

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

นาซาทานี, โฮจิโนบุ; อีอิเกะ, โทรุ; ชูทามิ, ไรโอจิ; และมิซากาวา, ฮิโรซุกิ. 2541 7 เครื่องมือผู้
คุณภาพยุคใหม่. แปลและเรียบเรียงโดย วิฑูรย์ ถิมะโชคดี กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ทีพีเอ

ภาษาอังกฤษ

Akao, Y. Quality Function Deployment : Integrating Customer Requirement into Product Design
Productivity Press, 1990.

Bicknell, B.A., and Bicknell, K.D. The Road Map to Repeatable Success : Using QFD to
Implement Change . Florida : CRC Press, Inc.,1995.

Besterfield, D.H., Besterfield-Michna, C., Besterfield, G.H., and Besterfield-Sacre, M. Total
Quality Management . Engelwood Cliffs ; New Jersey : Prentice-Hall, Inc., 1995.

Cohen, L. Quality Function Deployment : How to Make QFD Work for You . Addison-Wesley,
1995.

Expert Choice, Inc. How do I perform group judgement?. Voice . Vol 6 No. 2 (August 1996) : 6

Kolarik, W.J. Creating Quality : Concept, System, Strategies and Tools . McGraw-Hill, 1995.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้สำรวจความคิดเห็น และ รวบรวมข้อมูล

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



A CO.,LTD.

วันที่ ... เดือน..... ธันวาคม 2541

ข้อมูลผู้กรอกแบบสอบถาม :

ชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....

หน่วยงานต้นสังกัด / บริษัท :.....

- ตัวแทนจำหน่าย (Agency) ผู้เสนองาน / ประมูลงาน โครงการ (Project bidder)
- บริษัทออกแบบ (Designer) บริษัทที่ปรึกษา (Consultance)
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

รายละเอียด :

คำถามนี้ประกอบไปด้วยรายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเดียวกันกับบริษัทฯ โดยกำหนดตัวอย่างใช้แทนชื่อบริษัทนั้นๆ ได้แก่

- | | | |
|---|---------|-----------------------------------|
| A | หมายถึง | บริษัท ตัวอย่าง ที่ดำเนินการวิจัย |
| B | หมายถึง | บริษัท คู่แข่งรายที่ 1 |
| C | หมายถึง | บริษัท คู่แข่งรายที่ 2 |

ในคำถามนี้ จะพิจารณาถึงระดับความพึงพอใจที่ได้รับการบริการจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทเหล่านี้ที่ได้รับ การพิจารณา จากผู้กรอกแบบสอบถาม โดยให้คะแนน

- | | | |
|---------------|---------|--|
| คะแนนระดับ 10 | หมายถึง | ดีที่สุด |
| คะแนนระดับ 9 | หมายถึง | ดีมาก |
| คะแนนระดับ 8 | หมายถึง | ระหว่างดีมากถึงค่อนข้างดี |
| คะแนนระดับ 7 | หมายถึง | ค่อนข้างดี |
| คะแนนระดับ 6 | หมายถึง | ระหว่างค่อนข้างดีถึงพอใช้ได้ |
| คะแนนระดับ 5 | หมายถึง | พอใช้ได้ |
| คะแนนระดับ 4 | หมายถึง | ระหว่างพอใช้ถึงต้องปรับปรุงค่อนข้างด่วน |
| คะแนนระดับ 3 | หมายถึง | ต้องปรับปรุงแก้ไขค่อนข้างด่วน |
| คะแนนระดับ 2 | หมายถึง | ระหว่างต้องปรับปรุงแก้ไขค่อนข้างด่วนถึงด่วนมาก |
| คะแนนระดับ 1 | หมายถึง | ต้องปรับปรุงแก้ไขด่วนมาก |

กรุณาท่านเครื่องหมาย ล้อมรอบคะแนนที่ท่านพิจารณาให้แก่ระดับบริษัท ของแต่ละหัวข้อคำถาม

ข้อมูลและสารสนเทศ (Information)	ระดับความพอใจที่รับการตอบสนองในการบริการ										
1 ประวัติความเป็นมาของบริษัท	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
2. ให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้ท่อ HDPE	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
3 ข้อกำหนดทางวิศวกรรมของผลิตภัณฑ์ (Specification)	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
4. ราคาและอัตราส่วนลดของผลิตภัณฑ์	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
5. ปริมาณสินค้าในสต็อก	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
6. กำหนดการส่งสินค้าหลังจากสั่งซื้อ	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ด้านและผลิตภัณฑ์ของบริษัท (Information)	ระดับความพอใจที่ได้รับการตอบสนองในบริการ										
7. ราคาที่น่าพึงพอใจ	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
8. ผลิตจากวิฤติคุณภาพ	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
9. ผลิตตามมาตรฐานสากล	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
10. มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลายรูปแบบ	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
11. สั่งซื้อแล้วไม่ค้รอนาน	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริการ (Service)	ระดับความพอใจที่ได้รับการตอบสนองในบริการ										
12. การบริการที่รวดเร็ว	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
13. สรุปราคาและเงื่อนไขเสนอลูกค้าให้รวดเร็ว	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
14. การให้คำแนะนำในการแก้ปัญหา	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
15. จัดส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงตามนัด	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
16. จัดส่งสินค้าให้ถูกต้องครบถ้วนและไม่เสียหาย	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



A co.,Ltd.

จากแบบสอบถามชุดแรกที่ได้รับการตอบกลับจากทุกท่าน ทางบริษัทฯ ไคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง จากข้อมูลที่ได้รับจากการตอบกลับ ทางบริษัท ฯ ได้พิจารณาที่จะเก็บข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมบางประการ และไคร่ขอความกรุณาในการกรอกแบบสอบถามอีกครั้ง ดังรายละเอียด

วันที่เดือน.....พ.ศ. 2541

เลขที่/ A No. EQ-004

ข้อมูลผู้กรอกแบบสอบถาม :

ชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....

หน่วยงานต้นสังกัด / บริษัท :

- ตัวแทนจำหน่าย (Agency) ผู้เสนองาน / ประมูลงานโครงการ (Project bidder)
- บริษัทออกแบบ (Designer) บริษัทที่ปรึกษา (Consultance)
- อื่น ๆ ไประบุ.....

