



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดของบริษัท สมาย คอนเทนเนอร์

อุตสาหกรรม จำกัด

MARKETING STRATEGY SMILE CONTAINER INDUSTRY

CO.,LTD

โดย

นางสาว รัชยา นิ่มนวล 5901500022

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการสหกิจศึกษา

ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษา 3 ปีการศึกษา 2560

หัวข้อโครงการ

การศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดของบริษัท สมาย คอนเทนเนอร์

อุตสาหกรรม จำกัด.

MARKETING STRATEGY SMILE CONTAINER

INDUSTRY CO.,LTD

รายชื่อผู้จัดทำ

นางสาวรัชชา นิ่มนวล

ภาควิชา

การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ มนทิรา ตันตระวาณิชย์

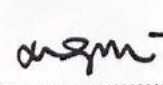
อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาการตลาด ประจำ
ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการการสอบโครงการ

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์ มนทิรา ตันตระวาณิชย์)

.....พนักงานที่ปรึกษา
(นางสาว จิราพร ศรีไรรต)

.....กรรมการกลาง
(อาจารย์ สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มประวัฒน์นะ)

จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2562

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษาภาควิชาการตลาด

อาจารย์ มนทิรา ตันตระวาณิชย์

ตามที่นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา นางสาว รัชชา นิ่มนวล นักศึกษาภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 07 กันยายน พ.ศ. 2561 ในตำแหน่งงาน ชูรการ ณ บริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด และได้รับมอบหมายจากพนักงานที่ปรึกษาให้ศึกษาและทำรายงานเรื่อง “การศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดของบริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด”

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดลงแล้ว นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจจึงขอส่งรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้จำนวน 1 เล่มเพื่อขอรับคำปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวรัชชา นิ่มนวล

นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ภาควิชาการตลาด

(Acknowledgement)

1.คุณ สุภกิต ใจมั่น	ผู้จัดการบริษัท
2.คุณ จิราพร ศรีโมรส	พนักงานที่ปรึกษาโครงการ
3.อาจารย์มนทิรา ตันตระวานิชย์	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจขอขอบพระคุณที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ให้คำแนะนำ ให้การดูแลและให้ความเข้าใจชีวิตการทำงานจริง ตลอดจนให้ข้อมูลและคำปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนสำเร็จ

นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

07 กันยายน 2561

Project Title : A Study of Marketing Strategy
(Case study of Smile Container Industry Company Limited)
Credit : 5
By : Miss Warachaya Nimnuan
Advisor : Miss Monthira Tanthavanich
Degree : Bachelor of Business Administration
Major : Marketing
Faculty : Business Administration
Semester / Academic Year : 3/2017

Abstract

Smile Container Industry Company Limited is a company that hugely produces paper boxes. With its production capacity, the company can produce many types of paper boxes with a variety of patterns for the customers. This includes the various forms of electrical appliances, sanitary ware, food, and postal boxes. The company intends to develop new marketing strategies to enhance customers' trust and confidence in the products in order to gain more a market share. It also invests in new technology to enhance the production outputs and reduce manufacturing errors and waste.

Keywords: paper box, manufacturing, electrical appliances

Approved by

หัวข้อโครงการ : การศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดของบริษัท สมาย คอนเทนเนอร์
อุตสาหกรรม จำกัด.

MARKETING STRATEGY SMILE CONTAINER
INDUSTRY CO.,LTD

ชื่อนักศึกษา : นางสาวรัชชา นิ่มนวล 5901500022

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์มนทิรา ดันตระวาณิชย์

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

ภาควิชา : การตลาด

คณะ : บริหารธุรกิจ

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 3/2560

บทคัดย่อ

บริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด ทำธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมด้านการผลิตกล่องกระดาษเป็นบรรจุภัณฑ์สามารถผลิตกล่องได้ทุกรูปแบบเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกสรร จึงมีลูกค้าในเครื่องใช้ไฟฟ้า สุขภัณฑ์ อาหาร และกล่องไปรษณีย์ ที่เข้ามาใช้บริการจำนวนมาก องค์กรจึงพัฒนาด้านการขนส่งและศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้ลูกค้าเชื่อมั่นในการบริการ องค์กรมีการนำเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ทันสมัย เข้ามาพัฒนาเพื่อให้การผลิตเกิดความผิดพลาดลดลงและช่วยลดของเสีย

คำสำคัญ : อุตสาหกรรม / กลยุทธ์การตลาด / เทคโนโลยีด้านการผลิต

สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
บทคัดย่อ.....	ค
Abstract.....	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	2
1.3 ขอบเขตโครงการ.....	2
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	2
1.5 คำนิยามศัพท์.....	2
บทที่ 2 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT.....	3
2.2 กลยุทธ์การตลาด 4ps.....	7
2.3 ทฤษฎีกลยุทธ์การเพิ่มยอดขาย.....	8
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	11
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์และการให้บริการหลักขององค์กร.....	12
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร.....	14

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	15
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	15
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	15
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	15
3.7.1 ขั้นตอนการเตรียมงาน.....	15
3.7.2 ขั้นตอนค้นหาข้อมูล.....	16
3.7.3 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล.....	16
3.7.4 ขั้นตอนสรุปผล.....	16
3.7.5 ระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	16
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	16
3.8.1 ฮาร์ดแวร์.....	16
3.8.2 ซอฟต์แวร์.....	16
3.9 ขั้นตอนการวางแผนดำเนินงาน.....	17

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน

4.1 รายละเอียดและขั้นตอนการปฏิบัติงาน.....	18
4.1.1 ออกแผนการผลิตตามจุดต่างๆ.....	18
4.1.2 ปริ้นสติ๊กเกอร์ห้สินค้า.....	20
4.1.3 จัดการประชุมเรื่องมาตรการการทำงานและการตรวจสอบQC.....	21

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

4.1.4 บันทึกข้อมูลการผลิต.....	22
4.1.5 ชิ้นงาน.....	23
4.2 ผลที่ได้รับ.....	24
4.3 สรุปผลการปฏิบัติงาน.....	24
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลโครงการหรืองานวิจัย.....	25
5.1.1 ข้อจำกัดหรือปัญหาของโครงการ.....	25
5.1.2 ข้อเสนอแนะ.....	25
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	26
5.2.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	26
5.2.2 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	26
5.2.3 ข้อเสนอแนะ.....	26
บรรณานุกรม.....	27
ภาคผนวก ก ภาพการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	28
ภาคผนวก ข บทความวิชาการ.....	32
ภาคผนวก ค วนิด.....	37
ภาคผนวก ง ประวัติผู้จัดทำ.....	38

สารบัญตาราง

ตารางที่ 3.1 ตารางระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	16
---	----



สารบัญรูปภาพ

รูปที่

หน้า

รูปที่ 2.1 ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT.....	3
รูปที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด.....	11
รูปที่ 3.2 แผนที่ตั้งของ บริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด.....	12
รูปที่ 3.3 รูปแผนผังองค์กร.....	14
รูปที่ 3.4 รูปกลุ่มลูกค้าของบริษัท.....	15
รูปที่ 4.1 รหัสสินค้าและจำนวนสินค้าที่ฝ่ายขายนำมาให้.....	18
รูปที่ 4.2 นำรหัสสินค้าและจำนวนที่ผลิตมากรอกใส่โปรแกรมให้ครบถ้วน.....	19
รูปที่ 4.3 ใส่รหัสสินค้าและวันที่กำหนดส่งสินค้าแล้วป้อนเพื่อติดสินค้า.....	20
รูปที่ 4.4 นำตัวอย่างแผนการผลิตมาจัดเตรียมเพื่อเป็นตัวอย่าง.....	21
รูปที่ 4.5 ทำการประชุมและเสนอแนะ.....	21
รูปที่ 4.6 รวบรวมตัวเลขการผลิตและจำนวนของเสีย แต่ละหน่วยงานมาบันทึกลงในโปรแกรม.....	22
รูปที่ 4.7 ทำการตรวจเช็ครหัสสินค้าก่อนขึ้นรถ และเช็คจำนวนส่งสินค้าให้ครบถ้วน.....	23

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กระดาษลูกฟูก นับได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบที่ยอดเยียม สำหรับใช้ในการผลิต และการจัดส่งสินค้า สาเหตุที่กระดาษลูกฟูก ได้รับความนิยมในการผลิตบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากความทนทาน สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย น้ำหนักเบา เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทนสุมัย สามารถปรับเปลี่ยนให้ตรงกับความต้องการได้ สามารถปกป้องสินค้า สามารถพิมพ์ลวดลายเพื่อให้ข้อมูลและทำให้เกิดความสวยงามราคาประหยัด

บรรจุภัณฑ์จากกระดาษลูกฟูก

ในแถบอเมริกาเหนือ กล่องกระดาษลูกฟูกได้รับความนิยมใช้ในการบรรจุสินค้า เพื่อการจัดส่งสำหรับสินค้าแทบทุกชนิด ด้วยเหตุผลต่างๆมากมาย เช่น ความสามารถในการปกป้องรักษาสินค้าที่ดีเยี่ยม, ต้นทุนต่ำ, สามารถจัดหาได้ง่าย, ต้นทุนในการออกแบบเพื่อให้ตรงกับความต้องการของสินค้าแต่ละชนิดต่ำ นอกจากนั้น ยังมีเหตุผลอื่นๆ เช่น กระดาษลูกฟูกสามารถป้องกันสินค้าระหว่างการจัดส่ง และสามารถปรับเปลี่ยนให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ในกรณีที่สินค้ามีความต้องการพิเศษ เช่น น้ำหนักมาก แดงง่าย หรือเป็นวัตถุอันตราย กระดาษลูกฟูกถูกออกแบบให้สามารถนำมาเรียงซ้อนกันได้ มันสามารถทนต่อแรงกดทั้งด้านบน และด้านข้าง รวมถึงมีการทดสอบความสามารถในการทนต่อแรงดันทะลุ กระดาษลูกฟูกสามารถนำมาออกแบบในแบบต่างๆ ได้หลากหลาย โดยสามารถตัดและพับเป็นขนาดและรูปแบบต่างๆ ได้มากมายนับไม่ถ้วน รวมถึงสามารถนำมาพิมพ์ให้มีรูปแบบ สี สันสวยงามด้วยเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัยได้ กระดาษลูกฟูกเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรง และสามารถพิมพ์ข้อความและรูปภาพลงบนตัวกระดาษได้ กระดาษลูกฟูกได้ผ่านการทดสอบแรงกระแทก ความทนทานต่อการตกจากที่สูง และความทนทานต่อการฉีกฉีกฉีก และถือได้ว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเพียงพอสำหรับการขนส่งสินค้า

