



คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าสำหรับพนักงานใหม่ฝ่ายขาย (แผนกRestaurant)

บริษัท บริษัท ไคโซ (ประเทศไทย) จำกัด

CATALOG PRODUCT FOR NEW SALE EMPLOYEE

(RESTAURANT SECTION)

DAISHO (THAILAND) COMPANY LIMITED

นางสาว งามศิริ นาคณอม

รายงานฝึกงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2558

คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าสำหรับพนักงานใหม่ฝ่ายขาย (แผนก Restaurant)

บริษัท บริษัท ไดโซ (ประเทศไทย) จำกัด

CATALOG PRODUCT FOR NEW SALE EMPLOYEE (RESTAURANT SECTION)

DAISHO (THAILAND) COMPANY LIMITED

นางสาว งามศิริ นาคณอม

รายงานฝึกงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2558

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการสอบ

(ผศ.รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

.....กรรมการ

(อาจารย์ สุชีรา นวลทอง)

.....กรรมการสอบและอาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ ปณิทัต จอมจักร)

ลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

ชื่อโครงการ	คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าสำหรับพนักงานใหม่ฝ่ายขาย (แผนก Restaurant) บริษัท บริษัท ไคโซ (ประเทศไทย) จำกัด
หน่วยกิต	1
ผู้เขียน	นางสาว งามศิริ นาคณอม
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ สุชีรา นวลทอง
หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจญี่ปุ่น
คณะ	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

จากที่ได้รับมอบหมายให้ทำการศึกษาค้นคว้าสินค้าตามใบสั่งซื้อจากลูกค้า ในขั้นตอนของการปฏิบัติงานนั้นจำเป็นต้องศึกษาถึงขั้นตอน ตั้งแต่การศึกษาค้นคว้าใบสั่งขาย , คีย์ใบกำกับขาย , ศึกษาเอกสารแสดงรายละเอียดสินค้า และการเดินส่งเอกสาร ในระหว่างการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายนั้นมีโอกาสได้ศึกษาคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าของแผนกจึงสังเกตเห็นถึงปัญหาที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการทำงานของพนักงานขายที่เข้ามาทำงานใหม่ในอนาคต เพราะ คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า ฉบับเก่า มีเพียงชื่อรูปภาพ และหน่วยของการขาย ของ สินค้า เพียงเท่านั้น แต่ ยังขาดรายละเอียดในบางส่วน ได้แก่ รายละเอียดในส่วนของสินค้าที่จะนำไปใช้ประกอบ เป็นเมนู อาหาร , อายุของสินค้า , วิธีการเก็บรักษาสินค้า และตัวอย่างสินค้าที่สามารถขายร่วมกันได้ จึงได้จัดทำคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าสำหรับพนักงานขายที่เข้ามาทำงานใหม่ขึ้น โดยการเพิ่มเติมรายละเอียดในส่วนที่ขาดไปข้างต้นลงในคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าฉบับใหม่เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ พนักงานขายที่เข้ามาทำงานใหม่นำไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง

คำสำคัญ : พนักงานขายใหม่ , คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า , ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

TITLE	CATALOG PRODUCT FOR NEW SALESPERSON DAISHO (THAILAND) COMPANY LIMITED
CREDIT	1
CANDIDATE	Mrs. NGAMSIRI NAKTANOM
PROGRAM	BACHELOR OF BUSINESS ADMINISTRATION
FIELD OF STUDY	BUSINESS ADMINISTRATION JAPANESE
FACULTY	BUSINESS ADMINISTRATION

Abstract

I took responsibilities to input product codes as following customer PO (Purchasing Order), SO (Selling Order) and Original Tax Invoice, also on working process I needed to study and delivery all documents to other departments. Moreover, I had a chance to learn about product's catalogue from sale & marketing department. I found something that will be their obstacle on side job, especially new sale employee in the future. Due to their current product's catalogue has been showing only product name, picture, and packing size only. Lacking of some detail, for example; Product detail about what kind of menu that is suitable for , Product shelf life , How to keep the in storage , Matching product that can be introduce together

Therefore, I created new product's catalogue for them by adding above necessary detail on it. In order to support the new sale employee with completed detail on catalogue when they have presentation on side job.

Keyword : New sale employee / Product's catalogue / Working process

บทสรุป

ชื่อโครงการ	คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าสำหรับพนักงานใหม่ฝ่ายขาย (แผนก Restaurant) บริษัท บริษัท ไคโซ (ประเทศไทย) จำกัด
ผู้เขียน	นางสาวงามศิริ นาคอนอม
คณะวิชา	บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจญี่ปุ่น
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ สุชีรา นวลทอง
พนักงานที่ปรึกษา	คุณ พลุสุข เหลากลม
ชื่อบริษัท	บริษัท ไคโซ (ประเทศไทย) จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่น
งานที่ปฏิบัติ	ปฏิบัติงานด้านการค้าข้อมูลสินค้าตามใบสั่งซื้อของลูกค้าออกใบส่งขาย , ออกใบกำกับขาย และเดินเอกสาร

ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานและประโยชน์ที่ได้รับ

ในระยะเวลา 2 เดือนที่ผ่านมาที่ได้รับเข้าฝึกงานที่ บริษัท ไคโซ (ประเทศไทย) จำกัด ทำให้มีโอกาสดูแลระบบการทำงานต่าง ๆ ในฝ่ายขายแผนก Restaurant อีกทั้งได้เรียนรู้ภาพรวมความสัมพันธ์ของการทำงานระหว่างฝ่ายงานขายและฝ่ายงานต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบ เช่น เมื่อฝ่ายงานขายได้ออกเอกสาร Invoice ให้กับลูกค้าจะมีเอกสาร Invoice ส่วนที่ลูกค้าส่งกลับมาที่บริษัทเพื่อให้ฝ่ายการเงินนำเอกสาร Invoice ฉบับนั้นไปทำการวางบิล เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

จากการที่ข้าพเจ้าได้มีโอกาสมาฝึกงาน ณ บริษัท ไคโซ (ประเทศไทย) จำกัด ส่งผลให้ข้าพเจ้าได้นำทฤษฎีต่าง ๆ ที่ได้เรียนรู้มาประยุกต์ใช้ และทดลองปฏิบัติงานจริงในการทำงาน อีกทั้งยังได้รับความรู้เพิ่มเติมที่ไม่สามารถหาได้ในห้องเรียน

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าใคร่ขอขอบพระคุณ คุณ พลสุข เหลากลม ที่ให้คำปรึกษาในการปฏิบัติงาน ฝ่ายขาย และคุณ ธีรยุทธ ธีรณวณิช ที่ให้คำปรึกษาในเรื่องการทำคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าของแผนก Restaurant รวมไปถึงผู้ที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแลและให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน รวมทั้งคอยแนะนำเป็นกำลังใจ และสนับสนุนข้าพเจ้า จึงขอกราบขอบคุณไว้ ณ ที่นี้

นางสาวงามศิริ นาคดอนอม

คณะบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

พ.ศ.2558

TNI

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(ก)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(ข)
บทสรุป	(ค)
กิตติกรรมประกาศ	(ง)
สารบัญตาราง	(ช)
สารบัญภาพประกอบ	(ซ-ฅ)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	1-2
1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ	
1.2.1. ประวัติความเป็นมา	3
1.2.2. ประเภทสินค้าของบริษัท	4-10
1.2.3. ลูกค้าของบริษัท	11-14
1.3 รูปแบบการจัดองค์กร	15
1.4 ตำแหน่งงานและหน้าที่งานที่ได้รับมอบหมาย	16
1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งงานของพนักงาน	16
1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติ	16
1.7 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการ ปฏิบัติงาน	16
1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงาน	17
บทที่ 2 ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	
2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	18-23
2.2 เทคโนโลยีที่ใช้ในการฝึกงาน	24-27

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

3.1 แผนการฝึกงาน 28

3.2 รายละเอียดการปฏิบัติงาน 29

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงาน

3.3.1. ศึกษาขั้นตอนการทำงานของฝ่ายขาย 29-33

3.3.2. คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า 34-35

3.3.3. ศึกษาปัญหาที่พบในการปฏิบัติงาน 36

3.3.4. เก็บรวบรวมข้อมูล 36

3.3.5. วางแผนจัดทำคู่มือแสดงรายละเอียด
สินค้า 37

บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ

4.1 ผลการดำเนินงาน 38-41

บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน ประโยชน์ที่บริษัทได้รับ 42

5.2 ประโยชน์ที่นักศึกษาได้รับ 43

5.3 ปัญหาและอุปสรรค แนวทางแก้ไขปัญหา 43

5.4 ข้อเสนอแนะจากการฝึกงาน 44

บรรณานุกรม 45-46

ภาคผนวก 47

ประวัติผู้จัดทำโครงการ 48

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
ตารางที่ 1.1	ตารางแสดงรายชื่อลูกค้าหลักของ ฝ่ายซูเปอร์มาร์เก็ต	11-12
ตารางที่ 1.2	ตารางแสดงรายชื่อลูกค้าหลักของฝ่ายร้านอาหาร	13-14
ตารางที่ 3.1	ตารางแผนการฝึกงาน	28



สารบัญภาพประกอบ

ภาพ	หน้า
ภาพที่ 1.1	สัญลักษณ์บริษัท
ภาพที่ 1.2	แผนผังและที่ตั้ง
ภาพที่ 1.3	ผลิตภัณฑ์ทางทะเล
ภาพที่ 1.4	อาหารแช่แข็ง
ภาพที่ 1.5	เครื่องปรุงรส
ภาพที่ 1.6	อาหารประเภทเส้น
ภาพที่ 1.7	ขนมขบเคี้ยว
ภาพที่ 1.8	ผักและผลไม้ตามฤดูกาล
ภาพที่ 1.9	ข้าวสารและข้าวสวยสำเร็จรูป
ภาพที่ 1.10	เนื้อวัว
ภาพที่ 1.11	อาหารเรียกน้ำย่อย
ภาพที่ 1.12	วัตถุดิบสำหรับทำซูชิ ประเภทอาหารแช่แข็ง (FROZEN ITEM)
ภาพที่ 1.13	วัตถุดิบสำหรับทำซูชิ ประเภทประเภทของแห้ง (DRY ITEM)
ภาพที่ 1.14	โครงสร้างองค์กร
ภาพที่ 2.1	โปรแกรม Microsoft Excel
ภาพที่ 2.2	หน้าต่างโปรแกรม Excel และ ชื่อเรียกฟังก์ชัน ต่างๆ
ภาพที่ 2.3	โปรแกรม Q-ERP
ภาพที่ 2.4	หน้าต่างโปรแกรม Q-ERP
ภาพที่ 3.1	เอกสาร Invoice
ภาพที่ 3.2	ใบวางบิล

สารบัญภาพประกอบ

ภาพ	หน้า	
ภาพที่ 3.3	ภาพคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าประเภทอาหาร แช่แข็ง	34
ภาพที่ 3.4	ภาพคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าประเภทของ แห้ง	35
ภาพที่ 4.1	คู่มือแสดงรายละเอียดอาหารประเภทแช่แข็ง ก่อนปรับปรุง	38
ภาพที่ 4.2	คู่มือแสดงรายละเอียดอาหารประเภท ของแห้ง ก่อนปรับปรุง	39
ภาพที่ 4.3	คู่มือแสดงรายละเอียดอาหาร หลังปรับปรุง	41

TNI

TAH - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY





บทที่ 1

บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อบริษัท ไดโซ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้ง 2/41-43 ชั้น 9 บางนาคอมเพล็กซ์ออฟฟิศทาวเวอร์
ซอยบางนา-ตราด 25 แขวงบางนา เขตบางนา
กรุงเทพ 10260
หมายเลขโทรศัพท์ 02-744-1452

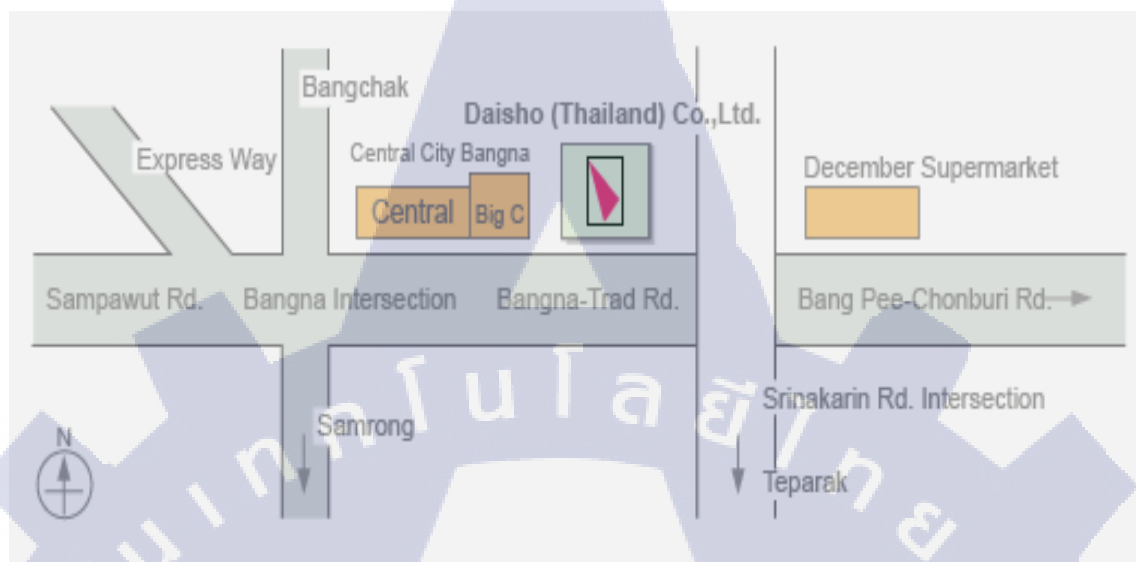
สัญลักษณ์บริษัท



Daisho (Thailand) Co.,Ltd.

