



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การติดตามลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างโอกาสในการขยายงานขาย
ของบริษัท มาร์กอน ออโต้เทรด จำกัด

**Following up with Existing Customers and New Customers for Building the
Opportunity of sales Expansion of Margon Autotrade Co. Ltd.**

โดย

นางสาวอิรดา กระรัมย์ 5804300362

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษา 3 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ การติดตามลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างโอกาสในการขยายงานขาย
 ของบริษัท มาร์กอน ออโต้เทรด จำกัด
 Tracking regular customer are making stability and opportunity for
 expand of Margon Autotrade Company Limited

รายชื่อผู้จัดทำ นางสาวอภิตา กะรัมย์ 584300362

ภาควิชา การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์มนทิรา ตันตระวานิชย์

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาการตลาด คณะ
 บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการการสอบโครงการ



..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์อาจารย์มนทิรา ตันตระวานิชย์)



..... พนักงานที่ปรึกษา

(คุณฉัตรชัย ทองเทพ)



..... กรรมการกลาง

(ดร.สมชาย เบ็ญจวรรณ)



.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์นะ)

ชื่อโครงการ	: การติดตามลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างโอกาสในการขยายงานขาย ของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด
หน่วยกิต	: 5 หน่วยกิต
ผู้จัดทำ	: นางสาวอภิตา กระรัมย์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: อาจารย์มนทิรา ต้นตระวานิชย์
ระดับการศึกษา	: ปริญญาตรี
สาขาวิชา	: การตลาด
คณะ	: บริหารธุรกิจ
ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา	: 3/2561

บทคัดย่อ

บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด เป็นบริษัทค้าขาย จำหน่าย นำเข้า ส่งออก อุปกรณ์ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์ทางวิศวกรรม ปัจจุบันลูกค้าที่เข้ามาติดต่อมีจำนวนมาก ทางบริษัทจึงเล็งเห็นว่า อาจต้องมีการติดตามลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างฐานและโอกาสในการขยายงานขายของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด

การติดตามลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างโอกาสในการขยายงานขาย ของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัดมีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงข้อมูลของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด เพื่อนำข้อมูลมาศึกษารวบรวมหากลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการหากลุ่มลูกค้าใหม่ในบริษัท และ เพื่อเพิ่มยอดขายของแผนกส่งเสริมการขายให้มากยิ่งขึ้น มีผลการศึกษา โดยศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการตลาดในการเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยใช้การสำรวจติดตามลูกค้าที่มีความสนใจในตัวสินค้า กลุ่มลูกค้าที่อยู่ตามหน่วยงาน เมื่อได้กลุ่มลูกค้า จึงมาหาข้อมูล เพื่อให้ได้ลูกค้าใหม่ ว่ามีบริษัทไหนบ้าง ที่มีสินค้าตามกลุ่มที่ต้องการ อาจหาจากอินเทอร์เน็ต แยกหาเป็น จังหวัดหรือเขต เมื่อได้ชื่อ บริษัทฯ มาเสร็จดำเนินการขายตามระบบ ขั้นตอนต่อไป คือ ส่ง Company Profile ทางอีเมล หรือให้โดยตรงด้วยใบเสนอสินค้า (Brochures) ติดต่อสอบถามลูกค้าว่าได้รับข้อมูลหรือไม่ และเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เป็นผลทำให้เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ และการบริการของทางบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด

คำสำคัญ : การติดตามลูกค้า / ลูกค้าอุตสาหกรรม / บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด

๑

Project Title : Following up with Existing Customers and New Customers for Building the Opportunity of sales Expansion of Margon Autotrade Co. Ltd.

Credited : 5 credits

By : Miss Apirata Karam

Advisor : AJ. Monthira Tuntrawanich

Degree : Bachelor of Business Administration

Major : Marketing

Faculty : Business Administration

Semester / Academic year : 3/2018

Abstract

Margon Autotrade Company Limited is a company providing sales, import and export of electrical equipment, and engineering equipment. Nowadays, there are a lot of customers, and the company foresees that it must have the process of following up with existing customers and new customers in order to build a customer base and increase the opportunity for sales expansion for Margon Autotrade Company Limited.

The following up with existing customers and new customers for building the opportunity on sale expansion of Margon Autotrade Company Limited, has the intention to know the customers who use the company's service, to study and collect information, analyze the target group for new customers, and to increase the volume off the sales promotion department. From studying through surveys of our existing customers on the type of customers and products, when we get the customer group, we will find information to get new customers who have the desired product, and we can find them from the internet by searching from province or district. When we get the customer names, we follow the sale process and the next step is sending company profile via email or sending them brochures directly. We then call the customers to make sure that they received the company profile and propose new products to make the customers interested and know the service of Margon Autotrade Company Limited.

Keywords: following up / Industrial Customers / Margon Autotrade Co., Ltd

Approved by



กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ.2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ.2562 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและการปฏิบัติงานในอนาคต เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ตำแหน่ง การบริการงานเอกสาร/การตลาด ณ บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด สามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคตโดยได้รับความร่วมมือจาก บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด ได้สอนได้เรียนรู้งาน และปัญหาที่พบในการทำงานในแผนกต่าง ๆ จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ และสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. นายศราวุฒิ มลิชัย (ประธานกรรมการบริษัท)
2. นายฉัตรชัย ทองเทพ (พนักงานฝ่ายบริการลูกค้า)
3. อาจารย์มนทิรา ตันตระวานิชย์ (อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา)

และบุคลากรท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวชื่อนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจในชีวิตการทำงานจริง ซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาวอภิตา กระรัมย์

30 สิงหาคม 2562

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่ง	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อ	ง
Abstract	จ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1-2
1.2 วัตถุประสงค์.....	3
1.3 ขอบเขตของโครงการ	3
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	3
บทที่ 2 ทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (6W 1H)	4-5
2.2 กลยุทธ์การตลาด (STP Marketing)	5
2.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation).....	6
2.4 สินค้าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม.....	7
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	8
3.2 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร.....	9-16
3.3 รูปแบบของการจัดองค์การ และการบริหารงานขององค์กร.....	17
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	18
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	18
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	18
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	18-19
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	19

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน

4.1 ข้อมูลของกลุ่มลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่.....	20-24
4.2 สร้างโอกาสในการขยายช่องทางการขายสินค้า ทางอีเมล (E-mail).....	24-27
4.3 กลยุทธ์ในการเสนอขายสินค้า.....	28

บทที่ 5 สรุปผลปฏิบัติงาน

5.1 สรุปผลโครงการ.....	29-30
5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติสหกิจศึกษา.....	30
5.3 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	31
5.4 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	31

บรรณานุกรม.....	32
ภาคผนวก.....	33
ภาคผนวก ก ภาพการปฏิบัติสหกิจศึกษา.....	34-36
ภาคผนวก ข บทความวิชาการ.....	37-40
ภาคผนวก ค ไลน์.....	41-42
ประวัตินักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	43

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อิเล็กทรอนิกส์ (Electronics) เป็นเทคโนโลยีที่ได้เกี่ยวข้องกับ วงจรไฟฟ้าที่ประกอบด้วย อุปกรณ์ไฟฟ้า เช่น หลอดสุญญากาศ, ทรานซิสเตอร์, ไดโอด และชิ้นส่วนอื่น ๆ อีกหลายแขนง อิเล็กทรอนิกส์ถูกใช้กันอย่างแพร่หลายในการสื่อสารข้อมูลโทรคมนาคม ความสามารถของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ทำหน้าที่เป็นสวิตช์ปิด-เปิดวงจร ถูกนำไปใช้ในวงจร ลอจิกเกต ซึ่งเป็นส่วนสำคัญหลักในระบบคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ วงจรอิเล็กทรอนิกส์ยังถูกนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์จำพวกเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน เช่น ตู้เย็น หลอดไฟฟ้า พัดลม หรือแอร์ หรือในการส่งพลังงานไฟฟ้าเป็นระยะทางไกล ๆ การผลิตพลังงานทดแทน และอุตสาหกรรมต่างๆอีกมากมาย

ไฟฟ้า ไฟฟ้าเป็นสิ่งจำเป็นและมีอิทธิพลมากในชีวิตประจำวันของเราเอง ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย เราสามารถนำไฟฟ้ามาใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ได้อย่างมาก เช่น ด้านแสงสว่าง ด้านความร้อน ด้านพลังงาน ด้านเสียง และการใช้ประโยชน์จากไฟฟ้านั้น ไม่เพียงแต่จะใช้ได้ตามความต้องการ หากต้องมีการใช้อย่างระมัดระวัง มีการเรียนรู้การใช้งานอย่างไฟฟ้าถูกวิธี เรียนรู้การป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากไฟฟ้าอย่างถูกต้อง ไฟฟ้ามีด้วยกัน 2 ประเภท ไฟฟ้ากระแสตรง และไฟฟ้ากระแสสลับ โดยอุปกรณ์ทุกอุปกรณ์นั้นมีความสำคัญในตัวเองเสมอ แต่วิธีการใช้ จะใช้อย่างไร มักขึ้นอยู่กับความต้องการการใช้งานในงานนั้น ๆ โดยปัจจุบันไฟฟ้าเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในการใช้ชีวิต รวมไปถึงการใช้งานต่างๆในการทำงาน เช่น งานทางการแพทย์ งานอุตสาหกรรมในครัวเรือน หรืองานโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก และโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ก็มีส่วนการนำไฟฟ้ามาใช้งานเช่นเดียวกัน

หุ่นยนต์ คือ เครื่องยนต์ชนิดหนึ่งที่มีลักษณะโครงสร้างแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับการใช้งานตามวัตถุประสงค์ความต้องการ หุ่นยนต์แต่ละประเภทจึงมีหน้าที่การทำงานในด้านต่างๆ แตกต่างกันออกไป อาจมีการควบคุมโดยตรงผ่านมนุษย์ หรืออาจมีการตั้งค่าให้หุ่นยนต์สามารถตัดสินใจเองได้ในระดับใดระดับหนึ่ง การควบคุมระบบต่างของหุ่นยนต์นั้น ในการสั่งงานระหว่างหุ่นยนต์และมนุษย์สามารถทำได้โดยทางฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ โดยทั่วไปหุ่นยนต์จะถูกสร้างขึ้นมาก็เพื่อ สำหรับงานที่มีความยากลำบากหรืออันตรายสำหรับมนุษย์ เช่น งานสำรวจในบริเวณที่เกิดภัยพิบัติ หรืองานสำรวจบนผิวดวงจันทร์ หรือดาวเคราะห์ที่ต่างๆ ปัจจุบันหุ่นยนต์ ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างมากมาย หลากหลายด้าน เช่น ด้านการแพทย์ ด้านงานสำรวจโลก งานสำรวจในอวกาศ งานบันเทิง หรืองานใน

วงอุตสาหกรรมการผลิตที่ทางหลายๆ โรงงานได้ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ โดยความสามารถของหุ่นยนต์ในงานอุตสาหกรรม มีความต้องการด้านแรงงานเป็นอย่างมาก การจ้างแรงงานจำนวนมากเพื่อใช้ในการงานอุตสาหกรรม ทำให้ต้นทุนการผลิตของแต่ละโรงงานอุตสาหกรรม เพิ่มจำนวนมากขึ้น และงานอุตสาหกรรมบางงาน ไม่สามารถที่จะใช้แรงงานเข้าไปทำได้ ซึ่งบางงานนั้นอันตราย และมีความเสี่ยงเป็นอย่างมาก หรือเป็นงานที่ต้องการความรวดเร็ว และแม่นยำในการผลิต รวมทั้งเป็นการประหยัดระยะเวลา ทำให้หุ่นยนต์กลายเป็นทางออกของงานด้านอุตสาหกรรม

วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ในงานอุตสาหกรรม เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและสร้างเครื่องมือ หรือระบบคอมพิวเตอร์ และระบบที่ใช้คอมพิวเตอร์สั่งการ โดยศาสตร์นี้เกี่ยวข้องกับการศึกษาทางด้านฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ การสื่อสาร และความเกี่ยวเนื่องระหว่างเรื่องทั้งสาม หลักสูตรการฝึกฝนปฏิบัติของทางด้านวิศวกรรมไฟฟ้า และคณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์รวมถึงการประยุกต์เข้ากับปัญหาทางการออกแบบคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ที่ใช้คอมพิวเตอร์ งานด้านวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ แบ่งเป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ ด้านฮาร์ดแวร์ และ ซอฟต์แวร์ วิศวกรรมทางด้านฮาร์ดแวร์ ส่วนใหญ่จะเป็นการวิจัย พัฒนา ออกแบบและทดสอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ต่างๆ งานนี้สามารถมีช่วงจากแผงวงจร และไมโครโพรเซสเซอร์ จนถึงเราเตอร์ บางคนปรับปรุงอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่อยู่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังสามารถที่จะทำงานร่วมกับซอฟต์แวร์ใหม่ได้ ส่วนวิศวกรรมซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์จะมีการพัฒนา ออกแบบและทดสอบซอฟต์แวร์ บางวิศวกรซอฟต์แวร์ ออกแบบ สร้างและบำรุงรักษาโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับบริษัททั่วไป และยังสามารถทำงานออกแบบแอปพลิเคชันงานเกี่ยวข้องกับการออกแบบหรือการเข้ารหัสโปรแกรมและแอปพลิเคชันใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจอุตสาหกรรมธุรกิจทั่วไป หรือนักคิด