รายละเอียด :

คำถามนี้ มีเป้าหมายในการพิจารณาถึงระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ซึ่งผู้กรอกแบบสอบถามพิจารณาว่ามีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัท

ในการพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่จะมีอิทธิพลหรือผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน แบ่งการพิจารณาออกเป็นระดับคะแนนความสำคัญและผลต่อการตัดสินใจเป็น 9 ระดับ ได้แก่

คะแนนระดับ 9	หมายถึง	สำคัญมากและมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
คะแนนระดับ 8	หมายถึง	สำคัญมากและมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ระหว่างมากถึงมากที่สุด
คะแนนระดับ 7	หมายถึง	สำคัญมากและมีผลต่อการตัดสินใจมาก
คะแนนระดับ 6	หมายถึง	สำคัญมากและมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ระหว่างปานกลางถึงมาก
คะแนนระดับ 5	หมายถึง	สำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
คะแนนระดับ 4	หมายถึง	สำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ระหว่างค่อนข้างน้อยถึงปานกลาง
คะแนนระดับ 3	หมายถึง	สำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจค่อนข้างน้อย
คะแนนระดับ 2	หมายถึง	สำคัญอยู่ระหว่างไม่มีผลต่อการตัดสินใจถึงค่อนข้างน้อย
คะแนนระดับ 1	หมายถึง	ไม่มีความสำคัญและไม่ผลต่อการตัดสินใจ

กรุณาทนกรร้อมมาช O ถ้อมคะแนนความสำคัญที่ท่านพิจารณาให้ในแต่ละข้อ

รายละเอียด		ระดับคะแนนความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ								
ข้อมูลและ สารสนเทศ (Information)	1 ประวัติความเป็นมาของบริษัท	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	2.การให้ความรู้เบื้องต้นในตัวผลิตภัณฑ์และการใช้งาน	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	3.การทราบถึงข้อมูลทางวิศวกรรม และมาตรฐานต่างๆ	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	4.ราคาและอัตราส่วนลด	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	5.ปริมาณสินค้าคงคลัง	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	6.กำหนดการจัดส่งสินค้าหลังสั่งซื้อ	9	8	7	6	5	4	3	2	1
สินค้าและ ผลิตภัณฑ์ (Product)	7.จำหน่ายในราคาที่น่าพอใจ	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	8.สินค้าคุณภาพดี	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	9.ผลิตภัณฑ์มาตรฐานสากล ซึ่งเป็นที่ยอมรับ	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	10.มีให้เลือกใช้หลากหลาย(ครบวงจร)	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	11.มีสินค้าในสต็อก สั่งซื้อแล้ว ไม่ต้องรอนาน	9	8	7	6	5	4	3	2	1
บริการ (Service)	12. บริการรวดเร็วที่สุด	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	13. สรุปราคาและเงื่อนไขเสนอได้รวดเร็ว	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	14. แนะนำการแก้ไขปัญหและการเลือกใช้ได้เหมาะสม	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	15. จัดส่งสินค้ารวดเร็วและตรงตามนัดหมาย	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	16. จัดส่งผลิตภัณฑ์ถูกต้องครบถ้วนไม่เสียหาย	9	8	7	6	5	4	3	2	1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



A CO.,LTD.

แบบสอบถามภายใน :

วันที่.....เดือน.....2541

เลขที่ / A No. IE -002

ข้อมูลผู้กรอกแบบสอบถาม :

ชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....

อายุการทำงาน.....ปี ความเชี่ยวชาญพิเศษ.....

รายละเอียด : คำถามที่ 1

คำถามนี้มีเป้าหมายในการขอความคิดเห็นของท่าน ในการพิจารณาองค์ประกอบและปัจจัยของบริษัทฯ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เมื่อเทียบกับคู่แข่งของบริษัท คือ B และ C จากประสบการณ์และข้อมูลที่ท่านได้รับจากลูกค้า โดยพิจารณาแบ่งระดับคะแนนความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็น 10 ระดับ ได้แก่

คะแนนระดับ 10	หมายถึง	ดีที่สุด
คะแนนระดับ 9	หมายถึง	ดีมาก
คะแนนระดับ 8	หมายถึง	ระหว่างดีมากถึงค่อนข้างดี
คะแนนระดับ 7	หมายถึง	ค่อนข้างดี
คะแนนระดับ 6	หมายถึง	ระหว่างค่อนข้างดีถึงพอใช้ได้
คะแนนระดับ 5	หมายถึง	พอใช้ได้
คะแนนระดับ 4	หมายถึง	ระหว่างพอใช้ได้ถึงต้องปรับปรุงค่อนข้างถ้วน
คะแนนระดับ 3	หมายถึง	ต้องปรับปรุงแก้ไขค่อนข้างถ้วน
คะแนนระดับ 2	หมายถึง	ระหว่างต้องปรับปรุงแก้ไขค่อนข้างถ้วนถึงค่อนข้างมาก
คะแนนระดับ 1	หมายถึง	ต้องปรับปรุงแก้ไขจำนวนมาก

กรุณาทำเครื่องหมาย O ด้รอบคะแนนที่ท่าน พิจารณาให้แต่ละบริษัทของแต่ละหัวข้อ

รายละเอียด	ระดับคะแนนความสามารถในการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า										
	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
1 การประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข้อมูลให้ ลูกค้า รับทราบ	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
2. ความเร็วในการตรวจสอบข้อมูลกับคลังสินค้า	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
3. การประเมินระยะเวลาาร่วมกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบลูกค้า	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
4. การเสนออัตราส่วนลดของราคาสินค้า	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
5. การให้เงื่อนไขการชำระเงิน	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
6. การไม่ถูกลูกค้าส่งคืนสินค้า	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
7. การผลิตสินค้าได้ภายในขอบเขตควบคุม (พิถีพิถันความเมื่อ)	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
8. การไม่ถูกลูกค้ายกเลิกการสั่งซื้อ	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
9. ความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
10. ความสำเร็จในการได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้า	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

รายละเอียด	ระดับคะแนนความสามารถในการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า										
	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
11. ถูกคำไม่โทรตามทวงสินค้า	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
12. การจัดส่งสินค้าไม่ผิดพลาด	A	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	B	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
	C	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

รายละเอียด : คำถามที่ 2

คำถามนี้มีเป้าหมายในการขอความเห็นของท่าน ในการพิจารณาความสามารถของบริษัทฯ หรือองค์กร ในการพัฒนาองค์ประกอบและปัจจัยของบริษัทฯ ที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามเป้าหมาย ที่ตั้งไว้ โดยแบ่งเป็นระดับคะแนนความยากของการพัฒนาไว้ 10 ระดับ ได้แก่