ภาพที่ 1.1 สัญลักษณ์บริษัท

แผนผังและที่ตั้ง



ภาพที่ 1.2 แผนผังและที่ตั้ง

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ

- นำเข้าและส่งออกวัตถุดิบอาหารญี่ปุ่น
- จัดหาวัตถุดิบอาหารญี่ปุ่นให้ซูเปอร์มาร์เก็ตไฮเปอร์มาร์เก็ตโรงงาน โรงแรมและร้านอาหาร
- จัดหาวัตถุดิบหรือส่วนประกอบอาหารให้แก่โรงงานผลิตอาหารในประเทศไทย
- บริหารงานร้านอาหารญี่ปุ่นและร้านซูชิแบบซื้อกลับบ้าน

1.2.1 ประวัติความเป็นมา

- 2008 จัดงาน“Japanese Food Promotion” ที่ Spinneys Supermarket ประเทศดูไบ
- 2007 เริ่มดำเนินการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารสู่ประเทศแถบภูมิภาคตะวันออกกลาง
- 2007 Daisho Emirates (L.L.C) เริ่มดำเนินการในประเทศดูไบ U.A.E.
- 2006 จัดงาน“Sendai-Japan Fair” ครั้งแรกในประเทศไทยที่อิมเซตัน (ตุลาคม)
- 2005 จัดงาน“Hokkaido Fair” ครั้งแรกในประเทศไทยที่อิมเซตัน (กันยายน)
- 2005 Makotoya (Thailand) Co., Ltd (Cash and carry supermarket)
เริ่มดำเนินการที่สุขุมวิท 51-53
- 2004 ผู้จัดนิทรรศการหลักในงาน“Japan Food Fair 2004” ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์
- 2002 เริ่มดำเนินการ Daisho Foods Service (Thailand) Co., Ltd
(Sushi Take away; Sushi Hana,TA-KESushi&Nagomi)
- 2000 เริ่มดำเนินการ Delica Foods Co., Ltd (โรงงานอาหารแช่แข็ง)
- 2000 เริ่มดำเนินการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารให้กับกลุ่มบริษัทในภูมิภาคเอเชียบริษัทใน
เครือที่ประเทศดูไบให้แก่กลุ่มลูกค้าจากดูไบและคูเวต
- 1999 ก่อตั้งบริษัทไดโซ (ประเทศไทย) จำกัด

1.2.2 ประเภทสินค้าของบริษัท

บริษัท ไคโซ (ประเทศไทย) จำกัด ได้แบ่งการขายสินค้าไว้ 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายของร้านอาหาร
ซูเปอร์มาร์เก็ต นำเข้า และส่งออก

ฝ่ายซูเปอร์มาร์เก็ตขายสินค้าประเภท

1) ผลิตภัณฑ์ทางทะเล

- ประเภทปลา ได้แก่ ปลานูริ , ปลาซาบะญี่ปุ่น , ปลาซาบะนอร์เวย์ , ปลาเทราต์นอร์เวย์ และ ปลาซัมมะญี่ปุ่น
- ประเภทหอย ได้แก่ หอยเชลล์ (โฮตาเตะ) ญี่ปุ่น และ หอยนางรมฮิโรชิม่า
- ประเภทกุ้ง ได้แก่ กุ้งทำซูชิ และ กุ้งหวาน
- ประเภทปู ได้แก่ ปูทาราเบะ , ปูซาวาอิ , ปูฮานาซึกิ และ ปูขน
- ประเภทปลาหมึก ได้แก่ ปลาหมึกมาอิกะ



ภาพที่ 1.3 ผลิตภัณฑ์ทางทะเล

- 2) อาหารแช่แข็ง ได้แก่ ปลาไหลญี่ปุ่น , ปลาจินดาระ , ปลาหมึกดองเค็ม , ปลาหมึกดองวาซาบิ , โซยุอุคุระ , ไก่กึ่ง และ เมนไทโกะ (ไข่ปลาคั่ว)



ภาพที่ 1.4 อาหารแช่แข็ง

- 3) เครื่องปรุงรส ได้แก่ ยูกะ ซุปมิโซะสำเร็จรูป , อาสาเกะ ซุปมิโซะสำเร็จรูป , ผงโรยข้าวริตคคุมะ , ผงโรยข้าว รสไข่ และ ผงโรยข้าว



ภาพที่ 1.5 เครื่องปรุงรส

- 4) อาหารประเภทเส้น ได้แก่ ฟูมิเด็น โซโซบะ 90 กรัม , ซุเปอร์คัพ โซยุราเมน 110 กรัม , จันจันยากิโซบะซอสแบบเข้มข้น 104 กรัม



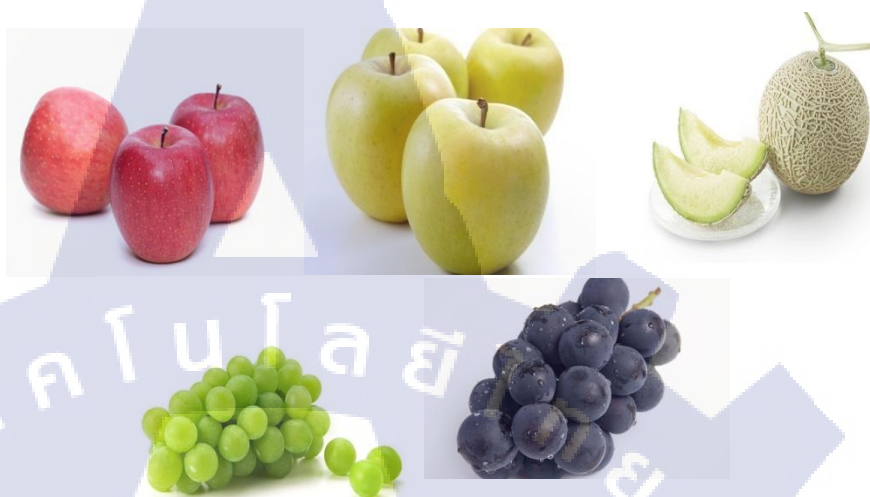
ภาพที่ 1.6 อาหารประเภทเส้น

- 5) ขนมขบเคี้ยว ได้แก่ เฟี้ยวมิกซ์เยลลี่ 300 กรัม , เฟี้ยวมิกซ์เยลลี่รสส้ม 300 กรัม , เฟี้ยวมิกซ์เยลลี่รสพีช 300 กรัม



ภาพที่ 1.7 ขนมขบเคี้ยว

- 6) ของแห้ง ได้แก่ ไม้กระบอกปลา 225 กรัม , ปลากระป๋องนิสสุย
- 7) ผักและผลไม้ตามฤดูกาล ได้แก่ แอปเปิ้ลแดง , แอปเปิ้ลเขียว , แอปเปิ้ลเหลือง , เมล่อนเฮอร์ส , องุ่นม่วง , องุ่นเขียว



ภาพที่ 1.8 ผักและผลไม้ตามฤดูกาล

- 8) ข้าวสาร และข้าวสวยสำเร็จรูป ได้แก่ ข้าวสำหรับทำซูชิ , ข้าวทรายูเมะฟิริกะ , ข้าวตรานานาทชิโบชิ



ภาพที่ 1.9 ข้าวสารและข้าวสวยสำเร็จรูป

ฝ่ายร้านอาหารขายสินค้าประเภทเนื้อวัว,ข้าว,เครื่องปรุงรส,อาหารแช่แข็ง,อาหารประเภทเส้น ,อาหารเรียกน้ำย่อย,ผลิตภัณฑ์ทางทะเล และ วัตถุดิบสำหรับทำซูชิ

1) ผลิตภัณฑ์ทางทะเล ได้แก่

- ประเภทปลา ได้แก่ ปลานูริ , ปลาซาบะญี่ปุ่น ,ปลาซาบะนอร์เวย์ , ปลาเทราต์นอร์เวย์ และ ปลาซัมมะญี่ปุ่น
- ประเภทหอย ได้แก่ หอยเชลล์ (โฮตาเตะ) ญี่ปุ่น และ หอยนางรมฮิโรชิม่า
- ประเภทกุ้ง ได้แก่ กุ้งทำซูชิ และ กุ้งหวาน
- ประเภทปู ได้แก่ ปูทาราเบะ , ปูฮาวาอิ, ปูฮานาซิกิ และ ปูขน
- ประเภทปลาหมึก ได้แก่ ปลาหมึกมาอิกะ

2) อาหารแช่แข็ง ได้แก่ ปลาไหลญี่ปุ่น , ปลาจินดาระ , ปลาหมึกคองเค็ม , ปลาหมึกคองวาซาบิ , โซยุอิคุระ , ไข่กุ้ง และ เมนไทโกะ (ไข่ปลาคัตตอ)

3) เนื้อวัว ได้แก่ เนื้อสันสะโพก , เนื้อสันคอ , เนื้อสันใน , เนื้อหัวไหล่ , เนื้อวัวคาโกชิม่า



ภาพที่ 1.10 เนื้อวัว

4) ข้าวสาร และข้าวสวยสำเร็จรูป ได้แก่ ข้าวสำหรับทำซูชิ , ข้าวทรายูเมะฟิริกะ , ข้าวตรานานาทชิโบชิ

5) เครื่องปรุงรส ได้แก่ ยูกะ ซุปมิโซะสำเร็จรูป , อาสาเกะ ซุปมิโซะสำเร็จรูป , ผงโรยข้าวริลัคคุมะ , ผงโรยข้าวรสไข่ และ ผงโรยข้าว

6) อาหารประเภทเส้น ได้แก่ พุมิเด็นโซโซบะ 90 กรัม , ซุปเปอร์คัพโซยุราเมน 110 กรัม , จันจันซากิโซบะซอสแบบเข้มข้น 104 กรัม

- 7) อาหารเรียกน้ำย่อย ได้แก่ ชูกะวากาเมะ , ชูกะคุราเกะ , ชูกะชินไม , หอยเชลล์ (โฮตาเตะ) กิมจิ, สาหร่ายมิกซ์, ไอเท็มสาหร่ายวากาเมะ



ภาพที่ 1.11 อาหารเรียกน้ำย่อย

- 8) วัตถุดิบสำหรับทำซูชิ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ของแช่แข็ง และของแห้ง

- สินค้าประเภทแช่แข็ง (FROZEN ITEM) ได้แก่ ผงมิโซะ , หอยเชลล์ฮอกไกโด , ปลาบوري , กุ้ง , ไข่หวาน เป็นต้น



ภาพที่ 1.12 วัตถุดิบสำหรับทำซูชิ ประเภทอาหารแช่แข็ง (FROZEN ITEM)

- สินค้าประเภทของแห้ง (DRY ITEM) ได้แก่ วากาเมะแห้ง , สาหร่ายอบแห้ง , ฟิล์มสาหร่ายโอนิจิริ , ซอสโอโคโนมิยากิ , ซอสทาโกยากิ เป็นต้น



ภาพที่ 1.13 วัตถุดิบสำหรับทำซูชิ ประเภทประเภทของแห้ง (DRY ITEM)

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

1.2.3 ลูกค้าของบริษัท

บริษัท ไคโซ (ประเทศไทย) จำกัด แบ่งลูกค้าออกเป็น 10 ประเภทหลัก คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต , ร้านอาหาร , ZEN , OISHI , ผู้ค้าส่ง , MAKOTOYA , DAISHO FOOD , NIHON , โรงงาน , ลูกค้าอื่น ๆ

ลูกค้าหลักของฝ่ายซูเปอร์มาร์เก็ต ได้แก่

ลำดับ	โลโก้บริษัท	ภาษาอังกฤษ	ภาษาญี่ปุ่น
1.		VILLA MARKET	ヴィッラ・マーケット
2.		TOPS MARKET	トップマーケット
3.		MAX VALU	マックスバリュ
4.		FOODLAND	フードランド
5.		THE MALL GROUP	モールグループ