ในอดีตการสั่งซื้อสินค้าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างลำบาก และทำได้ยาก เนื่องจากต้องใช้เวลาและประสบการณ์ในการซื้อค่อนข้างมาก และมีค่าใช้จ่ายที่สูง บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรค จำกัด จึงเริ่มเป็นตัวแทนจำหน่าย การนำเข้า ส่งออก อุปกรณ์ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์ทางวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ เมื่อมีการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้น สินค้ามีไม่เพียงพอต่อการขาย จุดเริ่มต้นการผลิตและจัดจำหน่ายเองของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรคจึงเริ่มต้นขึ้น

ปัจจุบัน บริษัทเป็นผู้นำเข้าและผู้ผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท E-flex SMT Microsystems co. Ltd. การผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า/อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ระบบอัตโนมัติทางอุตสาหกรรมเครื่องจักรของทางบริษัทอีกด้วย ที่มีการส่งขายสู่บริษัทชั้นนำหลายๆบริษัท เช่น บริษัท HITACHI, MISUBISHI, CELESTICA, และ PANASONIC เป็นต้น

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อทราบถึงข้อมูลของกลุ่มลูกค้าในประเทศ ที่เข้ามาใช้บริการบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด
- 1.2.2 เพื่อศึกษารวบรวมกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการหากลุ่มลูกค้าใหม่ในบริษัท
- 1.2.3 เพื่อเพิ่มยอดขายของแผนกส่งเสริมการขายให้มากยิ่งขึ้น โดยใช้กลยุทธ์การขาย ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

1.3 ขอบเขตของโครงการ

- 1.3.1 ด้านเนื้อหา : ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการตลาดในการเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยใช้การสำรวจติดตามลูกค้าที่มีความสนใจในตัวสินค้า กลุ่มลูกค้าที่อยู่ตามหน่วยงาน
- 1.3.2 ด้านประชากร : ศึกษาและรวบรวมรายชื่อของกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการจำนวนมากที่สุด โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มอุตสาหกรรม และแบ่งตามจังหวัดที่เข้ามาใช้บริการมากที่สุด
- 1.3.3 ด้านระยะเวลา : ศึกษาช่วงวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ.2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ.2562

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1.4.1 ได้ทราบถึงข้อมูลของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของ บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด
- 1.4.2 ได้ทราบได้รู้กลุ่มลูกค้าของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด
- 1.4.3 บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด สามารถเพิ่มยอดขายได้มากยิ่งขึ้น

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง “การสำรวจกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด” มีการทบทวนวรรณกรรมดังนี้

- 2.1 การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (6W 1H)
- 2.2 กลยุทธ์การตลาด (STP Marketing)
- 2.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)
- 2.4 สินค้าและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

พรชนิตว์ แก้วเนตร (2551) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (6W 1H) ดังนี้

2.1. การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (6W 1H)

2.1.1 สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (What) สำรวจและประเมินจากลูกค้าเป้าหมายว่ากลุ่มลูกค้าของเรานั้นต้องการสิ่งใดมากที่สุด เช่น ความสะดวกสบาย ราคาที่เหมาะสม หรือประโยชน์ที่จะได้รับ ลูกค้าของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าองค์กรที่มีขนาดใหญ่ มีศูนย์กระจายสินค้ามากมาย อาจมีหน้าร้าน หรือไม่มีหน้าร้าน และลูกค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้าง

2.1.2 ตลาดเป้าหมาย (Who) ได้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้านใด พนักงานบริษัท เจ้าของโรงงาน อุตสาหกรรม กลุ่มคนโรงงานอะไหล่รถยนต์ นักธุรกิจ บุคลากรทั่วไป บุคคลเกือบทุกประเภท จัดเป็นตลาดเป้าหมายโดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีความต้องการที่จะใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าอุตสาหกรรม ในด้านลูกค้าส่วนมากต้องการอุปกรณ์ ที่สามารถทำให้การทำงานนั้นเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่ติดขัดและเป็นอุปกรณ์ที่ประหยัดการใช้มนุษย์ และเน้นไปทางด้านความรวดเร็วในการทำสินค้า

2.1.3 ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) กลุ่มลูกค้าจะซื้อของเราต้องมีส่วนสำคัญที่จะซื้อได้ เช่น ราคาถูก มีโปรโมชั่นหลากหลาย หรืออาจได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น ด้วยทางบริษัทเป็นบริษัทที่ทำตามความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ หากมีอุปกรณ์งานที่เร่งด่วน ไม่สามารถรอได้ ทางบริษัทพร้อมยินดีให้บริการเสมอ เพื่อความต้องการของลูกค้า จึงเป็นสิ่งตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า โดยที่หลายๆบริษัทไม่อาจทำได้

2.1.4 ใครมีอิทธิพลการตัดสินใจซื้อ (Whom) ได้แก่ ผู้ซื้อ ผู้ใช้ ผู้ริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ ซึ่งสามารถทำให้ตัวผลิตภัณฑ์ได้จัดจำหน่ายได้ บางครั้งการใช้บริการก็อาจเกิดขึ้น

ลูกค้าปลายทางเป็นผู้กำหนดให้บริษัทผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่ายสินค้าใช้บริการในการผลิต ในนามของบริษัทมาร์กอน ออร์โต้เทรดเท่านั้น

2.1.5 ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) เช่น เวลาต้องการไปเดินช้อปปิ้ง เวลาไม่มีเงิน เวลาต้องการสิ่งแปลกใหม่ เวลาต้องการความทันสมัย หากนึกถึงบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด ในส่วนงานลูกค้ามีการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ ในทุก ๆ วันอยู่แล้ว ย่อมมีการสึกหรอ มีอายุการใช้งานที่ยาวนานและมีโอกาสที่จะเสีย หรือพังได้ ทางเราจึงมีการบริการได้ ตามความต้องการของลูกค้าเมื่อต้องการ ไม่ว่าจะเป็นบริการ ชื้อ-ขาย ซ่อมหรือเปลี่ยน และมีการเปิดให้บริการใน วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 09.00-18.00 น.

2.1.6 ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า โรงงานอุตสาหกรรม ศูนย์จัดงานตามบูทจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ โดยลูกค้าของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด สามารถสั่งซื้อสินค้า ได้ตลอดเวลาได้ทางเว็บไซต์ www.margonautotrader.com หรือช่องทางอีเมล tom@margonautotrader.com และช่องทางโทรศัพท์เพื่อสอบถามข้อมูลได้ที่ 033-043505

2.1.7 ผู้บริโภคตัดสินใจซื้ออย่างไร (How) อาจจะประกอบไปด้วย ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อและการประเมินผลทางเลือก เพื่อเป็นตัวชี้วัดความต้องการจริง ๆ ของผู้บริโภค ทางบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด ได้มีการประเมินราคาก่อนจัดการ การบริการ ส่งไว้ให้ลูกค้าได้ตัดสินใจก่อนอย่างตรงไปตรงมา ความพึงพอใจในตัวสินค้า-บริการ ลูกค้าจึงเป็นผู้กำหนดและตัดสินใจเอง ทางบริษัทเชื่อว่า การนำเสนอราคาที่แท้จริง ไว้ให้ลูกค้าใช้พิจารณา ก่อนซื้อขายเสมอ จะเป็นตัวยืนยันให้ลูกค้า มั่นใจต่อการซื้อ-ขายได้อย่างปลอดภัย และเลือกใช้บริการของเรา

เว็บไซต์ Greedisgoods.com ได้ให้บทความความหมายของ กลยุทธ์การตลาด (STP Marketing) ไว้ดังนี้

2.2 กลยุทธ์การตลาด (STP Marketing)

2.2.1 S: Segmentation คือ การแบ่งส่วนตลาด อาจจะแบ่งได้ตามสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ในเบื้องต้นนั้น สามารถแบ่งได้จาก ประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ หลักจิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์

2.2.2 T: Target คือ การเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเพื่อกระจายสินค้าให้เป็นที่ต้องการ ว่าเราจะจับกลุ่มลูกค้ากลุ่มไหน จะขายให้ใครเป็นหลัก โดยในการเลือกกลุ่มเป้าหมายนั้น สามารถทำได้ 3 วิธี ได้แก่ Mass Market คือ การเลือกตลาดใหญ่ที่ครอบคลุมทุก Segment จับลูกค้าทุกกลุ่ม ไม่ได้เลือกลูกค้ากลุ่มใดเป็นพิเศษ กรณีนี้ อาจจะต้องเป็นบริษัทที่ค่อนข้างใหญ่จึงจะทำแบบนี้ได้ เพราะต้องใช้เงินทุนค่อนข้างสูงในการส่งเสริมการตลาด Segment Market เป็นการ Targeting ด้วยการเลือกมาจาก Segment ที่แบ่งไว้ในตอน Segmentation เช่น แบ่งด้วยพฤติกรรมศาสตร์ แล้วเลือก Target เป้าหมายการซื้อซ้ำ และ Niche Market คือ การเลือกตลาดเฉพาะกลุ่ม เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีขนาดเล็ก มีความเฉพาะทาง เช่น

สายงานด้านอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น โดยวิธีนี้ถึงจะมีลูกค้าไม่มาก แต่การขายได้ในแต่ละครั้ง จะได้เงินจากลูกค้าเป็นจำนวนมาก จากการที่มีสินค้าลักษณะนี้อยู่น้อย ทำให้ลูกค้าพร้อมจะจ่าย

2.2.3 P: Positioning คือ การกำหนดจุดยืนของผลิตภัณฑ์และบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้านหลัก ๆ ได้แก่ จุดยืนด้านอารมณ์ เป็นจุดยืนที่เน้นด้านภาพลักษณ์ขององค์กร บรรยากาศ และอารมณ์ร่วมกับสินค้า จุดยืนด้านการใช้งาน เป็นจุดยืนที่เน้นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ฟังก์ชันต่าง ๆ ในการใช้งาน รวมทั้งความคุ้มค่าที่ได้รับ ซึ่งไม่ได้หมายความว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณภาพสูงเสมอไป อาจจะเป็นสินค้าคุณภาพต่ำลงมา แต่มีราคาสมเหตุสมผลก็ได้ และจุดยืนสุดท้าย จุดยืนด้านความแตกต่าง เป็นจุดยืนที่เน้นสร้างแต่ความแตกต่าง แปลกใหม่ เน้นทำสิ่งที่ไม่มีใครเหมือน และไม่สามารถหาสิ่งทดแทนผลิตภัณฑ์เราได้เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

2.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

โดยในการแบ่งส่วนการตลาด หรือการแบ่ง Segmentation ในเบื้องต้น สามารถแบ่งได้จาก

2.3.1 Demographic (ประชากรศาสตร์) แบ่งด้วย อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานะ และศาสนา เป็นต้น ตัวอย่างเช่น เพศชาย สถานะโสด โดยศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการตลาดในการเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยใช้การสำรวจติดตามฐานลูกค้าที่มีความสนใจในตัวสินค้า กลุ่มลูกค้าตามหน่วยงาน

2.3.2 Geographic (ภูมิศาสตร์) แบ่งด้วย ภูมิศาสตร์ด้านต่าง ๆ เช่น ภูมิภาค จังหวัด สภาพอากาศ อยู่ในเขตนอกเมือง อยู่ในเขตเมือง และขนาดเมือง เป็นต้น ตัวอย่างเช่น อยู่ในภาคกลาง ทางบริษัทมาร์กอน ออร์โต้เทรด มีการแยกกลุ่มเป้าหมายตามค่าสถิติที่บันทึกไว้ โดย 3 อันดับอุตสาหกรรมที่มีการใช้บริการมากที่สุด 3 จังหวัดคือ จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง

2.3.3 Psychological (หลักจิตวิทยา) เป็นการแบ่งด้วยหลักจิตวิทยาต่าง ๆ เช่น บุคลิกของลูกค้า วัฒนธรรม ความชอบ ตัวอย่างเช่น ชอบออกกำลังกาย รักสุขภาพ

2.3.4 Behavioral (พฤติกรรมศาสตร์) แบ่งด้วย พฤติกรรมผู้บริโภค เช่น ความถี่ในการซื้อสินค้า หรือการใช้บริการ จำนวนที่ใช้สินค้าแต่ละครั้ง เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ซื้อเสื้อผ้าสัปดาห์ละครั้ง

เว็บไซต์ Odis3supply.com ได้ให้บทความความหมายของ สินค้าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ไว้ดังนี้

2.4 สินค้าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ หมายถึง การนำผลิตผล หรือวัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติ เช่น ผลไม้ ผัก เนื้อ หรือแร่ธาตุต่าง ๆ มาผ่านกรรมวิธีในการผลิต อาจจะมีการใช้เครื่องจักรออกมาเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ โดย สินค้าอุตสาหกรรม คือ สินค้าที่ซื้อไปเพื่อใช้ในการหรือดำเนินงาน แบ่งเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน

2.4.1 วัตถุดิบและชิ้นส่วน (Material and Parts) คือ สินค้าที่ซื้อไปเพื่อใช้ในการกระบวนการผลิต แล้วได้สินค้าสำเร็จรูปออกมา เช่น แร่ธาตุเงิน ทองแดง เป็นวัตถุดิบในการหล่อชิ้นงานอุตสาหกรรม

2.4.2 สินค้าทุน (Capital Goods) เป็นสินค้าที่ช่วยในการผลิต เช่น เครื่องจักรที่ใช้ในการหล่อชิ้นงาน แล้วนำมาผ่านกรรมวิธีต่าง ๆ ทางเคมี เพื่อให้แปรสภาพเป็นแท่งชิ้นงาน เป็นต้น