ผลิตภัณฑ์จากกระดาษลูกฟูก

กระดาษลูกฟูกส่วนใหญ่จะทำจากวัสดุรีไซเคิล และมักจะผลิตจากเศษของที่ใช้แล้วจากมนุษย์ การผลิตกระดาษลูกฟูกไม่มีการใช้วัสดุพิษ หรือทำลายชั้น โอโซน เราทุกคนต่างทราบกันดีว่า ถ้าเส้นโค้งนำมาปรับให้เหมาะสม จะเป็นการทำให้พื้นที่ที่ต้องการทอดข้าม เกิดความแข็งแรงมากที่สุด ดังนั้นผู้ผลิต กระดาษลูกฟูกจึงนำหลักการเดียวกันนี้ เข้ามาใช้ในการผลิตความโค้งของลอนกระดาษลูกฟูก โดยเราเรียกเส้นโค้งของกระดาษนี้ว่า "ลอนลูกฟูก" และเมื่อ นำลอนนี้มาติดกับแผ่นกระดาษเรียบ พวกมันจะสามารถทนทานต่อความโค้งงอ และ แรงกดได้จากทุกทิศทาง

ลอนลูกฟูกมีหลายชนิด โดยลอนแต่ละประเภทจะมีขนาดและความสูงของลอนไม่เท่ากัน รวมถึงความเหมาะสมกับการใช้งานก็แตกต่างกันด้วย ตารางด้านล่างจะเป็นการนำลอนแต่ละชนิดมาเปรียบเทียบ เพื่อทำความเข้าใจได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ดังนั้นจึงศึกษาข้อมูลด้านกลยุทธ์ในการแข่งขันของบริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม กับ บริษัทอื่นเพื่อให้บริษัท สมาย ได้มีช่องทางการแข่งขันและมีการขายเพิ่มขึ้นจากมีลูกค้าประจำก็มีลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดของบริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด

1.2.2 เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันด้านธุรกิจ

1.3 ขอบเขตของโครงการ

การศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดของบริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด

1.3.1 ศึกษาข้อมูลด้านกลุ่มลูกค้า กลุ่มเป้าหมายลูกค้าของบริษัท

1.3.2 ศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาด ช่องทางการแข่งขันของบริษัท

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.4.1 ทำให้ทราบถึงกลุ่มลูกค้าที่มาสั่งผลิตสินค้าที่บริษัท สมาย คอนเทนเนอร์

1.4.2 เพิ่มช่องทางการแข่งขันของบริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ ได้มากขึ้น

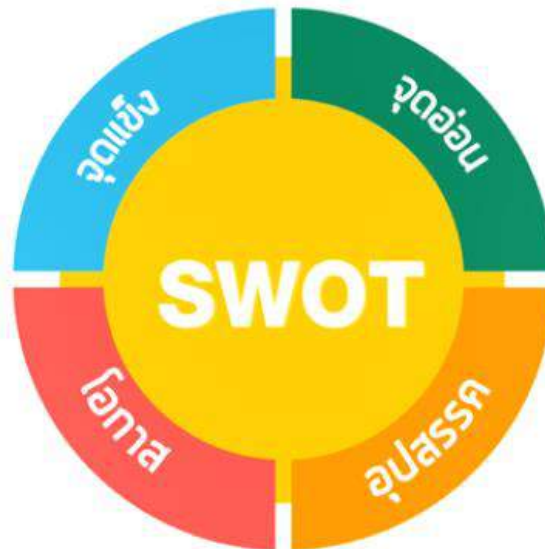
1.5 คำนิยามศัพท์

กล่องกระดาษลูกฟูกได้ตามแบบที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็นดีไซน์ในเรื่องของขนาด รูปร่าง หรือการพิมพ์กระดาษลูกฟูก คือ กระดาษที่มีลักษณะเป็นคลื่น หรือที่เรียกว่า ลอนลูกฟูก ซึ่งนำกระดาษคราฟท์มาใช้ในการผลิต กระดาษลอนลูกฟูกเป็นที่นิยมนำมาผลิตเป็นกล่อง กระดาษลูกฟูก เพราะตัวกระดาษลูกฟูกมีคุณสมบัติพิเศษ ที่ส่งผลให้กล่องกระดาษลูกฟูกกลายเป็นกล่องบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษที่มีความแข็งแรงมากรับน้ำหนักได้มาก ดังนั้นกล่องกระดาษลูกฟูกจึงกลายเป็นที่นิยมใช้ใน สายงานการผลิตเพื่อจัดเก็บสินค้าให้พร้อมที่จะทำการจัดส่งสินค้าไปยังที่ต่างๆ เพราะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถช่วยป้องกันสินค้าให้ปลอดภัยในระหว่างทำการขนย้าย กล่องกระดาษลูกฟูก จึงได้รับความนิยมอย่างมากในวงการอุตสาหกรรมการผลิตและการขนส่ง นอกจากนี้ กล่องกระดาษลูกฟูกเป็นผลิตภัณฑ์กล่องกระดาษที่มีการออกแบบได้อย่างยอดเยี่ยมเราสามารถออกแบบกระดาษลูกฟูกได้ตามต้องการ ไม่ว่าจะเป็นดีไซน์แบบใดขนาดเท่าใด รูปร่าง หรือการพิมพ์วาดลายลงบนกระดาษ

บทที่ 2

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT



รูปที่ 2.1 ทฤษฎีการวิเคราะห์ swot

อัลเบิร์ต ฮัมฟรี (Albert Humphrey) ผู้คิดค้นทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ประกอบด้วย การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่างๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป

S มาจาก **Strengths** หมายถึงจุดเด่นหรือจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในบริษัท เช่นจุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการผลิต จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล บริษัทจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

W มาจาก **Weaknesses** หมายถึงจุดด้อยหรือจุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่างๆของบริษัทซึ่งบริษัทจะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหานี้สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็น

O มาจาก **Opportunities** หมายถึง โอกาส การที่สภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายในนักการตลาดที่ดีจะต้องแสวงหาโอกาสอยู่เสมอและใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้นเช่น การเมือง การปกครอง กฎหมาย ราคาน้ำมัน ค่าเงินบาท คู่แข่ง เป็นต้น

T มาจาก **Threats** หมายถึง อุปสรรค ข้อจำกัด ซึ่งเกิด จากสภาพแวดล้อมภายนอก บางครั้งการจำแนกโอกาสและอุปสรรคเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรคได้ เช่น ค่าเงินบาท คู่แข่ง เป็นต้น

เครื่องมือนี้ใช้เพื่ออะไร

SWOT เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ สำหรับองค์กรหรือโครงการ ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก สำหรับกำหนดแผนงาน โครงการจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์และการกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้อุตสาหกรรมพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม

ข้อดีและข้อเสียของ SWOT

ข้อดี

1. ใช้ประเมินสถานะแวดล้อมและสถานภาพขององค์กร โดยเน้นศักยภาพและความพร้อมที่องค์กรมีอยู่และพยายามหลีกเลี่ยงภัยคุกคามหรือความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมภายนอก รวมทั้งแก้ไขจุดอ่อนขององค์กรด้วยเนื่องจากปัจจัยเหล่านี้มีโอกาที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ได้เพิ่มมากขึ้น
2. นำไปใช้ปรับปรุงแนวคิดและแนวปฏิบัติของการจัดทำแผนงานหรือโครงการของหน่วยงานให้มีโอกาสสร้างความสำเร็จมากขึ้น
3. ทำให้ทราบถึงกลยุทธ์ในการปรับปรุงการทำงานความก้าวหน้าและขีดจำกัดด้านบุคลากรงบประมาณ และระบบงานเป็นการป้องกันการแทรกแซงการทำงานจากปัจจัยภายนอกได้มากขึ้น

ข้อเสีย

1. องค์กรต้องกำหนดก่อนว่า องค์กรต้องการที่จะทำอะไร
2. การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคต้องกระทำในช่วงเวลาขณะนั้น
3. องค์กรต้องกำหนดปัจจัยหลัก ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานให้ถูกต้อง
4. องค์กรต้องประเมินความสามารถของตนให้ถูกต้อง

ขั้นตอน/วิธีการดำเนินการทำ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร ทำให้มีข้อมูล ในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้น มาบนจุดแข็งขององค์กร และแสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถ กำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้ มีน้อยที่สุด ได้ ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้

การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรจะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากร และความสามารถภายในองค์กรทุกๆด้านเพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรแหล่งที่มา เบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายในคือระบบข้อมูลเพื่อการบริหารที่ ครอบคลุมทุกด้านทั้งในด้านโครงสร้างระบบระเบียบวิธีปฏิบัติงานบรรยากาศในการทำงานและ ทรัพยากรในการบริหาร(คน เงิน วัสดุ การจัดการ)รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ขององค์กรเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ด้วย

- จุดแข็งขององค์กร เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในองค์กร นั้นเองว่าปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กรที่องค์กรควรนำมาใช้ในการ พัฒนาองค์กรได้และควรดำรงไว้เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร

- จุดอ่อนขององค์กร เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในองค์กรในจาก มุมมองของผู้ที่อยู่ในองค์กรนั้นๆเองว่าปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อยข้อเสียเปรียบของ องค์กรที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือจัดให้หมดไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก

ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรนั้น สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรค ทางการทำงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่าง ประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับการศึกษาและอัตรารู้หนังสือของประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชน ลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความ เชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติ คณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึงกรรมวิธีใหม่ๆและพัฒนาการทางด้าน เครื่องมือ อุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ

- โอกาสทางสภาพแวดล้อม เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถ ส่งผลกระทบประโยชน์ ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาค และองค์กรสามารถฉกฉวยข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้ หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้

- อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องหลีกเลี่ยง หรือปรับสภาพองค์กรให้มี ความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกระแทกดังกล่าวได้ระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อม

เมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับ จุดแข็ง-จุดอ่อน โอกาส-อุปสรรค จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกแล้ว ให้นำจุดแข็ง-จุดอ่อนภายในมาเปรียบเทียบกับ โอกาส-อุปสรรค จากภายนอกเพื่อดูว่าองค์กร กำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใดและภายใต้สถานการณ์ เช่นนั้น องค์กรควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไป ในการวิเคราะห์ SWOT ดังกล่าวนี้องค์กร จะอยู่ในสถานการณ์ 4 รูปแบบดังนี้

สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนาที่สุดเนื่องจากองค์กรค่อนข้างจะมีหลายอย่าง ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุกเพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และฉกฉวยโอกาสต่างๆ ที่เปิดมาหาประโยชน์อย่างเต็มที่

สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุดเนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้น ทางเลือกที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์ การตั้งรับหรือป้องกันตัว เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัยอุปสรรคต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดจนหามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด

สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส) สถานการณ์องค์กรมีโอกาเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการ แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างเช่นกัน ดังนั้นทางออกคือกลยุทธ์การพลิกตัว เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่างให้ พร้อมทั้งจะฉกฉวยโอกาสต่างๆ ที่เปิดให้

สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง-อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการดังนั้น แทนที่จะรอจนกระทั่งสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ก็สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัวหรือขยายขอบข่ายกิจการ เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่นๆ แทน

กรณีศึกษาการวิเคราะห์SWOT:บริษัท ซี.พี. เซเวนอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน)

บริษัท ซี.พี. เซเวนอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) เดิมชื่อ บริษัท ซี.พี. คอนวินเนียนสโตร์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2531 โดยบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อให้เป็นบริษัทของคนไทยที่ประกอบธุรกิจหลักด้านค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อในประเทศไทยภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” โดยบริษัทได้รับสิทธิการใช้เครื่องหมายดังกล่าวจาก 7-Eleven, Inc . สหรัฐอเมริกา และได้

เปิดสาขาแรกที่ซอยพัฒนาพงษ์ เมื่อปี 2532 จนถึงปี 2549 บริษัทมีร้านสาขา 7-Eleven ทั่วประเทศรวม 3,784 สาขา ซึ่งจัดได้ว่าเป็นประเทศที่มีสาขามากเป็นอันดับ 4 ของโลกรองจาก สำหรับการวิเคราะห์ SWOT Analysis ซึ่งในการวิเคราะห์ SWOT ของ 7-Eleven ในครั้งนี้ด้วย 5Ms ประกอบด้วย คน (Man), Money (เงิน), Materials (วัตถุดิบ อุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ), Management (การจัดการ) และ Marketing (การตลาด) เพื่อผลจากการวิเคราะห์นำไปใช้ปรับปรุงแนวคิดและแนวปฏิบัติของการจัดทำแผนงานหรือโครงการของหน่วยงานให้มีโอกาสสร้างความสำเร็จมากขึ้น และสามารถทำให้ทราบถึงกลยุทธ์ในการปรับปรุงการทำงาน ความก้าวหน้าและขีดจำกัดด้านบุคลากร งบประมาณ และระบบงานเป็นการป้องกันการแทรกแซงการทำงานจากปัจจัยภายนอกได้มากขึ้น

2.2 กลยุทธ์การตลาด 4ps

ส่วนผสมทางการตลาดที่นิยมนำมาเป็นเครื่องมือหรือใช้เป็นกลยุทธ์ในการวางแผนการตลาดมีอยู่ด้วยกัน 4 ประการซึ่งหลักการใช้ก็คือการวางแผนในแต่ละส่วนให้เข้ากันอย่างลงตัวและเหมาะสม ดังนี้

2.2.1 **ผลิตภัณฑ์** ในการทำธุรกิจมีองค์ประกอบสำคัญก็คือ สินค้าหรือบริการ ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดรายได้หรือผลตอบแทนให้กับองค์กร หลักการวางแผนจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เช่น ความต้องการของลูกค้า คุณภาพของสินค้า รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย และสามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งได้หรือไม่

2.2.2 **ราคา** การตั้งราคาขายถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ ซึ่งนอกจากราคาจะสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้แล้ว การตั้งราคาขายยังเป็นเทคนิคอย่างหนึ่งที่ทำให้ต่อสู้กับคู่แข่งได้ในธุรกิจประเภทเดียวกันได้ เช่น กำหนดให้มีส่วนลดเมื่อซื้อตามจำนวน กำหนดราคาตามขนาดและปริมาณของสินค้า

2.2.3 **ช่องทางการจัดจำหน่าย** ก็คือการนำสินค้าไปให้ถึงมือของลูกค้า โดยยึดหลักความมีประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความปลอดภัย และความรวดเร็ว วิธีขายหรือกระจายสินค้าที่สามารถทำให้เกิดผลกำไรมากที่สุด ต้องกระจายสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

2.2.4 **การส่งเสริมการตลาด** หัวใจสำคัญของการส่งเสริมการตลาดก็คือ ทำอย่างไรให้สามารถขายสินค้าหรือบริการให้ได้มากที่สุด การส่งเสริมการขายจึงมีบทบาทสำคัญและมีอยู่หลายวิธี เช่น การโฆษณาผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ การทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย การบริการ หรือขายตรงโดยการนำเสนอของพนักงาน

2.3 ทฤษฎีกลยุทธ์การเพิ่มยอดขาย

เทคนิคการเพิ่มยอดขาย/เพิ่มกำไร

1. เพิ่มราคา แม้จะเป็นเรื่องที่คุณอาจจะสวนทางกับกำลังซื้อที่ลดลงแต่หากทำได้ถูกต้องก็สามารถเพิ่มกำไรได้ แม้ว่ายอดขายอาจจะตกลงวิธีการคือค่อยๆ ขึ้นราคาที่ละน้อยแบบไม่ให้ลูกค้ารู้สึกตัว หรือปรับเปลี่ยนทำให้ดูดีขึ้น พยายามเน้นให้ลูกค้าให้ความสำคัญกับคุณภาพ คุณค่าของผลิตภัณฑ์มากกว่าราคา หรือขึ้นราคาแล้วเพิ่มบริการพิเศษบางอย่างเข้าไปในราคาผลิตภัณฑ์ และอย่าลืมสำรวจราคาของกลุ่มคู่แข่งด้วย ในบางกรณีที่ขึ้นราคาไม่ได้จริงๆ อาจจะคงราคาแต่ปรับขนาดของผลิตภัณฑ์ให้เล็กลง หรือปรับส่วนประกอบบางอย่าง ตัวอย่างที่ผมเห็นคือ เอ็มเค สุกี้ ที่ค่อยๆ เพิ่มราคาอาหารจนแพง (กว่าเมื่อก่อน) แบบลูกค้าไม่ทันรู้ตัว

2. พยายามขายเพิ่มเติม อย่างที่เขาเรียกกันว่า “Up Selling” , “Low Selling” , “Cross Selling” พูดง่ายๆ คือเมื่อลูกค้าซื้อสินค้าอย่างหนึ่งแล้วให้พยายามขายสินค้าที่มีราคาสูงขึ้นหรือสินค้าที่มีราคาถูกกว่าหรือขายสินค้าที่ใช้ร่วมกัน เช่นลูกค้าซื้อรองเท้าแล้วให้พยายามเสนอขายถุงเท้า ยาขจัดรองเท้า หรือ รองเท้าแตะ เทคนิคที่สำคัญคือพยายามให้ลูกค้าเห็นว่าประหยัดกว่าหรือได้ประโยชน์มากกว่าในการซื้อสินค้าสองอย่างพร้อมกัน ในกรณีที่คิดว่าลูกค้าพอใจสินค้าแต่ไม่สามารถจ่ายตามราคาที่เสนอได้ ให้เสนอสินค้าใกล้เคียงที่ราคาต่ำกว่าเหมาะสมกับเงินในกระเป๋าของลูกค้า โดยชี้แจงให้เห็นว่ามีความแตกต่างเพียงเล็กน้อยเท่านั้น อย่างไรก็ตาม เทคนิคการขายเพิ่มแบบนี้ต้องทำในลักษณะไม่ขัดเคืองลูกค้าจนเกินไปจนลูกค้าเดินออกจากร้าน

3. ทำรายการ Checklist พนักงานขายควรทำ Checklist สินค้าที่ลูกค้าจำเป็นต้องใช้ร่วมกัน เช่น หากลูกค้าซื้อสีทาบ้านแล้วควรเสนอขาย แปรงทาสี ทินเนอร์ ฯลฯ เพื่อช่วยให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการขายเพิ่ม

4. สอบถามลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าออกอาการคิดไม่ออก พนักงานขายต้องทำตัวเป็นผู้ที่ปรึกษาสอบถามความต้องการของลูกค้า และเสนอขายสินค้าที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านรูปแบบและราคา ที่สำคัญต้องไม่ทำตัวเป็นผู้เชี่ยวชาญที่เอาแต่สอนลูกค้าจนลูกค้าออกอาการรำคาญ พนักงานขายต้องทำตัวเป็นผู้ฟังที่ดี รู้จักตั้งคำถามเพื่อให้ลูกค้าออกความเห็น บอกความต้องการ เพื่อสร้างโอกาสในการขาย

5. ให้ความช่วยเหลือเรื่องการผ่อนชำระ ปัจจุบันมีบริษัทมากมายที่ให้บริการเรื่องบัตรเครดิตหรือบัตรเครดิตการผ่อนชำระเป็นงวดๆ ท่านต้องติดต่อบริษัทเหล่านี้เอาไว้เพื่อช่วยในการปิดการ

ขายในกรณีที่ลูกค้าต้องการซื้อจริงๆ แต่ไม่สามารถชำระเงินก้อนได้ทั้งหมดในคราวเดียว ทั้งต้องประเมินยอดการผ่อนชำระให้เหมาะสมด้วย

6. จำหน่ายสินค้าที่หาซื้อที่อื่นไม่ได้ กรณีนี้สามารถเพิ่มยอดขายและกำไรได้อย่างแน่นอน เพราะถ้าลูกค้าไม่ซื้อที่ร้านของท่านก็หาซื้อที่ร้านอื่นๆ ถ้ายาก เช่น ขายเสื้อขนาดใหญ่เป็นพิเศษ ถ้าใช้เทคนิคนี้ต้องไม่จ้อลูกค้าด้วยการลดราคาเป็นอันขาด เพราะเหตุผลที่ลูกค้ามาหาที่ร้านเพราะหาซื้อที่อื่นไม่ได้ ที่สำคัญก่อนใช้เทคนิคนี้ต้องเลือกลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจนและสำรวจตลาดสำรวจคู่แข่งให้ดีเสียก่อน

7. การจัดเรียงสินค้า ที่เรียกกันติดปากว่า “Display & Merchandising”