6.		TESCO LOTUS	テスコロータス
7.		UFM FUJI SUPER	UFM フジスーパー

ตารางที่ 1.1 ตารางแสดงรายชื่อลูกค้าหลักของฝ่ายซูเปอร์มาร์เก็ต

TNI

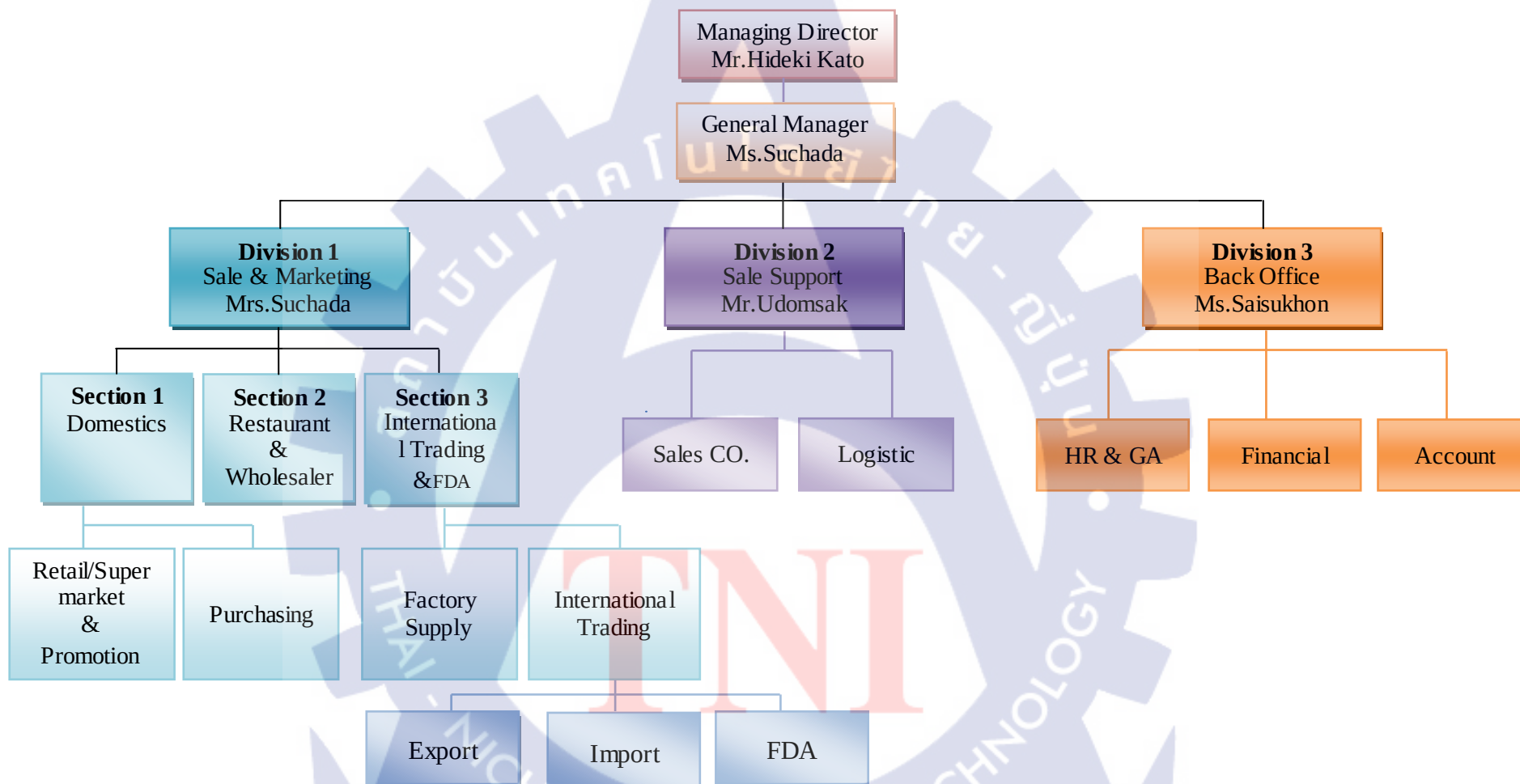
ดูคำหลักของฝ่ายร้านอาหารได้แก่

ลำดับ	โลโก้บริษัท	ภาษาอังกฤษ	ภาษาญี่ปุ่น
1.		ZEN RESTAURANT	ゼン レストラン
2.		ZEN TETSU	ゼンテツ
3.		SUSHI HIRO	すしひろ
4.		HONMONO SUSHI	本物すし
5.		SUSHI DEN	寿司でん

ลำดับ	โลโก้บริษัท	ภาษาอังกฤษ	ภาษาญี่ปุ่น
6.		MR.SUSHI	ミスターすし
7.		BATAFOOD	ベータフード
8.		A.D. FOOD	エ.デ.フード
9.		FIN SUSHI	フィンすし
10.		SIAMFOOD	シャムフード

ตารางที่ 1.2 ตารางแสดงรายชื่อลูกค้าหลักของฝ่ายร้านอาหาร

1.3 รูปแบบการจัดการองค์กร และการบริหารองค์กร



ภาพที่ 1.14 โครงสร้างองค์กร

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่ได้รับมอบหมาย

ตำแหน่ง นักศึกษาฝึกงานฝ่ายประสานงานขาย
 หน้าที่งานที่ได้รับมอบหมาย คีย์รหัสสินค้า , ออกใบสั่งขาย , ออกใบกำกับขาย และเดินเอกสาร

1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

พนักงานที่ปรึกษา คุณ พลุสุข เหลากลม
 ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ประสานงานขาย (แผนก Restaurant)
 โทรศัพท์ 02-744-1450 ต่อ 209
 E-Mail poonsuk@daishothai.com

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

วันที่ 21 มีนาคม 2558 ถึงวันที่ 27 พฤษภาคม 2558

1.7 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงาน

- เพื่อศึกษาวิธีการดำเนินงานของฝ่ายขาย แผนก Restaurant
- เพื่อจัดทำคู่มือแสดงรายละเอียดของสินค้าให้แก่พนักงานฝ่ายขายที่เข้ามาทำงานใหม่
- เพื่อศึกษาถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงานฝ่ายขายที่เข้ามาทำงานใหม่ในระหว่างการเจรจาการค้ากับลูกค้า

1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงาน

- เข้าใจการดำเนินงานและสามารถปฏิบัติงานของฝ่ายขาย แผนก Restaurant ได้จริง
- พนักงานฝ่ายขายที่เข้ามาทำงานใหม่สามารถใช้คู่มือในการแนะนำสินค้าของบริษัทให้แก่ลูกค้า
- เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากพนักงานขายที่เข้ามาใหม่ได้ไปทำการเจรจาการค้ากับลูกค้าได้

บทที่ 2

ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

การศึกษาขั้นตอน และการปฏิบัติงานในการทำคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าโดย มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงปัญหาที่พบในการระหว่างปฏิบัติงานเพื่อจัดทำคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า ประจำฝ่ายขายแผนก Restaurant จึง ได้ศึกษาหลักการแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมี ดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน มีดังนี้

1. ความหมายของแคตตาล็อก (Meaning of Catalog)
2. การสื่อสารทางการตลาด (Integrated Marketing Communication-IMC)

2.1.1 ความหมายของแคตตาล็อก

ความหมายของแคตตาล็อก

ความหมายของแคตตาล็อก คือ เอกสารเขียนเล่ม สิ่งพิมพ์เป็นเล่ม มักมีสารบัญช บทนำ เนื้อหาจะเป็นรายละเอียดของสินค้า และบทความแนะนำโฆษณาต่าง ๆ สำหรับสินค้านั้น

ลักษณะที่สำคัญของแคตตาล็อก

ลักษณะที่สำคัญของแคตตาล็อก คือ เป็นสิ่งพิมพ์ที่มุ่งเสนอรายละเอียดของสินค้า มักมีภาพสินค้า มีคำบรรยายประกอบ จัดแบ่งประเภทสินค้าเป็นหมวดหมู่ สะดวกต่อการค้นหา แคตตาล็อกบางเล่มบรรจุสินค้าและบริการเป็นจำนวนมาก ทำให้หนังสือมีความหนามาก แคตตาล็อกมีผลต่อการจำหน่ายสินค้าค่อนข้างสูง การจัดทำแคตตาล็อกจึงต้องมีการเอาใจใส่ในเรื่องคุณภาพเป็นอย่างมาก

ประโยชน์ของงานพิมพ์แคตตาล็อก (Catalog)

ประโยชน์ของงานพิมพ์แคตตาล็อก คือ เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยกระจายข้อมูลของสินค้าและบริการที่มีอยู่หลายรูปแบบให้ลูกค้ารับทราบแคตตาล็อกเหมาะกับการนำเสนอสินค้าที่มีปริมาณมาก หรือหลากหลายรูปแบบ เช่น เสื้อผ้าที่มีหลายแบบ หลายสไตล์ หลายสี เป็นต้น การทำแคตตาล็อกให้ลูกค้าได้เลือกสินค้านั้น ทำให้เกิดความสะดวกทั้งกับลูกค้าและพนักงานขายเอง เพราะ บริษัทไม่จำเป็นต้องยกสินค้าจริงทั้งหมดไปให้ลูกค้าเลือกพิจารณาอาจจะเอาตัวอย่างแค่เพียง 1 ชิ้น หรือ 2 ชิ้น ให้ลูกค้าดูเป็นตัวอย่างดังนั้นการทำแคตตาล็อกจะช่วยให้การขายง่ายขึ้น

รูปแบบของแคตตาล็อก

ส่วนรูปแบบแคตตาล็อกมักจะทำเล่มแบบเย็บมุงหลังคาหรือไสสันทากาว มีปกหน้า-หลังเป็นกระดาษหนา ปัจจุบันอาจจะมีหลายขนาด ที่นิยมมากจะเป็นขนาด A4 เพราะสะดวกต่อการจัดเก็บ ในกรณีมีสินค้าจำนวนน้อย อาจจะไม่เย็บเล่มแต่เป็นการพับเก็บเล่มก็ได้ งานพิมพ์แคตตาล็อกเป็นงานที่พิถีพิถัน แคตตาล็อกที่ดีมีคุณภาพช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าของบริษัทห้างร้าน อีกทั้งทำให้สินค้านั้นมีความโดดเด่น การออกแบบรูปเล่ม และเนื้อหาที่ดีของแคตตาล็อกย่อมทำให้สินค้านั้น ๆ มีความโดดเด่นและน่าสนใจยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้จุดมุ่งหมายของงานพิมพ์แคตตาล็อคนั้นประสบความสำเร็จ

2.1.2 เครื่องมือการติดต่อสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communication- IMC)

IMC จะใช้การติดต่อสื่อสารทุกรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มนั้นหรือเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับ (Exposure) ทุกรูปแบบรูปแบบต่างๆของ IMC ซึ่งตัวอย่างรูปแบบเหล่านี้อาจจะไม่ครบถ้วน ตามรูปแบบของ IMC แต่เป็นรูปแบบที่นิยมใช้กันมากเพราะว่าความคิดทางวิชาการใหม่ๆ จะเกิดขึ้นเสมอ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (เสรีวงษ์มณฑา . 2540:25)

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นรูปแบบของการสร้างการติดต่อสื่อสารด้านตราสินค้า (Brand contact) การโฆษณาใช้ในกรณีต่อไปนี้
 - 1.1 ต้องการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ (Differentiate product) อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง

1.2 ต้องการชี้ตำแหน่งครองใจสินค้า (Brand positioning)

ตัวอย่าง ต้องการสร้าง Positioning ว่าโพเทคส์เป็นสบู่อ่อนโยนแบบที่เรียกร้อยสบู่อ่อนโยนที่มีตำแหน่งผลิตภัณฑ์ว่าเป็น 2 in 1 ซึ่งผลิตภัณฑ์แรกที่เข้ามาในตลาดก่อนคือ Dimension 2 in 1 แต่ Dimension ใช้โฆษณาน้อยดังนั้นเรียกร้อยสบู่อ่อนโยนจึงสามารถยึดครอง Positioning การเป็น 2 in 1 ได้ดีกว่า ดังนั้น โฆษณาจึงเป็นสิ่งสำคัญถ้าไม่มีการทำโฆษณา ก็เหมือนกับว่าเราไม่มีกรรมสิทธิ์ในตราสินค้า

1.3 ใช้การโฆษณาเมื่อต้องการสร้างผลกระทบ (Impact) ที่ยิ่งใหญ่

ตัวอย่าง โครงการบ้านจัดสรรขายาทเศรษฐกิจมีกลุ่มเป้าหมายน้อย แต่เพื่อให้โครงการมีความยิ่งใหญ่ถือว่าการโฆษณาให้มีผลกระทบทั้งด้านภาพลักษณ์ (Image) และผลกระทบ (Impact) ทางด้านการพูดคุยในกลุ่มลูกค้า

1.4 ถ้าสินค้าเป็นที่รู้จักดีอยู่แล้วไม่ต้องให้ความรู้กับคน (Educated)

ต้องการย้ำตำแหน่งสินค้า (Brand positioning) ต้องการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ลูกค้ามีพฤติกรรมที่ไม่ต้องเปลี่ยนความคิดของลูกค้าก็ควรใช้การโฆษณา เช่น แชมพูซันซิล หมากฝรั่งลือตเต้ โฆษณานี้บ้านธรรมดาคุณสมบัติบ้านไม่มี แนวความคิดใหม่ๆ เหล่านี้ไม่ต้องเปลี่ยนโครงสร้างความคิดของผู้บริโภคใด ๆ ทั้งสิ้น เพียงสร้างการรู้จัก (Awareness) และแสดงจุดขาย (Selling point) ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (positioning) ที่ชัดเจน

2. การขายโดยใช้พนักงาน (Personal selling) เป็นสิ่งสำคัญมากซึ่งจะใช้พนักงานขายในกรณีต่อไปนี้

2.1 เมื่อสินค้านั้นเหมาะสมกับการขายโดยใช้พนักงาน เช่น

สินค้าประเภทที่ขายตามบ้าน (Door to door selling) ไม่ว่าจะเป็นการประกันชีวิต เครื่องใช้ไฟฟ้ารวมถึงเครื่องสำอางค์

2.2 เมื่อ ลักษณะสินค้าต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

(Product Knowledge) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสลับซับซ้อนซึ่งไม่สามารถถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชน (Mass media) ได้ สินค้าพวกนี้ได้แก่ เครื่องดูดฝุ่น เครื่องทำน้ำแข็ง เครื่องจักรรถยนต์ เครื่องยนต์สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ จึงต้องอาศัยพนักงานขายช่วยอธิบายเพราะ ไม่สามารถใช้สื่อโฆษณาอธิบายได้ชัดเจน

2.3 หน่วยงานขายจำเป็นต้องใช้ในกรณีที่สินค้านั้นต้องการบริการที่ดี

(Good sales services) ซึ่งจำเป็นจะต้องใช้คนให้บริการประกอบการขายสินค้านั้นด้วยโดย

พนักงานขายจะเป็นผู้บริการแนะนำติดตั้งซ่อมบำรุงซึ่งพนักงานขายมีบทบาทสำคัญมากขึ้น

3. การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) มีวัตถุประสงค์ของการวางแผนดังนี้

3.1 การดึงดูดลูกค้าใหม่ (Attract new users) การที่จะดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อสินค้านั้นจะต้องลดอัตราเสี่ยงจากการใช้สินค้าใหม่ให้กับผู้บริโภค การลดแลกแจกแถม เป็นวิธีหนึ่งที่จะลดความเสี่ยงได้เป็นสิ่งที่เขาชนะความเฉื่อยชา (Inershier) ของการคิดเปลี่ยนแปลง