คะแนนระดับ 10	หมายถึง	ไม่สามารถปฏิบัติได้
คะแนนระดับ 9	หมายถึง	ยากมาก เพราะคิดเงื่อนไขจำกัดบางประการ
คะแนนระดับ 8	หมายถึง	ระหว่างยากปานกลางถึงยากมาก
คะแนนระดับ 7	หมายถึง	ยากปานกลางและต้องทำการศึกษาให้รอบคอบ
คะแนนระดับ 6	หมายถึง	ระหว่างยากถึงปานกลาง
คะแนนระดับ 5	หมายถึง	ยาก
คะแนนระดับ 4	หมายถึง	ระหว่างค่อนข้างยากถึงยาก
คะแนนระดับ 3	หมายถึง	เป็นไปได้ค่อนข้างยาก
คะแนนระดับ 2	หมายถึง	ไม่ยากสามารถดำเนินการได้
คะแนนระดับ 1	หมายถึง	ไม่ยากสามารถดำเนินการได้ทันที

กรุณาทำเครื่องหมาย ล้อมรอบคะแนนที่ท่าน พิจารณาให้แก่ระดับบริษัทของแต่ละหัวข้อ

รายละเอียด		ระดับคะแนนความยากของ การพัฒนา
องค์ประกอบการพัฒนา	เป้าหมายในการพัฒนา	
1. การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ ข้อมูลให้ลูกค้ารับทราบ	เพียงพอต่อความต้องการของ ลูกค้า เมื่อเรียกขอ หรืออย่างน้อย 2 เดือนครั้ง	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1
2. เวลาในการตรวจสอบข้อมูลกับ คลังสินค้า	ภายใน 3 นาที	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1

รายละเอียด		ระดับคะแนนความยากของ การพัฒนา									
องค์ประกอบการพัฒนา	เป้าหมายในการพัฒนา										
3. การประเมินระยะเวลาร่วมกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง	ภายใน 15 นาที	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
4. การเสนออัตราส่วนลด	ลดได้ถึง 45%	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
5. การให้เงื่อนไขการชำระเงิน	เครดิตขั้นต่ำ 30 วัน	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
6. อัตราการส่งคืนสินค้าของลูกค้า	ไม่มีเลข (0%)	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
7. การผลิตสินค้าได้ภายในขอบเขตควบคุม	ภายในที่กักความเค็มของมาตรฐานควบคุม	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
8. อัตราการยกเลิกการสั่งซื้อสินค้าต่อบริษัทฯ	ไม่มีเลข (0%)	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
9. ความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า	เริ่มต้นภายใน 1 นาที	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
10. ความถี่เร็วของการได้รับการสั่งซื้อ	ไม่น้อยกว่า 30% ของยอดเสนอขาย	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
11. อัตราการโทรคมนาคมทางสินค้า	ไม่มีเลข(0%)	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
12. อัตราความผิดพลาดในการจัดส่ง	ไม่มีเลข (0%)	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



A CO., LTD



แบบประเมินผลภายใน :

วันที่.....เดือน.....2541
เลขที่ / A No. IE-003

ข้อมูลผู้กรอกแบบประเมินผล :

ชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่งงาน.....
อายุการทำงาน.....ปี ความเชี่ยวชาญพิเศษ.....

รายละเอียด :

การประเมินผลที่มีเป้าหมายในการขอความเห็นของท่าน ในการพิจารณาข้อสรุปผลการวิจัย และ
ดำเนินการปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในของบริษัทฯ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและเกิดความพึง
พอใจของลูกค้าต่อระบบการจัดจำหน่าย และให้บริการของบริษัทฯ โดยอ้างอิงจากแบบสอบถามภายใน เลข
ที่ IE-002 ที่ท่านเคยให้ข้อมูลไว้ และนำข้อมูลดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์และดำเนินการปรับปรุง
ตามวิธีการของ Quality Function Deployment จนได้ขั้นตอนและกระบวนการที่ต้องดำเนินการปรับปรุง ซึ่ง
บางส่วนได้ดำเนินการปฏิบัติงานแล้ว และบางส่วนกำลังอยู่ในช่วงการดำเนินการปรับปรุงอยู่ ในปัจจุบัน

ในการประเมินผล ใคร่ขอสอบถามความคิดเห็นของท่านในลักษณะว่า กระบวนการและขั้นตอน
การทำงาน ที่ได้ทำการปรับปรุงแล้ว และอยู่ระหว่างการดำเนินการปรับปรุงนั้น เป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับ
กระบวนการและขั้นตอนการดำเนินการแบบเดิม โดยพิจารณาแบ่งระดับ คะแนนเปรียบเทียบ เป็น 6
ระดับ ได้แก่

- คะแนนระดับ 5 หมายถึง กระบวนการใหม่ให้ความรวดเร็วในการประสานงาน ป้องกัน
ความผิดพลาดได้ดีมาก
- คะแนนระดับ 4 หมายถึง กระบวนการใหม่ให้ความคล่องตัวและป้องกันปัญหา
ความผิดพลาดได้ดีขึ้น
- คะแนนระดับ 3 หมายถึง กระบวนการใหม่ดีกว่าเดิมเพียงเล็กน้อย
- คะแนนระดับ 2 หมายถึง กระบวนการใหม่ไม่แตกต่างจากกระบวนการเดิม
- คะแนนระดับ 1 หมายถึง กระบวนการและขั้นตอนการทำงานเดิมดีกว่า
- คะแนนระดับ N/A หมายถึง ไม่ขอแสดงความคิดเห็น

กฎเกณฑ์เรื่องทนาย ○ ชื่อวาระคะแนนที่ผ่านหรือรอดให้หมดอายุแล้ว

รายละเอียด			ระดับคะแนนเปรียบเทียบ
ชื่อกระบวนการ	กระบวนการแบบเดิม	กระบวนการปรับปรุงใหม่	ระหว่างกระบวนการใหม่ และกระบวนการเดิม
1. การวางแผนการผลิต โดยหน่วยงานส่วนกลาง	- ส่งผลิตสินค้าโดยฝ่าย คลังสินค้า - ไม่มีการประสานงาน ด้านความต้องการใช้ วัสดุคืบ - ฝ่ายผลิตเป็นผู้วางแผน ผลิต	- วางแผนและสั่งผลิตโดย ฝ่ายวางแผน - ประสานงานและควบคุม ความต้องการใช้วัสดุ คืบ - ลดภาระหน่วยงาน คลังสินค้า/จัดส่ง - จัดแบ่งภาระการผลิต ให้เหมาะสมร่วมกับ ฝ่ายผลิต	5 4 3 2 1 N/A
2. การติดตามดูแลลูกค้า ตั้งแต่ต้นจนจบ และการ ประชุมสรุปปัญหา	- เจ้าหน้าที่แต่ละคนต่าง ทำงานตามแนวทางของ ตนเอง - ไม่มีการ สรุปปัญหา เพื่อวาง แนวทางแก้ไข	- กำหนดขั้นตอนการ ปฏิบัติและตัดสินใจเป็น แนวทางที่ชัดเจน - มีการรวบรวมข้อมูลเป็น ส่วนกลาง สรุปข้อมูล และเหตุผล - กำหนดการประชุมร่วม กันเพื่อแก้ไขปัญหามา วางแนวทางการดำเนินการ	5 4 3 2 1 N/A
3. การทดสอบคุณภาพ ของวัสดุคืบและ ผลิตภัณฑ์	- การดำเนินงานไม่ได้ วางขั้นตอนการคั่น การอย่างเป็นทางการ - ผลการตรวจสอบเป็น ลักษณะของการรายงาน ผลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรับทราบ - การคั่นการทดสอบ ส่วนใหญ่จะเป็นการ	- กำหนดและวางกระบวนการ การปฏิบัติอย่างเป็นระบบ ทั้งการทดสอบวัสดุคืบและ ผลิตภัณฑ์ - กำหนดขั้นตอนและการ ประเมินผล - การคั่นการทดสอบ กำหนดให้ดำเนินการก่อน กระบวนการอื่น	5 4 3 2 1 N/A

