปที่ 4.1 ภาพแสดงขั้นตอนการดำเนินงานของฝ่ายการตลาด.....	17
รูปที่ 4.2 ภาพแสดงโลโก้แบรนด์สินค้า.....	19
รูปที่ 4.2.1 ภาพแสดงการโปรโมทหลัก.....	20
รูปที่ 4.2.2 ภาพแสดงเพจและเว็บไซต์	21
รูปที่ 4.2.3 ภาพแสดงสินค้าคลอลาเจน	22
รูปที่ 4.2.4 ภาพแสดงสินค้าโฟมล้างหน้า.....	23
รูปที่ 4.2.5 ภาพแสดงการคำนวณส่วนของต้นทุน.....	24
รูปที่ 4.2.6 ภาพแสดงการคำนวณส่วนของโรงงาน.....	24
รูปที่ 4.2.7 ภาพแสดงการคำนวณส่วนของต้นทุนกระบวนการจำหน่าย.....	25
รูปที่ 4.2.8 ภาพแสดงกิจกรรมการออกบูธแสดงสินค้าคลอลาเจน.....	26

สารบัญตาราง

เรื่อง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงระยะเวลาในการดำเนินงานโครงการ.....	15
--	----



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ด้วยสภาวะทางด้านเศรษฐกิจปัจจุบันธุรกิจการเจริญเติบโตสวนกระแสเศรษฐกิจที่ตกต่ำส่วนใหญ่นั้นเป็นธุรกิจเกี่ยวกับความสวยงามที่มีแนวโน้มการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ออกมามากมายโดยใช้ดารา นักร้อง นักแสดง บิวตี้บล็อกเกอร์และเน็ตไอดอลเป็นพรีเซ็นเตอร์ ของผลิตภัณฑ์ เป็นการกระตุ้นยอดขายทำให้เป็นที่นิยมของผู้บริโภคอย่างมาก เป็นธุรกิจมาแรงครองอันดับหนึ่งติดต่อกันทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเครื่องสำอางในประเทศไทยในปัจจุบันพบว่ามีทางการจัดจำหน่ายเครื่องสำอางมาก ทั้งการจำหน่ายการขายตรง การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกเครื่องสำอางอย่างครบครันหลากหลายแบรนด์ ราคาถูกและมีโปรโมชั่นที่หลากหลาย เพื่อสร้างความดึงดูดใจมากยิ่งขึ้น และจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฉพาะทางนี้เองจะเป็นอีกหนึ่งความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้ เนื่องจากมีความรู้ในเชิงลึกในด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง มีศักยภาพในการมองหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และมีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ เสนอต่อผู้บริโภคอย่างไม่หยุดนิ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีความรู้สึกว่าเขาเป็นคนทันสมัยอยู่เสมอจึงมองว่าธุรกิจมีความน่าสนใจและมีโอกาสเติบโตได้ดีในอนาคตเนื่องจากความสวย ความงาม เป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา

จากภัยธรรมชาติและสภาวะโลกร้อนในปัจจุบันทำให้ผิวพรรณเกิดปัญหาหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของผิวที่แห้งกร้าน เกิดริ้วรอย ฝ้า กระได้ง่ายผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญค่อนข้างมากต่อชีวิตประจำวันของสังคมในปัจจุบันส่งผลให้ธุรกิจเครื่องสำอางมีบทบาท ถึงแม้เศรษฐกิจจะถดถอย ผู้บริโภคก็ยังให้ความสำคัญกับการดูแลบำรุงผิวพรรณให้ดูดีอยู่เสมอเพราะไม่ว่าสถานการณ์เศรษฐกิจจะเป็นอย่างไรสิ่งสำคัญสำหรับผู้หญิง โดยเฉพาะสาววัยรุ่น และวัยทำงานที่ต้องการเพิ่มความมั่นใจให้กับตนเองก็คือความงามนั่นเอง ผู้ศึกษามองว่าการศึกษาถึงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง อาหารเสริมและครีม เป็นสิ่งจำเป็นและมีประโยชน์อย่างมาก ทั้งสำหรับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสำหรับผู้ดำเนินธุรกิจรายเดิมและผู้ดำเนินธุรกิจรายใหม่ สามารถ

นำข้อมูลและผลการศึกษานี้ ไปวางแผนการตลาด และปรับใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อศึกษาขั้นตอนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอลลาเจนแบรנדดีเวอร์
- 1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรับผลิตอาหารเสริม และครีม
- 1.2.3 เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการทำวิจัยต่อไป

1.3 ขอบเขตของโครงการ

- 1.3.1 ระยะเวลาในการศึกษาปฏิบัติงาน ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2562
- 1.3.2 พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาคือ บริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์
- 1.3.3 ตำแหน่งผู้ช่วยนักการตลาด

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1.4.1 ทำให้ผู้ที่ต้องการศึกษาข้อมูล มีแนวทางในการปฏิบัติงาน
- 1.4.2 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการด้านการบริการการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- 1.4.3 เพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนการตลาด

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม

การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์คอลลาเจนผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารงานและงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง บทนี้เป็นการนำทฤษฎีหรือหลักการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์หรือปรับเปลี่ยนใช้เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในขั้นตอนการทำงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นการปรับปรุงวิธีการทำงานและการจัดทำเวลามาตรฐานเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานโดยเนื้อหาบทนี้กล่าวถึง

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. งานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การจัดจำหน่าย (Distribution) หมายถึง การเคลื่อนย้ายสินค้าที่เป็นการเคลื่อนย้ายทางกายภาพและการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ในสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ขายไปยังตลาดเป้าหมายด้วยช่องทางและสถาบันการตลาดที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ

2.2.1 ความสำคัญของสถาบันการตลาด

1. คนกลางช่วย ลดความสลับซับซ้อนในการแลกเปลี่ยน
2. คนกลางช่วยกระจายสินค้าด้วยการซื้อจำนวนมาก และแบ่งขายในจำนวนน้อย
3. คนกลางช่วยรวบรวมสินค้าประเภทเดียวกัน
4. คนกลางช่วยเก็บรักษาสินค้าคงคลัง
5. คนกลางช่วยในด้านการขนส่ง
6. ดำเนินกิจกรรมในการส่งเสริมการตลาด ทั้งการ โฆษณา และการขายโดยพนักงานขาย
7. คนกลางให้ความช่วยเหลือทางการเงิน (สินเชื่อ)
8. ทำการวิจัยการตลาดและให้บริการในรูปแบบพิเศษ

2.2.2 จำนวนระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง (Direct Channel) หมายถึง การขายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โดยพนักงานขายของบริษัทเองแต่ไม่ผ่านคนกลาง

2. ช่องทางการจัดจำหน่ายสองระดับ (Two Level Channel) ประกอบด้วย คนกลางในช่องทางการจำหน่ายสองฝ่ายในตลาดผู้บริโภค ประกอบด้วย ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก ในตลาดอุตสาหกรรม

3. ช่องทางการจำหน่ายสามระดับ (Three Level Channel) ประกอบด้วย คนกลางสามฝ่ายในตลาดผู้บริโภค ประกอบด้วยผู้ค้าส่ง ผู้ค้าอิสระ และผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่งอิสระทำหน้าที่ซื้อสินค้าจากผู้ค้าส่งและขายต่อให้ผู้ค้าปลีกรายย่อย

4. ช่องทางจำหน่ายมากกว่าสามระดับ (Higher – three – level distribution channel) เกิดขึ้นกรณีที่มีการนำสินค้าผ่านผู้ค้าส่ง ผู้ค้าอิสระและผู้ค้าปลีก ซึ่งแต่ละฝ่ายมีกลุ่มย่อยช่วยดำเนินการ

2.2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย

1. การพิจารณาด้านตัวผลิตภัณฑ์ (Product Considerations)
2. การพิจารณาด้านตลาด (Market Considerations)
3. การพิจารณาด้านคู่แข่ง (Competition Considerations)
4. พิจารณาคคนกลาง (Middlemen Considerations)
5. การพิจารณาทางด้านบริษัท (Company Considerations)