3.2 การรักษาลูกค้าเก่าไว้ (Hold current customer) ในกรณีที่คู่แข่งมีการออกสินค้าใหม่ลูกค้าอาจจะเกิดความสนใจ และมีความคิดอยากจะทดลองใช้สินค้าใหม่ ดังนั้น จะต้องแก้ไขโดยทำให้ไม่เป็นไปตามความคาดหมาย (Off set หรือ dilute) ซึ่งเป็นการลดความเข้มข้นลงด้านการส่งเสริมการขายลูกค้ามีความสนใจในสินค้าใหม่ แต่ยังไม่แน่ใจในคุณภาพของสินค้าซึ่งตราสินค้าเก่าที่ใช้งานแน่ใจในคุณภาพแล้วมีการส่งเสริมการตลาดในกรณีการเปลี่ยนใจจะยากมาก

3.3 การส่งเสริมลูกค้าในปัจจุบันให้ซื้อสินค้าในปริมาณมาก (Load present user) กรณีนี้อาจจะไม่เกี่ยวข้องกับคู่แข่งแต่เกิดขึ้นเพราะ ไม่แน่ใจว่าลูกค้าจะกลับมาซื้อสินค้าอีกหรือไม่ เช่น น้ำยาล้างจานเมื่อผู้บริโภคใช้หมดแล้วไม่แน่ใจว่าจะกลับมาซื้อสินค้าอีกหรือไม่สิ่งนี้จึงเป็นปัญหาที่ต้องแก้ไขโดยทำอย่างไรลูกค้าจึงจะซื้อสินค้าในจำนวนมาก เช่น ให้ลูกค้า 15 บาทกับน้ำยาล้างจานขนาด 10 บาท เพื่อไปซื้อน้ำยาล้างจานขนาด แกลลอน

3.4 การเพิ่มอัตราการใช้ผลิตภัณฑ์ (Increased product usage) เกิดขึ้นเมื่อต้องการให้ผู้บริโภคใช้สินค้ามากขึ้นกว่าเดิมหรือใช้อย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างการสะสมไมล์ เพื่อให้ใช้บริการจากสายการบินนั้นอย่างต่อเนื่องบัตรเครดิตอาจกำหนดว่าถ้าใครใช้ถึง 50,000 บาทภายใน 3 เดือนจะได้ของแถมโดยการสะสมคะแนน

3.5 การส่งเสริมการขายทำให้ผู้บริโภคเกิดการยกระดับ (Trade up) โดยให้ซื้อสินค้าที่มีมูลค่าสูงขึ้นมีขนาดใหญ่ขึ้นหรือมีคุณภาพดีขึ้นตัวอย่างให้ผู้บริโภคนำรถยนต์โตโยต้ารุ่นเก่ารุ่นใดก็ได้มาแลกซื้อรถยนต์รุ่นใหม่

3.6 การเสริมแรงการโฆษณาในตราสินค้า (Reinforce brand advertising) เมื่อโฆษณาไปแล้วควรใช้การส่งเสริมการตลาด เช่น โปสเตอร์ โฆษณาป้ายแขวนแผ่นพับ ใบปลิวชั้นวางที่พูดได้ (Shelf talker) เมื่อผู้บริโภคเดินผ่านก็จะพูดคุยกับผู้บริโภค

เป็นการเพิ่มการรู้จัก (Increased awareness) และสร้างผู้รับข่าวสาร (Audienceship) เกิดความได้เปรียบบนชั้นวาง (Shelf advantage) สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) ใช้กรณีต่อไปนี้

4.1 ใช้การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Image) ว่าเหนือกว่าคู่แข่งซึ่งคุณสมบัติอื่น ๆ ไม่สามารถสร้างได้เหนือกว่าคู่แข่งคุณสมบัติต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ทำเทียบกับคู่แข่งภาพลักษณ์จะเป็นสิ่งเดียวที่จะสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ได้ดีเมื่อสิ่งอื่นเท่ากันหมดภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้เพื่อใช้ในการต่อสู้ได้โดยใช้เรื่องราวและตำนานซึ่งเป็นสิ่งที่คู่แข่งจะเลียนแบบกันได้ยากมาก ตัวอย่าง ปูน TPI จะทำปูนให้มีคุณสมบัติต่าง ๆ ทำสยัมซีเมนต์ทางด้านคุณภาพความสามารถในการทำงาน และคุณสมบัติต่าง ๆ ได้แต่จะบอกว่ามีประวัติอันยาวนานเหมือนสยัมซีเมนต์ย่อมทำไม่ได้

4.2 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์จะใช้เมื่อต้องการให้ความรู้กับบุคคลสินค้าบางชนิดจะประสบความสำเร็จได้เมื่อคนมีความรู้ในตราสินค้านั้นจึงต้องอธิบายถึงคุณสมบัติเกี่ยวกับสินค้า สมมติว่าขายเนื้อโกเบซึ่งมีราคาแพงกว่าเนื้อธรรมดาเนื้อสันในธรรมดาราคา กิโลกรัมละ 200 บาท เนื้อสหรัฐอเมริกาขาย กิโลกรัมละ 350 บาท เนื้อโกเบขาย กิโลกรัม ละ 420 บาท ในกรณีนี้จะต้องให้ความรู้ในคุณสมบัติของเนื้อโกเบว่านุ่ม ไม่เหนียว ไม่มีพังผืด ผู้บริโภคจะต้องมองเห็นค่าของเนื้อโกเบ เขาจะยอมจ่ายเงินซื้อ

4.3 เมื่อมีข้อมูลข่าวสารจำนวนมากที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม (Values added) ให้กับผลิตภัณฑ์และข่าวสารนั้นไม่สามารถบรรจุเข้าไปในโฆษณาได้ เพราะการโฆษณาใช้เวลาเพียง 30 วินาทีเท่านั้น ดังนั้นจึงใส่ข้อมูลเข้าไปในโฆษณาต่าง ๆ ไม่ได้การใช้ PR แทนในกรณีที่มีข้อมูลมากมายที่เป็นจุดขึ้นชมในสินค้า เช่น เป็นโรงงานที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียอาคเนย์ (Brand Knowledge) ซึ่งการโฆษณาไม่อาจจะครอบคลุมได้แต่ขณะเดียวกัน โฆษณาเหล่านี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

5. การตลาดทางตรง (Direct marketing) หมายถึง การตลาดทางไกล (Telemarketing) การขายทางแค ตาล็อก (Catalogue sales) การสั่งซื้อทางไปรษณีย์ (Mail order) การตลาดทางตรงใช้กรณีต่างๆ ดังนี้

5.1 เมื่อมีฐานข้อมูล (Database) ที่ดีพอในกรณีนี้ถ้าทราบว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใครอยู่ที่ไหนจะเป็นการประหยัดกว่าการใช้สื่อ ถ้ากลุ่มเป้าหมายมี 8,000 คน ค่าแสดมปีคนละ 2.50 บาท จะเห็นว่าค่าใช้จ่าย 20,000 บาท ซึ่งถูกกว่าที่เราจะไปลงในสื่อสิ่งพิมพ์ที่ราคาสูงถึงประมาณ 700,000 บาท

5.2 เมื่อต้องการสร้างการตลาดที่มีความเป็นส่วนตัว (Personalized marketing) ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกว่าเป็นการตลาดแบบส่วนตัวเมื่อผู้บริโภคได้รับจดหมายแล้วจะรู้สึกว่าเป็นลูกค้าสำคัญเป็นลูกค้าที่ประธานบริษัทรู้จักทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี และภาคภูมิใจว่าตนเป็นบุคคลหนึ่งที่ได้รับเลือกเป็นกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างเป็นกลุ่มเป้าหมายของคอน โดมิเนียมมูลค่า 20 ล้านบาทเป็นกลุ่มเป้าหมายของบัตรเครดิตชั้นนำ

5.3 ใช้เพื่อเป็นกลยุทธ์ติดตามผล (Follow up strategy) สมมติโครงการอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจคอนโดมิเนียมมีคนมาเยี่ยม 200 คน แต่ว่ามีคนที่สนใจเกิดความต้องการ 20 คน ส่วนอีก 180 คนนั้นเป็นกลุ่มที่เรียกว่ารอและดูไปก่อนเป็นกลุ่มที่จะต้องติดตามต่อไป ดังนั้นรอบสองอาจไม่จำเป็นต้องโฆษณาผ่านสื่อมวลชนหรือสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ใช้การตลาดทางตรงแทนโดยใช้จดหมายส่งผ่านไปยังอีก 180 คนนั้นเป็นการเตือนความทรงจำและการเร่งรัดการตัดสินใจ

5.4 เป็นการเตือนความทรงจำ (Remind) การใช้ตลาดทางตรงเพื่อติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเดิมและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เช่น ต่ออายุนิตยสารวารสารหนังสือพิมพ์เมื่อใกล้หมดอายุสมาชิกแล้ว

TNI

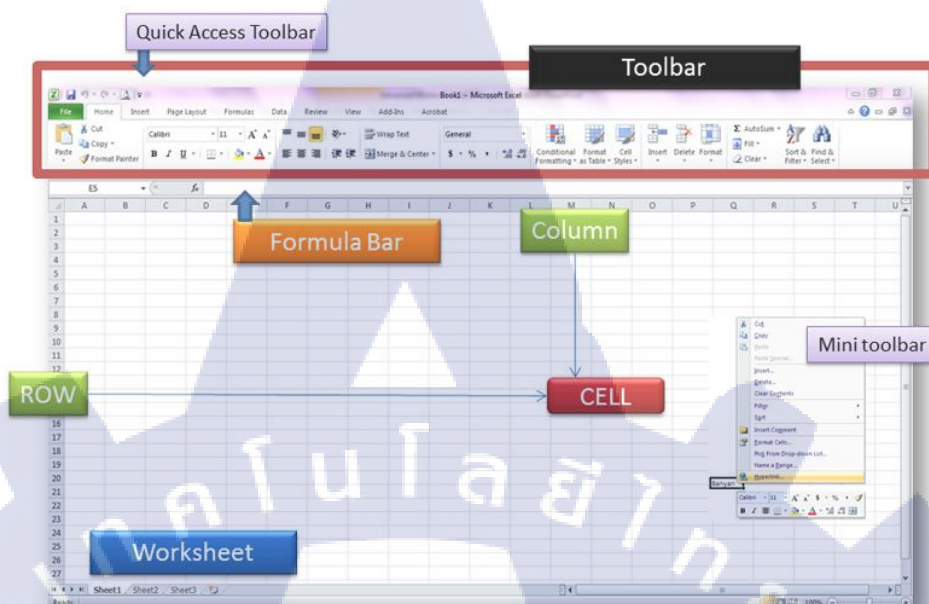
2.2 เทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.2.1 โปรแกรม Microsoft Excel

ไมโครซอฟท์เอกซ์เซล (Microsoft Excel) คือโปรแกรมหนึ่งในชุดโปรแกรมไมโครซอฟท์ออฟฟิศ (Microsoft Office) ซึ่งเป็นโปรแกรมที่เน้นในเรื่องของการคำนวณ (สเปรตชีต) ไมโครซอฟท์เอกซ์เซลเป็นโปรแกรมที่ได้รับความนิยมในด้านการการคำนวณทางคณิตศาสตร์โดยใช้ฟังก์ชันพื้นฐานบวก ลบ คูณ หาร ยกกำลังรวมถึงฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ระดับสูง เช่น Modulo, ตรีโกณมิติ (Sin Cos Tan) ฟังก์ชันทางสถิติ เช่น ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ฟังก์ชันทางการเงิน เช่น การคิดค่าเสื่อมราคา การคำนวณค่าปัจจุบัน ฟังก์ชันในการตัดต่อคำเช่น Concatenate ฟังก์ชันในการค้นหาข้อมูลเช่น Lookup, vlookup และ hlookup สำหรับส่วนที่ถือว่าเป็นสิ่งที่เยี่ยมยอดของไมโครซอฟท์เอกซ์เซลคือการใช้งานในรูปแบบของฐานข้อมูลซึ่งสามารถจัดการฐานข้อมูลที่มีขนาดไม่ใหญ่มากคือ มีประมาณไม่เกิน 65,000 ตารางไม่ว่าจะเป็นตัวกรอง , การเรียงลำดับข้อมูล (Sort) , คำนวณยอดรวม (Subtotal) และตารางไพลอต (Pivot Table) เป็นคำสั่งสำหรับสรุปข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่ดูได้ง่ายสามารถหมุนเปลี่ยนตามต้องการ นอกจากนี้ยังสามารถทำกราฟในแบบต่าง ๆ เช่น เส้นตรง วงกลม กราฟรูปแท่ง กราฟแท่งเทียน ที่ใช้กับการวิเคราะห์หุ้นก็ทำได้กราฟพื้นที่สามารถทำกราฟต่าง ๆ ให้อยู่ในรูปแบบ 2 มิติ หรือ 3 มิติ ได้ด้วยรวมถึงทำกราฟ 2 ชนิดในรูปเดียวกันได้ด้วย