รายละเอียด			ระดับคะแนนเปรียบเทียบระหว่างกระบวนการใหม่และกระบวนการเดิม
ชื่อกระบวนการ	กระบวนการแบบเดิม	กระบวนการปรับปรุงใหม่	
	ทำการทดสอบย้อนหลัง	- ผลการตรวจสอบมีผลให้การตัดสินใจยอมรับและไม่ยอมรับทั้งในตัววัสดุและผลึกภัณฑ์	
4. การจัดการเครื่องข่ายคอมพิวเตอร์ ข่าอสับ-สัญญาณทำงาน	- ระบบการปฏิบัติการ Unix	-ระบบปฏิบัติการ Win NT, Win 95	5 4
	-ความเร็วระบบ 9600bps	-ความเร็วระบบ 10-100 Mbps	3 2
	-ถูกข่ายครอบคลุม 4 หน่วยงาน	-ถูกข่ายครอบคลุม 9 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และทำงานประสานกัน	1 N/A
	-ระบบฐานข้อมูลมีข้อจำกัดเฉพาะส่วน	-ระบบฐานข้อมูลสามารถประสานงานได้ทั้งองค์กร	
	-ไม่สามารถรองรับการขยายของถูกข่ายได้ในอนาคต	-สามารถรองรับการขยายความต้องการใช้งานในอนาคต	
5. การวางแผนการบำรุงรักษาเชิงทวีผล (TPM)	- การบำรุงรักษาจะทำในโอกาสเครื่องว่างหรือซ่อมบำรุงกรณีเครื่องจักรชำรุดเสียหาย	-วางแผนบำรุงรักษาเชิงป้องกัน ดำเนินการก่อนเครื่องเกิดการชำรุดเสียหาย	5 4 3
	-ไม่มีแผนสำรองอะไหล่ล่วงหน้า	-วางแผนการหยุดซ่อมบำรุงควบคู่กับแผนการผลิต ดำเนินการทันทีที่ช่วงเวลาเอื้ออำนวย	2 1 N/A
		-วางแผนสำรองอะไหล่และอุปกรณ์ที่จำเป็นจากข้อมูลสถิติและโอกาสชำรุด หรือหมดสภาพของอุปกรณ์แต่ละประเภท	

รายละเอียด			ระดับคะแนนเปรียบเทียบ ระหว่างกระบวนการใหม่ และกระบวนการเดิม
ชื่อกระบวนการ	กระบวนการเดิม	กระบวนการปรับปรุงใหม่	
6. การดำเนินการจัดส่ง สินค้า	-การดำเนินการ ไม่มีการ วางแผนแก้ไขปัญหา	- กำหนดขั้นตอนการ ปฏิบัติและตัดสินใจ เป็น	5
	อย่างชัดเจนและไม่เป็น	แนวทางที่ชัดเจน	4
	น โฆษจากทางบริษัท	-ผลักดันให้เป็นนโยบาย	3
	-ขาดการประสานงาน	การดำเนินงานจากทาง	2
	ระหว่างผู้ขายสินค้าและ	บริษัท	1
หน่วยงานกรณีมีปัญหา	-กำหนดให้ต้องประสาน-	N/A	
ของแผนการจัดส่ง	งานผู้ขาย เพื่อทำข้อตกลง		
	กับลูกค้า ก่อนกำหนด		
	วันส่งสินค้าหรือทันที		
	เกิดปัญหาขึ้น		

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข
ตารางสรุปผลคะแนน ความคิดเห็น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ข.1 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลของวิสาหกิจกับคู่แข่ง

รายละเอียด	บริษัท	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	ผลรวม	เฉลี่ย	อันดับ
1. ประสิทธิภาพผลงาน	A	4	6	8	6	10	8	10	8	6	6	8	2	8	8	272E+11	6.56	7
	B	6	-	10	6	-	-	10	8	8	-	-	2	8	-	3686400	6.62	7
	C	8	-	10	2	-	-	10	8	8	-	10	2	2	8	32768000	5.64	6
2. ความรู้ป้องกันในสิ่งแวดล้อมขณะการทำงาน	A	6	6	8	8	10	6	8	8	10	6	8	6	10	6	153E+12	7.42	7
	B	6	-	8	8	-	-	4	8	8	-	-	4	8	-	3145728	6.49	6
	C	6	-	8	8	-	-	8	8	8	-	8	-	2	6	18874368	6.43	6
3. ข้อมูลทางวิศวกรรมและมาตรฐาน	A	6	6	8	8	8	8	8	8	8	6	10	8	8	8	232E+12	7.64	8
	B	6	-	8	8	-	-	8	8	8	-	-	8	8	-	12582912	7.72	8
	C	6	-	8	4	-	-	8	8	8	-	8	-	2	8	12582912	6.15	6
4. ราคาและขีดความสามารถ	A	8	4	6	6	8	6	6	6	6	4	6	-	8	8	1.83E+10	6.16	6
	B	6	-	10	6	-	-	6	10	6	-	-	-	8	-	1036800	7.23	7
	C	8	-	6	-	-	-	8	8	6	-	8	-	2	8	2359296	6.26	6
5. ปริมาณเงินที่คงคลัง	A	4	6	8	-	10	8	8	4	8	6	8	-	10	8	1.51E+10	7.05	7
	B	4	-	8	-	-	-	4	6	-	-	-	-	10	-	7680	5.98	6
	C	4	-	8	-	-	-	8	6	-	-	8	-	2	8	196608	5.7	6
6. กำหนดการจัดตั้งสินค้าหนึ่งสิ่งชื่อ	A	4	2	8	8	10	-	6	4	6	4	8	-	10	-	235929600	5.77	6
	B	4	-	10	4	-	-	6	6	-	-	-	-	10	-	57600	6.21	6
	C	4	-	10	-	-	-	10	6	-	-	8	-	2	-	38400	5.81	6
7. จำนวนเงินในราคาที่น่าพอใจ	A	6	6	8	6	10	-	6	6	6	4	6	-	8	-	716636160	6.38	6
	B	6	-	10	6	-	-	6	10	6	-	-	-	8	-	1036800	7.23	7
	C	6	-	8	-	-	-	10	6	6	-	8	-	2	-	276480	5.99	6
8. เงินค่าคุณภาพดี	A	6	6	8	8	10	-	10	8	8	6	8	-	8	-	5662310400	7.7	8
	B	4	-	8	8	-	-	10	8	8	-	-	-	8	-	1310720	7.48	7
	C	6	-	8	-	-	-	10	8	8	-	8	-	2	-	491520	6.5	7