2.2.4 คนกลางที่ทำการค้าส่ง (Wholesaling Middlemen)

1. สาขาและสำนักงานขายของผู้ผลิต หมายถึง ธุรกิจที่แยกผลการดำเนินงานจากผู้ผลิตแต่การบริหารและการเป็นเจ้าของยังเป็นของผู้ผลิตเหมือนเดิม
2. ตัวแทนและนายหน้า หมายถึง ตัวแทนของทั้งฝ่ายผู้ซื้อหรือผู้ขายในลักษณะถาวรมากกว่านายหน้า
3. ผู้ค้าส่งที่เป็นพ่อค้า เป็นพ่อค้าส่งที่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่ขาย

2.2.5 หน้าที่ทั้งหมดของช่องทางการจัดจำหน่าย ทำให้เกิดการไหล (Flow) 5 ประเภท ซึ่งรวมกันเป็นกลไกสำคัญในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่

1. การไหลของสินค้า
2. การไหลของสิทธิความเป็นเจ้าของ
3. การไหลของการชำระเงิน
4. การไหลของข้อมูล
5. การไหลของการส่งเสริมการตลาด

2.2.6 กลยุทธ์การตลาด 4Ps และส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

กลยุทธ์การตลาด 4Ps เกิดจากหลักแนวคิดที่ว่า ก่อนที่จะมาทำธุรกิจหรือการตลาด ควรที่จะต้องมีความสนใจให้ความสำคัญในการกำหนดหัวเรื่องสำคัญที่ธุรกิจควรนำมาพิจารณาถึงความพร้อมและใช้เป็นแนวก่อนเริ่มดำเนินการทางธุรกิจ โดยได้ใช้ P ซึ่งเป็นตัวหน้าของเรื่องที่สนใจคือ **Product-Price-Promotion-Place** โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สินค้าบริการที่ธุรกิจสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการหรือที่จะส่งมอบให้แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมและชัดเจนว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเขาต้องการอะไรบ้างให้ใส่ใจในรายละเอียดนั้น สินค้าหรือการบริการที่มีแตกต่างอย่างไรทำให้ลูกค้าเกิดความสะดุดตาสะดุดใจในรูปลักษณ์ รวมถึงการใช้งาน ความทนทาน และความปลอดภัยตลอดจนการสร้างความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจและเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของเรา และมีการบอกกันปากต่อปาก

2.ราคา (Price) คือ ราคาหรือสิ่งที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อแลกกับการได้สินค้าและบริการ อาจจะไม่ใช่เพียงแค่เงินเท่านั้นอาจรวมถึงเวลาหรือการกระทำบางอย่าง ดังนั้นการตั้งราคาจึงต้องให้เหมาะสม คำนวณเรื่องราคาต้นทุนกับกำไรว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่มีกำไรมากน้อยเพียงไร

3. สถานที่ (Place) คือ ช่องทางที่ลูกค้าจะสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของเราได้เช่น ช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการให้บริการ รวมถึงทำเลในการจัดจำหน่าย

สินค้าและบริการให้แก่ลูกค้า ควรจะต้องมีความสะดวก ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ และเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว สามารถทำให้เกิดผลกำไรจากการกระจายสินค้าไปสู่กลุ่มลูกค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การสื่อสารการตลาดเพื่อให้ธุรกิจสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย และนำไปสู่การโน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการตลาด โดยในปัจจุบันสามารถทำการโฆษณาในสื่อหลายรูปแบบ หรืออาจเป็นการทำกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าได้มาร่วม เพื่อจูงใจให้ลูกค้าสนใจและอยากเลือกสินค้าหรือบริการของเรา

ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ การนำหลักการตลาดหลายรูปแบบมาใช้ร่วมกัน เนื่องจาก 4 หลักในการตลาดด้านบนนั้นอาจไม่สามารถทำในเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้ หากต้องการความสำเร็จควรที่จะมีการนำมาใช้ร่วมกันในหลายๆด้าน จึงเกิดแนวคิดในเรื่องของส่วนผสมทางการตลาด โดยเป็นการวางแผนนำเอาทั้ง 4 ส่วนมาใช้ร่วมกันอย่างเหมาะสมและให้เกิดความลงตัวมากที่สุด

2.2 การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 นายพรเทพ ทิพย์พรกุล (2559) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางในระบบออนไลน์พบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของการซื้อเครื่องสำอางในระบบออนไลน์เป็นเพศหญิง ที่มีอายุ 20 – 30 ปีเป็นกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท โดยเฉลี่ยจะซื้อเครื่องสำอางในระบบออนไลน์ต่อครั้งประมาณ 1,000 - 2,000 บาท ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อสินค้าประเภทลิปสติกแป้ง และครีมบำรุงผิวหน้า โดยซื้อใช้เองและมีการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง แต่มีการซื้อเครื่องสำอางในระบบออนไลน์แบบไม่แน่นอน ขึ้นชอบการซื้อ เครื่องสำอางในระบบออนไลน์เพราะสินค้าส่งถึงที่ มีสินค้าให้เลือกหลากหลายและสามารถสั่งซื้อจากที่ไหนและเวลาใดก็ได้ซึ่งสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ต้องการความรวดเร็ว และสามารถตอบสนองได้ทุกเวลา ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ขายเครื่องสำอางในระบบออนไลน์ ควร มีกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหลักดังกล่าว โดยการขายสินค้าในราคาที่กลุ่มลูกค้าสามารถซื้อได้ 1.2 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของเพศ หญิงมากกว่าเพศชาย การส่งเสริมการขายด้วยระบบบัตรสมาชิกเพื่อสะสมแต้มหรือรับส่วนลด พิเศษ ยังไม่เป็นที่สนใจมากนัก ผู้บริโภคให้คะแนนการตัดสินใจซื้อต่ำที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ ขาย

เครื่องสำอางออนไลน์ควรจัดโปรโมชั่นอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะการให้ส่วนลดในการสั่งสินค้าออนไลน์เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อมากขึ้น 1.3 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี สูงกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีสินค้าหลากหลาย การเพิ่มความสะดวกในช่องทางการจำหน่ายและการชำระเงิน และการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่างให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย 1.4 ผลการวิจัยพบว่า บุคคลอื่น ๆ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในระบบออนไลน์โดยกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อด้วยตนเองและซื้อใช้เอง โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความถนัดในการซื้อเครื่องสำอางแบบไม่แน่นอนให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจัดโปรโมชั่นในช่วงปลายเดือนหรือต้นเดือน เนื่องจากเป็นช่วงที่ผู้บริโภคยังมีกำลังซื้อสูงเพื่อกระตุ้นความสนใจแก่กลุ่มผู้บริโภคที่มีการซื้อแบบไม่แน่นอน

2.2.2 ชนาธิป จันทร์เรือง1 นพคุณ บัวมณี2 และ พัทธชัย ศิริวงศ์3 (2560) การศึกษาเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด พบว่า 1. การสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นการต่อยอดจากทรัพยากรที่มี อยู่ภายในจังหวัดเพชรบุรี นำมาสร้างมูลค่าเพิ่มทำให้สินค้ามี ราคาที่สูงขึ้น และยังเป็น การช่วยเหลือเกษตรกรภายในจังหวัด ให้มีอาชีพและรายได้ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มนำไปสู่การเพิ่ม ยอดขายของผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดในปัจจุบันให้เพิ่มมากขึ้นดังนั้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์จะสามารถทำให้ ผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สามารถช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจ เลือกซื้อ ช่วยเพิ่มอัตราการซื้อผลิตภัณฑ์จากลูกค้า ทั้งลูกค้าราย เก้าที่นิยมบริโภคน้ำตาลโตนดผง และชักจูงลูกค้ารายใหม่ให้ เกิดการทดลองซื้อสินค้า เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน ให้เหนือกว่าคู่แข่งและยังเป็นการกระจายข้อมูลเกี่ยวกับน้ำตาล โตนดผงให้กลุ่มลูกค้าได้รับรู้มากขึ้น 2. ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการกระจายผลิตภัณฑ์ น้ำตาลโตนดผงไปในตลาดที่แตกต่างกัน เนื่องจากตลาดที่มีอยู่ ในปัจจุบันส่งผลสำคัญต่อการสร้างโอกาสให้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงในการเข้าสู่ตลาดใหม่ได้ง่ายขึ้น ทั้งตลาดระดับ จังหวัด, ระดับประเทศและระดับโลกการสร้างการรับรู้ให้เกิด ขึ้นกับผู้บริโภคจะสามารถเพิ่มการขายตัวของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากขึ้น ผู้บริโภคสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายกว่าที่ผ่านมา 3. ปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผง

สามารถนำมาเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในปัจจุบันและในอนาคต เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกในการซื้อสินค้า เช่น เพิ่มช่องทางการสั่งซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งการเพิ่มช่องทางการส่งผลให้ผู้บริโภค ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผง การทำให้ผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงที่มีรูปแบบและเทคโนโลยีในการผลิตที่น่าสนใจ มาเป็นจุดเด่นในการสร้างชื่อเสียงให้กับผลิตภัณฑ์ทำให้กลายเป็นของฝากที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อของฝากของผู้บริโภค เป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ (ภาษาไทย) : บริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรส์

(ภาษาอังกฤษ) : ARMONIOSO ENTERPRISE

ที่อยู่สถานประกอบการ :

23 ซอยเอกชัย 112 แขวงบางบอนเหนือ

เขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

รหัสไปรษณีย์ 10150

โทรศัพท์ :

02-082-9823/099-80305127

อีเมล :

tasaneeoui@gmail.com

เว็บไซต์ :

<http://www.armoniosogroup.com>



รูปที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์บริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรส์



รูปที่ 3.2 แผนที่ตั้งบริษัท บริษัท อาโมนิโอโซ อินเตอร์โพรซ์



รูปที่ 3.3 ภาพบริษัท อาโมนิโอโซ อินเตอร์โพรซ์

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร

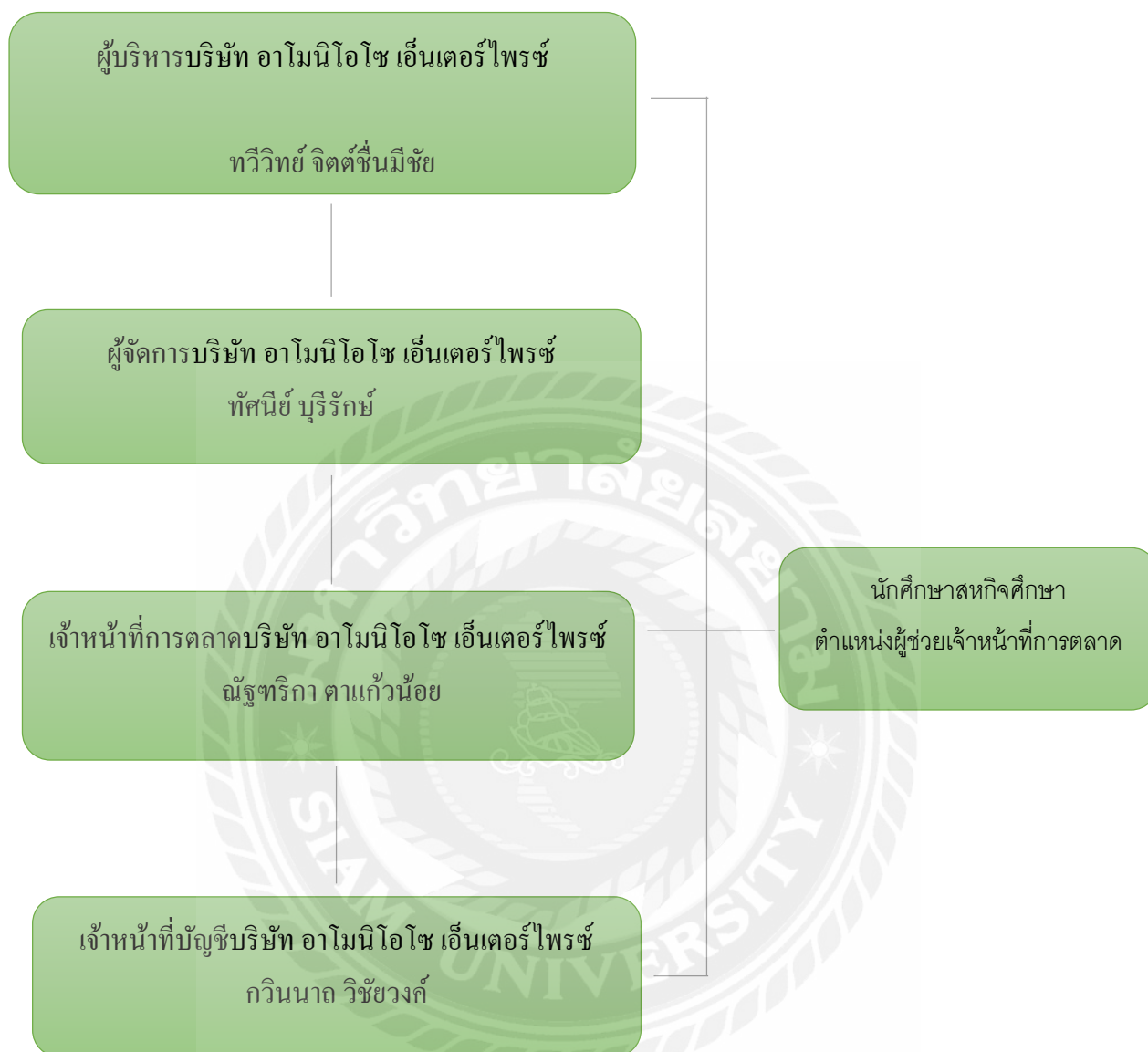
3.2.1เกี่ยวกับบริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์ ปัจจุบันจดทะเบียน 1 ล้านบาท บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความมุ่งมั่นในการจัดหาสินค้าและบริการที่ดีที่สุดเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ บริษัทจึงมีการพัฒนาสินค้าวิจัย และพัฒนาสูตรอย่างต่อเนื่อง โดยทีมนักวิทยาศาสตร์เครื่องสำอางผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง รวมถึงกระบวนการผลิตที่ทันสมัย ปลอดภัยได้มาตรฐาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการประกอบธุรกิจภายใต้แบรนด์สินค้าของตนเอง

3.2.2 บริการของบริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์ บริการรับผลิตงาน OEM และสร้างแบรนด์ตามสั่งของลูกค้า อาทิเครื่องสำอาง ครีมบำรุงผิว ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม อาหารเสริมสุขภาพ อาหารเสริมลดน้ำหนัก อาหารเสริมผิวขาว แบบครบวงจรได้ครบทุกอย่างในจุดเดียว คุณภาพมาตรฐาน GMP

ด้วยประสบการณ์รับจ้างผลิตและส่งออกมากกว่า 15 ปี ของบริษัทในครอบครัว ตกทอดธุรกิจกันสู่รุ่นต่อรุ่นปัจจุบัน ทางโรงงานมีทีมงานผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในธุรกิจเครื่องสำอางค์ อาหารเสริมลดน้ำหนัก อาหารเสริมผิวขาว และครีมจำนวนมาก เรามั่นใจในคุณภาพและบริการที่รวดเร็วที่จะทำให้คุณลูกค้าประทับใจในผลิตภัณฑ์ของเรา

เราเชี่ยวชาญในเรื่องผลิตเครื่องสำอาง และอาหารเสริมสุขภาพ ให้คำแนะนำและคำปรึกษาในการสร้างผลิตภัณฑ์เป็นแบรนด์ของตัวเอง การทำการตลาดสินค้าที่ผลิตจากเรา โดยทีมงานที่ปรึกษามืออาชีพ