ภาพที่ 2.1 โปรแกรม Microsoft Excel



ภาพที่ 2.2 หน้าต่างโปรแกรม Excel และ ชื่อเรียกฟังก์ชันต่างๆ

- ในแนวนอน เราเรียกว่า Row แต่ละ Row จะมีชื่อเป็นตัวเลขตั้งแต่ 1, 2, 3... ไปจนสุดท้าย 1,048,576 ใน Microsoft Excel 2010
- ในแนวตั้งเราเรียกว่า Column แต่ละ Column จะมีชื่อเป็นตัวอักษร เริ่มจาก A, B, C จนถึง XFD หรือมีจำนวน 16,384 Column ใน Microsoft Excel 2010
- จุดตัดของ Row และ Column เรียกว่า เซล (Cell) เอาชื่อของ Column + Cell เช่น A1, A2 เป็นต้น
- การคำนวณจะใช้ชื่อ Cell ในการอ้างอิง เช่น A1+A2 เป็นต้น
- สัญลักษณ์แทนคำสั่ง
 - สัญลักษณ์ + แทนบวก
 - สัญลักษณ์ - แทนลบ
 - สัญลักษณ์ * แทนคูณ
 - สัญลักษณ์ / แทนหาร
- แต่ละหน้าของไมโครซอฟท์เอกซ์เซลเรียกว่า Work Sheet หลาย ๆ Worksheet รวมกันเรียกว่า Workbook
- คลิกขวาที่บริเวณ Worksheet จะพบเมนูที่ซ่อนอยู่

- Formular Bar คือ ตำแหน่งสำหรับใส่สูตรในการคำนวณ
- ไม่ว่าอยู่ใน Cell ใดๆ สามารถกด F2 เพื่อแก้ไข Cell นั้นๆ ได้ทันที
- ไมโครซอฟท์เอกซ์เซล สามารถนำข้อมูลในตารางมาสร้างเป็น กราฟ ได้
- มีคำสั่งช่วยในการดีตารางได้ง่ายๆ เพียงคลิกเดียว
- นามสกุลไฟล์ของ ไมโครซอฟท์เอกซ์เซล คือ . XLS ถ้าเป็นรุ่น 2007 ขึ้นไป จะมีนามสกุล .XLSX

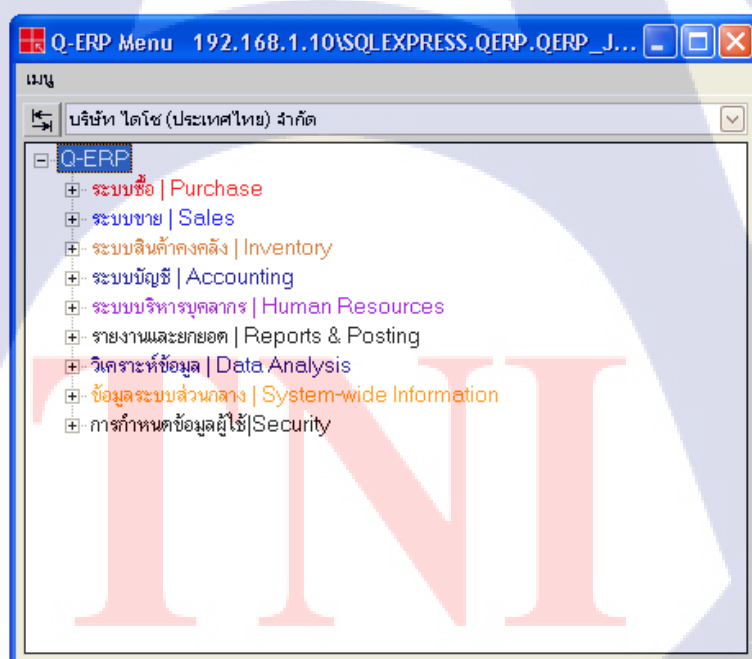


2.2.2 โปรแกรม Q-ERP

ERP ย่อมาจาก Enterprise Resource Planning ดังนั้นระบบ Q-ERP คือ ระบบการวางแผนทรัพยากรทางธุรกิจขององค์กร เพื่อให้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยระบบจะเชื่อมโยงระบบงานต่าง ๆ ภายในองค์กร เช่น งานขาย , งานทรัพยากรมนุษย์, งานบัญชีการเงินงานโครงการ , งานผลิตรวมถึงระบบการกระจายสินค้าเข้า และในแต่ละระบบย่อยก็จะแบ่งข้อมูลออกเป็นสองประเภทคือ การนำข้อมูลพื้นฐานสู่ฐานข้อมูล และการนำข้อมูลเข้ารูปแบบฟอร์ม



ภาพที่ 2.3 โปรแกรม Q-ERP



ภาพที่ 2.4 หน้าต่างโปรแกรม Q-ERP

บทที่ 3

แผนงานการปฏิบัติการและขั้นตอนการดำเนินงาน

การศึกษาขั้นตอนและการดำเนินงานในการทำคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้พนักงานขายที่เข้ามาทำงานใหม่ได้ศึกษาและใช้คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าฉบับนี้ ในการปฏิบัติงานจริง โดยมีแผนการฝึกงานและขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

3.1 แผนการฝึกงาน

ระยะเวลาในการฝึกงานตั้งแต่วันที่ 21 มีนาคม 2559 – 27 พฤษภาคม 2559
ตั้งแต่เวลา 8:30-17:30 เป็นระยะเวลาทั้งหมดรวม 2 เดือน

มีแผนการฝึกงานดังต่อไปนี้

หัวข้องาน	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2			
	1	2	3	4	1	2	3	4
ศึกษาขั้นตอนการทำงานของฝ่ายขายแผนก Restaurant								
ศึกษาคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า								
ศึกษาปัญหาที่พบในระหว่างการทำงาน								
เก็บรวบรวมข้อมูลที่ต้องใช้ในการทำรายงาน								
จัดเตรียมเอกสารที่เกี่ยวข้องและจัดทำรูปเล่มรายงาน								

ตารางที่ 3.1 ตารางแผนการฝึกงาน

3.2 รายละเอียดในการปฏิบัติงาน

จากตารางข้างต้นสามารถอธิบายถึงการปฏิบัติงานใน ฝ่ายขายแผนก Restaurant โดยมี ขั้นตอนในการดำเนินงานดังต่อไปนี้

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงาน

จากแผนการปฏิบัติงานสามารถอธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.3.1 ศึกษาขั้นตอนการทำงานของฝ่ายขาย

1. รับออเดอร์จากลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์ E-mail หรือ Fax หลังจากนั้นจึงทำการ ตรวจสอบเรื่องของราคาสินค้าและ Stock สินค้าว่ามีจำนวนที่พอต่อ ออเดอร์ ของลูกค้า หรือไม่ในกรณีที่สินค้ามีไม่พอต่อคำสั่งซื้อของลูกค้าจะต้องทำการแจ้งลูกค้าทันที และ สอบถามลูกค้าถึงรายละเอียดของการรับสินค้าในจำนวนที่ทางบริษัทสามารถจัดหาได้ก่อน บางส่วน และอีกส่วนที่เหลือจะทำการส่งไปให้ในภายหลังหรือจะทำการยกเลิกคำสั่งซื้อ สินค้ารายการดังกล่าวเมื่อทำการยืนยันออเดอร์กับลูกค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงทำการออก ใบสั่งขาย (SO) โดยใช้โปรแกรม Q-ERP

2. ออกใบสั่งขาย(SO) และเขียนรายละเอียดของ สินค้า เช่น ในกรณีที่เป็สินค้า ประเภทเนื้อจะต้องจดยละเอียดในส่วนของจำนวนน้ำหนักของสินค้า หมายเลข คลังสินค้าที่ใช้ในการเก็บสินค้า วันที่หมดอายุของสินค้าและ สถานที่ที่จะต้อง จัดส่งสินค้า ไปให้แก่ลูกค้า เป็นต้น หลังจากเขียนรายละเอียดทั้งหมดแล้ว จึงนำเอกสารใบสั่งขาย (SO) ไปส่งให้กับฝ่ายโลจิสติกส์เพื่อทำการเบิกจ่ายสินค้า

3. หลังจากที่ยฝ่ายโลจิสติกส์เบิกจ่ายสินค้าเรียบร้อยแล้ว หลังจากนั้นให้ ทำการจอง เลข Invoice เพื่อที่จะใช้เลขชุดนั้นในการออกใบกำกับขาย ซึ่งเลข Invoice นั้นจะประกอบไปด้วยตัวอักษร 2 ตัวและตัวเลขจำนวน 8 หลัก ยกตัวอย่างเช่น IN16040001 ซึ่งความหมายของเลขแต่ละหลักจะประกอบไปด้วย

- IN คือ ตัวอักษรที่ย่อมาจากคำว่า INVOICE
- 16 คือ ปี ค.ศ. ที่ใช้ในการออกใบ Invoice
- 04 คือ เดือนที่ใช้ในการออกใบ Invoice
- 0001 คือ ตัวเลขที่ใช้ในการเรียงลำดับการจองซึ่งจะเรียงต่อกัน ไปเรื่อยตามลำดับ

4. สร้างเอกสาร Invoice ในระบบผ่านโปรแกรม Q-ERP โดยทำการดึง ข้อมูลของสินค้าในระบบ ในขั้นตอนนี้จะต้องทำการ ตรวจสอบชื่อสินค้า จำนวนสินค้า และราคาสินค้าว่ามีความถูกต้องหรือไม่เพราะในบางกรณีจำนวนของสินค้าจะไม่ครบตามคำสั่งซื้อ เพราะ ทางฝ่ายโลจิสติกส์ยังทำการเบิกจ่ายสินค้าไม่ครบ เมื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลสินค้าเรียบร้อยแล้วจึงจะดึงข้อมูลในระบบและทำการออกเอกสาร Invoice ได้

5. รวบรวมเอกสาร Invoice แต่ละชุด ที่พิมพ์ออกมาจากเครื่อง พิมพ์เอกสาร และแนบใบ PO ของแต่ละบริษัทกับเอกสาร Invoice หลังจากนั้นจึงส่งให้กับผู้จัดการฝ่ายทั่วไป และบัญชีตรวจสอบ และลงชื่ออนุมัติ

จำนวนเอกสาร Invoice 1 ชุดจะมีทั้งหมด 6 ใบ 6 สี ได้แก่ สีเขียว สีส้ม สีน้ำตาล สีม่วง สีฟ้า และสีน้ำเงิน ซึ่งแต่ละใบมีความแตกต่างกันดังต่อไปนี้

- สีเขียว คือ ใบต้นฉบับกำกับภาษีสำหรับลูกค้าเมื่อทางบริษัททำการส่งของไปให้แก่ลูกค้า ตัวของลูกค้าจะเก็บใบสีเขียวนี้ไว้เพื่อเป็นหลักฐานสำหรับการรับสินค้า
- สีส้ม คือ สำเนาใบส่งสินค้าสำหรับการวางบิล เมื่อทางบริษัททำการส่งของไปให้แก่ลูกค้าแล้ว ตัวของลูกค้าจะทำการส่งใบสีส้มนี้กลับมาทางบริษัทเพื่อใช้ในการวางบิลกับฝ่ายการเงิน
- สีน้ำตาล คือ ต้นฉบับใบเสร็จรับเงิน ในส่วนขั้นตอนของการคัดแยกเอกสาร Invoice นั้นจะต้องนำใบ Invoice สีน้ำตาลนี้ส่งให้ฝ่ายการเงิน เพื่อบริการเรียกเก็บเงินจากลูกค้า
- สีม่วง คือ สำเนาใบเสร็จรับเงินในขั้นตอนของการคัดแยกใบ Invoice นั้นจะต้องนำใบ Invoice สีม่วงนี้ส่งให้ฝ่ายบัญชี
- สีฟ้า คือ สำเนาใบส่งสินค้าในขั้นตอนของการคัดแยกใบ Invoice นั้นจะต้องนำใบ Invoice สีฟ้านี้ ส่งให้ฝ่ายบัญชีเช่นเดียวกัน
- สีน้ำเงินคือ สำเนาใบส่งสินค้าในขั้นตอนของการคัดแยกใบ Invoice นั้นจะต้องนำใบ Invoice สีฟ้านี้ส่งให้ฝ่ายประสานงานขาย เพื่อเก็บเป็นหลักฐานในการส่งสินค้า

6. เมื่อเอกสาร Invoice แต่ละฉบับได้รับการตรวจสอบและลงชื่ออนุมัติจากทางฝ่ายผู้จัดการทั่วไปและผู้จัดการฝ่ายบัญชีแล้ว ต่อมาให้ทำการคัดแยกใบ Invoice แต่ละชุดและแนบไปพร้อมกับใบ PO ของลูกค้าเพื่อจัดส่งสินค้า ในการคัดแยกใบ Invoice นั้นจะมีความแตกต่างกันตามประเภทของลูกค้า ยกตัวอย่างเช่นประเภทของลูกค้าที่วางบิลพร้อมส่งของและลูกค้าที่ชำระสินค้าเป็นเงินสด จะทำการคัดแยกเอกสาร Invoice รวมทั้งหมด 3 ใบ ได้แก่ สีเขียว ส้ม และน้ำตาลรวมไปถึงจะต้องทำเอกสารเพิ่มเติม คือ เอกสารวางบิลเอกสารวางบิลจะเป็นเอกสารที่ชี้แจงถึงรายละเอียดของ ชื่อของบริษัทลูกค้า , จำนวนเอกสาร Invoice, วันที่สร้างเอกสาร Invoice, จำนวนเงินที่ต้องชำระในแต่ละเอกสาร Invoice, ยอดรวมทั้งหมดที่ต้องชำระ ซึ่งการจัดเรียงเอกสารที่ต้องแนบไปพร้อมกับสินค้าที่ต้องจัดส่งจะมีดังต่อไปนี้ เอกสารวางบิล เอกสาร Invoice ได้แก่ ใบสีเขียว ส้ม และน้ำตาล ตามลำดับ

- ประเภทของลูกค้าที่บริษัทให้เครดิต ยกตัวอย่างเช่น เครดิตในการชำระเงินจำนวน 7 วัน 15 วัน 30 วัน หรือ 60 วัน เป็นต้น จะต้องทำการคัดแยกเอกสาร Invoice รวมทั้งหมด 2 ใบ ได้แก่ สีเขียวและส้ม