ตารางที่ ข.1 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลของบริษัทฯ กับคู่แข่ง (ต่อ)

รายละเอียด	บริษัท	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	ผลรวม	เฉลี่ย	อันดับ
9. ผลิตได้มาตรฐานสากล ซึ่งเป็นที่ยอมรับ	A	6	6	8	8	8	-	10	8	8	6	8	-	8	-	4529848320	7.55	8
	B	6	-	8	8	-	-	10	8	8	-	-	-	8	-	1966080	7.93	8
	C	6	-	8	8	-	-	10	8	8	-	8	-	2	-	3932160	6.67	7
10. มีแนวโน้มการตกต่ำ (ลบวงจร)	A	4	6	8	10	10	-	10	6	6	6	6	-	6	-	1492992000	6.82	7
	B	4	-	10	8	-	-	6	6	-	-	-	-	6	-	69120	6.4	6
	C	6	-	8	-	-	-	8	8	-	-	10	-	2	-	61440	6.28	6
11. ตั้งซื้อแล้วไม่พร้อมขน	A	4	2	8	10	10	6	8	6	6	4	8	-	8	8	2.26E+10	6.26	6
	B	4	-	10	8	-	-	6	6	-	-	-	-	8	-	92160	6.72	7
	C	2	-	8	-	-	-	10	6	-	-	8	-	2	8	122880	5.33	5
12. บริการรวดเร็ว	A	4	4	8	8	10	6	8	4	6	2	8	8	10	8	1.21E+11	6.19	6
	B	4	-	10	6	-	-	6	6	-	-	-	6	6	-	311040	6.09	6
	C	2	-	8	-	-	-	10	6	-	-	8	-	2	8	122880	5.33	5
13. ทรัพยากรคนและเงินลงทุนได้รวดเร็ว	A	6	4	6	8	10	8	8	6	10	6	8	-	8	8	1.36E+11	7.18	7
	B	4	-	10	8	-	-	6	6	-	-	-	-	6	-	69120	6.41	6
	C	4	-	6	-	-	-	10	6	-	-	8	-	2	8	184320	5.65	6
14. ค่าแนะนำการแก้ปัญหาและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์	A	8	4	6	8	10	6	8	6	10	6	8	-	10	8	1.70E+11	7.31	7
	B	6	-	10	6	-	-	6	6	-	-	-	-	6	-	77760	6.53	7
	C	8	-	6	-	-	-	10	6	-	-	8	-	2	8	368640	6.24	6
15. จัดส่งสินค้าตรงตามนัด	A	2	4	8	10	10	6	8	4	6	4	8	-	10	8	1.89E+10	6.17	6
	B	2	-	10	8	-	-	6	6	-	-	-	-	10	-	57600	6.21	6
	C	2	-	6	-	-	-	10	6	-	-	8	-	2	8	92160	5.12	5
16. จัดส่งถูกต้องครบถ้วนและไม่เสียหาย	A	2	6	8	8	10	6	8	4	8	6	8	-	8	8	3.62E+10	6.49	6
	B	4	-	8	8	-	-	6	6	-	-	-	-	8	-	73728	6.47	6
	C	4	-	8	-	-	-	10	6	-	-	8	-	2	8	245760	5.89	6

ตารางที่ ข.2 ระดับคะแนนความสำคัญของความต้องการ

รายละเอียด	1	2	3	4	5	6	7	8	ผลรวม	เฉลี่ย	หมายเหตุ
1. ประสิทธิภาพของงาน	7	6	9	5	-	8	7	8	846,720.00	7.0	
2. ความรู้ป้องกันในสิ่งแวดล้อมขณะการใช้งาน	7	8	7	5	9	5	7	8	4,939,200.00	6.9	
3. ข้อมูลทางวิศวกรรมและมาตรฐาน	6	8	7	5	8	8	6	8	5,160,960.00	6.9	
4. ราคาและอัตราการผลตอบแทน	9	8	9	9	7	9	6	9	19,840,464.00	8.2	
5. ปริมาณสินค้าคงคลัง	6	9	7	5	-	6	6	7	476,280.00	6.5	
6. กำหนดการจัดส่งสินค้าถึงมือ	6	9	9	9	-	8	8	7	1,959,552.00	7.9	
7. จำนวนข้อผิดพลาดที่น่าพอใจ	9	7	8	9	-	9	8	9	2,939,328.00	8.4	
8. สินค้าคุณภาพดี	9	8	8	9	8	9	8	8	23,887,872.00	8.4	
9. ผลิตภัณฑ์มาตรฐานสากล	9	9	8	5	9	8	7	8	13,063,680.00	7.8	
10. มีใบเลือกหลากหลาย (ครบวงจร)	7	7	8	5	7	8	7	7	5,378,240.00	6.9	
11. กังข้มตัวไม่ต้องการบาน	7	9	7	5	-	6	8	6	635,040.00	6.7	
12. บริการรวดเร็ว	7	8	8	9	7	8	8	7	12,644,352.00	7.7	
13. ทุกรูปราคาได้รวดเร็ว	8	8	8	9	8	8	8	9	21,233,664.00	8.2	
14. ค้นหาการแก้ปัญหาและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์	7	9	7	5	9	8	6	8	7,620,480.00	7.2	
15. จัดส่งสินค้าตรงตามนัด	7	9	9	9	-	9	7	8	2,571,912.00	8.2	
16. จัดส่งสินค้าถูกต้องครบถ้วนและไม่เสียหาย	9	9	9	5	-	9	6	8	1,574,640.00	7.7	