3.3 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานบริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์



รูปที่ 3.3 แผนภูมิการจัดองค์การและการบริหารงานบริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 นางสาวศรัณยา สุขวิญญาน

ตำแหน่งงาน: ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่แผนกการตลาด

ลักษณะการทำงาน: หาข้อมูลสถานที่และติดต่อเพื่อไปออกบูธออกพื้นที่แจก Tester สินค้าตามกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มการโปรโมท Promote Page และสรุปยอดเงินของเพจแบรนด์ทำใบเสนอราคาต่างๆเช่น ป้ายโฆษณา ป้ายฟรีพ กระปุกครีม จัดเตรียมสถานที่เพื่อเตรียมพร้อม ที่จะตรวจ “อย” อักษรย่อของ “สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา” (Food and Drug Administration) เป็นส่วนราชการในระดับกรม ของประเทศไทย สังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีหน้าที่ในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ปกป้องและคุ้มครองสุขภาพประชาชนจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ซึ่งผลิตภัณฑ์สุขภาพ ส่วนใหญ่มักจะหมายถึง อาหาร ยา เวชภัณฑ์ และเครื่องสำอางค์)โดยผลิตภัณฑ์สุขภาพเหล่านั้นต้องมีคุณภาพมาตรฐานและปลอดภัย มีการส่งเสริมพฤติกรรมผู้บริโภคที่ถูกต้องด้วยข้อมูลวิชาการที่มีหลักฐาน เชื่อถือได้และมีความเหมาะสม เพื่อให้ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย ช่วยเสนอไอเดียในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ ให้กับลูกค้าและหาสารสกัดต่างๆ และสรรหาคูแฉกวางแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ หรือสินค้า เช่น วิเคราะห์คู่แข่ง เปรียบเทียบแบรนด์ของคู่แข่ง ติดตามรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด สินค้า คู่แข่ง รวมถึงกลยุทธ์ในคู่แข่ง ทั้งทางตรงและทางอ้อม

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

คุณฉัฐริกา ดาแก้วน้อย

ตำแหน่งงาน: เจ้าหน้าที่การตลาด

3.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน

ระยะเวลาในการปฏิบัติงานเริ่มตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม 2562– วันที่ 31

สิงหาคม 2562

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการแผนกและพนักงานที่ปรึกษาถึงวิธีการดำเนินงานระบบภาคทฤษฎี เพื่อใช้ในการดำเนินงาน โดยการจดลงสมุดบันทึก และการถ่ายรูประหว่างการปฏิบัติงาน

3.7.1 กำหนดหัวข้อโครงการ

ทำการปรึกษาระหว่างพนักงานที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษา

3.7.2 เก็บรวบรวมข้อมูลเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการแผนกและพนักงานที่ปรึกษาถึงวิธีการดำเนินงานระบบภาคทฤษฎี เพื่อใช้ในการดำเนินงาน โดยการจดลงสมุดบันทึก และการถ่ายรูประบบการปฏิบัติงาน

3.7.2 ศึกษารูปแบบการทำรายงาน

ศึกษาระบบและทำการปฏิบัติงานจริง โดยมีพนักงานที่ปรึกษาสอนและคอยแนะนำถึงวิธีการดำเนินงาน เพื่อให้ใช้งานได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และไม่เกิดข้อผิดพลาด

3.7.4 จัดเตรียมเอกสาร

รวบรวมเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน นำมาประกอบเพื่อการจัดทำรายงาน

3.7.5 จัดทำรูปเล่มรายงาน

การจัดทำรายงานจะใช้ความรู้ที่ได้รับจากการปฏิบัติงานจริง และจากการใช้งานระบบจริง เพื่อเขียนเป็นรายงานตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน

3.7.5 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ค. 62	มิ.ย. 62	ก.ค. 62	ส.ค. 62
1.กำหนดหัวข้อโครงการ	←→	←→		
2.เก็บรวบรวมข้อมูลและแนวคิด	←→	←→		
3.ออกแบบโครงการ	←→		←→	
4.จัดทำโครงการ	←→	←→	←→	
5.ตรวจสอบโครงการ		←→	←→	←→
6.จัดทำเอกสาร	←→	←→	←→	←→

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

3.8.1 กล้องถ่ายรูป

3.8.2 คอมพิวเตอร์สำหรับการทำรายงาน

3.8.3 ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์

- โปรแกรม Microsoft word สำหรับจัดรูปแบบโครงการ
- โปรแกรม Microsoft Power Point สำหรับจัดการนำเสนอ
- โปรแกรม Excel สำหรับวางรูปที่ถ่ายจากหน้าจอคอมพิวเตอร์
- โปรแกรม Google Chrome สำหรับการหาข้อมูลเพิ่มเติม

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์ ในตำแหน่ง ผู้ช่วยพนักงานฝ่ายการตลาด ถือว่าเป็นกระบวนการสำคัญ ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ ดังนั้นเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด ขั้นตอนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้แล้วจะต้องนำข้อมูลความต้องการสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ให้แก่ผู้ผลิต เพื่อผู้ผลิต จะได้นำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงสินค้าและบริการขึ้นมาใหม่ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้ผลิต เพื่อเป็นข้อมูลที่จะนำไปสู่การผลิตสินค้าและบริการมาสนองให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง การวิเคราะห์ตลาด การวิเคราะห์ตลาดเป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของตลาด อันจะทำให้ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าและบริการได้ตรงความต้องการของลูกค้าได้ และคาดคะเนผลที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ การทำให้สินค้าต่างกันเมื่อได้รับข้อมูลจากการวิเคราะห์แล้ว หน้าที่ของตลาดก็ต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสินค้าและบริการขึ้นมาใหม่ เพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อ การตีราคา การตีราคาจะช่วยให้พิจารณาจุดคุ้มทุนว่าการซื้อขายแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้น ทางการตลาดนั้นมีประโยชน์คุ้มค่าหรือไม่ หรือสร้างความพอใจให้กับผู้ซื้อ-ขายหรือไม่หรือหากต้นทุนสูงกว่าผลประโยชน์ของสังคมก็ควรจะต้องมีการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์และการตลาดให้เหมาะสม

4.1 ขั้นตอนการดำเนินงานของฝ่ายการตลาด



4.1 ขั้นตอนการดำเนินงานของฝ่ายการตลาด

4.1.1 ขั้นตอนการดำเนินงานของฝ่ายการตลาด

ขั้นตอนที่ 1 เริ่มต้นจากลูกค้าสั่งซื้อหรือสั่งผลิตสินค้ากับทางโรงงาน สำหรับลูกค้าที่ต้องการผลิตครีมเพื่อจำหน่ายนั้น จะมีอยู่ด้วยกันอยู่ 2 สูตรนั่นก็คือ สูตรดั้งเดิมที่โรงงานมีอยู่แล้ว และ พัฒนาสูตรใหม่เพื่อให้ตรงความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

ขั้นตอนที่ 2 ทีมมาร์เก็ตติ้งเริ่มสำรวจตลาดกลุ่มเป้าหมายและคู่แข่ง รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ วางแผนการตลาด ให้ข้อมูลที่เหมาะสม

ขั้นตอนที่ 3 ราคาเป็นองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดที่น่าขายได้ให้กับกิจการ การกำหนดราคาที่เหมาะสมมีความสำคัญต่อกำไร แต่การกำหนดราคา ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ หลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของลูกค้ามีความยุ่งยากซับซ้อน การกำหนดราคาต้องสอดคล้องกับผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับและคุ้มค่ามากที่สุด นอกเหนือจากการกำหนดตำแหน่งของราคาและคุณภาพผลิตภัณฑ์แล้ว การกำหนดราคามีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา
2. การพิจารณาอุปสงค์
3. การคาดคะเนต้นทุน
4. การวิเคราะห์ต้นทุน ราคา และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขัน
5. การเลือกวิธีการกำหนดราคา
6. การตัดสินใจเลือกราคาขั้นสุดท้าย