เรื่องแบบนี้ให้ดูตัวอย่างจาก **Tops Supermarket** หรือ **Market Place** ได้ เขาทำได้ดีน่าซื้อ หลักการง่ายๆคือสินค้าต้องจัดเรียงอย่างเด่นชัด มีป้ายราคาหรือวัสดุส่งเสริมการขาย (POP Material) ชัดเจน สินค้าที่เน้น (ถ้าโรมาก) หรือขายดีต้องวางระดับสายตาที่หยิบได้สะดวก ควรมีสินค้าที่มีโปรโมชันเป็นตัวกระตุ้นให้ลูกค้าเข้าร้าน

8. “Impulse Buys” เทคนิคนี้คือการจัดเรียงสินค้าที่ซื้อง่าย ราคาไม่แพง ดัดสินใจซื้อง่าย ไว้ใกล้ๆ จุดชำระเงินค่าสินค้า เช่น พวกขนมขบเคี้ยวหมากฝรั่ง ถ่านไฟฉาย ฯลฯ โดยทั่วไปในระหว่างที่ลูกค้ารอชำระเงินมักจะมองไปรอบๆ ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีสำหรับสินค้าเหล่านี้ หรือการจัดเรียงสินค้าที่ต้องใช้ด้วยกันไว้ใกล้กันก็เพิ่มโอกาสในการขาย เช่น กระบอกไฟฉายและถ่านไฟฉายจัดวางไว้ใกล้กัน เป็นต้น

9. เสนอขายสินค้าเป็นชุดหรือขายจำนวนมาก เช่น แพ็ก 3 ชิ้น แพ็ก 6 ชิ้น ฯลฯ ในราคาพิเศษ การทำเช่นนี้เป็นการเพิ่มยอดขายในเวลาเดียวกัน ที่สำคัญคือต้องให้ลูกค้าเห็นว่าถูกกว่าเมื่อซื้อจำนวนมากขึ้น และควรใช้กับสินค้าที่ลูกค้าต้องใช้ประจำ เช่น ผงซักฟอก น้ำอัดลม สบู่ ยาสิฟัน เทคนิคเหล่านี้ เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี ฯลฯ ใช้กันเป็นประจำ

10. ใช้ CRM (Customer Relation Management) ในการเพิ่มยอดขาย เช่น การจดจำความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ทักทายลูกค้าด้วยชื่อและตำแหน่งที่ลูกค้าต้อง จัดเตรียมสินค้าที่ลูกค้าซื้อประจำให้พร้อม ความประทับใจที่เกิดกับลูกค้าจะทำให้ลูกค้าซื้อบ่อยขึ้นและซื้อบ่อยๆ ขึ้น จนเกิดเป็นลูกค้าขาประจำในที่สุด

11. ฝึกอบรมพนักงานขายให้เข้าใจงานขายและลูกค้าอย่างแท้จริง มีความเป็นมืออาชีพในสินค้าที่ขาย รู้จริงเรื่องของสินค้าที่เสนอขาย มีความอ่อนน้อม มีสัมมาคารวะ เพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการขาย

12. ให้บริการพิเศษหรือรางวัลพิเศษเมื่อลูกค้าซื้อถึงเป้าที่กำหนด เช่น ให้บริการส่งถึงบ้าน หรือแถมของแถม หรือสินค้าเพิ่มเติม ฯลฯ ที่สำคัญต้องแสดงออกในลักษณะที่ทำให้ด้วยความเต็มใจและขอบคุณลูกค้าอย่างเต็มที่ช่วยซื้อเพิ่ม ห้ามพูดจาในลักษณะที่วางกติกาวางเงื่อนไข เช่น ต้องซื้อถึงจำนวนเท่านั้นเท่านั้นถึงจะได้ ในทางตรงกันข้ามต้องพูดในลักษณะเสนอแนะ เช่น หากลูกค้าช่วยซื้อเพิ่มอีกเท่านั้นเท่านี้ ก็สมนาคุณด้วยสินค้าพิเศษหรือบริการพิเศษ เป็นต้น

13. ตั้งเป้าหมายยอดขายให้พนักงานแต่ละคน โดยมีรางวัลพิเศษเป็นตัวกระตุ้น ที่ควรระวังคือต้องไม่ตั้งเป้าจนสูงเกินความสามารถของพนักงานหรือสูงเกินความเป็นจริง และควรตั้งเป้าสำหรับทีมขายด้วย เพราะหากพนักงานขายไม่สามารถทำได้ตามเป้าหมายรายบุคคล ยังสามารถช่วยทีมให้ถึงเป้าและรับส่วนแบ่งได้บ้าง

14. รายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การแจกของแถมตามจำนวนซื้อที่กำหนด การให้ส่วนลด ซื้อ 1 แถม 1 หรือซื้อ 2 แถม 1 หรือซื้อสินค้าชิ้นแรกราคาเต็มแล้วซื้อสินค้าชิ้นต่อไปในราคาที่ลดลง หรือการนำชิ้นส่วนเก่ามาแลกซื้อสินค้าใหม่ในราคาพิเศษ หรือซื้อสินค้าชิ้นหนึ่งแล้วให้คู่ปองจับฉลากส่วนลดในการซื้อสินค้าอื่นๆต่อไป รายการส่งเสริมการขายแบบนี้มีมากมายและมีลูกเล่นเยอะมาก ต้องเลือกให้เหมาะสมกับสินค้าและเป้าหมาย รวมทั้งต้องติดตามการส่งเสริมการขายนั้นๆว่าคุ้มทุน ได้ยอดขาย ได้กำไร ตามที่ต้องการหรือไม่

15. การส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ ที่เรียกกันติดปากว่า “Co-Promotion” ในสถานการณ์แบบนี้รบคนเดียวคงเหนื่อย เพราะฉะนั้น ต้องมีเพื่อน มีพันธมิตรธุรกิจไว้ช่วยกันทำการส่งเสริมการขายร่วมกัน เช่น ถ้าทำธุรกิจอยู่รถยนต์อาจจะทำการส่งเสริมการขายร่วมกับกิจการล้างรถ เป็นต้น

ทั้งหมดที่เสนอเป็นเพียงบางส่วนที่อยากจะกระตุ้นให้ท่านใช้ความคิด อย่าขอมแพ้ หึดอด้ายตายอยากไปกับปัญหาเศรษฐกิจ อย่างที่เขาวางกัน ในวิกฤตย่อมมีโอกาสเสมอ อย่างน้อยก็โอกาสให้คิดมากขึ้น ใช้ความพยายามมากขึ้น คนที่ไม่ปรับตัวไม่คิดคงตายก่อน เพราะปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่นี้ โดนกันถ้วนหน้า พวกที่ท้อแท้ก็จะตายก่อน (น่าจะคิดนะครับ...คู่แข่งน้อยลง)

บทที่ 3
รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ (ภาษาไทย) : บริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด
(ภาษาอังกฤษ) : SMILE CONTAINER INDUSTRY CO.,LTD

ที่อยู่สถานประกอบการ : 1/76 หมู่ 3 ซอยเวสต์คลับ ถนนเลียบคลองสอง
ตำบลคลอง สอง อำเภอกลองหลวง
ปทุมธานี 12120

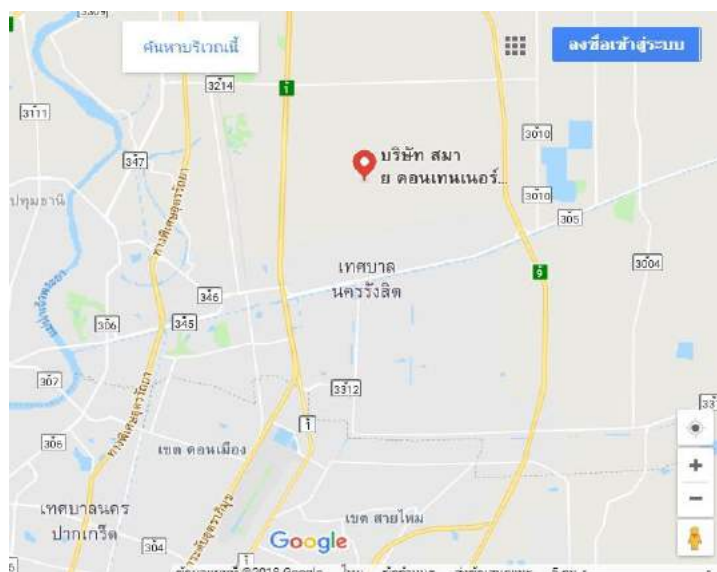
โทรศัพท์ : 0-2902-3641-58

แฟกซ์ : 0-2902-3630-1

อีเมล : smilesales@smilegrp.com



รูปที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด



รูปที่ 3.2 แผนที่ที่ตั้งของ บริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์และการให้บริการหลักขององค์กร

ประวัติของ บริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด

ในปีพ.ศ. 2538 บริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด ได้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์กระดาษซึ่งส่วนใหญ่ผลิตมาจากกระดาษคราฟท์ โดยเราได้ผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลาย เช่น กล่องบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่เกี่ยวกับภายในบ้าน สินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์ไฟฟ้า อุตสาหกรรมรถยนต์ คอมพิวเตอร์ และอาหาร ซึ่งเรามีความมั่นใจเป็นอย่างยิ่งว่า คุณภาพสินค้าของเราสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างแน่นอน

และในปี พ.ศ. 2543 บริษัทของเราได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO9001:2000 จากบริษัท AJA Registrars เรื่องระบบคุณภาพขบวนการผลิต และมาตรฐาน ISO14001:2004 รับรองระบบบริหารสิ่งแวดล้อม และบริษัทของเรามุ่งมั่นที่จะทำระบบรับรองมาตรฐานคุณภาพชีวิตและความปลอดภัย ในระบบ ISO 18000 ภายในปี 2554

ในปี พ.ศ. 2550 บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาครั้งใหญ่ เพื่อเพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า ภายใต้กิจกรรม "Innovation By The Basic" นวัตกรรมบนความเรียบง่าย คือ การเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตใหม่ โดยใช้ความเรียบง่ายหลักเชิงวิทยาการสมัยใหม่ และการเสียเวลาโดยเปล่าประโยชน์ในการทำงาน ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้นำมาตรฐานการดำเนินงานต่าง ๆ เข้ามาพัฒนาองค์กรและบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ เช่น การปรับปรุงกระบวนการผลิตการอบรมบุคลากรเพื่อพัฒนาทักษะในการทำงาน การบริหารงานภายในองค์กร ระบบการคลังและการจัดส่งสินค้า เพื่อให้ส่งมอบสินค้าได้ตามกำหนด บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อความพึงพอใจและความไว้วางใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมีคุณภาพสูงสุด สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตคือ กระดาษ