บริษัท ไคโซ (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่)
DAISHO (THAILAND) CO., LTD. (HEAD OFFICE)
เลขที่ 241-43 ชั้น 9 อาคารคอมเพล็กซ์ ออฟฟิศทาวน์ เซ็นทรัลพลาซ่า กรุงเทพฯ ถนนพหลโยธิน
No. 241-43, 9th Fl. Bangna Complex Office Tower, Sai Bangna-Tad 25, Bangna, Bangkok 10260
TEL (062) 744-1450-1, 744-1453 FAX (062) 744-1452

ใบส่งมอบสินค้า (สำหรับลูกค้า)
TAX INVOICE ORIGINAL/DELIVERY ORDER ORIGINAL

เลขที่ NO. ลูกค้า
วันที่ DATE

ต้นฉบับใบกำกับภาษีในส่งสินค้า
TAX INVOICE ORIGINAL/DELIVERY ORDER ORIGINAL

ขายให้ : SOLD TO

เลขที่ใบส่งมอบลูกค้า ORDER NO.	รหัสลูกค้า CUSTOMER NO.	เลขที่ใบสั่งซื้อสินค้า PURCHASE ORDER	เงื่อนไขการชำระเงิน PAYMENT TERM	วันครบกำหนด DUE DATE	รหัสพนักงานขาย SALES CODE
รหัสสินค้า PRODUCT CODE	รายการ DESCRIPTION	หน่วย UOM	จำนวน QUANTITY	ราคาหน่วย UNIT PRICE	จำนวนเงิน AMOUNT

รวมเป็นเงิน TOTAL

หัก ส่วนลด L.DISCOUNT

เงินหลังหักส่วนลด NET TOTAL

ภาษี VAT

รวมทั้งสิ้น GRAND TOTAL

หมายเหตุ : ใบกำกับภาษีนี้ใช้ได้เฉพาะลูกค้าที่ชำระเงินโดยเช็คเท่านั้น ใบกำกับภาษีนี้จะมีผลใช้บังคับ
เมื่อชำระเงินโดยเช็คภายใน 15 วัน นับแต่วันออกใบกำกับภาษี
NOTE: PAYMENT BY CHECK NOT VALID TILL THE CHECKER HAS BEEN HONORED
INTEREST AT 1.5% PER MONTH WILL BE CHARGED ON OVERDUE ACCOUNT

ชำระโดย ☐ เงินสด ☐ เช็คเลขที่ ธนาคาร
PAID BY: CASH CHECK NO. BANK
สาขา วันที่ จำนวนเงิน
BRANCH DATE AMOUNT

ใบกำกับภาษีนี้ใช้ได้เฉพาะลูกค้าที่ชำระเงินโดยเช็คเท่านั้น
ใบกำกับภาษีนี้จะมีผลใช้บังคับเมื่อชำระเงินโดยเช็คภายใน 15 วัน นับแต่วันออกใบกำกับภาษี
PLEASE MAKE PAYMENT BY CROSSED CHECK PAYABLE TO DAISHO (THAILAND) CO., LTD.

ได้รับโดย RECEIVED BY วันที่
DATE CASHIER DATE DELIVERY BY วันที่
DATE CHECKER BY วันที่
DATE AUTHORIZED SIGNATURE

บริษัท ไคโซ (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่)
DAISHO (THAILAND) CO., LTD. (HEAD OFFICE)
เลขที่ 241-43 ชั้น 9 อาคารคอมเพล็กซ์ ออฟฟิศทาวน์ เซ็นทรัลพลาซ่า กรุงเทพฯ ถนนพหลโยธิน
No. 241-43, 9th Fl. Bangna Complex Office Tower, Sai Bangna-Tad 25, Bangna, Bangkok 10260
TEL (062) 744-1450-1, 744-1453 FAX (062) 744-1452

ใบส่งมอบสินค้า (สำหรับลูกค้า)
TAX INVOICE COPY/DELIVERY ORDER COPY

เลขที่ NO. วางบิล
วันที่ DATE

ต้นฉบับใบกำกับภาษีในส่งสินค้า
TAX INVOICE COPY/DELIVERY ORDER COPY

ขายให้ : SOLD TO

เลขที่ใบส่งมอบลูกค้า ORDER NO.	รหัสลูกค้า CUSTOMER NO.	เลขที่ใบสั่งซื้อสินค้า PURCHASE ORDER	เงื่อนไขการชำระเงิน PAYMENT TERM	วันครบกำหนด DUE DATE	รหัสพนักงานขาย SALES CODE
รหัสสินค้า PRODUCT CODE	รายการ DESCRIPTION	หน่วย UOM	จำนวน QUANTITY	ราคาหน่วย UNIT PRICE	จำนวนเงิน AMOUNT

รวมเป็นเงิน TOTAL

หัก ส่วนลด L.DISCOUNT

เงินหลังหักส่วนลด NET TOTAL

ภาษี VAT

รวมทั้งสิ้น GRAND TOTAL

หมายเหตุ : ใบกำกับภาษีนี้ใช้ได้เฉพาะลูกค้าที่ชำระเงินโดยเช็คเท่านั้น ใบกำกับภาษีนี้จะมีผลใช้บังคับ
เมื่อชำระเงินโดยเช็คภายใน 15 วัน นับแต่วันออกใบกำกับภาษี
NOTE: PAYMENT BY CHECK NOT VALID TILL THE CHECKER HAS BEEN HONORED
INTEREST AT 1.5% PER MONTH WILL BE CHARGED ON OVERDUE ACCOUNT

ชำระโดย ☐ เงินสด ☐ เช็คเลขที่ ธนาคาร
PAID BY: CASH CHECK NO. BANK
สาขา วันที่ จำนวนเงิน
BRANCH DATE AMOUNT

ใบกำกับภาษีนี้ใช้ได้เฉพาะลูกค้าที่ชำระเงินโดยเช็คเท่านั้น
ใบกำกับภาษีนี้จะมีผลใช้บังคับเมื่อชำระเงินโดยเช็คภายใน 15 วัน นับแต่วันออกใบกำกับภาษี
PLEASE MAKE PAYMENT BY CROSSED CHECK PAYABLE TO DAISHO (THAILAND) CO., LTD.

ได้รับโดย RECEIVED BY วันที่
DATE CASHIER DATE DELIVERY BY วันที่
DATE CHECKER BY วันที่
DATE AUTHORIZED SIGNATURE

บริษัท ไดโช (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่)
DAISHO (THAILAND) CO., LTD. (HEAD OFFICE)
เลขที่ 2-4-43 ชั้น 9 อาคารคอมเพล็กซ์ออฟฟิศ 25 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260
No. 2-4-43, 9th Fl., Bangna Complex Office Tower, Soi Bangna-Tiad 25, Bangna, Bangkok 10260
TEL (862) 744-1450-1, 744-1453 FAX (862) 744-1452

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี: 0105542056252

(ไม่ใช้ใบกำกับภาษี) (เอกสารฉบับชุด)

ต้นฉบับใบเสร็จรับเงิน
RECEIPT ORIGINAL

เลขที่ NO.
วันที่ DATE

ลูกค้า CUSTOMER

ขายให้: SOLD TO

รหัสใบเสร็จของลูกค้า ORDER NO.	รหัสลูกค้า CUSTOMER NO.	เลขที่ใบสั่งซื้อ PURCHASE ORDER	เงื่อนไขการชำระเงิน PAYMENT TERM	วันครบกำหนด DUE DATE	รหัสพนักงานขาย SALES CODE

รหัสสินค้า PRODUCT CODE	รายการ DESCRIPTION	หน่วย UOM	จำนวน QUANTITY	ราคาหน่วย UNIT PRICE	จำนวนเงิน AMOUNT

ใบกำกับภาษี & O.E.

รวมเป็นเงิน TOTAL	
หัก ส่วนลด L.DISCOUNT	
เงินที่ต้องชำระสุทธิ NET TOTAL	
ภาษี VAT	
รวมทั้งสิ้น GRAND TOTAL	

หมายเหตุ: ใบเสร็จรับเงินนี้ใช้ได้เฉพาะกรณีที่ลูกค้าชำระเงินโดยเช็คเท่านั้น ไม่สามารถใช้ใบเสร็จรับเงินนี้เพื่อชำระหนี้สินอื่นได้
บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ 1.5 % ต่อเดือน เมื่อชำระล่าช้ากว่ากำหนด
PAYMENT BY CHECKER NOT VALID TILL THE CHECKER HAS BEEN HONORED
INTEREST AT 1.5% PER MONTH WILL BE CHARGED ON OVERDUE ACCOUNT

ชำระโดย: ☐ เงินสด ☐ เช็ค ☐ เงินฝาก
PAID BY: CASH CHECK NO. BANK

สาขา: วันที่: จำนวนเงิน:
BRANCH DATE AMOUNT

ได้รับโดย:
CASHIER

ส่งมอบโดย:
DELIVERY BY

ตรวจสอบโดย:
CHECKER BY

วันที่:
DATE

วันที่:
DATE

วันที่:
DATE

ผู้มีอำนาจลงนาม
AUTHORIZED SIGNATURE

บริษัท ไดโช (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่)
DAISHO (THAILAND) CO., LTD. (HEAD OFFICE)
เลขที่ 2-4-43 ชั้น 9 อาคารคอมเพล็กซ์ออฟฟิศ 25 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260
No. 2-4-43, 9th Fl., Bangna Complex Office Tower, Soi Bangna-Tiad 25, Bangna, Bangkok 10260
TEL (862) 744-1450-1, 744-1453 FAX (862) 744-1452

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี: 0105542056252

(ไม่ใช้ใบกำกับภาษี) (เอกสารฉบับชุด)

สำเนาใบเสร็จรับเงิน
RECEIPT COPY

เลขที่ NO.
วันที่ DATE

บัญชี ACCOUNT

ขายให้: SOLD TO

รหัสใบเสร็จของลูกค้า ORDER NO.	รหัสลูกค้า CUSTOMER NO.	เลขที่ใบสั่งซื้อ PURCHASE ORDER	เงื่อนไขการชำระเงิน PAYMENT TERM	วันครบกำหนด DUE DATE	รหัสพนักงานขาย SALES CODE

รหัสสินค้า PRODUCT CODE	รายการ DESCRIPTION	หน่วย UOM	จำนวน QUANTITY	ราคาหน่วย UNIT PRICE	จำนวนเงิน AMOUNT

ใบกำกับภาษี & O.E.

รวมเป็นเงิน TOTAL	
หัก ส่วนลด L.DISCOUNT	
เงินที่ต้องชำระสุทธิ NET TOTAL	
ภาษี VAT	
รวมทั้งสิ้น GRAND TOTAL	

หมายเหตุ: ใบเสร็จรับเงินนี้ใช้ได้เฉพาะกรณีที่ลูกค้าชำระเงินโดยเช็คเท่านั้น ไม่สามารถใช้ใบเสร็จรับเงินนี้เพื่อชำระหนี้สินอื่นได้
บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ 1.5 % ต่อเดือน เมื่อชำระล่าช้ากว่ากำหนด
PAYMENT BY CHECKER NOT VALID TILL THE CHECKER HAS BEEN HONORED
INTEREST AT 1.5% PER MONTH WILL BE CHARGED ON OVERDUE ACCOUNT

ชำระโดย: ☐ เงินสด ☐ เช็ค ☐ เงินฝาก
PAID BY: CASH CHECK NO. BANK

สาขา: วันที่: จำนวนเงิน:
BRANCH DATE AMOUNT

ได้รับโดย:
CASHIER

ส่งมอบโดย:
DELIVERY BY

ตรวจสอบโดย:
CHECKER BY

วันที่:
DATE

วันที่:
DATE

วันที่:
DATE

ผู้มีอำนาจลงนาม
AUTHORIZED SIGNATURE

บริษัท ไดโช (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่)
DAISHO (THAILAND) CO., LTD. (HEAD OFFICE)
เลขที่ 2-4-43 ชั้น 9 อาคารคอมเพล็กซ์ออฟฟิศ 25 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260
No. 2-4-43, 9th Fl., Bangna Complex Office Tower, Soi Bangna-Tiad 25, Bangna, Bangkok 10260
TEL (862) 744-1450-1, 744-1453 FAX (862) 744-1452

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี: 0105542056252

(ไม่ใช้ใบกำกับภาษี) (เอกสารฉบับชุด)

สำเนาใบกำกับภาษี/สำเนาใบส่งสินค้า
TAX INVOICE COPY/DELIVERY ORDER COPY

เลขที่ NO.
วันที่ DATE

บัญชี ACCOUNT

ขายให้: SOLD TO

รหัสใบเสร็จของลูกค้า ORDER NO.	รหัสลูกค้า CUSTOMER NO.	เลขที่ใบสั่งซื้อ PURCHASE ORDER	เงื่อนไขการชำระเงิน PAYMENT TERM	วันครบกำหนด DUE DATE	รหัสพนักงานขาย SALES CODE

รหัสสินค้า PRODUCT CODE	รายการ DESCRIPTION	หน่วย UOM	จำนวน QUANTITY	ราคาหน่วย UNIT PRICE	จำนวนเงิน AMOUNT

ใบกำกับภาษี & O.E.