ขั้นตอนที่ 4 Packaging หรือ บรรจุภัณฑ์นั้น คือสิ่งที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของเราได้ แต่ผู้ประกอบการนั้นมองว่าการพัฒนาหรือทำ Packaging ที่ดีนั้นเป็นการเพิ่มต้นทุนและผลกำไรให้กับผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์ถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยปัจจุบันนั้นการผลิตสินค้าต่างๆ นั้นก็ต้องให้ความสำคัญกับผู้บริโภคกันเป็นอย่างมาก สามารถเลือกออกแบบกับทางโรงงานได้ ออกแบบกล่อง จัดหาแพ็คเกจจิ้ง ทางโรงงานจะมีทีมกราฟฟิกที่สามารถให้คำปรึกษาในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้า ให้เป็นไปตามที่เราต้องการ รวมถึงสวยงามในแบบที่คนนิยมให้เหมาะสมกับประเภทของสินค้านั้นๆ

ขั้นตอนที่ 5 เมื่อลูกค้าได้แบบตามที่ต้องการแล้ว ตรวจสอบคำข้อความของผลิตภัณฑ์ เริ่มการขึ้นรูปกล่องตัวอย่าง ให้ลูกค้าดูก่อนสั่งผลิตจริง

ขั้นตอนที่ 6 นำผลิตภัณฑ์กล่องตัวอย่างและข้อมูลทางการตลาดที่รวบรวมไว้ ฟรีเซ็นต์นำเสนอลูกค้า ผ่านหรือไม่ผ่านหรือต้องปรับแก้อะไรเพิ่มเติม ก่อนรอบไฟนอล

ขั้นตอนที่ 7 เมื่อผ่านรอบไฟนอลทางทีมฟรีเซ็นต์ แจ้งเจ้าหน้าที่สั่งผลิตสินค้า พร้อมตรวจเช็คสินค้าก่อนส่งมอบให้ลูกค้า

4.2 แผนการตลาดสินค้าแบรนด์ Deever Natural Health And Beauty Center



รูปภาพ 4.2 โลโก้แบรนด์สินค้า

4.2.1 แผนการช่องทางในการโปรโมท สินค้า มีดังต่อไปนี้

ส่วนของ Online Marketing จะแบ่งเป็น 6 Platform หลัก ขึ้น Promote ตาม Timeline

การโปรโมทหลักจะเน้น Support ทีมขาย สร้าง Branding ให้ลูกค้าเห็นสินค้ามากขึ้นและเป็นช่องทางหลัก ในการร่วมกันโปรโมท ของทีมขายได้ โดยจะมีทีมแอดมิน ในการตอบเพจ ข้อความ แชร์ โพสต์สินค้า ตามกลุ่ม และเพจขายของ ออนไลน์

6 Platform หลัก ได้แก่ 1. เฟซบุ๊ก 2. ภูเก็ต 3. ไลน์ 4. อินตราแกรม 5. ทวิตเตอร์ 6. เว็บพาร์ทเนอร์

Month 1						
			Week 1	Week 2	Week 3	Week 4
Online	Facebook	Banner	Create New Banner	Promote	update 3day/week	update 3day/week
		Content	Create New Content	Promote	update Daily	update Daily
		VDO , Ads slide	Create	Create	Promote New VDO	update Daily
		Re-View				
		Like & Share				
		Facebook Live				
		Share ในกลุ่ม เพจ	โพสสินค้าที่เจาะขายของ ที่มีกลุ่ม Target เดียวกัน	โพสสินค้าที่เจาะขายของ ที่มีกลุ่ม Target เดียวกัน	โพสสินค้าที่เจาะขายของ ที่มีกลุ่ม Target เดียวกัน	โพสสินค้าที่เจาะขายของ ที่มีกลุ่ม Target เดียวกัน
	Google	Adwors	Bid Keyword	Bid Keyword	Bid Keyword	Bid Keyword
		Youtube				
	Line	Timeline	โพสสินค้าบน timeline	โพสสินค้าบน timeline	โพสสินค้าบน timeline	โพสสินค้าบน timeline
	Instagram	Timeline	โพสสินค้าบน IG	โพสสินค้าบน IG	โพสสินค้าบน IG	โพสสินค้าบน IG
	twitter	Timeline	โพสสินค้าบน Twis	โพสสินค้าบน Twis	โพสสินค้าบน Twis	โพสสินค้าบน Twis
	Web Partner	Affiliate				

รูปภาพ 4.2.1 การโปรโมทหลัก

4.2.2 ดำเนินการสร้างเพจเฟซบุ๊กและเว็บไซต์

ดำเนินการสร้างเพจ และ Website ภายใต้แบรนด์ Deeever Natural เพื่อเป็นเพจหลัก ในการลงสินค้า ที่จะผลิตภายใต้แบรนด์ทั้งหมด



รูปภาพ 4.2.2 เพจ และ Website ภายใต้แบรนด์ Deeever Natural

4.2.3 ข้อมูลผลิตภัณฑ์คอลลาเจนแบรนด์ Deever Natural

Detail Promote Product Pure Collagen Tri-peptide เป็นคอลลาเจนที่ดีที่สุด วัตถุดิบจากทะเลสาบน้ำจืดแหล่งธรรมชาติ อเมริกาใต้ ภายใต้กระบวนการผลิตที่ได้ลิขสิทธิ์จากประเทศ ญี่ปุ่น และ GRAS (Generally Recognized As Safe) เป็นมาตรฐานความปลอดภัยสูงสุดที่ออกโดยสหรัฐฯให้สามารถใช้ได้ในผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก



รูปภาพ 4.2.3 ภาพสินค้าคอลลาเจนแบรนด์ Deever Natural

4.2.4 ข้อมูลผลิตภัณฑ์โฟมล้างหน้าแบรนด์ Deever Natural

Detail Promote Product ทำ Banner เล่นจุดขายสารสกัดเด่น ทั้ง 11 ตัว ได้แก่

1. ROSE FLOWER OIL : ให้ความชุ่มชื้นกลิ่นหอมอย่างอ่อนโยนโดยไม่ก่อให้เกิดการระคายเคือง
2. ASTAXANTHIN : ต่อต้านอนุมูลอิสระ ลดเลือนริ้วรอยก่อนวัย
3. ALCHEMILLA : ช่วยให้ผิวกระชับ เพิ่มความยืดหยุ่นให้แก่ผิว
4. LEMON BALM : บำรุงผิวให้กระจ่างใสอย่างเป็นธรรมชาติ
5. MALLOW : ช่วยลดอาการผิวอักเสบ
6. YARROW : ช่วยปลอบประโลมผิว ลดการระคายเคือง
7. SEPEDWELL : ลดการระคายเคือง ลดรอยดำ รอยแดง
8. ANTI-OXIDANT : ปกป้องผิวจากริ้วรอย ความหมองคล้ำ
9. PAPPERMINT : ยับยั้งแบคทีเรีย ลดเลือนริ้วรอย
10. COWSLIP : ช่วยรักษาผิวอักเสบจากแสงแดด
11. LIPOSHIELD : ปกป้องฝุ่น PM2.5 ป้องกันแสงสีฟ้า สาเหตุของผิวคล้ำเสีย

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์สารสกัดธรรมชาติ ที่ดีที่สุด จากพื้นดิน เทือกเขาสูง และ ท้องทะเล



รูปภาพ 4.2.4 ภาพสินค้าโฟมล้างหน้าแบรนด์ Deever Natural

4.2.5 ขั้นตอนการคำนวณส่วนของการคำนวณ ต้นทุน / กำไร ต่อการผลิตของสินค้า จะให้มองเห็นส่วนของกำไร งบดุล ได้อย่างชัดเจน

ต้นทุนก่อนกระบวนการผลิต

Collagen	Kg	g	บรรจุ 1 package (g.)	จำนวน Unit	ราคาต่อกิโล	g ละ	ราคาต่อซอง	จำนวนบรรจุ ต่อ 1กล่อง	ต้นทุนรวม ส่วนสาร	ต้นทุนแพ็คเกจ	รวมราคาต้นทุน
	1.00	1,000.00	10.00	100	2,000.00	2.00	20.00	7.00	140.00	35.00	175.00
			10.00		2,000.00			7.00			