รื่อง (fluted paper) ซึ่งมีความน่าเชื่อถือในคุณภาพ อีกทั้งยังปฏิบัติตามข้อกำหนดสากล RoHS ที่มีจุดประสงค์หลักในการรักษาสีแวดล้อมและเป็นมิตรกับชุมชนโลก บริษัทสมาย คอนเทนเนอร์ ยังได้ริเริ่มการสนับสนุน “การรับผิดชอบต่อสังคม” (CSR) ซึ่งเราได้พยายามที่จะพัฒนาให้ธุรกิจมีการเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกับความตั้งใจที่จะดูแลรักษาสีแวดล้อมและความปลอดภัยของชุมชนของเรา

วิสัยทัศน์

“เราจะก้าวเป็นผู้ผลิตและให้บริการเรื่องบรรจุภัณฑ์กระดาษและการพิมพ์ในระดับแนวหน้าของประเทศไทย”

ด้านลูกค้า

เราต้องการเป็นผู้ผลิตและให้บริการลูกค้าที่อยากใช้บริการ

ด้านพนักงาน

เราต้องการเป็นองค์กรที่พนักงานเชื่อมั่นและอยากร่วมงานด้วย

ด้านชุมชน

เราต้องการเป็นองค์กรที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

พันธกิจ

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์บริษัท เรามีแนวทางปฏิบัติดังนี้

เรื่องคุณภาพ

เราจะผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพที่ลูกค้ากำหนด

เรื่องต้นทุน

เราจะบริหารจัดการให้ต้นทุนต่ำที่สุด ทั้งยังคงคุณภาพตามมาตรฐาน

เรื่องการจัดส่ง

เราจะจัดส่งสินค้าตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ

เรื่องพนักงาน

เราจะดูแลรักษานุเคราะห์ที่ดีไว้อย่างดีที่สุดพัฒนาบริหารอย่างต่อเนื่อง เน้นความเสมอภาค และความพึงพอใจ

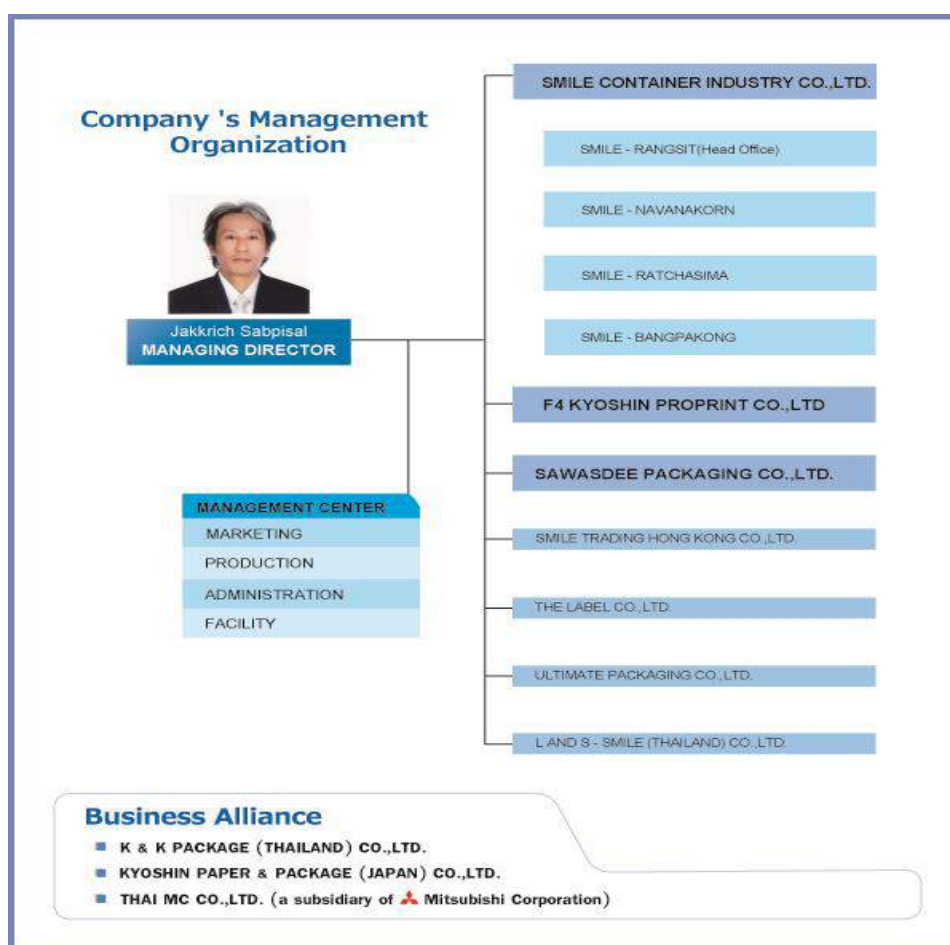
ภาพรวมของบริการ

ตลอดระยะเวลา 23 ปี บริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด ได้พัฒนาการบริการจัดการ โลจิสติกส์ เริ่มจากการให้บริการจัดเก็บ ด้วยมาตรฐาน ISO 2001:9000 และความเอาใจใส่จนได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า

ปัจจุบันด้วยประสบการณ์ ศักยภาพ และตำแหน่งยุทธศาสตร์ของคลังสินค้า ทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนและเพิ่มคุณค่าในงานบริการโลจิสติกส์ให้กับสินค้า ได้หลายแขนงอาทิเช่น อาหารสัตว์ และสินค้าทั่วไปขนาดใหญ่อีกมากมาย ทำให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวของสินค้าได้อย่างรวดเร็วทุกที่ที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต บริษัทได้มุ่งมั่นที่จะพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อให้สมกับพันธกิจที่ว่า

“คุณภาพ ความปลอดภัย และการบริการที่ตรงเวลา”

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร



รูปที่ 3.3 รูปแบบผังองค์กร



รูปที่ 3.4 รูปกลุ่มลูกค้าของบริษัท

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 นางสาวรัชชา นิ่มนวล

ตำแหน่งงาน : พนักงานธุรการ

ลักษณะงาน : ออกแผนการผลิตให้จุดการผลิตต่างๆ ปรี้นสต็อกเกอร์ห้สตินค้าให้ครบตามจำนวนสินค้าที่สั่งผลิตนั้นๆตามแผน บันทึกข้อมูลการผลิตลงในโปรแกรม Excel จัดการเตรียมการประชุมเรื่องมาตรการการทำงานตามจุดการผลิตและ QC ตามจุดต่างๆ

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

พนักงานที่ปรึกษา: นางสาวจิราพร ศรีโมรส

ตำแหน่ง : หัวหน้าแผนก

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระยะเวลา 15 สัปดาห์ ระหว่าง วันที่ 21 พฤษภาคม 2561 ถึง วันที่ 07 กันยายน 2561

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.7.1 ขั้นตอนเตรียมงาน

ศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท ใช้ทฤษฎีการ S.w.o.t. ร่วมด้วย จะทำให้การดำเนินงานง่ายขึ้นเนื่องจากรู้ข้อมูลของบริษัทในการเตรียมข้อมูล

3.7.2 ขั้นตอนค้นหาข้อมูล

ทำการสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ S.w.o.t. และข้อมูลกลยุทธ์ทางการตลาด โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และทำการสอบถามข้อมูลจากพนักงานที่ปรึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.7.3 ขั้นตอนวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการค้นหาข้อมูลนำมาวิเคราะห์ S.w.o.t. เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของบริษัทแล้วจึงนำกลยุทธ์การตลาดมาปรับปรุง

3.7.4 ขั้นตอนสรุปผล

นำแนวคิดที่ได้จากการหาข้อมูลและการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดไปให้ พนักงานที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำ จากนั้นทำงานนำเสนอ กลยุทธ์ในช่องทางการแข่งขันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับบริษัท

3.7.5 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

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

ตารางที่ 3.1 ตารางระยะเวลาในการดำเนินงาน

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

3.8.1 ฮาร์ดแวร์ (Hardware)

- 3.8.1.1 เครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer)
- 3.8.1.2 เครื่องพิมพ์เอกสาร (Printer)
- 3.8.1.3 โทรศัพท์มือถือ (Smartphone)
- 3.8.1.4 เครื่องถ่ายเอกสาร (Photocopier)
- 3.8.1.5 เครื่องคิดเลข (Calculator)

3.8.2 ซอฟต์แวร์ (Software)

- 3.8.2.1 โปรแกรม Microsoft Office Word 2010
- 3.8.2.2 โปรแกรม Microsoft Excel 2010
- 3.8.2.3 โปรแกรม Microsoft PowerPoint 2010

3.9 ขั้นตอนการวางแผนดำเนินงาน

มีการวางแผนและทำการสอบถามพนักงานที่ปรึกษาเกี่ยวกับช่องทางการตลาด หลักการใช้การเสนอสินค้าให้กับลูกค้าว่าบริษัทมีการเสนอสินค้าบรรจุภัณฑ์กล่องอย่างไรและลูกค้าของบริษัทส่วนมากเป็นกลุ่มเป้าหมายไหน สรรวจกล่องว่ามีรูปร่างกล่องแบบไหนสามารถใช้ได้กับการบรรจุของแบบไหนบ้าง เราควรจัดการส่งเสริมการตลาดอย่างไรให้ไม่เหมือนกับที่บริษัทเคยมี ปรึกษาพนักงานในตำแหน่งนั้นๆว่าบริษัท สมาย ควรเพิ่มเติมอะไรบ้าง เพื่อเพิ่มการแข่งขันทางธุรกิจของบริษัท



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

4.1 รายละเอียดและขั้นตอนของการปฏิบัติงาน

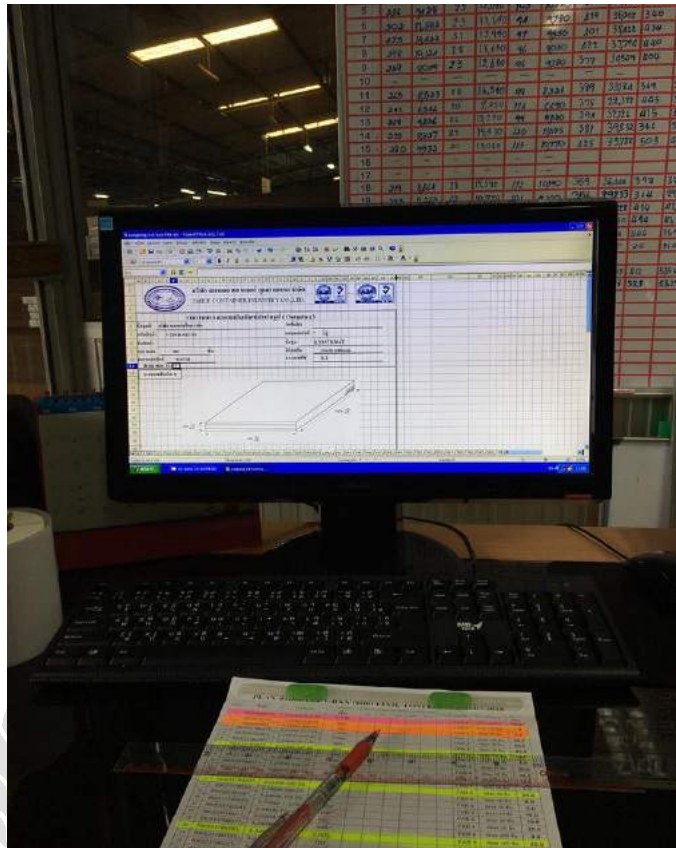
สามารถอธิบายรายละเอียดและขั้นตอนของการปฏิบัติงานดังนี้