ตารางที่ ข.3 ผอคะแนนการเปรียบเทียบ ข้อกำหนดทางเทคนิคของบริษัทเทียบกับคู่แข่ง

รายละเอียด	บริษัท	1	2	3	4	5	ผลรวม	เฉลี่ย	ปีค่า
1. การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลให้ลูกค้าทราบ	A	9	5	5	6	5	6,750.00	5.83	6
	B	9	5	5	7	-	1,575.00	6.29	6
	C	9	7	-	8	-	504.00	7.95	8
2. ความเร็วในการตรวจสอบข้อมูลกับคลังสินค้า	A	8	6	7	8	7	18,816.00	7.16	7
	B	8	7	-	9	-	504.00	7.95	8
	C	8	7	5	7	-	1,960.00	6.66	7
3. การประเมินระยะเวลาาร่วมกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อตอบลูกค้า	A	7	6	8	7	6	14,112.00	6.75	7
	B	6	7	-	8	-	336.00	6.95	7
	C	7	8	6	7	-	2,352.00	6.96	7
4. การแทนอัตราส่วนลด ของสินค้า	A	4	7	7	6	6	7,056.00	5.88	6
	B	10	7	9	9	-	5,670.00	8.67	9
	C	10	7	7	7	-	3,430.00	7.65	8
5. การให้เงื่อนไขการชำระเงิน	A	5	7	6	6	7	8,820.00	6.15	6
	B	6	6	7	8	-	2,016.00	6.7	7
	C	6	6	5	8	-	1,440.00	5.81	6
6. การไม่ถูกลูกค้าส่งคืนสินค้า	A	5	5	7	6	7	7,350.00	5.93	6
	B	5	7	-	8	-	280.00	6.54	7
	C	5	7	-	8	-	280.00	6.54	7
7. การผลิตสินค้าได้ภายในขอบเขตควบคุม (พิถีพิถันความเมื่อ)	A	7	8	7	8	8	25,088.00	7.58	8
	B	5	8	5	8	-	1,600.00	6.32	6
	C	7	8	6	8	-	2,688.00	7.2	7
8. การไม่ถูกลูกค้ายกเลิกการสั่งซื้อ	A	6	5	5	7	7	7,350.00	5.92	6
	B	8	6	-	9	-	432.00	7.56	8
	C	8	7	-	7	-	392.00	7.32	7
9. ความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า	A	8	8	8	7	9	32,256.00	7.97	8
	B	5	6	5	9	-	1,350.00	6.06	6
	C	8	6	5	7	-	1,680.00	6.4	6
10. ความพึงพอใจของการได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้า	A	3	6	7	6	6	4,536.00	5.38	5
	B	8	7	-	9	-	504.00	7.96	8
	C	8	7	6	8	-	2,688.00	7.2	7
11. ลูกค้าไม่ร้องโทรมาถามทวงสินค้า	A	8	6	6	6	7	12,096.00	6.55	7
	B	5	6	7	9	-	1,890.00	6.59	7
	C	8	7	7	9	-	3,528.00	7.71	8
12. การจัดส่งสินค้า ไม่มีผิดพลาด	A	8	7	4	8	6	10,752.00	6.4	6
	B	8	7	-	9	-	504.00	7.56	8
	C	8	7	-	9	-	504.00	7.96	8

ตารางที่ ข.4 ระดับคะแนนความยากของการพัฒนาภายในองค์กร

รายละเอียด	1	2	3	4	5	ผลคูณ	เฉลี่ย	ปีค่า
1. การประชาสัมพันธ์ระดับชุมชนเพื่อข้อมูลให้ลูกค้าทราบ	6	3	6	2	7	1,512.00	4.32	4
2. ความเร็วในการตรวจสอบข้อมูลกับคลังสินค้า	7	2	5	4	7	1,960.00	4.55	5
3. การประเมินระยะเวลาร่วมกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง	6	2	5	4	8	1,920.00	4.54	5
4. การเสนออัตราส่วนลด ของสินค้า	6	2	6	5	7	2,520.00	4.79	5
5. การให้เงื่อนไขการชำระเงิน	3	2	7	7	5	1,470.00	4.3	4
6. การไม่ถูกลูกค้าส่งคืนสินค้า	8	3	7	2	6	2,016.00	4.58	5
7. การผลิตสินค้าได้ภายในขอบเขตควบคุม(หลีกเลี่ยงความผิด)	7	2	6	2	8	1,344.00	4.22	4
8. การไม่ถูกลูกค้า ยกเลิกการสั่งซื้อ	5	3	5	2	8	1,200.00	4.13	4
9. ความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า	5	3	4	2	7	840.00	3.84	4
10. ความถี่ของการได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้า	6	3	5	3	7	1,890.00	4.52	5
11. ลูกค้าไม่ต้องโทรมาตามทวงสินค้า	6	3	5	2	5	900.00	3.89	4
12. การจัดส่งสินค้าไม่ผิดพลาด	7	2	6	2	6	1,008.00	3.98	4

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ๗.5 ภาระค้ำประกันประเมินผลเปรียบเทียบกระบวนการทำงานโดยแยกเป็นกลุ่มของผู้ประเมินผลตามสังกัดหน่วยงาน.

ผู้ประเมินผล	กรรมการผู้จัดการ	ส่วนโรงงาน			ส่วนงานขาย			ส่วนงานทั่วไป		ส่วนงานโรงงาน		ส่วนงานขาย		ส่วนงานทั่วไป	
		ผู้จัดการโรงงาน	ผู้จัดการฝ่ายผลิต	หัวหน้าฝ่ายควบคุมคุณภาพ	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขาย	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	หัวหน้าฝ่ายคลังสินค้า/จัดส่ง	หัวหน้าฝ่ายประมวลผล	ที่ปรึกษาฝ่ายงบประมาณ	พฤษภาคม	มิถุนายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
										1	2	3	4	5	6
รายชื่อ															
1. การวางแผนการผลิต โดยหน่วยงานส่วนกลาง	4	4	4	4	3	4	4	4	4	64.00	4.00	48.00	3.63	16.00	4.00
2. การติดตามดูแลลูกค้า ค้ำประกันงานและการประชุมสรุปปัญหา	4	4	3	4	4	4	4	5	4	48.00	3.63	64.00	4.00	20.00	4.47
3. การทดสอบคุณภาพของวัสดุค้ำประกันและผลิตภัณฑ์	4	4	4	3	4	4	4	4	4	48.00	3.63	64.00	4.00	16.00	4.00
4. ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ช่วยสนับสนุนการทำงาน	5	5	3	5	3	4	4	5	5	75.00	4.20	48.00	3.63	25.00	5.00
5. การวางแผนการบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (TMP)	5	5	4	4	4	4	4	5	4	80.00	4.30	64.00	4.00	20.00	4.47
6. การค้ำประกันการจัดส่งสินค้า	4	4	5	3	3	4	4	4	4	60.00	3.90	48.00	3.63	16.00	4.00