รูปภาพ 4.2.5 คำนวณส่วนของการคำนวณ ต้นทุน / กำไร ต่อการผลิตของสินค้า

4.2.6 การคำนวณส่วนของโรงงาน

ต้นทุนในกระบวนการผลิต

ส่วนโรงงาน																
Type	จำนวนสินค้า	ต้นทุนส่วนสาร	ต้นทุนการผลิต	ต้นทุนส่วนบรรจุ	ต้นทุนแพ็คเกจ	Cost MKT	Promotion	GP	ค่าจัดส่ง	ราคาต้นทุนโรงงานรวมค่าจัดส่ง	MKT ส่วนแทน	ENT.	Net ราคาค่าต้นทุนทั้งหมด	ราคาขายส่ง	กำไรสุทธิ	% Profit
Collagen	1	140	3.50	3.50	28.00	14.00	-	-	1.90	190.90	19.09	9.55	219.54	380.00	189.10	50%
	5,000	700,000	17,500.00	17,500.00	140,000.00	70,000.00	-	-	9,500.00	954,500.00	95,450.00	47,725.00	1,097,675.00	1,900,000.00	945,500.00	50%
	10	1,400	35.00	35.00	280.00	140.00	-	-	19.00	1,909.00	190.90	95.45	1,622.65	3,800.00	2,177.35	57%
	10,000	1,400,000	35,000.00	35,000.00	280,000.00	140,000.00	-	-	19,000.00	1,909,000.00	190,900.00	95,450.00	1,622,650.00	3,800,000.00	2,177,350.00	57%
	100,000	14,000,000	350,000.00	350,000.00	2,800,000.00	1,400,000.00	-	-	500.00	18,900,500.00	1,890,050.00	945,025.00	16,065,425.00	38,000,000.00	21,934,575.00	58%

รูปภาพ 4.2.6 คำนวณส่วนของโรงงานสินค้าคลอลาเจน

4.2.7 ต้นทุนกระบวนการจำหน่าย

ข้อมูลทั้งหมด ในการคำนวณบุคคล จะทำให้เราทราบถึง กำไร หรือ ขาดทุน P&L ตั้งแต่ก่อนกระบวนการเริ่มผลิตสินค้า

คอลลาเจน	Description		จำนวน	หน่วย
	ต้นทุนโรงงานรวมค่าจัดส่ง		190.90	บาท
	Marketing	10%	19.09	บาท
	Entertain	5%	9.55	บาท
	Net ราคาทุนก่อนขาย		219.54	บาท
	ค่าใช้จ่ายสำนัก	10%	19.09	บาท
	ค่าจ้างพนักงาน	15%	28.64	บาท
	ค่ารักษาบัญชี	10%	19.09	บาท
	กำไรหุ้นส่วน	50%	95.45	บาท
			162.27	บาท
		ราคาขายส่ง	381.80	

*ส่วนของค่าใช้จ่ายแฝง คิดบนต้นทุนโรงงานทั้งหมด

รูปภาพ 4.2.7 จำนวนส่วนของต้นทุนกระบวนการจำหน่าย

4.2.8 กิจกรรมออกบูธแสดงสินค้าเพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า

การออกบูธแสดงสินค้า เพื่อกระตุ้นการยอดขาย การรับรู้ รวมถึงการจัดกิจกรรม การออกบูธแสดงสินค้า หรือบริการ ถือเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการได้ดีมาก เพราะองค์ประกอบที่จะทำให้การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้ผล พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าคลอลาเจนส่วนใหญ่เป็นการสั่งซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากกว่า จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคมีความเชื่อในการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตมากกว่า ดังนั้นผู้ผลิตควรหา กลยุทธ์การขายเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อสินค้าทางร้านที่จำหน่าย อาจจะมีการรับสมัครสมาชิกเพื่อเป็นการจูงใจให้ ลูกค้าซื้อสินค้ากับทางร้านดีกว่าซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต อีกทั้งยังเป็นการสร้างโอกาสในการขายและขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มขึ้นอีกด้วย



รูปภาพ 4.2.8 กิจกรรมออกบูธแสดงสินค้าคลอลาเจน

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปผลของโครงการ

5.1.1 สรุปผลของโครงการหลังจากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท อาโมนิ โอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด และได้ศึกษาเรื่องขั้นตอนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่มีคุณค่ามากมายในการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพการตลาด การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ระบบการดำเนินงานตามขั้นตอนซึ่งคณะผู้จัดทำสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ในอนาคต

จากที่ได้ศึกษาการดำเนินงานของ บริษัท อาโมนิ โอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์ ทำให้เข้าใจถึงวิธีการดำเนินงาน เข้าใจถึงรายละเอียดขั้นตอนการส่งสินค้าตรงตามระยะเวลาที่กำหนด เพื่อให้การดำเนินงานการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างราบรื่น ซึ่งตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

5.1.2 ข้อจำกัดหรือปัญหาของโครงการ

5.1.2.1 เนื่องจากข้อมูลบางส่วนของบริษัท อาโมนิ โอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์ ไม่สามารถเปิดเผยได้ อาจทำให้ข้อมูลบางส่วนขาดหาย

5.1.3 ข้อเสนอแนะ

5.1.3.1 ควรศึกษาเอกสารและข้อมูลต่างๆขององค์กรเพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นการเรียนรู้ในระหว่างการปฏิบัติงาน ทำการเก็บเกี่ยวข้อมูลที่สำคัญและควรฝึกฝนการทำเอกสารอย่างสม่ำเสมอ

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1.1 ได้รับประสบการณ์ในการทำงานตรงตามสาขาวิชาที่เรียนเพิ่มเติมจากในห้องเรียน

5.2.1.2 ได้มีการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อนำมาพัฒนาตนเองให้มีความรู้และประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงานต่อไปในอนาคต

5.2.1.3 ส่งผลให้การเรียนรู้ดีขึ้น เนื่องจากมีความรู้ความเข้าใจในสาขาที่ตนเองเรียนจากการปฏิบัติงานจริง

5.2.1.4 ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการทำงานร่วมกับผู้อื่นทำให้มีความรับผิดชอบต่อตนเองและงานที่ได้รับมอบหมาย

5.2.1.5 มีโอกาสรับการเสนองานก่อนสำเร็จการศึกษา

5.2.1.6 ได้ฝึกฝนการแก้ปัญหาในสถานการณ์จริง เป็นการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ที่กดดัน

5.2.2 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.2.1 ยังไม่เข้าใจคำศัพท์บางคำซึ่งเป็นคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการทำงาน ทำให้ต้องมีการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

5.2.2.2 ยังขาดความรู้ที่จำเป็นต่อการทำงานซึ่งทำให้ ซึ่งทำให้เกิดความล่าช้าในบางครั้งและไม่ได้ประสิทธิภาพเท่าที่ควร

5.3.2 ข้อเสนอแนะ

5.3.2.1 ควรมีความตั้งใจและรอบคอบในการปฏิบัติงานให้มากขึ้นเพื่อให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด

5.3.2.2 ควรรับฟังคำแนะนำและความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ

5.3.2.3 ควรปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อปฏิบัติของสถานประกอบการ



บรรณานุกรม

เกียรติพงษ์ อุดมชนะธีระ. (2557). กลยุทธ์การตลาด 4Ps และส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix).