4.1.1 ออกแพคเกจการผลิตตามจุดต่างๆ

เมื่อได้รับผลการตั้งผลผลิตจากฝ่ายขาย ก็ทำการเข้าโปรแกรมในการออกเพลนโดยทำการใส่รหัสของสินค้าในแต่ละตัวให้ตรงตามที่ฝ่ายขายได้นำมาให้นในแต่ละวันให้ครบถ้วนถูกต้องทั้งจำนวนตัวเลขและจำนวนของสินค้าแต่ละตัวให้ตรงตามที่ลูกค้าสั่งผลิต

[illegible]

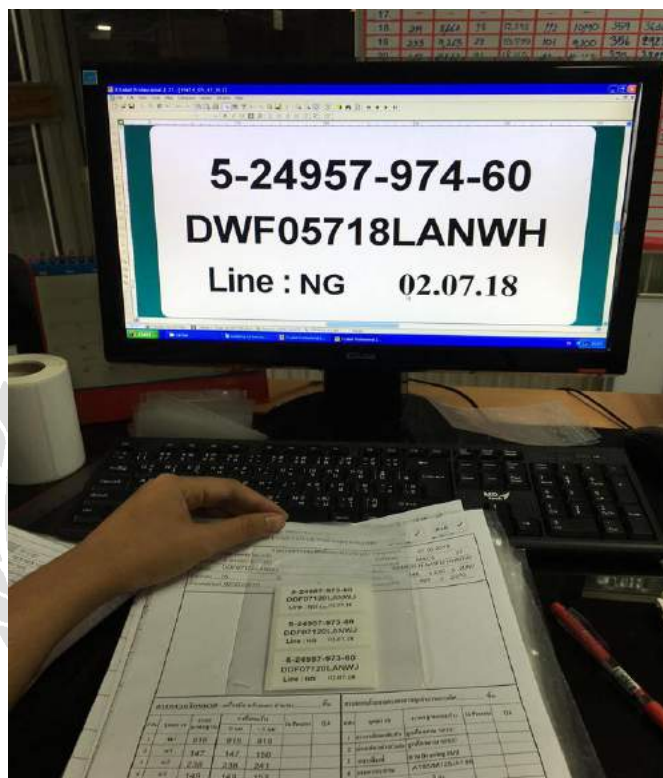
รูปที่ 4.1 รหัสสินค้าและจำนวนสินค้าที่ฝ่ายขายนำมาให้



รูปที่ 4.2 นำรหัสสินค้าและจำนวนที่ผลิตมากรอกใส่โปรแกรมให้ครบถ้วน

4.1.2 ปรีนสติ๊กเกอร์หัตถ์สินค้า

หลังจากที่ทำการออกแผนการผลิตเรียบร้อยแล้วก็นำมาตรวจเช็คข้อมูลให้ครบถ้วนและทำการปรีนสติ๊กเกอร์หัตถ์สินค้าแต่ละตัวให้ครบจำนวนตามที่ระบุไว้ในแผนเพื่อให้ฝ่ายผลิตทำการผลิตแล้วส่งต่อไปยัง Qc เพื่อให้ตรวจสอบและติดสติ๊กเกอร์หัตถ์สินค้าให้ตรงตามแผน



รูปที่ 4.3 ใส่รหัสสินค้าและวันที่กำหนดส่งสินค้าแล้วปรีนเพื่อติดสินค้า

4.1.3 จัดการประชุมเรื่องมาตรการการทำงานและการตรวจสอบงาน QC

การจัดประชุมนี้มีขึ้นเพื่อให้พนักงานในฝ่ายผลิตเข้าใจการทำงานในรูปแบบต่างๆ หรือ เวลาทีมงานตัวใหม่เข้ามาจะทำให้การสื่อสารเป็นไปได้อย่างง่ายและทำการผลิตได้อย่างแม่นยำถูกต้อง ในการประชุมได้มีการยกตัวอย่างแบบงานจริงและงาน Lot ใหม่จริงๆ เพื่อให้ฝ่ายผลิตเข้าใจและสอบถามได้อย่างตรงประเด็น



รูปที่ 4.4 นำตัวอย่างแพนการผลิตมาจัดเตรียมเพื่อเป็นตัวอย่าง



รูปที่ 4.5 ทำการประชุมและเสนอแนะ

4.1.4 บันทึกข้อมูลการผลิต

ในแต่ละเดือนจะมีการบันทึกข้อมูลการผลิตและจำนวนของเสียทุกหน่วยงานลงในโปรแกรมเพื่อทำการคำนวณยอดขายยอดการผลิตในแต่ละเดือน และทำการตรวจสอบของเสียของแต่ละเดือนว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง



รูปที่ 4.6 รวบรวมตัวเลขการผลิตและจำนวนของเสียแต่ละหน่วยงานมาบันทึกลงในโปรแกรม

4.1.5 ชิ้นงาน

การตรวจสอบสินค้าก่อนนำขึ้นรถจะมีการตรวจสอบก่อนเสมอว่าถูกต้องตรงตามจำนวนที่แพลนระบุไว้หรือไม่เพื่อทำการขนส่งไปให้ลูกค้าให้ตรงตามเวลาที่กำหนด



รูปที่ 4.7 ทำการตรวจเช็ครหัสสินค้าก่อนขึ้นรถและเช็คจำนวนส่งสินค้าให้ครบถ้วน

4.2 ผลที่ได้รับ

4.2.1 ได้เรียนรู้ถึงการบริหารจัดการการผลิตและแก้ไขปัญหาเบื้องต้น ว่าควรเริ่มจัดการงานตรงไหนก่อนเพื่อให้การทำงานไม่มีปัญหาอื่นมาเพิ่มเติม อย่างเช่น เวลาที่ลูกค้าทำการคอมเม้นหรือพบจุดบกพร่องของสินค้า สิ่งแรกที่เราควรทำคือการหาสาเหตุจากสิ่งผิดปกติและทำการทดลองดูความเสียหายที่เกิดขึ้นและทำการเรียกประชุมเพื่อให้ทุกหน่วยงานได้รับรู้และแก้ไขจุดนั้น

4.2.2 ได้เข้าใจขั้นตอนการผลิตสินค้า จากเครื่องจักรทุกตัว เช่น ขั้นตอนแรก นำกระดาษเข้าเครื่องซอยก่อนเพื่อหาไซส์กระดาษที่เหมาะสม ขั้นตอนที่สอง นำกระดาษที่ซอยแล้วมาทำการทับรอยซอยหรือรอยพับกล่อเพื่อขึ้นรูปทรงต่างๆ ขั้นตอนที่สาม นำมาพิมพ์โลโก้สินค้าหรือโลโก้ของบริษัทลูกค้าและข้อความที่ลูกค้ามาให้เราพิมพ์ตามแบบ

4.2.3 ได้รู้ถึงระบบการขนส่งของบริษัท โดยบริษัททำการขนส่งแบบโลจิสติกส์ เป็นระบบการจัดการการส่งสินค้า ข้อมูล และทรัพยากรอย่างอื่นจากจุดต้นทางไปยังจุดบริโภคตามความต้องการของลูกค้า โลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับการผสมผสานของ ข้อมูลการขนส่ง การบริหารวัสดุคงคลัง การจัดการวัตถุดิบ การบรรจุหีบห่อ

4.3 สรุปผลการปฏิบัติงาน

จากการปฏิบัติงานใน ตำแหน่งงานพนักงานธุรการ ทำให้รู้ถึงระบบการผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์รวมถึงราคาของสินค้านั้นด้วย จึงทำให้ เกิดการคิดเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันทางธุรกิจขึ้น

4.3.1 เพิ่มการขายด้วยการกระจายโฆษณาโดยการลงพื้นที่ ออกบูท เปิดบูทตามงานต่างๆ เพื่อทำการเพิ่มเป้าหมายกลุ่มลูกค้าแบบใหม่ที่แตกต่างจากกลุ่มลูกค้าแบบเดิม

4.3.2 จัดโปรโมชั่นในการสั่งซื้อกล่องบรรจุภัณฑ์ ศึกษาข้อมูลโปรโมชั่นจากโรงงานคู่แข่ง จัดโปรโมชั่นในการลดราคาและลดค่าขนส่ง เพื่อทำการเพิ่มลูกค้าเข้ามาสั่งซื้อกล่องบรรจุภัณฑ์ของเรา

4.3.3 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการ ขายกล่องบรรจุภัณฑ์บนออนไลน์โดยทำเว็บไซต์เพื่อขายกล่องบรรจุภัณฑ์โดยตรงทำให้มีการติดต่อที่รวดเร็วตอบปัญหาที่ลูกค้าสงสัยได้ตามต้องการครบถ้วนและถูกต้องตรงกับความป็นจริง

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการหรืองานวิจัย

สรุปผลโครงการหลังจากที่ได้คิดและเพิ่มเติมศักยภาพทางด้านธุรกิจของบริษัท เนื่องจากบริษัทเรามีการผลิตงานไม่ทันเวลาที่ลูกค้ากำหนดบ่อยเพราะอาจมีผลพวงมาจากการที่กระดาษใช้ผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์ไม่เพียงพอต่อการผลิตสินค้าในการผลิตนั้นทำให้เกิดการล่าช้าในการขนส่งและอาจทำให้ส่งผลต่อบริษัทลูกค้าไม่ไว้วางใจในการผลิตของบริษัทเราจึงทำการคิดค้นแก้ไขปรับปรุงในปัญหานี้ โดยการเพิ่มโปรโมชั่นลดค่าขนส่ง จึงทำให้เกิดผลดีต่อลูกค้าที่สั่งผลิตกล่องจำนวนมากเนื่องจากลูกค้าประจำสั่งผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์เป็นจำนวนมากจึงทำให้ลดจำนวนค่าขนส่งในราคาที่ลูกค้าพอใจเพราะได้ผลประโยชน์เท่าๆกันทำให้เลือกที่จะมาซื้อสินค้ากับเรามากกว่าไปซื้อกับบริษัทคู่แข่ง