2.4.3 วัสดุใช้สอยและบริการ (Supplier and Service) เป็นสินค้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการผลิตให้สะดวกคล่องตัว เช่น วัสดุในการซ่อมแซม และบำรุงเครื่องจักร วัสดุ ดังนั้นสินค้าผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจึงมีความสำคัญที่แตกต่างกันในแต่ละรูปแบบการใช้งาน การเลือกใช้สินค้าแต่ละชนิดจึงต้องเลือกให้เหมาะสมกับการใช้งาน



บทที่ 3

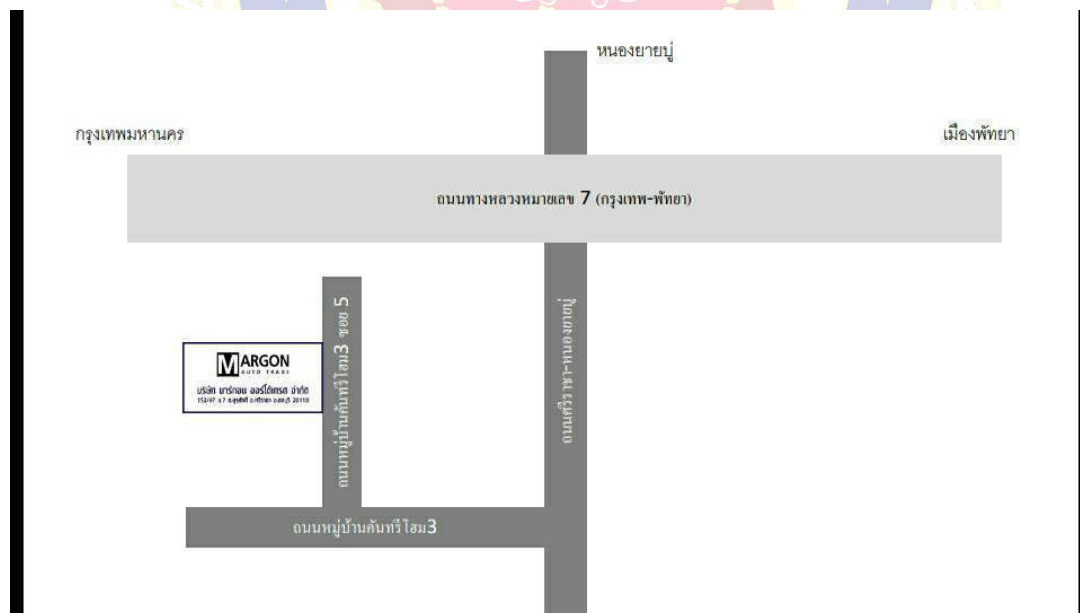
รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ

- 3.1.1 ชื่อสถานประกอบการ บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด
- 3.1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ เลขที่ 152/97 หมู่ที่ 7 ตำบลสุรศักดิ์ อำเภอสรีราชา ชลบุรี 20110 (Head Office)
- โทรศัพท์ : +66(0)33 043505
- Email: tom@margonautotrade.com



รูปที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด



รูปที่ 3.2 แผนที่บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด

3.2 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร

3.2.1 เกี่ยวกับบริษัทมาร์คอน ออร์โต้เทรค จำกัด

บริษัท มาร์คอน ออร์โต้เทรค จำกัด เป็นบริษัทค้าขาย นำเข้า-ส่งออกผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสินค้าอุตสาหกรรมประเภทอุปกรณ์ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ทุกชนิด ได้มีการโดยจดทะเบียนในรูปแบบ บริษัท มาร์คอน ออร์โต้เทรค จำกัด เมื่อวันที่ 05 มิถุนายน 2558 (4 ปีจนถึงปัจจุบัน) ในกลุ่มอุตสาหกรรมขายส่งอุปกรณ์ ชิ้นส่วน อะไหล่ และจำหน่าย นำเข้า ส่งออก อุปกรณ์ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์ทางวิศวกรรม คอมพิวเตอร์ เช่น Vertical belt buffers, Economic conveyors (สายพานลำเลียงสินค้าอุตสาหกรรม) เป็นต้น



รูปที่ 3.3 เครื่อง Vertical belt buffers

เครื่องสายพานชุดลำเลียงสินค้าและระบบลำเลียง สามารถบรรจุสินค้าได้ทุกประเภท เมล็ดเล็ก อุปกรณ์งานชิ้นเล็ก บรรจุลงในถุงซอง เช่น ไมโครชิป อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไฟฟ้าขนาดเล็ก แผงวงจร มีระบบตรวจสอบความถูกต้อง รวดเร็ว ประสิทธิภาพสูง ออกแบบมามีน้ำหนักเบา โครงสร้างแข็งแรง ติดตั้งง่าย



รูปที่ 3.4 เครื่อง Economic conveyors (สายพานลำเลียงสินค้าทุกชนิดขนาดเล็ก)
เป็นอุปกรณ์ที่ใช้แรงขับเคลื่อนจากมอเตอร์ไฟฟ้าเพื่อให้สายพานเคลื่อนตัวไปอย่างต่อเนื่อง โดยวัสดุที่ใช้ในการลำเลียงจะวางอยู่บนสายพาน หรือบนลูกกลิ้งที่ขับเคลื่อนด้วยสายพานเคลื่อนที่ ในการเคลื่อนย้ายวัสดุจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งแบบต่อเนื่องและหยุดชะงัก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การควบคุมในการขนย้าย ได้ทั้งระยะสั้น ระยะยาว แนวระดับ แนวลาดเอียงขึ้น และลาดเอียงลง โดยสามารถเลือกปรับระดับความเร็วได้

ดังนั้นระบบสายพานลำเลียง จึงเหมาะสำหรับโรงงานอุตสาหกรรมทุกประเภท ที่ใช้ระบบสายพานลำเลียงในกระบวนการผลิต

3.2.2 บริการของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรค จำกัด

ทางบริษัทมาร์กอน ออร์โต้เทรค จำกัด รับออกแบบเครื่องมืออุตสาหกรรมในโรงงานและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซื่อ-ขาย, นำเข้า-ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมมือ1 หรือมือ2 ทั้งในและต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน ฮองกง รัสเซีย อเมริกา และมีการบริการดูแลซ่อมรักษาเครื่องจักรอุตสาหกรรมในโรงงานในประเทศ

3.2.3 ผลกระทบของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรดจำกัด

โดยทางบริษัท มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์เครื่องจักร การให้บริการด้วยกันทั้งหมด 7 รายการใหญ่ๆ คือ

3.2.3.1 Automation เครื่องระบบอัตโนมัติ คือ เครื่องที่ช่วยทำให้มีทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รู้จักกันดีในนาม พีแอลซี (PLC : Programmable Logic Controller) คือ หน่วยประมวลผลที่สามารถแปลงโปรแกรมได้ เพื่อช่วยจัดการควบคุม สั่งงาน รับค่าเซนเซอร์ ต่าง ๆ และกำหนดการทำงานของระบบควบคุมอัตโนมัติ ที่ออกแบบมาสำหรับใช้งานควบคุมทางด้านอุตสาหกรรม โดยเฉพาะไม่ว่าจะเป็นการทนต่อสัญญาณรบกวน หรือใช้งานในสภาวะอากาศที่เลวร้าย มีฝุ่น ความชื้น ละอองน้ำ น้ำมัน ใช้ในสภาพอากาศ ร้อน หนาว และการใช้งานที่ต้องทำงานตลอดเวลา 24 ชม. พีแอลซี จึงเป็นที่นิยมสำหรับการนำมาควบคุมระบบเครื่องจักรกลอัตโนมัติ

3.2.3.2 Robotic ผลิตภัณฑ์หุ่นยนต์ คือ เครื่องจักรใช้งานแทนมนุษย์ ที่ออกแบบให้สามารถตั้งลำดับการทำงาน การใช้งานได้หลากหลายหน้าที่ ใช้เคลื่อนย้ายวัสดุอุปกรณ์ ส่วนประกอบต่าง ๆ เครื่องมือหรืออุปกรณ์พิเศษ ตลอดจนการเคลื่อนที่ได้หลากหลาย ตามที่ตั้งลำดับการทำงาน เพื่อสำหรับใช้งานหลากหลายประเภท เช่น การยกของหนักๆ ที่มนุษย์ไม่สามารถยกได้ หรือการเคลื่อนย้ายสิ่งของอันตราย ต้องใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษและอันตรายต่อมนุษย์

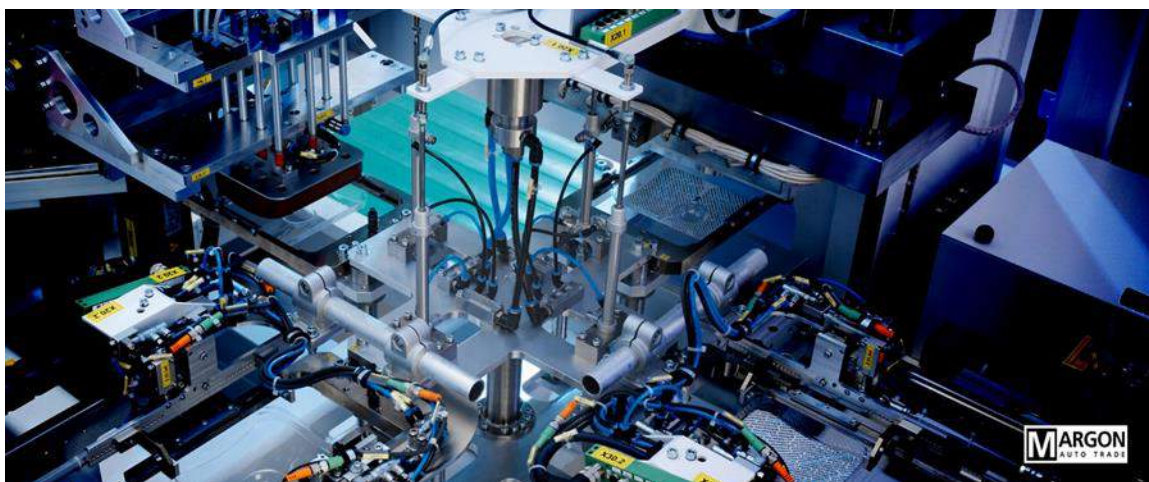
3.2.3.3 Machine ผลิตภัณฑ์เครื่องจักร คือ เครื่องมือชนิดหนึ่งที่ประกอบขึ้นจากส่วนหนึ่งหรือส่วนต่าง ๆ หลายส่วน ซึ่งถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายเฉพาะเจาะจงอย่างหนึ่ง เครื่องจักรเป็นอุปกรณ์ที่มีพลังขับเคลื่อน ซึ่งมักจะเป็นพลังงานเชิงกล เคมี ความร้อน หรือไฟฟ้า เป็นต้น และบ่อยครั้งก็ถูกทำให้เป็นเครื่องยนต์เพื่อใช้ในการผลิตชิ้นงาน

3.2.3.4 Measurement ผลิตภัณฑ์การวัดระดับของเครื่องจักร คือ เครื่องที่ใช้การวัดประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร (OEE – Overall Equipment Effectiveness) เป็นวิธีการที่ดีวิธีหนึ่งที่นอกจากทำให้รู้ประสิทธิภาพของเครื่องจักรแล้วยังรู้ถึงสาเหตุของความสูญเสียที่เกิดขึ้นทั้งในภาพใหญ่ คือ สามารถแยกประเภทการสูญเสียและรายละเอียดของสาเหตุนั้น ทำให้สามารถที่จะปรับปรุง ลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้องและเป็นระบบ

3.2.3.5 Chemical ผลิตภัณฑ์เคมี คือ สารวัสดุ ที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมหรือได้จากกระบวนการเคมี อาทิ สารประกอบเคมี (chemical compound) คือสารที่ประกอบด้วย ธาตุเคมีตั้งแต่สองตัวขึ้นไปมาผสมกันทางเคมีในอัตราส่วนที่แน่นอน เพื่อใช้ในการหล่อหลอมงาน หรือผสมส่วนชิ้นงานต่างๆ

3.2.3.6 Tools ผลิตภัณฑ์เครื่องมือช่าง คือ สิ่งที่ใช้ในการซ่อม สร้าง และดัดแปลงเกี่ยวกับงานช่าง ได้แก่ การตัด การตอก การวัด การเจาะ การไส การประสาน การประกอบ การติดตั้ง ในการทำงานช่าง สิ่งสำคัญคือ เครื่องมือ เพราะเครื่องมือจะช่วยให้การทำงานสะดวก รวดเร็ว บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในงานช่างต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานบำรุงรักษา งานติดตั้ง งานซ่อมแซม ดัดแปลง หรืองานผลิตส่วนใหญ่จะใช้เครื่องมือวัด ตัด ตอก เจาะ ไส ประกอบ ติดตั้ง หรือการเชื่อมประสาน