เข้าถึงได้จาก <https://www.iok2u.com/index.php/article/11-marketing/333-4ps-marketing-mix>

ชนาธิป จันทรเรือง, นพคุณ บัวมณี และ พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2560). การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผง กรณีศึกษา : น้ำตาลโตนดผง เส้นไหมเมืองเพชร อำเภอท่าสาย จังหวัดเพชรบุรี. เข้าถึงได้จาก <http://gs.rmu.ac.th/grc2017/fullpaper/file/HS-O-09.pdf>

พรเทพ ทิพย์พรกุล. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางในระบอบออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงได้จาก

<http://202.44.135.157/dspace/bitstream/123456789/927/1/56602325%20%20%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%20%E0%B8%97%E0%B8%B4%E0%B8%9E%E0%B8%A2%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B8%A5.pdf>

Blogger. (2562). บทที่ 9 การจัดจำหน่าย. เข้าถึงได้จาก <http://marketing3200-1003.blogspot.com/p/9.html>

Google Sites. (2562). หน่วยที่ 3 ช่องทางการจัดจำหน่าย. เข้าถึงได้จาก

<https://sites.google.com/site/karkhaypwch1/hnwy-thi-3-chxng-thangkar-cad-cahnay>

Make Ready Web. (2553). เกี่ยวกับเรา บริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด. เข้าถึงได้จาก

<http://www.armoniosogroup.com/page.php?tokenWeb=MjgxMQ==&pID=15917>

Modal. (2553). การจัดจำหน่าย. เข้าถึงได้จาก <http://marketingthai.blogspot.com/2010/10/distribution.html>

ภาคผนวก ก

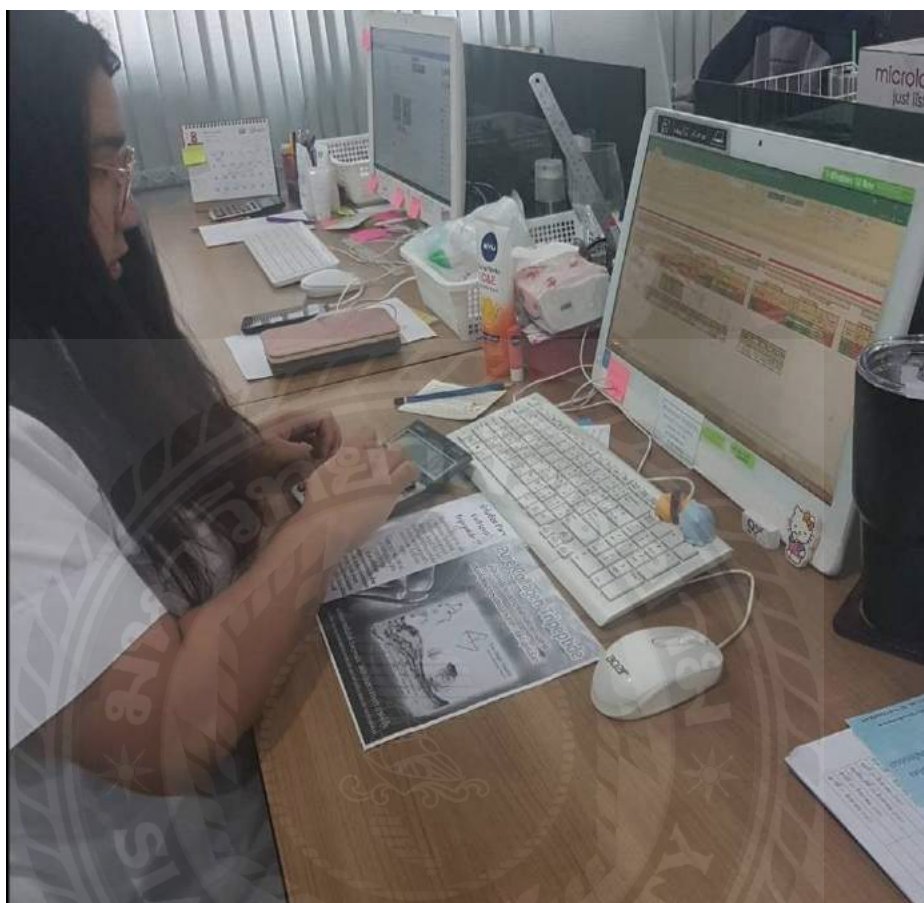
รูปภาพระหว่างปฏิบัติงาน



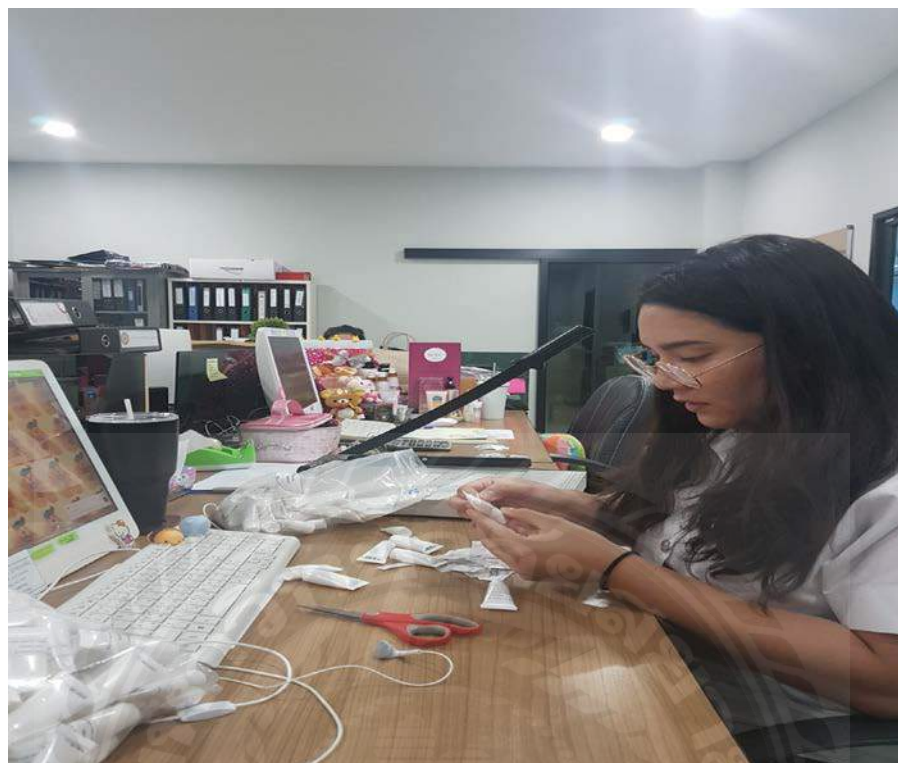
ภาพการฝึกปฏิบัติงานภายในบริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์



รูปที่ ก.1 ประชุมวางแผนผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ที่มีมาร์เก็ตติ้ง



รูปที่ ก.2 คำนวณส่วนของกำไรร้านค้าและกำไรตัวแทน



รูปที่ ก.3 ติดสติ๊กเกอร์สินค้าทดสอบฟอร์มล้างหน้า



รูปที่ ก.4 ตัดกระดาษปะกล่องผลิตภัณฑ์อาหารเสริม



รูปที่ ก.5 อาจารย์มานิเทศที่บริษัท



การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

(The study of product distribution)

นางสาวศรัณษา สุขวิญญาน

ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

Email: tangmay.9901@gmail.com

บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจเครื่องสำอาง อาหารเสริมต่างๆ มีการเติบโตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับตลาดของธุรกิจ เครื่องสำอางได้ขยายตัวมาสู่ตลาดล่าง หรือกลุ่มบุคคลทั่วไปเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจด้านนี้เริ่มมีการแข่งขันกันสูงขึ้น สถานบริการธุรกิจรับผลิตเครื่องสำอางจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสมัยใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการให้ได้มากที่สุด ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องเตรียมพร้อมที่จะรับมือกับคู่แข่งให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ขั้นตอนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ของบริษัทอาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ขึ้นเพื่อศึกษาขั้นตอนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การวางแผนในการดำเนินงาน มีการจัดช่องทางการขายในรูปแบบต่างๆ โปรโมทสินค้าเพื่อเป็นแนวทางสร้างการรับรู้ของแบรนด์ ผู้จัดทำได้ทำการวิเคราะห์การตลาด กลยุทธ์การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด 4Ps, และการโปรโมทสินค้าในช่องทางสื่อต่างๆ ซึ่งทำให้ได้รับความรู้ในด้านการโปรโมทสินค้าผ่านสื่อต่างๆ ได้ทักษะความเข้าใจในกระบวนการปฏิบัติงานของแผนกโดยเฉพาะด้านการตลาด การปฏิบัติงานอย่างขั้นตอนและวิธีการทำเอกสารเป็นไปตามกระบวนการที่ถูกต้อง ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กลยุทธ์

ทางการตลาดให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

Abstract

Nowadays, cosmetic and supplementary food business is growing in order to supply for increasing customers demand. In addition, the business has expanded to the lower segment of the market or common people. Thus more competitiveness in the business. So, the cosmetic production companies need to adapt to the current situation in order to compete and try to satisfy the customers to attract as many customers as possible. Companies need to be ready to effectively compete with others.