5.1.1 ข้อจำกัดหรือปัญหาของโครงการ

- ใช้เวลาในการศึกษากลยุทธ์ของบริษัทเป็นเวลานาน เพราะไม่ค่อยเข้าใจกับระบบการทำงานของบริษัท กลยุทธ์ที่บริษัทใช้คือ กลยุทธ์การตลาด 8p
- ขาดประสบการณ์ในการคิดและวิเคราะห์กลยุทธ์ในการตลาดทั้งของบริษัทและของบริษัทคู่แข่งจึงต้องใช้เวลาในการเสนอกฎยุทธ์ใหม่

5.1.2 ข้อเสนอแนะ

- บริษัทควรเพิ่ม กลยุทธ์ธุรกิจ SME เพราะปัจจุบันมีการแข่งขันทางการค้ามากขึ้นในทุกๆช่องทาง ดังนั้นการเพิ่มกลยุทธ์ธุรกิจ SME เพื่อสร้างการเติบโตในอนาคตและมีหนทางในการแข่งขันได้มากกว่าคู่แข่งอื่นๆ
- ควรพัฒนาการออกแบบและผลิตภัณฑ์ให้มากพอกับความต้องการของบริษัทของลูกค้าเพราะกลุ่มลูกค้ามีหลากหลายที่เข้ามาใช้บริการ
- บริษัทควรเพิ่มมาตรการในการผลิตและการสต็อกกระดาษมากกว่านี้เพื่อไม่ส่งผลให้บริษัทต้องเสียหายหรือเสียลูกค้าประจำไป

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

จากที่นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด ทำให้ได้รับประสบการณ์ เรียนรู้หลักการทำงาน กระบวนการแนวความคิด และมีเทคนิคต่างๆ ในการทำงานที่จำเป็นอย่างยิ่ง พนักงานที่ปรึกษา มีความเป็นกันเองมีการสอนเหมือนพี่น้องมีความอบอุ่นเหมือนครอบครัวหากเรามีปัญหาหรือข้อสงสัยเราสามารถสอบถามพนักงานที่ปรึกษาได้อย่างไม่มีปิดบังทุกคำถาม จึงทำให้งานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จผ่านไปด้วยดี นอกจากนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษายังเป็นการฝึกความมีระเบียบวินัยในการทำงานรวมถึงการใช้ชีวิตประจำวัน และการทำงานในอนาคตได้เป็นอย่างดี

5.2.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานศึกษา

- ได้เรียนรู้ขั้นตอนและกระบวนการในการปฏิบัติงานจริง
- ได้เรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งสามารถช่วยในการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมขององค์กรได้
- ได้ฝึกฝนการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์จริง เป็นการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ที่มีความกดดันนั้นได้

5.2.2 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- ยังขาดประสบการณ์ในการวางตัวกับเพื่อนๆ พี่ๆ ที่ร่วมงาน ทำให้ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นส่วนตัวได้เท่าที่ควร
- การปฏิบัติงานยังมีความล่าช้าเนื่องจากยังไม่เคยเจอสถานการณ์จริง

5.2.3 ข้อเสนอแนะ

- พนักงานควรปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อปฏิบัติงานของสถานประกอบการ
- ไม่ควรสร้างความเดือดร้อนให้กับสถานประกอบการ
- ควรรับฟังความคิดเห็นและคำแนะนำของเพื่อนร่วมงาน เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

- จี๋ช่องรวย. (2561). กลยุทธ์การเพิ่มยอดขาย. เข้าถึงได้จาก <https://cheechongruay.smartsme.co.th/cheechongwork//>
- บริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด. (2562). ประวัติบริษัท. เข้าถึงได้จาก <http://www.smilegrp.com/aboutus.php//>
- อัลเบิร์ต ฮัมฟรี (Albert Humphrey). (2561). ผู้คิดค้นทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT. เข้าถึงได้จาก [//">www.md.go.th/ethic/DATA/PromotionPlan62-64_SWOTAnalyze.docx //](http://www.md.go.th/ethic/DATA/PromotionPlan62-64_SWOTAnalyze.docx)
- IM2MARKET. (2561). กลยุทธ์การตลาด 4p. เข้าถึงได้จาก [//">https://www.im2market.com/2015/05/23/1193 //](https://www.im2market.com/2015/05/23/1193)



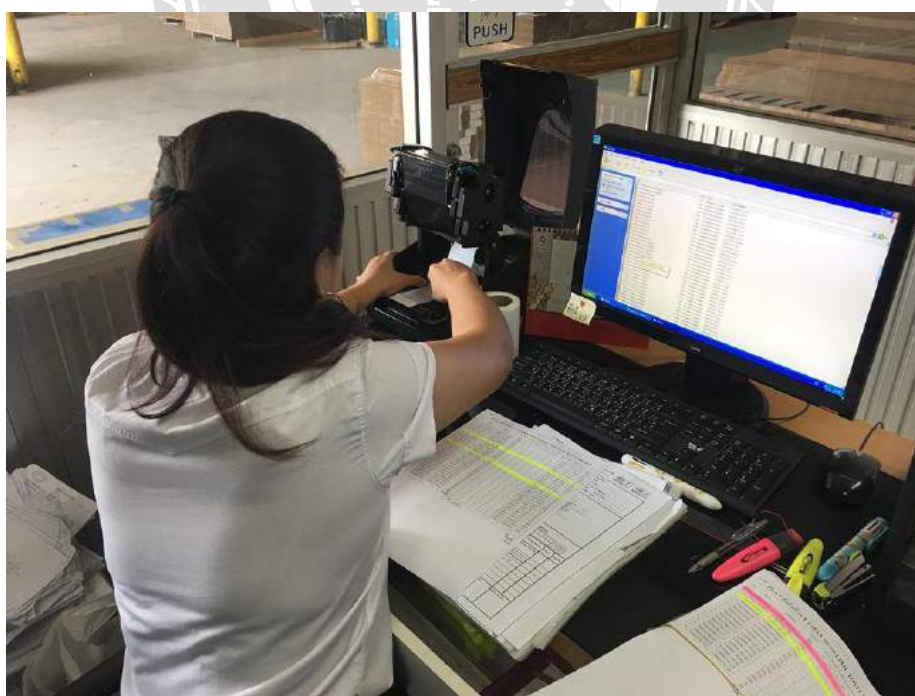


ภาคผนวก

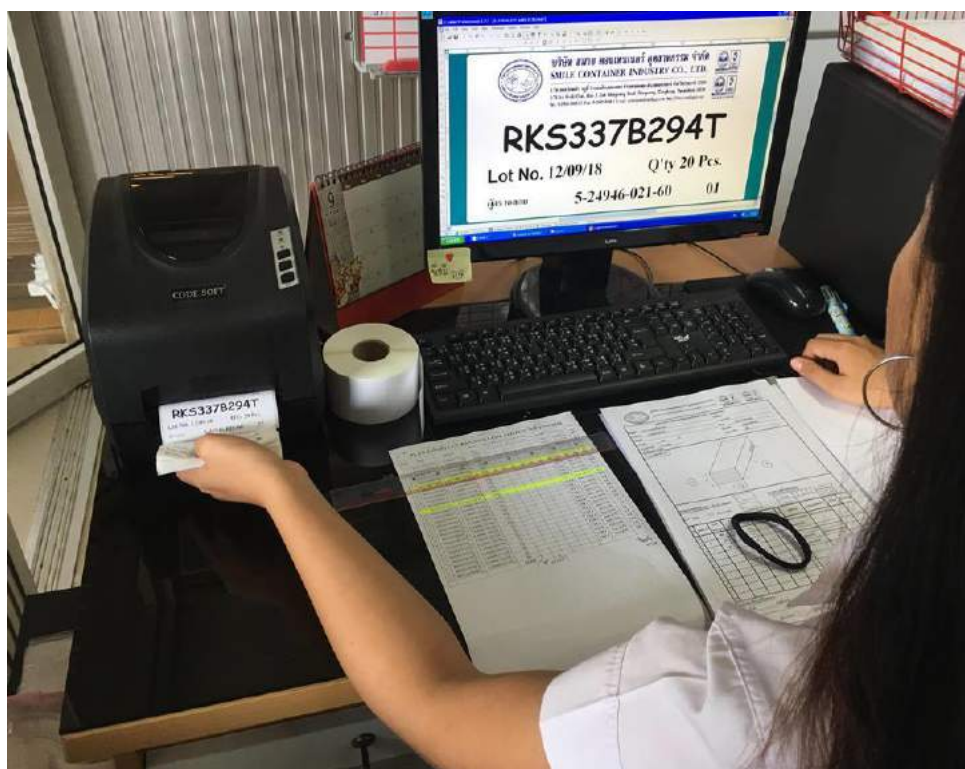
ภาพการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา



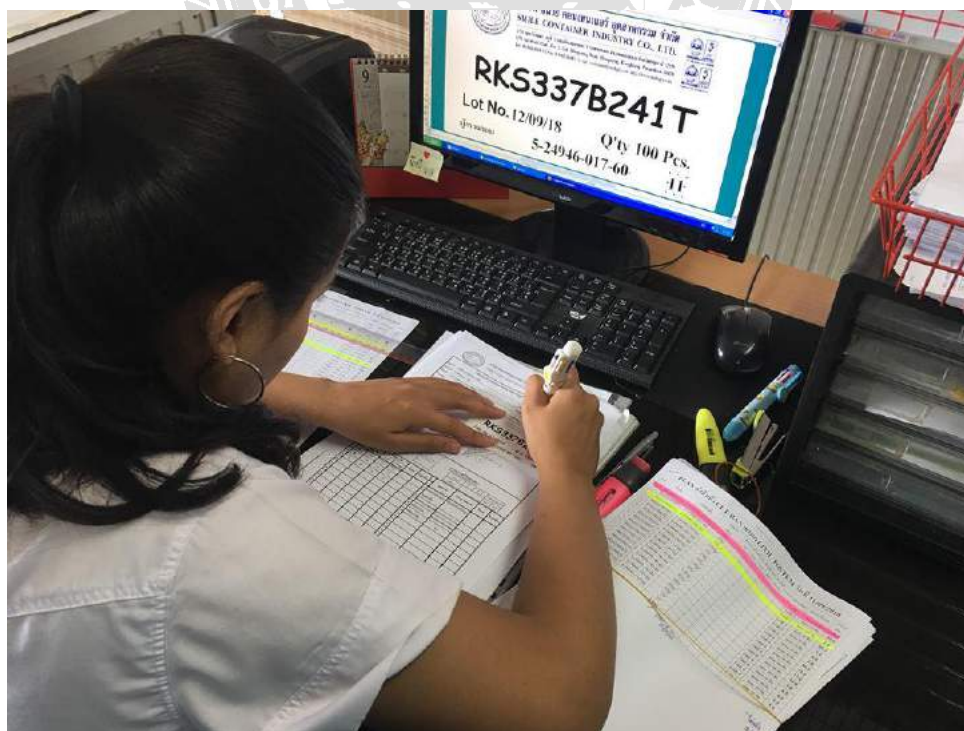
รูปที่ 1. ดูรหัสสินค้าเพื่อทำการกรอกลงโปรแกรม