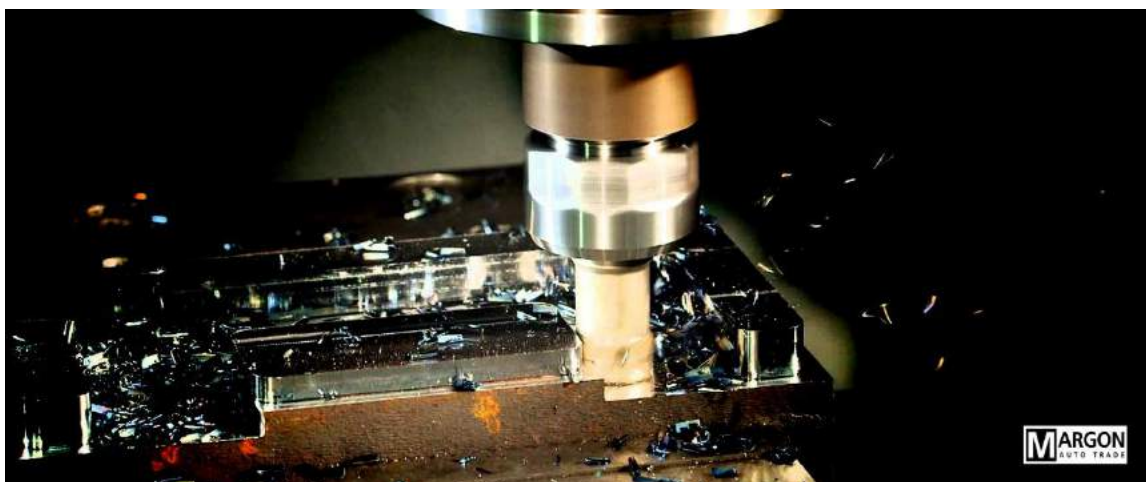
3.2.3.7 Consumer อุปกรณ์เครื่องมือ คือ อุปกรณ์สำหรับผู้ปฏิบัติงานในการสวมใส่ขณะทำงานเพื่อป้องกันอันตราย เพราะสิ่งเหล่านี้จะช่วยป้องกันการเกิดอุบัติเหตุได้ หรือช่วยลดอาการบาดเจ็บจากหนักให้เป็นเบา เช่น ถ้าใช้เครื่องมืออุปกรณ์ความปลอดภัยก็จะช่วยลดความเสี่ยงในการทำงานมากกว่าเดิม การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ความปลอดภัยเป็นวิธีการหนึ่งในหลายวิธีในการป้องกันอันตรายจากการทำงาน ซึ่งโดยทั่วไปจะมีการป้องกันและควบคุมที่สภาพและสิ่งแวดล้อมของการทำงานก่อนอยู่แล้ว และอุปกรณ์เหล่านี้ก็เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งนั่นเอง



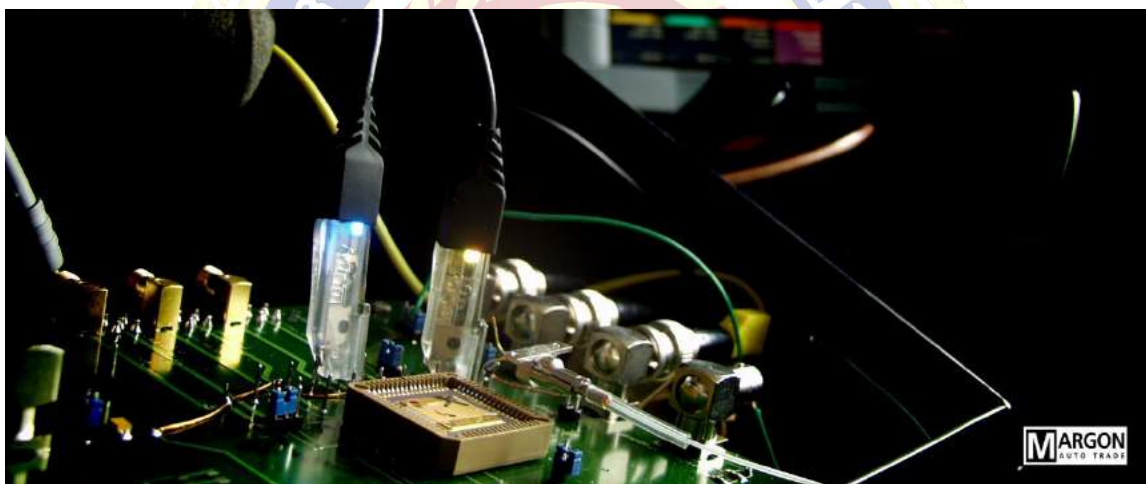
รูปที่ 3.5 Automation เครื่องระบบอัตโนมัติ ที่มีการใช้งาน PLC SENSOR ระบบตรวจจับสัญญาณ การประมวลผลภาพ หน้าจอสัมผัส เป็นต้น



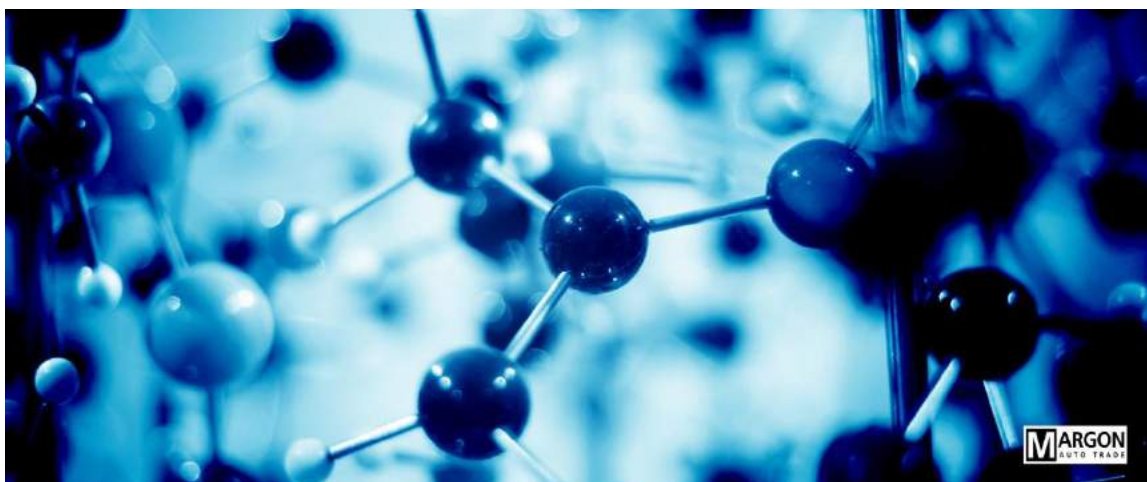
รูปที่ 3.6 Robotic ผลิตภัณฑ์หุ่นยนต์ หลากหลายแกนตามความต้องการ รวมไปถึงระบบซอฟต์แวร์และการเขียนโปรแกรม



รูปที่ 3.7 Machine ผลิตภัณฑ์เครื่องจักร เช่นเครื่องเชื่อมเหล็ก CNC เครื่องลำเลียง CONVETOR MOTOR (AC/DC) หรือ SERVO MORTOR



รูปที่ 3.8 Measurement ผลิตภัณฑ์การวัดระดับของเครื่องจักร โดยใช้ระบบ METER OSCILOSCOPE เพื่อใช้ในการวัดงานต่างๆของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ



รูปที่ 3.9 Chemical ผลิตภัณฑ์เคมี เพื่อทำความสะอาด หรือเพื่อใช้ในงานที่มีสารอันตราย



รูปที่ 3.10 Tools ผลิตภัณฑ์เครื่องมือช่าง เพื่อใช้ในงาน เครื่องจักรอุตสาหกรรม



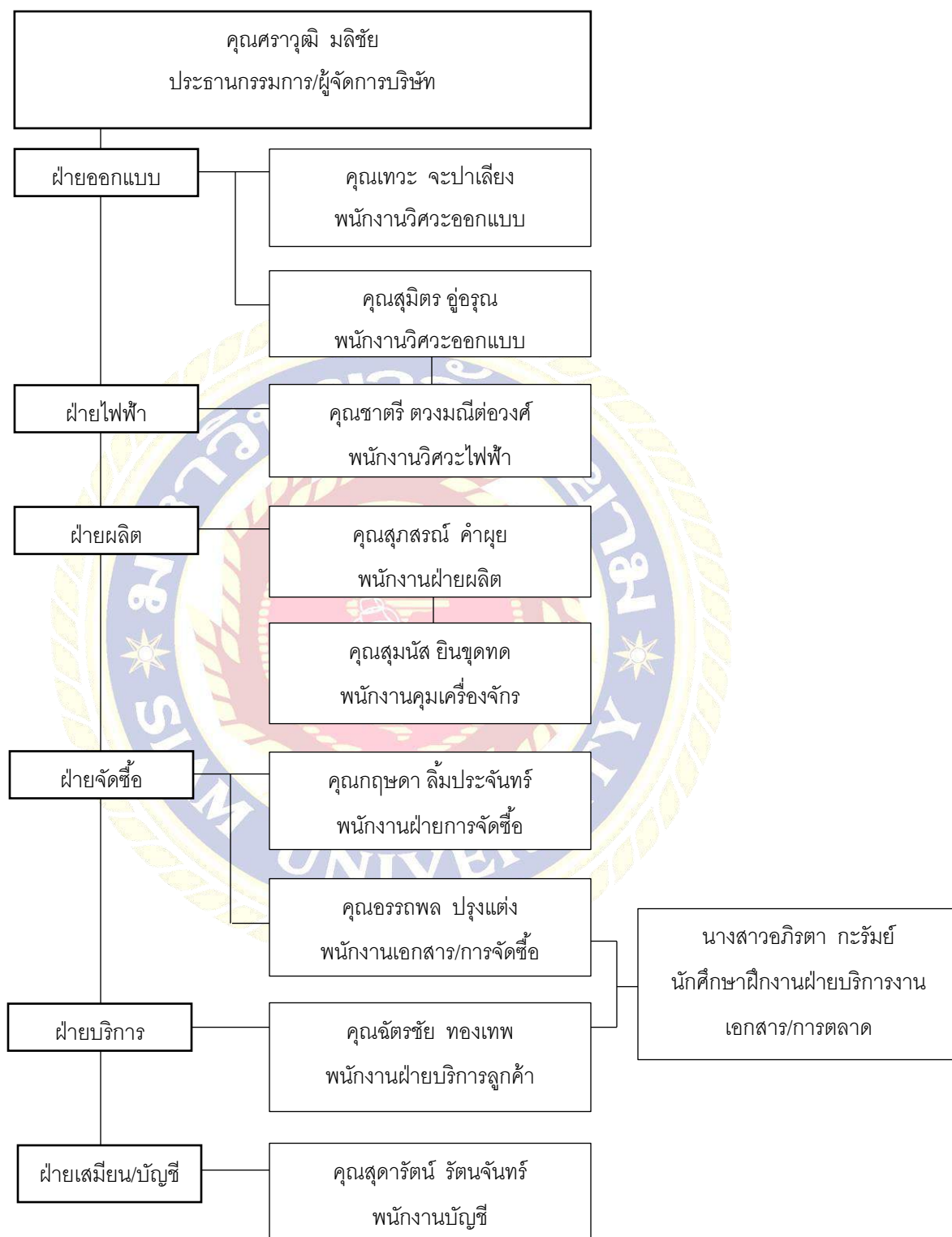
รูปที่ 3.11 Consumer อุปกรณ์เครื่องมืออื่นๆ ที่ใช้ในงานอุตสาหกรรม

3.2.4 วิสัยทัศน์

บริษัทมาร์กอน ออร์โต้เทรค จำกัด มีวิสัยทัศน์โดยมีใจความดังนี้ “มุ่งมั่น ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสร้างระบบอัตโนมัติ เพื่อพัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนการผลิตแก่ลูกค้า”



3.3 รูปแบบของการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร



รูปที่ 3.12 ลักษณะผังงานการทำงานขององค์กร

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 ตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย

- นางสาวอริตา กระรัมย์ ตำแหน่งผู้ช่วยงานเอกสาร/การบริการ/การตลาด

3.4.2 ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายดำเนินโครงการ ได้รับมอบหมายงานนอกเหนือจากการโครงการคือ เป็นผู้ช่วยประสานงานฝ่ายขายในการทำเอกสารใบเสนอราคา การสั่งซื้อ, การจัดซื้อสินค้า และเป็นผู้ช่วยในด้านการบัญชี ก่อนเข้าสู่กระบวนการซื้อ-ขาย

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

3.5.1 นายฉัตรชัย ทองเทพ ตำแหน่งงาน พนักงานฝ่ายบริการลูกค้า

3.5.2 ตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา พนักงานฝ่ายบริการลูกค้า

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

3.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ระยะเวลา 16 สัปดาห์ ระหว่างวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ.2562 - 30 สิงหาคม พ.ศ.2562

3.6.2 วันเวลาในการปฏิบัติสหกิจ

วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 09.00 น. – 18.00 น.