This study's objective is to study the procedure of product distribution of Armoniosho Enterprise Company Limited. To study the steps in distributing, planning, creating distribution channels, and promoting the products to create brand awareness. I have analyzed the market, distribution strategies, promotion strategies 4Ps,

and promoting channels via media. Which I have gained knowledge mostly in promoting the product by numbers of media. I also have the understanding in work procedure, especially in marketing. The detailed work procedure step by step and managing paper work in the right way. Which can be adapted for making proper marketing strategy in order to gain maximum benefit and become more effective in working.

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรับผลิตอาหารเสริม และครีม
3. เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการทำวิจัยต่อไป

ขอบเขตของโครงการ

1. ระยะเวลาในการศึกษาปฏิบัติงาน ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2562
2. พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ บริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรส์
3. ตำแหน่งผู้ช่วยนักการตลาด

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ผู้ที่ต้องการศึกษาข้อมูล มีแนวทางในการปฏิบัติ
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการด้านการบริการการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
3. เพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนการตลาด

ฝ่ายการตลาด

- ประมวลผลการสั่งซื้อและขายสินค้า
- วิเคราะห์และวางแผนการตลาด
- วิเคราะห์และกำหนดราคาสินค้า
- ออกแบบแพคเกจจิ้ง
- จัดทำสินค้าตัวอย่าง และตรวจสอบชิ้นงาน
- ฟรีเซ็นต์นำเสนอลูกค้า
- ดูแลและโปรโมทเพจ

สรุปผลโครงการ

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรส์ เรื่องการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทำให้เข้าใจถึงกระบวนการปฏิบัติงานของแผนการตลาด

ซึ่งตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

บรรณานุกรม**กลยุทธ์การตลาด****การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์****เข้าถึงได้จาก**

เข้าถึงได้จาก

[https://www.iok2u.com/index.php/article/11-](https://www.iok2u.com/index.php/article/11-marketing/333-4ps-marketing-mix)<http://marketingthai.blogspot.com/2010/10/distribution.html><marketing/333-4ps-marketing-mix>

(สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2562)

(สืบค้นเมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2562)

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**ประเภทของช่องทางจัดจำหน่าย****เข้าถึงได้จาก**

เข้าถึงได้จาก

[http://202.44.135.157/dspace/bitstream/123456789/927/1/](http://202.44.135.157/dspace/bitstream/123456789/927/1/56602325%20%20%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%20%E0%B8%97%E0%B8%B4%E0%B8%9E%E0%B8%A2%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B8%A5.pdf)<http://marketing3200-1003.blogspot.com/p/9.html>[56602325%20%20%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%20%E0%B8%97%E0%B8%B4%E0%B8%9E%E0%B8%A2%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B8%A5.](56602325%20%20%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%20%E0%B8%97%E0%B8%B4%E0%B8%9E%E0%B8%A2%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B8%A5.pdf)

(สืบค้นเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2562)

[9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%20%E0%B8%97%E0%B8%B4%E0%B8%9E%E0%B8%A2%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B8%A5.](9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%20%E0%B8%97%E0%B8%B4%E0%B8%9E%E0%B8%A2%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B8%A5.pdf)**ข้อมูลบริษัทอาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์****pdf**

เข้าถึงได้จาก

<http://gs.rmu.ac.th/grc2017/fullpaper/file/HS-O-09.pdf><http://www.armoniosogroup.com/page.php?tokenWeb=MjgxMQ==&pID=15917>

(สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2562)

(สืบค้นเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2562)

ความเป็นมาของการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

เข้าถึงได้จาก

[https://sites.google.com/site/karkhaypwchl/hnwy-](https://sites.google.com/site/karkhaypwchl/hnwy-thi-3-chxng-thangkar-cad-cahnay)<thi-3-chxng-thangkar-cad-cahnay>

(สืบค้นเมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2562)

ภาคผนวก ค

โปสเตอร์





การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Distribution of the company product)

บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจเครื่องสำอาง อาหารเสริมต่างๆ มีการเติบโต เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับ ตลาดของธุรกิจ เครื่องสำอางได้ขยายตัวมาสู่ตลาดล่าง หรือกลุ่ม บุคคลทั่วไปเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจด้านนี้เริ่มมีการแข่งขันกัน สูงขึ้น สถานบริการธุรกิจรับผลิตเครื่องสำอางจึงจำเป็นต้องมีการ ปรับตัวให้เข้ากับสมัยใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการให้ได้มากที่สุด ผู้ประกอบการจึง จำเป็นต้องเตรียมพร้อมที่จะรับมือกับคู่แข่งให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ขั้นตอนการจัด จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ของบริษัทอาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์ จัดทำขึ้น เพื่อศึกษาขั้นตอนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การวางแผนในการ ดำเนินงาน มีการจัดช่องทางการขายในรูปแบบต่างๆ โปรโมทสินค้า เพื่อเป็นแนวทางสร้างการรับรู้ของแบรนด์ ผู้จัดทำได้ทำการวิเคราะห์ การตลาด กลยุทธ์การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์การ ส่งเสริมการตลาด 4Ps, และการโปรโมทสินค้าในช่องทางสื่อต่างๆ ได้ ซึ่งทำให้ได้รับความรู้ในด้านการโปรโมทสินค้าผ่านสื่อต่างๆ ได้ ทักษะความเข้าใจในกระบวนการปฏิบัติงานของแผนกโดยเฉพาะ ด้านการตลาด การปฏิบัติงานอย่างขั้นตอนและวิธีการทำเอกสาร เป็นไปตามกระบวนการที่ถูกต้อง ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กลยุทธ์ ทางการตลาดให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดในการทำงานได้ อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สถานที่ประกอบการ

บริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์

พนักงานที่ปรึกษา คุณ ณัฐธริกา ตาแก้วน้อย

วัตถุประสงค์โครงการ

- ▶ เพื่อศึกษาขั้นตอนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- ▶ เพื่อศึกษาพฤติกรรมต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถาน บริการรับผลิตอาหารเสริม และครีม
- ▶ เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการทำวิจัยต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับ

- ▶ ทำให้ผู้ที่ต้องการศึกษาข้อมูล มีแนวทางในการปฏิบัติ
- ▶ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการด้านการบริการการ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- ▶ เพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนการตลาด

สรุปผลการปฏิบัติงาน

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท อาโมนิ โอโซ เอ็นเตอร์ไพรซ์ เรื่องการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทำให้เข้าใจถึง กระบวนการปฏิบัติงานของแผนกการตลาด

ซึ่งตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

คณะผู้จัดทำ

นางสาว ศรีธนา สุขวิญญาน 5904320015

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ มนทิรา ดันตระวานิชย์

ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ประวัติผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 5904320015

ภาควิชา : การตลาด

คณะ : บริหารธุรกิจ

ที่อยู่ : 187 พระราม2 ซอย 92 เขตบางขุน
เทียน แขวงสามคนจ. กรุงเทพมหานคร 10150

ผลงาน : ผ่านการปฏิบัติสหกิจศึกษาจากกลุ่ม
บริษัท อาโมนิโอโซ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด

เมื่อวันที่ : 16 พฤษภาคม 2562

E-mail : Tangmay.9901@gmail.com