ตารางที่ ข.6 ผลระดับคะแนนเปรียบเทียบกระบวนการทำงานโดยรวม

ผู้ทำการประเมินผล
 ผู้จัดการฝ่ายผลิต
 หัวหน้าหน่วยงานประมวลผล
 หัวหน้าฝ่ายควบคุมคุณภาพ
 ผู้จัดการโรงงาน
 ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขาย
 กรรมการผู้จัดการ
 หัวหน้าหน่วยคลังสินค้า /คลัง
 ที่ปรึกษาโครงการปรับปรุงระบบเครือข่าย

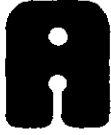
รายละเอียด	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ผลคูณ	เฉลี่ย	หมายเหตุ
1. การวางแผนการผลิตโดยหน่วยงานส่วนกลาง	4	4	4	4	3	4	4	4	4	196,608.00	3.87	
2. การติดตามดูแลลูกค้าตั้งแต่ต้นจนจบ และการประจุนสรุปปัญหา	4	4	4	4	4	4	4	5	3	245,760.00	3.97	
3. การทดสอบคุณภาพของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์	4	4	4	4	4	4	3	4	4	196,608.00	3.87	
4. ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ช่วยสนับสนุนการทำงาน	5	4	5	4	3	5	5	5	3	450,000.00	4.25	
5. การวางแผนการบำรุงรักษาเชิงทวิผล (TMP)	4	4	5	4	4	5	4	5	4	512,000.00	4.30	
6. การดำเนินการจัดส่งสินค้า	4	4	4	4	3	4	3	4	5	184,320.00	3.84	



ภาคผนวก ค

รายงานการประชุมของหน่วยงานฝ่ายขาช และการตลาด

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



A CO., LTD

รายงานบันทึกการประชุม (Meeting Report)

วันที่ 4 เดือน กุมภาพันธ์ 2542

หน่วยงาน : ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด

เลขที่ / A No. MT - 006/MKT

ประชุมเมื่อวันที่ : 19 มกราคม 2542

ระหว่างเวลา : 15.45 - 19.30 น.

การประชุมครั้งที่ : 6 - 01/42

สถานที่ประชุม : ห้องประชุม 1 ของบริษัทฯ

ผู้เข้าร่วมประชุม :	1. xxxxxx xxxxxxxx	กรรมการผู้จัดการ	(ประธานการประชุม)
	2. xxxxxx xxxxxxxx	รองกรรมการผู้จัดการ	
	3. xxxxxx xxxxxxxx	ผู้จัดการฝ่ายขาย	
	4. xxxxxx xxxxxxxx	ผู้จัดการทั่วไป	
	5. xxxxxx xxxxxxxx	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการขาย	
	6. xxxxxx xxxxxxxx	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาด	(เลขานุการการประชุม)
	7. คุณอภิชาติ จำปา	วิศวกรประสานงานและพัฒนาการตลาด	
	8. xxxxxx xxxxxxxx	วิศวกรฝ่ายขาย	
	9. xxxxxx xxxxxxxx	วิศวกรโครงการ	

เอกสารแนบมาด้วย :	1. บันทึกกราบขอเชิญการประชุม	จำนวน	3	แผ่น
	2. สรุปผลการดำเนินโครงการ	จำนวน	2	แผ่น
	3. สรุปผลการดำเนินงานขาย	จำนวน	4	แผ่น
	4. ตารางสรุปผลอัตราส่วนลด ราคา	จำนวน	1	แผ่น
	5. อื่นๆ	จำนวน	2	แผ่น

ดำเนินการ : ผู้เข้าร่วมประชุมทุกๆ ท่าน

หมายเหตุ : วาระการประชุม

1. ประจำปีประจำปี 2542 ปี
2. สรุปงานของปี 2541 ที่ผ่านมา
3. อื่นๆ ที่เสนอข้อที่ประชุม



A CO., LTD

รายงานบันทึกการประชุม (Meeting Report)

วันที่ 4 เดือนกุมภาพันธ์ 2542

แผ่นที่ 1 จากจำนวน 3

เลขที่ / A No. MT-006/MKT

ประชุมเมื่อวันที่ : 19 มกราคม 2542

การประชุมครั้งที่ : 6-01/42

ผู้บันทึกการประชุม : นายอภิชาติ จำปา

ลำดับ ที่	รายละเอียด	ดำเนินการโดย /ระยะเวลา
1.	<p>การประชุมประจำปี 2542 ประธานที่ประชุมกล่าวต่อที่ประชุม การประชุมขาดช่วงนานถึง 1 ปี 1 เดือน เป็นสิ่งที่ทำให้ บริษัทฯ ไม่สามารถติดตามผลการเปลี่ยนแปลงของตลาด และความเคลื่อนไหวของคู่แข่งได้ จึงขอเรียกร้องให้ที่ประชุมให้ความสำคัญต่อการประชุมมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้กำหนดให้มีการประชุมทุกวันศุกร์แรกของเดือน เดือน ที่ประชุมรับทราบ/รับดำเนินการ</p>	การประชุมครั้งสุดท้ายเมื่อ วันที่ 4 ธันวาคม 2540
2.	<p>สรุปผลการดำเนินงานของปี 2541 ประธานที่ประชุม มีคำถามต่อที่ประชุมถึงการดำเนินงานในปี 2541 ที่ผ่านมาเป็นอย่างไร คิดจุดปัญหาการดำเนินงานใดบ้าง</p>	
2.1	<p>ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขาย รายงานว่า โดยภาพรวมแล้วปี 2541 มียอดขายสูงขึ้นกว่าปี 2540 โดยไม่มีการเสนอรายงานข้อมูลของเอกสาร ประธานที่ประชุมจึงให้ดำเนินการสรุป และเสนอต่อที่ประชุม ในการประชุมครั้งต่อไป และให้ทำการสรุปข้อมูลการดำเนินงานของเดือนที่ผ่านมา รายงานในที่ประชุมทุกครั้ง</p>	
2.2	<p>ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาด รายงานว่า ประมาณการมูลค่าโครงการของ UIC ในปี 2541 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2540 = 25.91% ที่ประชุมขอรายละเอียดเพิ่มเติมและให้นำเสนอ ในการประชุมครั้งต่อไป</p>	
3.	<p>ปัญหาการดำเนินงานที่ผ่านมา ที่ประชุมรายงาน ว่า ปัญหาโดยส่วนใหญ่ เป็นเรื่องของอัตราส่วนลดของบริษัทฯ ซึ่งสามารถให้อัตราส่วนลดมากกว่าคู่แข่ง เป็นผลให้ยอดขายตกลง เมื่อเทียบกับขนาดตลาด ในการขายสินค้า และปัญหาสินค้าที่ผลิตสินค้าออกมาใหม่แล้วไม่มีข้อมูลสนับสนุนด้านราคาและเทคนิค</p>	
3.1	<p>อัตราส่วนลด ที่ประชุมรับทราบปัญหา และประธานที่ประชุมแจ้งว่าได้คำนึงถึงปัญหาดังกล่าวมาโดยตลอด ในวันนี้จึงพิจารณาปรับอัตราส่วนลดให้ใหม่โดยมีเป้าหมายในการที่จะดึงส่วนแบ่งการขายคืนจากคู่แข่ง</p>	รายละเอียดในตาราง แสดงอัตราส่วนลดของท่อและอุปกรณ์
3.2	<p>สินค้าใหม่ ที่ประชุมให้เร่งทำข้อมูลสนับสนุนต่างๆ ขึ้น เช่น โบชัวร์สินค้า, ข้อมูลเทคนิค โดยให้วิศวกรประสานงานและพัฒนาการตลาด เร่งดำเนินการด่วนที่สุด ส่วนราคา ที่ประชุม โดยระดับบริหารรับทราบ จะประสานงานดำเนินการ เรื่องกำหนดราคาและ</p>	