รูปที่ 2. เตรียมเครื่องบาร์โค้ดเกอร์



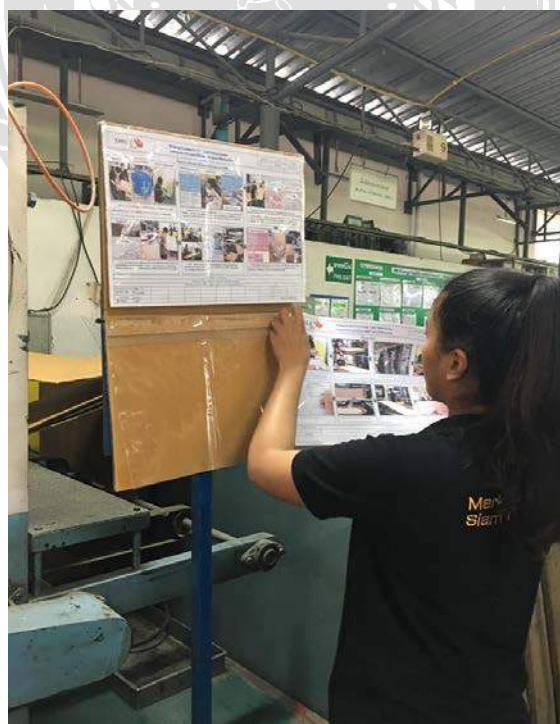
รูปที่ 3. ใส่รหัสสินค้าเพื่อปรีนสติ๊กเกอร์



รูปที่ 4. ตรวจสอบรหัสสติ๊กเกอร์และจำนวน



รูปที่ 5. อธิบายมาตรการการตรวจสอบ QC



รูปที่ 6. จัดทำมาตรการการทำงานทุกจุดการผลิต



การศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดของบริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด

MARKETING STRATEGY SMILE CONTAINER INDUSTRY CO.,LTD

นางสาวรัชชา นิ่มนวล 5901500022

ภาควิชา การตลาด คณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

Email : warachaya.0703@gmail.com

บทคัดย่อ

บริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด ทำธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมด้านการผลิตกล่องกระดาษเป็นบรรจุภัณฑ์สามารถผลิตกล่องได้ทุกรูปแบบเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกสรร จึงมีลูกค้าในเครือเครื่องใช้ไฟฟ้า สุขภัณฑ์ อาหาร และกล่องไปรษณีย์ ที่เข้ามาใช้บริการจำนวนมาก องค์กรจึงพัฒนาด้านการขนส่งและศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้ลูกค้าเชื่อมั่นในการบริการ องค์กรมีการนำเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ทันสมัย เข้ามาพัฒนาเพื่อให้การผลิตเกิดความผิดพลาดลดลง และช่วยลดของเสีย

คำสำคัญ : อุตสาหกรรม / กลยุทธ์การตลาด / เทคโนโลยีด้านการผลิต

Abstract

Smile Container Industry Company Limited is a company that has a huge production of paper boxes. The company can produce any types of box patterns for customer selection. Therefore, the organization has products in various forms like electrical appliances, sanitary ware, food and postal boxes. The organization has developed transportation and studied the new marketing strategies to enhance customers' confidence in services. They also invest in the new technology in order to reduce manufacturing errors and reduce waste.

Keywords: paper box / manufacturing / electrical appliances

วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1 เพื่อศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดของบริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด
- 2 เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันด้านธุรกิจ

1.ขอบเขตของโครงการ

การศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดของบริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด

- 1.1 ศึกษาข้อมูลด้านกลุ่มลูกค้า กลุ่มเป้าหมายลูกค้าของบริษัท
- 1.2 ศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาด ช่องทางการแข่งขันของบริษัท

2.ประโยชน์ที่ได้รับ

- 2.1 ทำให้ทราบถึงกลุ่มลูกค้าที่มาสั่งผลิตสินค้าที่บริษัทสมาย คอนเทนเนอร์
- 2.2 เพิ่มช่องทางการแข่งขันของบริษัทสมาย คอนเทนเนอร์ ได้มากขึ้น

3.ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.1ขั้นตอนเตรียมงาน

ศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท ใช้ทฤษฎีการ S.w.o.t. ร่วมด้วย จะทำให้การดำเนินงานง่ายขึ้นเนื่องจากรู้ข้อมูลของบริษัทในการเตรียมข้อมูล

3.2ขั้นตอนค้นหาข้อมูล

ทำการสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ S.w.o.t. และข้อมูลกลยุทธ์ทางการตลาด โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และทำการสอบถามข้อมูลจากพนักงานที่ปรึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.3ขั้นตอนวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการค้นหาข้อมูลนำมาวิเคราะห์ S.w.o.t. เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของบริษัทแล้วจึงนำกลยุทธ์การตลาดมาปรับปรุง

3.4ขั้นตอนสรุปผล

นำแนวคิดที่ได้จากการหาข้อมูลและการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดไปให้ พนักงานที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำ จากนั้นทำงานนำเสนอ กลยุทธ์ในช่องทางการแข่งขันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับบริษัท

4. อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

4.1 ฮาร์ดแวร์ (Hardware)

เครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer)

เครื่องพิมพ์เอกสาร (Printer)

โทรศัพท์มือถือ (Smartphone)

เครื่องถ่ายเอกสาร (Photocopier)

เครื่องคิดเลข (Calculator)

4.2 ซอฟต์แวร์ (Software)

โปรแกรม Microsoft Office Word 2010

โปรแกรม Microsoft Excel 2010

โปรแกรม Microsoft PowerPoint 2010

ขั้นตอนการวางแผนดำเนินงาน

มีการวางแผนและทำการสอบถามพนักงานที่ปรึกษาเกี่ยวกับช่องทางการตลาด หลักการใช้การเสนอสินค้าให้กับลูกค้าว่าบริษัทมีการเสนอสินค้าบรรจุภัณฑ์กล่องอย่างไรและลูกค้าของบริษัทส่วนมากเป็นกลุ่มเป้าหมายไหน ดำรวจกล่องว่ามีรูปร่างกล่องแบบไหนสามารถใช้ได้กับการบรรจุของแบบไหนบ้าง เราควรจัดการส่งเสริมการตลาดอย่างไรให้ไม่เหมือนกับที่บริษัทเคยมี ปรึกษาพนักงานในตำแหน่งนั้นๆว่าบริษัท สมาย ควรเพิ่มเติมอะไรบ้าง เพื่อเพิ่มการแข่งขันทางธุรกิจของบริษัท

สรุปผล

สรุปผลโครงการหลังจากที่ได้คิดและเพิ่มเติมศักยภาพทางด้านธุรกิจของบริษัท เนื่องจากบริษัทเรามีการผลิตงานไม่ทันเวลาที่ลูกค้ากำหนดบ่อยเพราะอาจมีผลพวงมาจากการที่กระดากใช้ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ไม่เพียงพอต่อการผลิตสินค้าในการผลิตนั้นทำให้เกิดการล่าช้าในการขนส่งและอาจทำให้ส่งผลกระทบต่อบริษัทลูกค้าไม่ไว้วางใจในการผลิตของบริษัทเราจึงทำการคิดค้นแก้ไขปรับปรุงในปัญหานี้ โดยการเพิ่มโปรโมชั่นลดค่าขนส่ง จึงทำให้เกิดผลดีต่อลูกค้าที่สั่งผลิตกล่องจำนวนมาก เนื่องจากลูกค้าประจำสั่งผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์เป็นจำนวนมากจึงทำให้ลดจำนวนค่าขนส่งในราคาที่ลูกค้าพอใจเพราะได้ผลประโยชน์เท่าๆกันทำให้เลือกที่จะมาซื้อสินค้ากับเรามากกว่าไปซื้อกับบริษัทคู่แข่ง

การศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดของบริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด

MARKETING STRATEGY SMILE CONTAINER INDUSTRY CO.,LTD



อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์มนทิรา ตันตระวาณิชย์
พนักงานที่ปรึกษา : คุณ จิราพร ศรีโมรส
นักศึกษา : นางสาวรัชยา นิ่มนวล 5901500022

บทคัดย่อ

บริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด ทำธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมด้านการผลิตกล่องกระดาษเป็นบรรจุภัณฑ์สามารถผลิตกล่องได้ทุกรูปแบบเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกสรร จึงมีลูกค้าในเครือเครื่องใช้ไฟฟ้า สุขภัณฑ์ อาหาร และกล่องไปรษณีย์ ที่เข้ามาใช้บริการจำนวนมาก องค์กรจึงพัฒนาด้านการขนส่งและศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้ลูกค้าเชื่อมั่นในการบริการ องค์กรมีการนำเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ทันสมัย เข้ามาพัฒนาเพื่อให้การผลิตเกิดความผิดพลาดลดลงและช่วยลดของเสีย

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดของบริษัท สมาย คอนเทนเนอร์ อุตสาหกรรม จำกัด
2. เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันด้านธุรกิจ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงกลุ่มลูกค้าที่มาสั่งผลิตสินค้าที่บริษัทสมาย คอนเทนเนอร์
2. เพิ่มช่องทางในการแข่งขันของบริษัทสมาย คอนเทนเนอร์ ได้มากขึ้น

ประวัตินักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา



รหัสนักศึกษา : 5901500022

ชื่อ – นามสกุล : นางสาวรัชชา นิ่มนวล

เบอร์โทรศัพท์ : 063-846-4347

E-mail : Warachaya_34@gmail.com

ที่อยู่ : 45/135 หมู่3 ตำบลคลองสอง อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