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.7.1 เตรียมงาน หากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการของทางบริษัท ปัจจุบันว่ามีลูกค้าและสินค้าประเภทไหน ดูได้จากประวัติการซื้อขายในใบเสนอราคา

3.7.2 หากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หาข้อมูล เพื่อให้ได้ลูกค้าใหม่ ที่มีสินค้าตามกลุ่มที่ 1 หรืออาจจะแยกหาเป็นจังหวัดหรือเขต

3.7.3 การติดต่อข้อมูลข่าวสาร ส่ง Company Profile ทางอีเมลล์ลูกค้า หรือเสนอขายสินขายโดยตรงผ่านใบเสนอสินค้า หากลูกค้าสนใจจะมีการตอบรับ และส่งรายละเอียดความต้องการของบริษัทกลับมา รอการยืนยันการซื้อ-ขาย เพื่อปิดการขายและรับโปรเจกการทำงาน

ตารางที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนินงานโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ค.61	มิ.ย. 61	ก.ค. 61	ส.ค.61
1.วางแผนการดำเนินโครงการ	←→			
2.รวบรวมข้อมูลและแนวคิด	←→			
3.ออกแบบโครงการ	←→		→	
4.จัดทำโครงการ	←→		→	
5.ตรวจสอบโครงการ			←→	→
6.จัดทำเอกสาร			←→	→

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

3.8.1 ฮาร์ดแวร์ (Hardware)

1. เครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer)
2. เครื่องพิมพ์เอกสาร (Printer)
3. โทรศัพท์มือถือ (Smartphone)
4. เครื่องถ่ายเอกสาร (Photocopier)

3.8.2 ซอฟต์แวร์ (Software)

1. โปรแกรม Microsoft Office Word 2010
2. โปรแกรม Microsoft Excel 2010
3. โปรแกรม Microsoft PowerPoint 2010

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

จากการติดตามลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างโอกาสในการขายงานขาย
ของ บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรค จำกัด มีผลการปฏิบัติงานตามโครงการดังนี้

4.1 ข้อมูลของกลุ่มลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่

4.1.1 กลุ่มลูกค้าเก่าที่ใช้บริการในปัจจุบัน

กลุ่มลูกค้าเก่าที่ใช้บริการในปัจจุบันของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรค จำกัด โดยบริษัทที่มีการ
ใช้บริการหลักๆบ่อยครั้ง มีด้วยกัน 3 จังหวัด อาทิ จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดชลบุรี และจังหวัด
ระยอง จากประวัติการซื้อ-ขายของไบเสนอราคาสินค้า โดยแบ่งตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.1 รายชื่อกลุ่มลูกค้าเก่าที่ใช้บริการในปัจจุบัน : จังหวัดสมุทรปราการ

ลำดับ	ชื่อบริษัท	ที่อยู่บริษัท	เบอร์ติดต่อ
1	Panasonic Automotive Systems Asia Pacific Co.,Ltd.	101 Moo 2 Teparak Road, T.Bangsaothong, A.Bangsaothong, Samutprakarn 10540 Thailand.	02-7233100
2	DB Function Technical Engineering Design Co., Ltd.	164/45 M.3 Bangphliyai, Bangphli,Samutprakan 10540	yukon1.db @gmail.com
3	THE SINEG ENGINEERING LTD., PART	138/4 M.3 T. BANGKAEW, A. BANGPLEE, SAMUSTPRAKARN 10540	02-7535884
4	KANG YONG ELECTRIC PUBLIC COMPANY LIMITED	67 Moo11, Bangna-Trad K.M.20 Bangplee,Samutprakarn 10540,Thailand	02-3372900
5	GPV Asia (Thailand) Co.,Ltd.	834 Moo 4, Bangpoo Industrial Estate,Soi 11-12 SukhumvitRoad, Praksa,Muang Dis, Samutprakarn 10280 Thailand	081-8252718

ตารางที่ 4.2 รายชื่อกลุ่มลูกค้าเก่าที่ใช้บริการในปัจจุบัน: จังหวัดชลบุรี

ลำดับ	ชื่อบริษัท	ที่อยู่บริษัท	เบอร์ติดต่อ
1	Furukawa Automotive Systems (Thailand) Co., Ltd.	789/72 Moo 1 Pinthong Industrial Estate Nong Khor-Laem Chabang Road Tumbon NongKham Amphur Sriracha Chonburi 20230 Thailand	038-348134-5
2	Celestica Thailand	49/18 Moo 5, Laem Chabang Industrial Estate, Tungsukla Sriracha, Chon Buri Thailand 20230	038-493562
3	ANPN TRADING CO., LTD	82/33 Moo 10 T. Nongprue A.Banglamung Chonburi 20150	090-9783692
4	Cobra Advanced Composites Co Ltd.	700/478 Amata Nakorn Industrial EstateMoo 7, Donhwaror, Muang District,Chonburi 20000, Thailand	085-2860123

ตารางที่ 4.3 รายชื่อกลุ่มลูกค้าเก่าที่ใช้บริการในปัจจุบัน: จังหวัดระยอง

ลำดับ	ชื่อบริษัท	ที่อยู่บริษัท	เบอร์ติดต่อ
1	Hitachi Tochigi Electronics (Thailand) Co., Ltd.	Eastern Seaboard Industrial Estate, 64 39 M.4 T.Pluakdaeng, A.Pluakdaeng, Rayong 21140 ,	03-8954372
2	PTT Public Company Limited	Rayong Gas Separation Plant 555 Sukhumvit Rd., Map Ta Phut, Rayong 21150	02-537-2000 ต่อ 6000
3	Yonezawa Engineering Asia (Thailand) Co., Ltd.	64/104 M.4, T.Pluakdaeng, A. Pluakdaeng , Rayong 21140	02-7553641
4	SEWS COMPONENTS (THAILAND) LIMITED. (HEAD OFFICE)	7/129 Moo.4 Mabyangporn, Pluakdaeng, Rayong 21140	03-8016821-6

4.1.2 กลุ่มลูกค้าใหม่ที่ใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน

กลุ่มลูกค้าใหม่ที่ใช้บริการในปัจจุบันของบริษัท มาร์กอน ออร์โธเทด จำกัด 3 จังหวัด อาทิ จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง จากประวัติการซื้อ-ขายของไบเซนราคาสินค้า โดยแบ่งตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.4 รายชื่อกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ใช้บริการ: จังหวัดสมุทรปราการ

ลำดับ	ชื่อบริษัท	ที่อยู่บริษัท	เบอร์ติดต่อ
1	TNS Technical Service (Thailand) Co.,Ltd. VS Technology (Thailand) Co.,Ltd.	909/216 Moo.2 T.Preksamai A.Meuang Samutprakarn 10280 29/15 Moo.5 Bangna Trad,Bangsaothong, Bangsaothong, Samutprakarn 10540	02-0111700 02-1365718
2	Asia Magnetic Winding Co., Ltd	999 Moo 7 Bangplee Kingkaew Rd. Bangplee Yai, Bangplee, Samutprakarn 10540	02-7511260
3	SIIX EMS (THAILAND) CO., LTD.	172/7 Moo 8 Soi Suksawadi 74, Suksawadi Road, Bangkru, Phrapradaeng, Samutprakan, 10130 THAILAND	02-4628333

ตารางที่ 4.5 รายชื่อกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ใช้บริการ : จังหวัดชลบุรี

ลำดับ	ชื่อบริษัท	ที่อยู่บริษัท	เบอร์ติดต่อ
1	Kimball Electronics (Thailand) LTD	49/45 MOO 5 Laem Chabang Industrial EstateSukhumvit RoadThungsukhla Sriracha Chonburi, 20230Thailand	094-9929624 086-8445111
2	Yamazaki Electronics - Thailand Co.,Ltd.	Pinthong Industrial Estate 3219/28 Moo 6 T.Bo win A.Sriracha Chonburi 20230	038-110123- 7
3	Azbil Production (Thailand) Co.,Ltd.	700/1013 Amata Nakorn Industrail Estate M.9, T.Mabpong A.Phanthong Chonburi 20160 Thailand.	03-8109301

ตารางที่ 4.6 รายชื่อกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ใช้บริการ : จังหวัดระยอง

ลำดับ	ชื่อบริษัท	ที่อยู่บริษัท	เบอร์ติดต่อ
1	YOKOHAMA TIRE MANUFACTURING (THAILAND) CO., LTD	7/216 Moo.6 Amata City Industrial Estate, T.Mapyangpoom, A.Pluakdang, Rayong 21140	089-8110473
2	Crathco Ltd.	8/10 Moo 3 T.Samnakton A.Banchang Rayong 21130	081-9458404
3	STANLEY Engineered FasteningInfastech Thai Co., Ltd.	Easternseaboard Industrial Estate 64/132 M.4 Pluakdaeng sub-district, Pluakdaeng district, Rayong 21140	Khemruji.Tho ngruang @sbdinc.com
4	บริษัท สยาม ซูโม่ จำกัด	500/13 หมู่ 3 ต.ตาสีหรี อ.ปลวกแดง จ. ระยอง 21140	03-3012022

4.2 สร้างโอกาสในการขายช่องทางการขายสินค้า ทางอีเมล (E-mail)

เมื่อได้ชื่อ และเบอร์ติดต่อทางบริษัทของกลุ่มลูกค้าเรียบร้อยแล้ว จะดำเนินการขายสินค้า โดยมีขั้นตอนการเสนอขายดังนี้

4.2.1 ส่ง Company Profile ทางอีเมลลูกค้า ให้กลุ่มลูกค้าทางอีเมล (E-mail) หรือขายโดยตรงด้วยใบเสนอขายสินค้า (brochures)

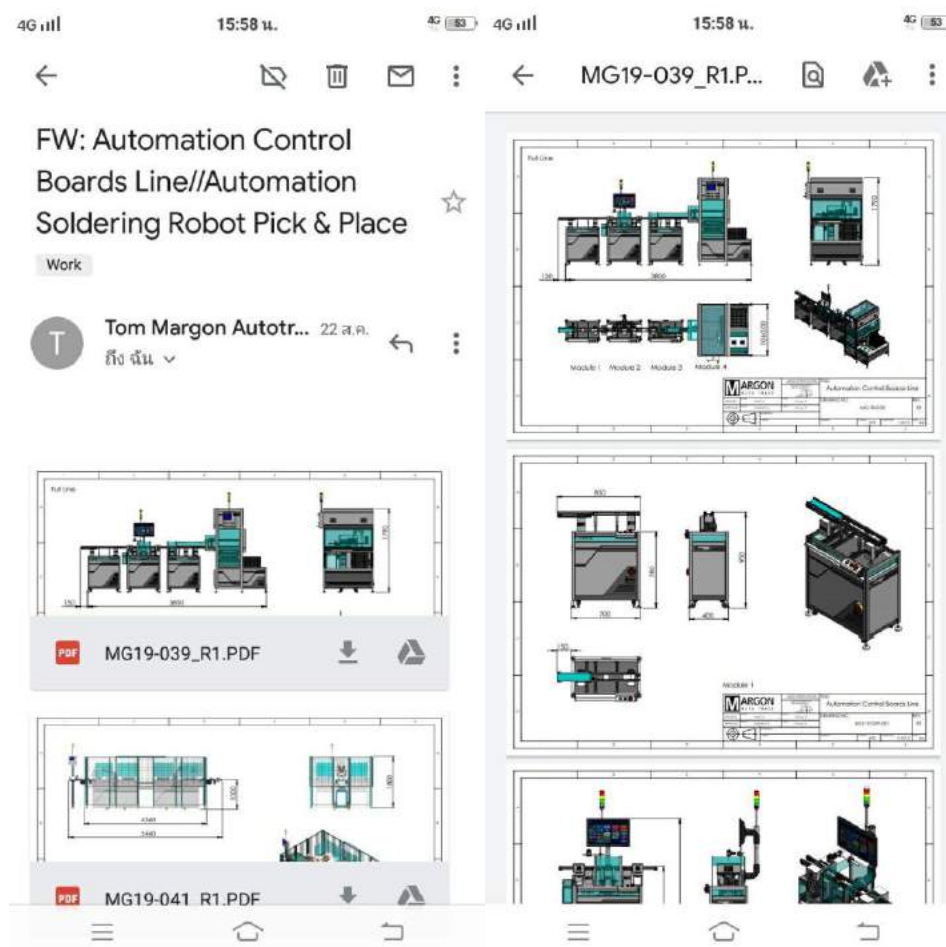
การเสนอขายทางอีเมลอาจเกิดขึ้น เมื่อลูกค้ายื่นติดต่อรับการเสนอขาย หรือการขายจะเกิดขึ้นเมื่อทางบริษัท ได้จัดออกบูทงานใหญ่ๆ โดยล่าสุด ทางบริษัท ได้มีการจัดบูท ที่ Bitec Bangna ในงาน NEPCON Thailand 2019 ใน Hall98 บูท 8E48 เป็นเวลา 3 วัน ระหว่างวันที่ 19-22 มิถุนายน 2562 ณ ไบเทคบางนา