รวมเป็นเงิน TOTAL	
หัก ส่วนลด L.DISCOUNT	
เงินที่ต้องชำระสุทธิ NET TOTAL	
ภาษี VAT	
รวมทั้งสิ้น GRAND TOTAL	

หมายเหตุ: ใบเสร็จรับเงินนี้ใช้ได้เฉพาะกรณีที่ลูกค้าชำระเงินโดยเช็คเท่านั้น ไม่สามารถใช้ใบเสร็จรับเงินนี้เพื่อชำระหนี้สินอื่นได้
บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ 1.5 % ต่อเดือน เมื่อชำระล่าช้ากว่ากำหนด
PAYMENT BY CHECKER NOT VALID TILL THE CHECKER HAS BEEN HONORED
INTEREST AT 1.5% PER MONTH WILL BE CHARGED ON OVERDUE ACCOUNT

ชำระโดย: ☐ เงินสด ☐ เช็ค ☐ เงินฝาก
PAID BY: CASH CHECK NO. BANK

สาขา: วันที่: จำนวนเงิน:
BRANCH DATE AMOUNT

ได้รับโดย:
CASHIER

ส่งมอบโดย:
DELIVERY BY

ตรวจสอบโดย:
CHECKER BY

วันที่:
DATE

วันที่:
DATE

วันที่:
DATE

ผู้มีอำนาจลงนาม
AUTHORIZED SIGNATURE

บริษัท ไดโช (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่)
DAISHO (THAILAND) CO., LTD. (HEAD OFFICE)
เลขที่ 2-4-43 ชั้น 9 อาคารคอมเพล็กซ์ออฟฟิศ 25 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260
No. 2-4-43, 9th Fl., Bangna Complex Office Tower, Soi Bangna-Tiad 25, Bangna, Bangkok 10260
TEL (862) 744-1450-1, 744-1453 FAX (862) 744-1452

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี: 0105542056252

(ไม่ใช้ใบกำกับภาษี) (เอกสารฉบับชุด)

สำเนาใบกำกับภาษี/สำเนาใบส่งสินค้า
TAX INVOICE COPY/DELIVERY ORDER COPY

เลขที่ NO.
วันที่ DATE

คลังสินค้า WAREHOUSE

ขายให้: SOLD TO

รหัสใบเสร็จของลูกค้า ORDER NO.	รหัสลูกค้า CUSTOMER NO.	เลขที่ใบสั่งซื้อ PURCHASE ORDER	เงื่อนไขการชำระเงิน PAYMENT TERM	วันครบกำหนด DUE DATE	รหัสพนักงานขาย SALES CODE

รหัสสินค้า PRODUCT CODE	รายการ DESCRIPTION	หน่วย UOM	จำนวน QUANTITY	ราคาหน่วย UNIT PRICE	จำนวนเงิน AMOUNT

ใบกำกับภาษี & O.E.

รวมเป็นเงิน TOTAL	
หัก ส่วนลด L.DISCOUNT	
เงินที่ต้องชำระสุทธิ NET TOTAL	
ภาษี VAT	
รวมทั้งสิ้น GRAND TOTAL	

หมายเหตุ: ใบเสร็จรับเงินนี้ใช้ได้เฉพาะกรณีที่ลูกค้าชำระเงินโดยเช็คเท่านั้น ไม่สามารถใช้ใบเสร็จรับเงินนี้เพื่อชำระหนี้สินอื่นได้
บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ 1.5 % ต่อเดือน เมื่อชำระล่าช้ากว่ากำหนด
PAYMENT BY CHECKER NOT VALID TILL THE CHECKER HAS BEEN HONORED
INTEREST AT 1.5% PER MONTH WILL BE CHARGED ON OVERDUE ACCOUNT

ชำระโดย: ☐ เงินสด ☐ เช็ค ☐ เงินฝาก
PAID BY: CASH CHECK NO. BANK

สาขา: วันที่: จำนวนเงิน:
BRANCH DATE AMOUNT

ได้รับโดย:
CASHIER

ส่งมอบโดย:
DELIVERY BY

ตรวจสอบโดย:
CHECKER BY

วันที่:
DATE

วันที่:
DATE

วันที่:
DATE

ผู้มีอำนาจลงนาม
AUTHORIZED SIGNATURE

ภาพที่ 3.1 เอกสาร Invoice

ATTN : _____

DAISHO (THAILAND) CO.,LTD.
TEL.: (02) 744-1450~1, (02)744-0003~4
BANGNA RD.

DEBIT NOTE (ใบวางบิล)

CUSTOMER NAME : _____

			AS OF:	03/05/2016
ITEM	DATE	INVOICE NO.	AMOUNT	REMARK
TOTAL AMOUNT			BAHT	

RECEIVED BY: _____

DUE OF PAYMENT DATE _____
(7 DAY)

หมายเหตุ (เอกสารนำกลับใบสีขาว)
โปรดระบุวันที่รับเช็คด้วยคะ

ภาพที่ 3.2 เอกสารวางบิล

3.3.2 ศึกษาคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า

คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า

- คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าประเภทอาหารแช่แข็ง (FROZEN ITEM)

	A	B	C	D
	DESCRIPTION	CTN	UNIT	IMAGE
7				
8	Hikari Red Miso (Dashinano) มิโอะแดง	1KG X 10pkt	PKT	
9	Hikari White Miso (Dashinano) มิโอะขาว	1KG X 10pkt	PKT	
10	Ikura Shoyu โซยุปลาซาลมอนสอโกโกโด้	500g x 20pkt	PKT	
11	Hotate Size 5S (61-80) หอยเชลล์สอโกโกโด้	1kg x 10pkt	KG	
13	Hotate Size 2S (36-40) หอยเชลล์สอโกโกโด้	1kg x 10pkt	KG	
14	Hotate SizeS (31-35) หอยเชลล์สอโกโกโด้	1kg x 10pkt	KG	
15	Hotate SizeM (26-30) หอยเชลล์สอโกโกโด้	1kg x 10pkt	KG	
16	Hotate SizeL (21-25) หอยเชลล์สอโกโกโด้	1kg x 10pkt	KG	
19	Boiled Hotate5S (61-80) หอยเชลล์ต้ม	1kg x 10pkt	KG	
20	Boiled Hotate2L (60-80) หอยเชลล์ต้ม	1kg x 10pkt	KG	

ภาพที่ 3.3 ภาพคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าประเภทอาหารแช่แข็ง (FROZEN ITEM)

- คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าประเภทของแห้ง (DRY ITEM)

	DESCRIPTION	CTN	UNIT	IMAGE
7				
8	Dried Wakame วากาเมะแห้ง	100g x 60pkt	PKT	
9	Dried Wakame วากาเมะแห้ง	500g x 20pkt	PKT	
10	Roasted seaweed Economy Whole 180x200 mm	100 sht x 40pkt	PKT	
11	Roasted seaweed Economy Half 180 x 100 mm	200 sht x 40pkt	PKT	
12	Roasted seaweed Premium Whole 180x200 mm	50 sht x 80pkt	PKT	
13	Roasted seaweed Premium Half 180x100 mm	100 sht x 80pkt	PKT	
14	Onifiri seaweed film (Instant)	100 sht x 40pkt	PKT	
15	Kizami Nori สาหร่ายฝอย	250g x 20pkt	PKT	
16	Aosa สาหร่ายผง	500g x 20pkt	PKT	
17	SEAGRACE HOTATE FUMI HOGUSHIMI เนื้อหอยเชลล์หั่นหมัก	670g x 10 pkt	pkt	
18	PESCADISH KANI FUMI SHRED เนื้อปูเทียมฉีก	670g x 10 pkt	pkt	
19	PESCADISH HOTATE FUMI WHALL เนื้อหอยเชลล์หั่น	700g x 10 pkt	pkt	

ภาพที่ 3.4 ภาพคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าประเภทของแห้ง (DRY ITEM)

3.3.3 ศึกษาปัญหาที่พบในการปฏิบัติงาน

เนื่องจากปัญหาที่พบในการปฏิบัติงาน คือ ในระหว่างการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายนั้น มีโอกาสได้ศึกษาฝีมือแสดงรายสินค้าของแผนกจึงสังเกตเห็นถึงปัญหาที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการทำงานของพนักงานขายที่เข้ามาทำงานในอนาคตเพราะ ฝีมือแสดงรายละเอียดสินค้า ฉบับเก่ามีเพียง ชื่อ ,รูปภาพ และ หน่วยของการขายของสินค้าเพียงเท่านั้น แต่ยังขาดรายละเอียดในบางส่วน เช่น

1. รายละเอียดในส่วนของสินค้าที่จะนำไปใช้ประกอบเป็นเมนูอาหาร
2. อายุของสินค้า
3. วิธีการเก็บรักษาสินค้า
4. ตัวอย่างสินค้าที่สามารถขายร่วมกันได้ เช่น ผงมิโสะแดง นอกจากการนำไปทำอาหารประเภทซุ๊ปแล้วยังสามารถนำไปนํารำเมน และหมักกับอาหารประเภทปลาได้เพราะฉะนั้น สินค้าที่สามารถขายร่วมกันได้คือ เส้นราเมน เป็นต้น

ซึ่งถ้าขาดข้อมูลเหล่านี้อาจทำให้พนักงานขายที่เข้ามาทำงานใหม่ไม่สามารถให้คำแนะนำหรือตอบคำถามลูกค้าได้และปัญหานี้อาจส่งผลให้สูญเสียลูกค้าและมีผลกระทบต่อ ยอดขายของบริษัทเป็นได้

3.3.4 เก็บรวบรวมข้อมูล

จากปัญหาข้างต้นจึงได้ทำการเก็บข้อมูลในการจัดทำคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า ฉบับใหม่ โดยการสอบถามถึงรายละเอียดของสินค้าแต่ละชนิดในคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้ากับพนักงานขาย ที่มีประสบการณ์ในการขายสินค้าซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. รูปแบบของอาหารที่สามารถทำได้จากสินค้าในคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า พร้อมรูปภาพประกอบ
2. อายุของสินค้า
3. วิธีการเก็บรักษาสินค้า
4. ตัวอย่างสินค้าที่สามารถขายร่วมกันได้

3.3.5 วางแผนจัดทำคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า

นำปัญหาที่ พบนี้มาแก้ไขตามหลักความหมายของแคตตาล็อกที่ว่าด้วยเรื่อง ความหมายของ แคตตาล็อก คือ ต้องมีรายละเอียดของสินค้า และบทความแนะนำโฆษณาต่าง ๆ สำหรับสินค้านั้น ๆ รวมไปถึงลักษณะที่สำคัญของแคตตาล็อก คือ เป็นสิ่งพิมพ์ที่มุ่งเสนอรายละเอียดของสินค้า มักมี ภาพสินค้า มีคำบรรยายประกอบ จัดแบ่งประเภทสินค้าเป็นหมวดหมู่ สะดวกต่อการค้นหา เป็นต้น จากการศึกษาหลักความหมายของแคตตาล็อกข้างต้น จึงได้จัดทำคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าหรือ แคตตาล็อกฉบับใหม่ขึ้น โดยการเพิ่มเติมรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- 1) รูปแบบของอาหารที่สามารถทำได้จากสินค้าในคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า พร้อมรูปภาพประกอบ เช่น มิโอะแดงสามารถนำไปทำเป็นซูชิมิโอะ และยังสามารถนำไปหมักเมนูอาหารประเภทปลาได้อีกด้วย
- 2) อายุของสินค้าแต่ละประเภท ยกตัวอย่างเช่น
 - อาหารประเภทแซ่แข็งจะมีอายุประมาณ 1-2 ปีขึ้นไป
 - อาหารประเภทของแห้งจะมีอายุประมาณ 4-5 เดือนขึ้นไปแต่ไม่เกิน 1 ปี
- 3) วิธีการเก็บรักษา สินค้าแต่ละประเภท
 - อาหารประเภทแซ่แข็งจะต้องเก็บในห้องแซ่แข็งที่มีอุณหภูมิ -18 องศา
 - อาหารประเภทของแห้งจะต้องเก็บในอุณหภูมิระดับห้อง 25 องศา
- 4) ตัวอย่างสินค้าที่สามารถขายร่วมกันได้ เช่น ผงมิโอะแดง นอกจากการนำไปทำอาหารประเภทซูชิแล้วยังสามารถนำไปทำเป็นน้ำราเมนหรือหมักกับอาหารประเภทปลาได้ เพราะฉะนั้น สินค้าที่สามารถขายร่วมกันได้คือ เส้นราเมน เป็นต้น (เนื้อหาในส่วนนี้จะชี้แจงอยู่ในหัวข้อ“รายละเอียดเพิ่มเติม”)
- 5) เมื่อได้ข้อมูลในการจัดทำคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าฉบับใหม่แล้ว ขั้นตอนต่อไปจึงทำการหารูปภาพของสินค้าที่ถูกนำไปประกอบเป็นเมนูอาหาร เช่น ราเมน ซูชิมิโอะ และเมนูน้ำซูชิต่างๆ
- 6) หลังจากนั้นจึงทำการเพิ่มเติมข้อมูลดังกล่าวข้างต้นลงในคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า
- 7) เพิ่มสีพื้นหลังเพื่อให้ คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าให้มีความน่าสนใจมากขึ้น

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน

4.1 ผลการดำเนินงาน

จากการดำเนินงานในการจัดทำคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าฉบับใหม่จะเห็นได้ว่า คู่มือรายละเอียดสินค้าฉบับเก่าจะมีเพียง ชื่อ (หมายเลข 1), รูปภาพ (หมายเลข 2) , จำนวนน้ำหนักของสินค้าที่บรรจุในลัง (หมายเลข 3) และหน่วยการขายของสินค้า (หมายเลข 4) เพียงเท่านั้น

7	DESCRIPTION	CTN	UNIT	IMAGE
8	Hikari Red Miso (Dashinano) มิโอะแดง 1	1KG X 10pkt	PKT	
9	Hikari White Miso (Dashinano) มิโอะขาว	1KG X 10pkt	PKT	
10	Ikura Shoyu โซปลาซาลมอนซอกโกโด	500g x 20pkt	PKT	
11	Hotate Size 5S (61-80) หอยเชลล์ซอกโกโด	1kg x 10pkt	KG	
13	Hotate Size 2S (36-40) หอยเชลล์ซอกโกโด	1kg x 10pkt	KG	
14	Hotate SizeS (31-35) หอยเชลล์ซอกโกโด	1kg x 10pkt	KG	
15	Hotate SizeM (26-30) หอยเชลล์ซอกโกโด	1kg x 10pkt	KG	
16	Hotate SizeL (21-25) หอยเชลล์ซอกโกโด	1kg x 10pkt	KG	
◀ ▶ 🔍 FROZEN ITEM DRY ITEM Blank พร้อม				