4.2.2 ส่ง E-mail สอบถามลูกค้า

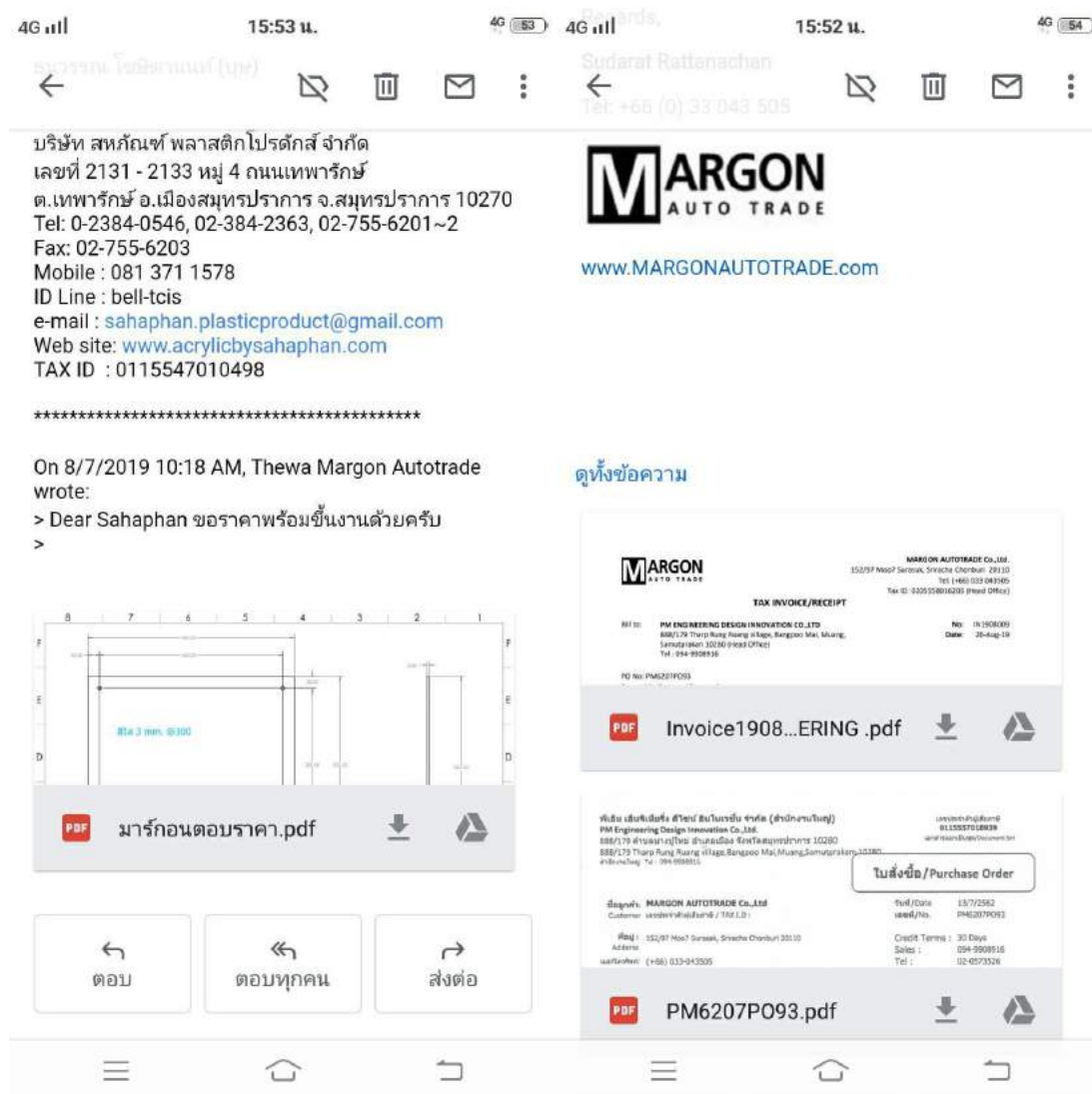
หลังจากส่งอีเมล (E-mail) ให้ลูกค้า 3 วัน จะมีการตรวจสอบการยืนยันการรับอีเมล หากไม่ได้รับจะมีการส่งอีกครั้ง และรอผลการติดต่อ หากลูกค้าสนใจจะมีการตอบรับ และส่งรายละเอียดความต้องการของบริษัทกลับมา

4.2.3 รอการยืนยันการซื้อ-ขาย เพื่อปิดการขายและรับโปรเจกต์การทำงาน

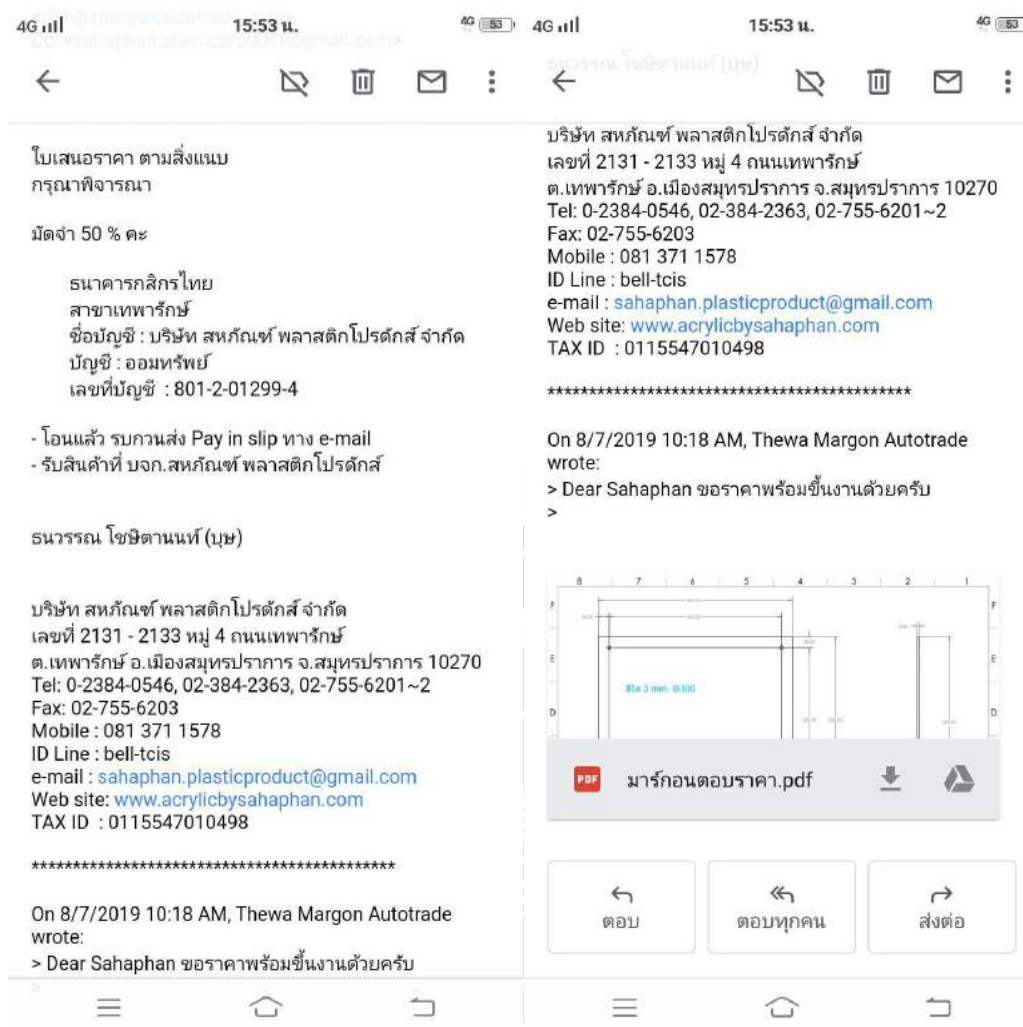
หากมีการยืนยันการซื้อ-ขายสินค้า เราจะทำการนัดวัน-เวลาที่ลูกค้าได้ทำการตกลงไว้ ให้ทำการเข้าพบกับลูกค้าเพื่ออธิบายข้อมูลเพิ่มเติม



รูปที่ 4.1 ส่ง Company Profile ทางอีเมลลูกค้า ให้กลุ่มลูกค้าทางอีเมล (E-mail)



รูปที่ 4.2 ผลตอบรับการสั่งซื้อ-ขายของลูกค้า และเงื่อนไขต่าง ๆ ในการสั่งซื้อ



รูปที่ 4.3 ยืนยันการซื้อขาย และปิดการซื้อขายเพื่อรับโปรเจกต์การทำงาน

4.3 กลยุทธ์ในการเสนอขายสินค้า

4.3.1 บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรค จำกัด มีกลยุทธ์ในด้านการส่งเสริมราคาขายสินค้า เมื่อมีการซื้อ-ขายจำนวนที่มากขึ้น สามารถมีการวางแผนลดจำนวนการซื้อขายได้ก่อน 50% ของราคาซื้อขาย และมีส่วนลดเพิ่มเติม ในตามข้อตกลงการซื้อ-ขายสินค้าตามจำนวนที่ตกลงกันได้ และความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าของผู้ใช้บริการ

4.3.2 กลุ่มลูกค้าของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรค จำกัด จะมีลูกค้าใหม่แฉะเวียนและลูกค้าเก่า ลูกค้าประจำเสมอ ส่วนใหญ่ทางบริษัท จะเน้นให้ความสำคัญกับลูกค้าเก่า ที่มีการใช้บริการมากที่สุด และการบริการของแต่ละองค์กรจะใช้กลยุทธ์แตกต่างกันออกไป ตามความเหมาะสม ตัวอย่างเช่น

ลูกค้าเก่า (ลูกค้าประจำ) จำต้องทำการใช้บริการของทางบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรค จำกัด โดยแต่ละยอดของแต่ละเดือน ต้องไม่ต่ำกว่า 30,000 บาทขึ้นไป บริษัทจะมีเครดิตในการซื้อ-ขายให้เป็นเวลา 30 วัน รวมถึงความรวดเร็วในการบริการในแต่ละครั้ง

ลูกค้าใหม่ (ลูกค้าแฉะเวียน) จะได้รับการบริการแบบมาตรฐานการให้บริการ และมีเครดิตการซื้อ-ขายเป็นเวลา 15 วัน

จากกลยุทธ์ในการซื้อ-ขายเพื่อขยายโอกาสในการขยายงานขายของบริษัท มาร์กอนออร์โต้เทรค ได้มีการกำหนด ตำแหน่งผลิตภัณฑ์การบริการของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรค จำกัด โดยหลัก จะเน้นการบริการที่รวดเร็ว สามารถเรียกใช้ได้ตามความต้องการ แม้ไม่ใช่วันทำการปกติ (อาจมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเล็กน้อย) และยังมีการกำหนดค่าบริการในราคาที่ถูก พบว่า กลุ่มลูกค้ามีการซื้อ-ขายเพิ่มมากขึ้น และบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรค ได้เป็นส่วนหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ สามารถเพิ่มยอดขายได้มากยิ่งขึ้น ตามวัตถุประสงค์อีกด้วย

บทที่ 5

สรุปผลปฏิบัติงานและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลจากโครงการ

5.1.1 สรุปผลโครงการ

พบว่า ทราบถึงข้อมูลรายชื่อ ของกลุ่มลูกค้าในประเทศที่เข้ามาใช้บริการของ บริษัท มาร์กอน ออร์โต้ จำกัด ทราบกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ตามตำแหน่งที่ตั้งที่อยู่ในจังหวัด สมุทรปราการ ชลบุรี และ ระยอง โดยตรวจสอบจากประวัติการซื้อ-ขายสินค้าและบริการ และยังสามารถเพิ่มยอดขายได้มากยิ่งขึ้น ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

5.1.1.1 สรุปผลของกลุ่มข้อมูลของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ จากการติดตาม โดยมีวิธีการ คือ ส่ง Company Profile ทางอีเมลล์ลูกค้า ให้กลุ่มลูกค้าทางอีเมลล์ (E-mail) หรือขายโดยตรงด้วยใบเสนอขาย สินค้า (brochures) การเสนอขายทางอีเมลล์อาจเกิดขึ้น เมื่อลูกค้ายินดีต่อการรับการเสนอขาย หรือการขาย จะเกิดขึ้น เมื่อทางบริษัท ได้จัดออกบูทงานใหญ่ๆ หลังจากส่งอีเมลล์ (E-mail) ให้ลูกค้า 3 วัน จะมีการ ตรวจสอบการยืนยันการรับอีเมลล์ หากไม่ได้รับจะมีการส่งอีกครั้ง และรอผลการติดต่อ หากลูกค้าสนใจ จะมีการตอบรับ และส่งรายละเอียดความต้องการของบริษัทกลับมา และขั้นสุดท้าย คือ รอการยืนยัน การซื้อ-ขาย เพื่อปิดการขายและรับโปรเจกต์การทำงาน หากมีการยืนยันการซื้อ-ขายสินค้า เราจะทำการ นัดวัน-เวลาที่ลูกค้าได้ทำการตกลงไว้ ให้ทำการเข้าพบกับลูกค้าเพื่ออธิบายข้อมูลเพิ่มเติม และทำการปิด การขายตามระบบ

5.1.1.2 การติดตามกลุ่มลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ได้ทราบได้รู้กลุ่มลูกค้าของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด พบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ตามตำแหน่งที่ตั้งที่อยู่ในจังหวัด สมุทรปราการ ชลบุรี และระยอง โดยตรวจสอบจากประวัติการซื้อ-ขายสินค้าและบริการของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด

5.1.1.3 บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด มีกลยุทธ์ในด้านการส่งเสริมราคาขายสินค้า เมื่อมี การซื้อ-ขายจำนวนที่มากขึ้น สามารถมีการวางแผนลดจำการซื้อขายได้ก่อน 50% ของราคาซื้อขาย และมี ส่วนลดเพิ่มเติม ในตามข้อตกลงการซื้อ-ขายสินค้าตามจำนวนที่ตกลงกันไว้ และความพึงพอใจในการ เลือกซื้อสินค้าของผู้ใช้บริการ กลุ่มลูกค้าของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด จะมีลูกค้าใหม่และ เวียนและลูกค้าเก่าลูกค้าประจำเสมอ ส่วนใหญ่ทางบริษัท จะเน้นให้ความสำคัญกับลูกค้าเก่า ที่มีการใช้ บริการมากที่สุด และการบริการของแต่ละองค์กรจะใช้กลยุทธ์แตกต่างกันออกไป ตามความเหมาะสม ตัวอย่างเช่น

ลูกค้าเก่า (ลูกค้าประจำ) จำต้องทำการใช้บริการของทางบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรค จำกัด โดยแต่ละยอดของแต่ละเดือน ต้องไม่ต่ำกว่า 30,000 บาทขึ้นไป บริษัทจะมีเครดิตในการซื้อ-ขาย ให้เป็นเวลา 30 วัน รวมถึงความรวดเร็วในการบริการในแต่ละครั้ง

ลูกค้าใหม่ (ลูกค้าแะเวียน) จะได้รับการบริการแบบมาตรฐานการให้บริการ และมีเครดิตการซื้อ-ขายเป็นเวลา 15 วัน

จากกลยุทธ์ในการซื้อ-ขายเพื่อขยายโอกาสในการขยายงานขายของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรค ได้มีการกำหนด ตำแหน่งผลิตภัณฑ์การบริการของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรค จำกัด โดยหลัก จะเน้นการบริการที่รวดเร็ว สามารถเรียกใช้ได้ตามความต้องการ แม้ไม่ใช่วันทำการปกติ (อาจมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเล็กน้อย) และยังมีการกำหนดค่าบริการในราคาที่ถูก พบว่า กลุ่มลูกค้ามีการซื้อ-ขาย เพิ่มมากขึ้น และบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรค ได้เป็นส่วนหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ สามารถเพิ่มยอดขายได้มากยิ่งขึ้น ตามวัตถุประสงค์ที่กล่าวมาข้างต้น

5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติสหกิจศึกษา

5.2.1 ข้อเสนอแนะสถานประกอบการ

ผู้จัดทำขอให้ข้อเสนอแนะสถานประกอบการเพื่อใช้เป็นแนวทางการจัดการปัญหา และหาแนวทางป้องกันอุปสรรค ดังนี้

5.2.1.1 บริษัทควรจัดตารางการหยุด-ลางานของพนักงานให้มีการหยุดให้ตรงตามที่กฎหมายแรงงาน 13 วัน ให้อย่างชัดเจน และให้มีการลาหยุดอย่างเป็นระบบ โดยต้องไม่ส่งผลกระทบต่อลูกค้า และพนักงานท่านอื่นๆ

5.2.1.2 เรื่องสุขอนามัย ควรมีการแบ่งหน้าที่การดูแลรักษาความสะอาด เพื่อสุขภาพอนามัยที่ดี แล้วยังเป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัทอีกด้วย

5.2.1.3 การแบ่งหน้าที่การทำงาน ควรระบุให้ชัดเจน ในตำแหน่งหน้าที่ เพื่อการทำงาน จะได้รับรู้ไม่ขัดแย้งกันในการบริการลูกค้า

5.3 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.3.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.3.1.1 มีโอกาสได้ปฏิบัติงานจริง ได้ประสบการณ์การทำงานในระบบอุตสาหกรรม ทราบกระบวนการการทำงาน of ฝ่ายขาย ฝ่ายจัดซื้อ เรียนรู้โครงสร้างการทำงานของบริษัท

5.3.1.2 ได้นำความรู้ความสามารถที่ได้เรียนมา ได้ใช้ปฏิบัติจริงภายในงานได้ ทั้งทางด้านทฤษฎี และการปฏิบัติ

5.3.1.3 ได้เรียนรู้การแก้สถานการณ์เฉพาะหน้า เมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันเกิดขึ้น

5.3.1.4 ได้เรียนรู้การทำงานจริง มีความรับผิดชอบต่อการทำงาน

5.3.2 ปัญหาที่พบในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.3.2.1 ไม่สามารถออกไปพบเจอลูกค้าด้วยตนเองได้ เพราะยังใช้ยานพาหนะไม่เป็น

5.3.2.2 เกิดข้อผิดพลาดในการทำงานบ่อยครั้ง เนื่องจากไม่เคยปฏิบัติงานจริงมาก่อน

5.3.2.3 ข้อมูลส่วนที่สำคัญไม่ สามารถนำมาใส่ในรูปเล่มรายงานได้ เนื่องจากเป็น ข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยกับนักศึกษาได้

5.4 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.4.1 วิธีแก้ปัญหที่พบในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.4.1.1 ฝึกฝนการขับขี่ ใช้ยานพาหนะให้เป็นเพื่อสะดวกในการติดต่อลูกค้า

5.4.1.2 เรียนรู้การทำงานให้มากขึ้น ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มที่ เพื่อให้เกิดข้อบกพร่องให้น้อยที่สุด เพื่อให้เกิดผลดีต่อตนเอง และบริษัท

5.4.1.3 นำข้อมูลในส่วนที่บริษัทอนุญาตให้เปิดเผยได้ มาจัดทำรูปเล่มรายงาน

บรรณานุกรม

- กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: พงษ์วรินทร์ พรินติ้ง.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). *องค์การและการบริหาร*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ธิตินพล เทียมจันทร์. (2562). *หลักการแบ่งส่วนการตลาด*. เข้าถึงได้จาก
<https://www.brandingchamp.com/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%99%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94>
- ธีระชัย เนียมหลวง. *SWOT Analysis กับองค์กรและบุคคล*. เข้าถึงได้จาก
kromchol.rid.go.th/design/KM/SWOTAnalysis/กับองค์กรและบุคคล.
- บริษัท มาร์กอน ออร์โตรีเทรด จำกัด. (2562). *ABOUT US*. เข้าถึงได้จาก <http://margonautotrade.com/>
- ภัทรสินี ภัทรโกศล. (2543). *ความรู้คอมพิวเตอร์เบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.อินฟอร์ เมชั่น แอนด์ พับลิเคชัน.
- วิภา เจริญภักดิ์. (2539). *เอกสารการสอนชุดวิชาคอมพิวเตอร์เบื้องต้น*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). *กลยุทธ์การตลาด: การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไคมอนอินบิสิเนสเวิร์ล.
- สมาคมไฟฟ้าแสงสว่างแห่งประเทศไทย. (2548). *ความรู้พื้นฐานด้านแสงสว่าง*. กรุงเทพฯ: สมาคมฯ.
- อำพล ช่อตรง. (2536). *ชิ้นส่วนเครื่องจักรกล*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- SMELeader Channel. (2562). *วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าด้วยสูตร 6W1H*. เข้าถึงได้จาก
<https://www.smeleader.com/%E0%B8%9E%E0%B8%A4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B9%82%E0%B8%A0%E0%B8%84/>

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
ภาพการปฏิบัติงาน



รูปที่ ก.1 สถานที่ประกอบการ Head Office จังหวัดชลบุรี



รูปที่ ก.2 บรรยากาศภายในสถานที่ปฏิบัติงาน จังหวัดชลบุรี



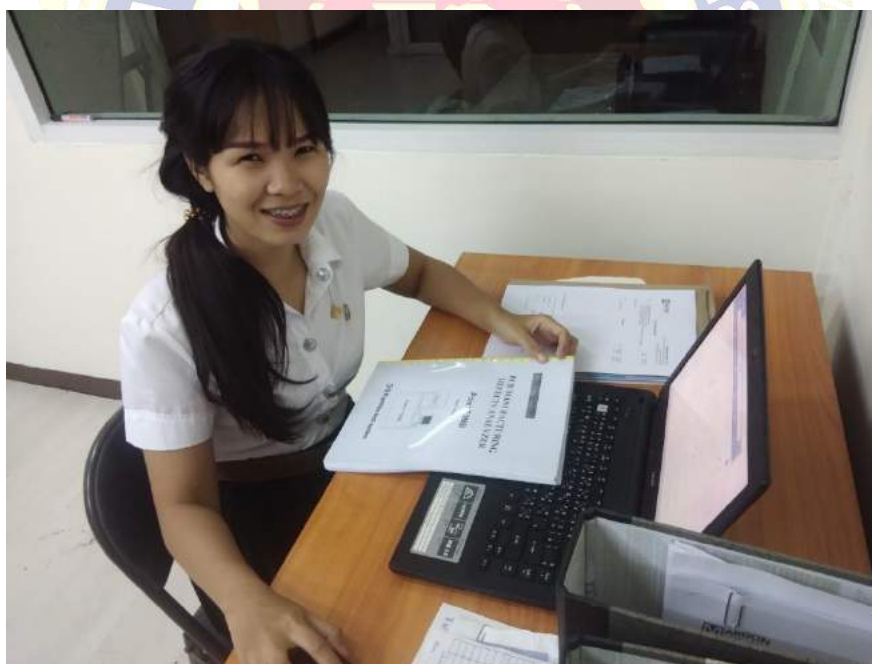
รูปที่ ก.3 เอกสารข้อมูลต่าง ๆ ภายในบริษัท มาร์คอน ออร์โต้เทรค



รูปที่ ก.4 ภาพบรรยากาศ บูธแสดงสินค้างาน NEPCON Thailand 2019 ใน Hall98 บูธ 8E48 ระหว่างวันที่ 19-22 มิถุนายน 2562 ณ ไบเทคบางนา



รูปที่ ก.5 ภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ภายในบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรค จำกัด



รูปที่ ก.6 ภาพการค้นคว้าหาข้อมูลเอกสารงานอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อจัดทำรายงาน

การติดตามลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างโอกาสในการขยายงานขาย

ของบริษัท มาร์กอน ออโต้เทรด จำกัด

**Following up with Existing Customers and New Customers for Building the Opportunity of
sales Expansion of Margon Autotrade Co. Ltd.**

นางสาวอภิตา กระรัมย์ 5804300362

ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

E-mail: Marugee01@gmail.com

บริษัท มาร์กอน ออโต้เทรด จำกัด เป็น
บริษัทค้าขาย จำหน่าย นำเข้า ส่งออก อุปกรณ์
ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์ทาง
วิศวกรรม ปัจจุบันลูกค้าที่เข้ามาติดต่อมีจำนวน
มาก ทางบริษัทจึงเล็งเห็นว่า อาจต้องมีการติดตาม
ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างฐานและโอกาส
ในการขยายงานขาย ของบริษัท มาร์กอน ออโต้
เทรด

การติดตามลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อ
สร้างโอกาสในการขยายงานขาย ของบริษัท
มาร์กอน ออโต้เทรด จำกัดมีวัตถุประสงค์ เพื่อ
ทราบถึงข้อมูลของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
บริษัท มาร์กอน ออโต้เทรด จำกัด เพื่อนำข้อมูลมา
ศึกษารวบรวมหากกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการหา
กลุ่มลูกค้าใหม่ในบริษัท และ เพื่อเพิ่มยอดขายของ
แผนกส่งเสริมการขายให้มากยิ่งขึ้น มีผลการศึกษา
โดยศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการตลาดใน
การเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยใช้การสำรวจ
ติดตามลูกค้าที่มีความสนใจในตัวสินค้า กลุ่มลูกค้า
ที่อยู่ตามหน่วยงาน เมื่อได้กลุ่มลูกค้า จึงมาหาข้อมูล
เพื่อให้ได้ลูกค้าใหม่ ว่ามีบริษัทไหนบ้าง ที่มีสินค้า
ตามกลุ่มที่ต้องการ อาจหาจากอินเทอร์เน็ต แยกหา

เป็น จังหวัดหรือเขต เมื่อได้ชื่อบริษัทฯ มาเสร็จ
ดำเนินการขายตามระบบ ขั้นตอนต่อไป คือ ส่ง
Company Profile ทางอีเมล หรือให้โดยตรงด้วยใบ
เสนอสินค้า (Brochures) ติดต่อสอบถามลูกค้าว่า
ได้รับข้อมูลหรือไม่ และเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มี
ผลทำให้เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจในตัว
ผลิตภัณฑ์ และการบริการของทางบริษัท มาร์กอน
ออโต้เทรด จำกัด

Margon Autotrade Co., Ltd. is a
company providing sales, import and export of
electrical equipment, and engineering
equipment. Nowadays, there are a lot of
customers, and the company foresees that it must
have the process of following up with existing
customers and new customers in order to build a
customer base and increase the opportunity for
sales expansion for Margon Autotrade Co., Ltd.

The following up with existing
customers and new customers for building the
opportunity on sale expansion of Margon
Autotrade Co., Ltd, has the intention to know the

customers who use the company's service, to study and collect information, analyze the target group for new customers, and to increase the volume off the sales promotion department. From studying through surveys of our existing customers on the type of customers and products, when we get the customer group, we will find information to get new customers who have the desired product, and we can find them from the internet by searching from province or district. When we get the customer names, we follow the sale process and the next step is sending company profile via email or sending them brochures directly. We then call the customers to make sure that they received the company profile and propose new products to make the customers interested and know the service of Margon Autotrade Company Limited.