ภาพที่ 4.1 คู่มือแสดงรายละเอียดอาหารประเภทแช่แข็งก่อนปรับปรุง

7	DESCRIPTION	CTN	UNIT	IMAGE
8	Dried Wakame วากะเมะแห้ง	100g x 60pkt	PKT	
9	Dried Wakame วากะเมะแห้ง	500g x 20pkt	PKT	
10	Roasted seaweed Economy Whole 180x200 mm	100 sht x 40pkt	PKT	
11	Roasted seaweed Economy Half 180 x 100 mm	200 sht x 40pkt	PKT	
12	Roasted seaweed Premium Whole 180x200 mm	50 sht x 80pkt	PKT	
13	Roasted seaweed Premium Half 180x100 mm	100 sht x 80pkt	PKT	
14	Onifiri seaweed film (Instant)	100 sht x 40pkt	PKT	
15	Kizami Nori สาหร่ายฝอย	250g x 20pkt	PKT	
16	Aosa สาหร่ายผง	500g x 20pkt	PKT	

ภาพที่ 4.2 คู่มือแสดงรายละเอียดอาหารประเภทของแห้งก่อนปรับปรุง

คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าฉบับได้เพิ่มข้อมูลดังต่อไปนี้

- 1) รูปแบบของอาหารที่สามารถทำได้จากสินค้าในคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า
(หมายเลข 1) พร้อมรูปภาพประกอบ (หมายเลข 2) เช่น มิโอะแดงสามารถนำไปเป็น
ซูชิมิโอะ และยังสามารถนำไปหมักเมนูอาหารประเภทปลาได้อีกด้วย
- 2) อายุของสินค้าแต่ละประเภท ยกตัวอย่างเช่น (หมายเลข 3)
 - อาหารประเภทแซ่แข็งจะมีอายุประมาณ 1-2 ปีขึ้นไป
 - อาหารประเภทของแห้งจะมีอายุประมาณ 4-5 เดือนขึ้นไปแต่ไม่เกิน 1 ปี
- 3) วิธีการเก็บรักษา สินค้าแต่ละประเภท (หมายเลข 4)
 - อาหารประเภทแซ่แข็งจะต้องเก็บในห้องแซ่แข็งที่มีอุณหภูมิ -18 องศา
 - อาหารประเภทของแห้งจะต้องเก็บในอุณหภูมิระดับห้อง 25 องศา
- 4) ตัวอย่างสินค้าที่สามารถขายร่วมกันได้ เช่น ผงมิโอะแดง นอกจากการนำไปทำอาหาร
ประเภทซูชิแล้วยังสามารถนำไปทำเป็นน้ำราเมนหรือหมักกับอาหารประเภทปลาได้
เพราะฉะนั้น สินค้าที่สามารถขายร่วมกันได้คือ เส้นราเมน เป็นต้น (เนื้อหาในส่วนนี้
จะชี้แจงอยู่ในหัวข้อ“รายละเอียดเพิ่มเติม”) (หมายเลข 5)
- 5) เมื่อได้ข้อมูลในการจัดทำคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าฉบับใหม่แล้ว ขั้นตอนต่อไปจึง
ทำการหารูปภาพของสินค้าที่ถูกนำไปประกอบเป็นเมนูอาหาร เช่น ราเมน ซูชิมิโอะ
และเมนูหน้าซูชิต่างๆ (หมายเลข 2)
- 6) หลังจากนั้นจึงทำการเพิ่มเติมข้อมูลดังกล่าวข้างต้นลงในคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า
- 7) เพิ่มสีพื้นหลังเพื่อให้ คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าให้มีความน่าสนใจมากขึ้น
(หมายเลข 6)

Hikari Red Miso (Dashinano) มิโอะแดง 	1KG X 10pkt	PKT 	1 รายละเอียดของสินค้า อะคะมิโสะหรือมิโสะแดงสามารถทำซุป์มิโสะได้โดยรสชาติของนอกจากนี้ซุป์ที่ทำจากมิโสะแดงจะมีรสชาติที่กลมกล่อม เข้มข้น 3 วิธีการเก็บรักษา: ควรเก็บในอุณหภูมิ 18 องศา 4 อายุของสินค้า: สินค้ามีอายุ 1 ปีหลังจากนำเข้าคลังสินค้า
6			5 รายละเอียดเพิ่มเติม นอกจากนี้อะคะมิโสะยังสามารถนำไปหมักปลาและทำเป็นอะคะซึ่งสินค้าตัวเสริมที่สามารถขายเสริมกับอะคะมิโสะได้คือ 1. เส้นโซบะหรือเส้นอุด้ง (DRY ITEM) เซลล์ที่ 37 38 39 2. วากาเมะแห้งเป็นของประดับภายในชาเมน (DRY ITEM) 3. หมูชาชู (FROZEN ITEM) เซลล์ที่ 84
พร้อม			รายละเอียดของสินค้า ชิโระมิโสะหรือมิโสะขาวก็สามารถทำซุป์มิโสะได้ด้วยเช่นเดียวกัน

ภาพที่ 4.3 คู่มือแสดงรายละเอียดอาหารหลังปรับปรุง

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินงาน

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

จากการปฏิบัติงานในฝ่ายขายแผนก Restaurant ได้มีโอกาสศึกษาคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าของแผนกจึงทำให้ทราบว่า คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าฉบับเก่าขาดรายละเอียดบางส่วน เช่น รายละเอียดของการนำสินค้าไปประกอบเป็นเมนูอาหาร รูปภาพประกอบหลังการนำไปประกอบเป็นเมนูอาหาร อายุของสินค้า วิธีการเก็บรักษา และตัวอย่างสินค้าที่สามารถขายร่วมกัน เป็นต้น ซึ่งปัญหาเหล่านี้ก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการดำเนินงานของพนักงานขายที่เข้ามาทำงานใหม่โดยที่พนักงานใหม่ไม่สามารถให้ข้อมูลที่จำเป็นเหล่านี้แก่ลูกค้าได้ อาจส่งผลให้สูญเสียลูกค้า และมีผลกระทบต่อยอดขายของบริษัท ดังนั้น จึงได้หาวิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยยึดความหมายของแคตตาล็อกมาเป็นแนวทางในการจัดทำคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า ฉบับใหม่ขึ้น โดยการเพิ่มเติมรายละเอียดบางส่วนที่คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าฉบับเก่าขาดไป

ประโยชน์ที่บริษัทได้รับ

1. คู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าฉบับใหม่ที่ดีทำขึ้นนี้มีการอธิบายถึง รายละเอียดสินค้า แต่ละรายการในแคตตาล็อก นั้นสามารถนำไปประกอบ เป็น อาหารแบบใดได้บ้างพร้อมทั้งรูปภาพอาหารที่ถูกนำไปประกอบอาหารเป็นที่เรียบร้อย ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์ต่อพนักงานขายที่เข้ามาทำงานใหม่ โดยที่ พนักงานใหม่ สามารถแนะนำสินค้าหรือตอบคำถามลูกค้าได้โดยการศึกษาจากคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าฉบับนี้
2. ในคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าฉบับใหม่จะมีข้อมูลที่เพิ่มเติมเข้ามา คือ อายุของสินค้า และวิธีการเก็บรักษาสินค้า ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะทำให้พนักงานขายที่เข้ามาใหม่สามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้
3. ในคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้าจะมีข้อมูลในส่วน ของ ตัวอย่างสินค้าที่สามารถขายร่วมกันได้ ยกตัวอย่าง เช่น ผงมิโสะแดงสามารถขายคู่กับอาหารแซ่แข็งประเภทปลาได้เพราะ

ผงมิโอะแดงสามารถนำไปหมักปลา เพื่อให้ปลามีรสชาติเผ็ด หรือ มีกลิ่นมิโอะแดง เป็นต้น

5.2 ประโยชน์ที่นักศึกษาได้รับ

1. ได้เรียนรู้ถึงกระบวนการการทำงานของฝ่ายขายที่ตนทำงานอยู่ นอกจากนี้ยังได้เรียนรู้การทำงาน of ฝ่ายอื่นที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายขาย
2. ได้เรียนรู้ถึงวิธีการทำ CATALOG PRODUCT
3. ได้รับความรู้เกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ในสำนักงานมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องส่ง FAX และเครื่องเจาะกระดาษ
4. ได้ความรู้เกี่ยวกับการจัดเรียงเอกสาร คือ การจัดเรียงเอกสารเข้าแฟ้มต่างตามหมวดหมู่ชื่อลูกค้าและลำดับตัวเลข

5.3 ปัญหา และอุปสรรค แนวทางแก้ไขปัญหา

1. เนื่องจาก ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า นั้น จำเป็นที่จะต้องสอบถามข้อมูลต่าง ๆ จากพนักงานขายโดยตรง แต่พนักงานขายต้องออกไปพบลูกค้าข้างนอกอยู่เสมอ จึงทำให้ไม่สามารถสอบถามข้อมูลได้รวมไปถึงเวลาของการฝึกงานมีเพียงแค่ 2 เดือน เท่านั้น
2. ในขั้นตอนของการคีย์รหัสสินค้าในระบบ จะพบว่าชื่อของสินค้าในระบบไม่ตรงกับชื่อสินค้าในใบสั่งซื้อของลูกค้า เช่น ในใบสั่งซื้อของลูกค้าระบุว่า HOTATE SIZE S แต่ในระบบของบริษัทจะระบุชื่อว่า SCALLOP SIZE S

วิธีแก้ไขปัญหา

1. ขอช่องทางการติดต่อกับพนักงานขายเพื่อสอบถามข้อมูลในการทำคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า
2. สอบถามพนักงานขายถึงรหัสสินค้าของสินค้าที่ลูกค้าสั่ง

5.4 ข้อเสนอแนะจากการฝึกงาน

ทางสถาบันควรเพิ่มเวลาการฝึกงานของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ หลักสูตรการฝึกงานให้มีระยะเวลามากกว่า 2 เดือน เพราะ ถ้าได้รับเวลาการฝึกงานที่มากขึ้นจะทำให้ศึกษามีเวลาในการสอบถามถึงรายละเอียดของการทำอาหารจากรายการในคู่มือแสดงรายละเอียดสินค้า ยกตัวอย่างเช่น การหมักปลาโดยผงมิโซะจะต้องใช้เวลาเท่าไร , วิธีการทำอาหารของเมนูแต่ละรายการเป็นอย่างไร เป็นต้น นอกจากนี้ นักศึกษายังได้เรียนรู้การทำงานในสถานที่จริงและได้รับประสบการณ์ในการทำงานที่มากขึ้น



บรรณานุกรม

- 1) ข้อมูลบริษัท ไคโซ (ประเทศไทย) จำกัด
สืบค้นจาก : www.daishothai.com/th/
(สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พ.ค. 2559)
- 2) ความหมายของแคตตาล็อก
สืบค้นจาก : <http://www.pimanddesign.com/index.php/catalogue>
(สืบค้นเมื่อวันที่ 27 เม.ย. 2559)
- 3) การสื่อสารทางการตลาด IMC
สืบค้นจาก : <https://snamiki.wordpress.com/2011/09/17/eduprimc/>
(สืบค้นเมื่อวันที่ 27 เม.ย. 2559)
- 4) โปรแกรม Excel
สืบค้นจาก : <http://www.technointrend.com/2013/10/what-is-microsoft-excel/>
(สืบค้นเมื่อวันที่ 29 เม.ย. 2559)
- 5) โปรแกรม Q-ERP
สืบค้นจาก : http://erp.rmuti.ac.th/about_information.html
(สืบค้นเมื่อวันที่ 29 เม.ย. 2559)
- 6) รูปภาพเมนูอาหารประเภทแซ่เจ๊
สืบค้นจาก : <http://www.gourmetsleuth.com/images/food/tako-jpg.jpg?sfvrsn=2>
http://pekinya.com/menu/fair_images/f_menu01.jpg

บรรณานุกรม (ต่อ)

6) รูปภาพเมนูอาหารประเภทแซ่แข็ง (ต่อ)

สืบค้นจาก : http://xn--5cko5d.com/img/hokusensuisan_hotate.jpg

<http://s3-media4.fl.yelpcdn.com/bphoto/pPNJsLYSxKZEeeRjw2TJwg/o.jpg>

http://www.openseas.nl/upload/mediaLibrary/452/hamachi_plate.jpg

(สืบค้นเมื่อวันที่ 30 เม.ย. 2559)

7) รูปภาพเมนูอาหารประเภทของแห้ง

สืบค้นจาก : https://omotenashiguide.com/media/images/_u/menu_sub/pic/1rik415koy.jpg

<http://livedoor.blogimg.jp/kisslog/imgs/5/9/59cf39b1.jpg>

<http://www.seriousseats.com/images/20100608-japanesecurry-roux-java.jpg>

https://farm2.staticflickr.com/1544/25257669669_a92657e234.jpg

http://kikkoman.com.au/sites/default/files/Sushi_Step_2.jpg

(สืบค้นเมื่อวันที่ 30 เม.ย. 2559)

ภาคผนวก

TNI

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ – นามสกุล

งามศิริ นาคณอม

วัน เดือน ปีเกิด

27 มีนาคม 2538

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา โรงเรียน

อนุบาลสระบุรี

ระดับมัธยมศึกษา

โรงเรียนสระบุรีวิทยาคม

ระดับอุดมศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ทุนการศึกษา

-ไม่มี-

ประวัติการฝึกอบรม

-ไม่มี-

ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์

-ไม่มี-

TNI