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบถึงข้อมูลของกลุ่มลูกค้าในประเทศ ที่เข้ามาใช้บริการบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด
2. เพื่อศึกษารวบรวมกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการหากลุ่มลูกค้าใหม่และเก่าในบริษัท
3. เพื่อเพิ่มยอดขายของแผนกส่งเสริมการขายให้มากยิ่งขึ้น โดยใช้กลยุทธ์การขาย ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ขอบเขต

การศึกษาเรื่องการติดตามกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมมีขอบเขตดังนี้

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการตลาดในการเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยใช้การสำรวจติดตามลูกค้าที่มีความสนใจในตัวสินค้า กลุ่มลูกค้าที่อยู่ตามโรงงาน
2. ศึกษาและรวบรวมรายชื่อของกลุ่ม เป้าหมาย ที่เข้ามาใช้บริการจำนวนมากที่สุด โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มอุตสาหกรรม และแบ่งตามจังหวัดที่เข้ามาใช้บริการมากที่สุด
3. ศึกษาช่วงวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ.2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ.2562

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบถึงข้อมูลของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของ บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด
2. ได้ทราบได้รู้กลุ่มลูกค้าของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด
3. บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด สามารถเพิ่มยอดขายได้มากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

เพื่อสร้างโอกาสในการขยายงานขายลูกค้ารายใหม่และลูกค้าเก่า โดยหากลุ่มลูกค้าที่ให้บริการของทางบริษัท ปัจจุบันว่ามีกลุ่มลูกค้าจังหวัดหลักๆจังหวัดใดบ้าง ดูได้จากประวัติการซื้อ-ขายในใบเสนอราคาเมื่อได้ชื่อ และเบอร์ติดต่อทางบริษัทของกลุ่มลูกค้าเรียบร้อยแล้ว จะ

ดำเนินการขายสินค้า โดยมีขั้นตอนการเสนอขาย ดังนี้

1. ส่ง Company Profile ทางอีเมลลูกค้า ให้กลุ่มลูกค้าทางอีเมล (E-mail) หรือขายโดยตรงด้วยใบเสนอขายสินค้า (brochures)

การเสนอขายทางอีเมลอาจเกิดขึ้น เมื่อลูกค้ายินดีต่อการรับการเสนอขาย หรือการขายจะเกิดขึ้น เมื่อทางบริษัท ได้จัดออกบูทงานใหญ่ๆ

2. ส่ง E-mail สอบถามลูกค้า และหลังจากส่งอีเมล (E-mail) ให้ลูกค้า 3 วัน จะมีการตรวจสอบการยืนยันการรับอีเมล หากไม่ได้รับจะมีการส่งอีกครั้ง และรอผลการติดต่อ หากลูกค้าสนใจจะมีการตอบรับ และส่งรายละเอียดความต้องการของบริษัทกลับมา

3. รอการยืนยันการซื้อ-ขาย เพื่อปิดการขายและรับโปรเจกต์การทำงาน หากมีการยืนยันการซื้อ-ขายสินค้า เราจะทำการนัดวัน-เวลาที่ลูกค้าได้ทำการตกลงไว้ ให้ทำการเข้าพบกับลูกค้าเพื่ออธิบายข้อมูลเพิ่มเติม

รายละเอียดของโครงการ

การศึกษาเรื่อง การติดตามกลุ่มลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างโอกาสในการขยายงานขายของ บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด มีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงข้อมูลของกลุ่มลูกค้าในประเทศ ที่เข้ามาใช้บริการบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด ศึกษารวบรวมกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการหากลุ่มลูกค้าใหม่และเก่าในบริษัท เพื่อเพิ่มยอดขายของแผนกส่งเสริมการขายให้มากยิ่งขึ้น โดยใช้กลยุทธ์การขาย ให้

เป็นที่รู้จักในกลุ่มงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ด้านอิเล็กทรอนิกส์

สรุปผล

จากรายงานพบว่า ได้ทราบถึงข้อมูลรายชื่อ ของกลุ่มลูกค้าในประเทศที่เข้ามาใช้บริการของ บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด ทราบกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ตามตำแหน่งที่ตั้งที่อยู่ในจังหวัด สมุทรปราการ ชลบุรี และระยอง โดยตรวจสอบจากประวัติการซื้อ-ขายสินค้า และบริการ จากการศึกษาข้อมูลเหล่านั้นนั้น สามารถทำให้เราได้ทำการสืบค้นและหาข้อมูลในการเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ได้อย่างชัดเจน และเพิ่มยอดขายได้เพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด ได้เป็นที่รู้จักในกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ด้านอิเล็กทรอนิกส์ ตามวัตถุประสงค์

กิตติกรรมประกาศ

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ.2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ.2562 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและการปฏิบัติงานในอนาคต เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตำแหน่ง การบริการงานเอกสาร/การตลาด ณ บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด สามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคตโดยได้รับความร่วมมือจาก บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด ได้สอน

ได้เรียนรู้งาน และปัญหาที่พบในการทำงานใน
แผนกต่าง ๆ จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ และ
สนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

- 1.นายศราวุฒิ มลิชัย ประธานกรรมการบริษัท
- 2.นายฉัตรชัย ทองเทพ พนักงานฝ่ายบริการ
3. อาจารย์มนทิรา ตันตระวานิชย์ อาจารย์ที่
ปรึกษาสหกิจศึกษา

และบุคลากรท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าว
นามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการ
จัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วน
เกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล
และเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จน
เสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแลและให้ความ
เข้าใจในชีวิตการทำงานจริง ซึ่งผู้จัดทำ
ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

อ้างอิง

ธิดิพล เทียมจันทร์ (แชมป์). Digital Marketing
Consultant. หลักการแบ่งส่วนการตลาด
[ออนไลน์]. www.brandingchamp.com/
หลักในการแบ่งส่วนตลาด. (สืบค้นวันที่
15 มิถุนายน 2562)

SMELeader Channel. วิเคราะห์พฤติกรรม
ลูกค้าด้วยสูตร 6W1H [ออนไลน์].
www.smeleader.com/พฤติกรรม
ผู้บริโภค. (สืบค้นวันที่ 15 มิถุนายน
2562)

บริษัท มาร์กคอน ออร์โต้เทรด จำกัด.

“ม.ป.ป.”. สืบค้นจาก

www.margonautotrade.com.

ไฟฟ้าในชีวิตประจำวัน. [ออนไลน์].

“ม.ป.ป.”. สืบค้นจาก

<http://TV11.prd.go.th/khonkaen>.

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556).

ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ:

พงษ์วริน พรินตัง.

ธงชัย สันติวงษ์. (2539). องค์การและการ
บริหาร. (พิมพ์ครั้งที่10). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช.

ภัทรสินี ภัทรโกศล. (2543). ความรู้คอมพิวเตอร์
เบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 3).

กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.อินฟอร์ เมชั่น

แอนด์ พับลิเคชัน.

วิภา เจริญภักดิ์ทรัพย์. (2539). เอกสารการสอนชุด
วิชาคอมพิวเตอร์เบื้องต้น. นนทบุรี:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย

สุโขทัยธรรมาราช.

สมาคมไฟฟ้าแสงสว่างแห่งประเทศไทย.

(2548). ความรู้พื้นฐานด้านแสง

สว่าง. กรุงเทพฯ: สมาคมฯ.

อำพล ชื่อดรงค์. (2536). ชิ้นส่วนเครื่องจักรกล.

กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552).กลยุทธ์การตลาด :

การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ :

โรงพิมพ์ไคมอนอินบิสิเนสเวิร์ด.



การติดตามลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างโอกาสในการขยายงานขาย
ของบริษัท มาร์กอน ออโต้เทรด จำกัด

Following up with Existing Customers and New Customers for Building
the Opportunity of sales Expansion of Margon Autotrade Co. Ltd.

ภาควิชาการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยสยาม

นางสาวอริตา กระรัมย์ 580430032

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์มนทิรา ตันตระวานิชย์

บทคัดย่อ

บริษัท มาร์กอน ออโต้เทรด จำกัด เป็นบริษัทค้าขาย จำหน่าย นำเข้า ส่งออก อุปกรณ์ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อุปกรณ์ทางวิศวกรรม ปัจจุบันลูกค้าที่เข้ามาติดต่อมีจำนวนมาก ทางบริษัทจึงเล็งเห็นว่า อาจต้องมีการติดตามลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างโอกาสในการขยายงานขาย ของบริษัท มาร์กอน ออโต้เทรด

การติดตามลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างโอกาสในการขยายงานขาย ของบริษัท มาร์กอน ออโต้เทรด จำกัดมีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงข้อมูลของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ บริษัท มาร์กอน ออโต้เทรด จำกัด เพื่อนำข้อมูลมาศึกษารวบรวมหากลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการหากลุ่มลูกค้าใหม่ในบริษัท และเพื่อเพิ่มยอดขายของแผนกส่งเสริมการขายให้มากยิ่งขึ้น มีผลการศึกษา โดยศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการตลาดในการเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยใช้การสำรวจติดตามลูกค้าที่มีความสนใจในตัวสินค้า กลุ่มลูกค้าที่อยู่ตามหน้างาน เมื่อได้กลุ่มลูกค้า จึงมาหาข้อมูล เพื่อให้ได้

ลูกค้าใหม่ ว่ามีบริษัทไหนบ้าง ที่มีสินค้าตามกลุ่มที่ต้องการ อาจหาจากอินเทอร์เน็ต แยกหาเป็น จังหวัดหรือเขต เมื่อได้ชื่อบริษัทฯ มาเสร็จ ดำเนินการขายตามระบบ ขั้นตอนต่อไป คือ ส่ง Company Profile ทางอีเมลล์ หรือให้โดยตรงด้วยใบเสนอสินค้า (Brochures) ติดต่อสอบถามลูกค้าว่าได้รับข้อมูลหรือไม่ และเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เป็นผลทำให้เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ และการบริการของทางบริษัท มาร์กอน ออโต้เทรด จำกัด

วัตถุประสงค์

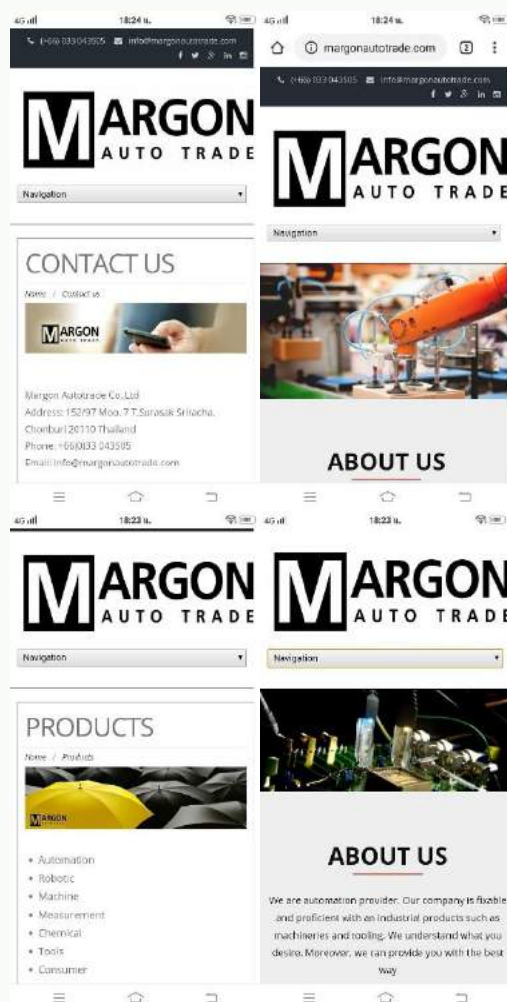
1. เพื่อทราบถึงข้อมูลของกลุ่มลูกค้าในประเทศ ที่เข้ามาใช้บริการบริษัท มาร์กอน ออโต้เทรด จำกัด
2. เพื่อศึกษารวบรวมกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการหากลุ่มลูกค้าใหม่และเก่าในบริษัท
3. เพื่อเพิ่มยอดขายของแผนกส่งเสริมการขายให้มากยิ่งขึ้น โดยใช้กลยุทธ์การขาย ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบถึงข้อมูลของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของ บริษัท มาร์กอน ออโต้ จำกัด
2. ได้ทราบได้รู้กลุ่มลูกค้าของบริษัท มาร์กอน ออโต้เทรด จำกัด
3. บริษัท มาร์กอน ออโต้เทรด จำกัด สามารถเพิ่มยอดขายได้มากยิ่งขึ้น

สรุปผล

จากรายงานพบว่า ได้ทราบถึงข้อมูลรายชื่อของกลุ่มลูกค้าในประเทศที่เข้ามาใช้บริการของ บริษัท มาร์กอน ออร์โต้ จำกัด ทราบถึงกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ตามตำแหน่งที่ตั้งที่อยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ ชลบุรี และระยอง โดยตรวจสอบจากประวัติการซื้อ-ขายสินค้าและบริการ จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเหล่านี้สามารถทำให้เราได้ทำการสืบค้นและหาข้อมูลในการเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ได้อย่างชัดเจน และเพิ่มยอดขายได้เพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด ได้เป็นที่รู้จักในกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดเล็กด้านอิเล็กทรอนิกส์ ตามวัตถุประสงค์



ข้อเสนอแนะ

1. บริษัทควรจัดการตารางการหยุด-ลางานของพนักงานให้มีการหยุดให้ตรงตามที่กฎหมายแรงงาน 13 วัน ให้อย่างชัดเจน และให้มีการลาหยุดอย่างเป็นระบบ โดยต้องไม่ส่งผลกระทบต่อลูกค้าและพนักงานท่านอื่น ๆ

2. เรื่องสุขอนามัย ควรมีการแบ่งหน้าที่การดูแลรักษาความสะอาด เพื่อสุขภาพอนามัยที่ดีแล้วยังเป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัทอีกด้วย

3. การแบ่งหน้าที่การทำงาน ควรระบุให้ชัดเจน ในตำแหน่งหน้าที่ เพื่อการทำงานจะได้ราบรื่นไม่ขัดแย้งกันในการบริการลูกค้า



ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ-สกุล : นางสาวอภิตา กระรัมย์

รหัสนักศึกษา : 5804300362

คณะ : บริหารธุรกิจ สาขา : การตลาด

ผลงาน : การติดตามลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เพื่อสร้างโอกาสในการขายงานขาย
ของบริษัท มาร์กอน ออร์โต้เทรด จำกัด

ที่อยู่ปัจจุบัน : บ้านเลขที่ 153/521 หมู่2 ซอยประชาอุทิศ 89/1 หมู่บ้านสินทวีสวนชน3 แขวงทุ่งครุ
เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร 10140

E-mail: Marugee01@hotmail.com

เบอร์ติดต่อ: 082-6777834

ID Line: Marugee01