A CO., LTD

รายงานบันทึกการประชุม (Meeting Report)

เลขที่ / A No. MT-006/MKT

วันที่ 4 เดือนกุมภาพันธ์ 2542

ประชุมเมื่อวันที่ : 19 มกราคม 2542

การประชุมครั้งที่ : 6-01/42

แผ่นที่ 2 จากจำนวน 3

ผู้บันทึกการประชุม : นายอภิชาติ จำปา

ลำดับ ที่	รายละเอียด	ดำเนินการโดย /ระยะเวลา
3.3	แจ้งให้รับทราบภายหลัง ผู้จัดการฝ่ายขาย ให้หลักเกณฑ์นโยบายการขาย	
3.3.1	เลือกตัวแทนจำหน่ายคุณภาพดี - ตั้งใจขายของ ของบริษัท - สนับสนุนร่วมมือกับบริษัท	
3.3.2	หนังสือที่คำขำระน้อยที่สุด	
3.4	ประธานที่ประชุมเตือนให้ระวังเรื่องข้อมูลระบบการขายทั่วโลกไปสู่คู่แข่ง ต้องพิจารณา คามมาตรการป้องกันและช่วยกันสอดส่องดูแล	ทุกๆ คนที่เกี่ยวข้อง
4.	ISO9000 ที่ประชุมมีคำถามต่อประธานว่า เมื่อใดจึงจะดำเนินการขอการรับรองมาตรฐาน ISO9000 เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่สามารถใช้กระตุ้นและแข่งขันทางการขาย และสามารถขยายตลาด สู่ต่างประเทศได้ ประธานให้คำตอบ ประมาณการอีก 6 เดือน จะเริ่มทำการขอมาตรฐาน ISO9000 ที่ประชุมขอให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ทุกๆ ฝ่ายรับทราบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และสามารถสนับสนุนการทำ ISO9000 ของบริษัทให้รวดเร็วขึ้น ที่ประชุมรับทราบ	ผู้จัดการทั่วไป ดำเนิน การจัดการประชาสัมพันธ์ เรื่อง ISO9000
5.	สรุปรายงานของเอกสารแนบรายงานการประชุม	
5.1	ยอดขายของบริษัท -ปี 2541 เพิ่มขึ้นกว่า 2540 = 30% -ปี 2540 ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัท = 35% -ปี 2541 ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัท = 26%	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขาย วิศวกรฝ่ายขาย
5.2	ยอดขายงานโครงการของ UTC เพิ่มขึ้น 25.91%	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย การตลาด
5.3	สรุปผลการดำเนินงาน โครงการตั้งกระเบณ ขาดทุนประมาณ 10 ล้านบาท	วิศวกรประสานงาน และพัฒนาการตลาด
5.4	สรุปข้อมูลรวม และแนวโน้มยอดขาย 2536-2541 ให้ไว้เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับ ผู้บริหารตัดสินใจกำหนดนโยบายดำเนินการของหน่วยงาน	วิศวกรประสานงาน และพัฒนาการตลาด



A CO., LTD

รายงานบันทึกการประชุม (Meeting Report)

วันที่ 4 เดือนกุมภาพันธ์ 2542

เลขที่ / A No. MT-006/MKT

แผ่นที่ 3 จากจำนวน 3

ประชุมเมื่อวันที่ : 19 มกราคม 2542

การประชุมครั้งที่ : 6-01/42

ผู้บันทึกการประชุม : นายอภิชาติ จำปา

ลำดับ ที่	รายละเอียด	ดำเนินการโดย /ระยะเวลา
6	<p>ข้อเสนอแนะ</p> <p>ข้อมูลที่ใช้เข้ามาสรุปและประมวลการต่างๆ ใช้จากข้อมูลที่มีอยู่จำกัด วิธีการเก็บข้อมูลที่ได้ยังคงมีความผิดพลาด และยังไม่ได้แยกแยะ หรือมีข้อกำหนดที่ไม่ชัดเจน ผลสรุปที่ได้จึงยังคงมีความบกพร่องอยู่ อย่างไรก็ตาม ผลสรุปสามารถใช้เป็นแนวทางในการมองงาน การดำเนินการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาให้เกิดความถูกต้องในโอกาสต่อไป</p>	
7	<p>อื่นๆ</p> <p>วิศวกรประสานงานและพัฒนาการตลาดนำเสนอโครงสร้าง และรายละเอียดขั้นตอน การทำงานของหน่วยงาน และแนวทางการดำเนินการในการติดตามลูกค้า เพื่อให้ได้ข้อสรุปของการตัดสินใจของลูกค้า ต่อที่ประชุม เพื่อพิจารณาและขอให้นำไปปฏิบัติ ที่ประชุมไม่มีข้อโต้แย้ง ประธานที่ประชุมจึงขอให้เริ่มปฏิบัติ ตามที่ได้มีการเสนอ</p> <p style="text-align: center;">ปิดประชุมเวลา 19.30 น.</p> <p>นัดประชุมครั้งต่อไป วันศุกร์ที่ 5 กุมภาพันธ์ 2542</p>	<p>วิศวกรประสานงาน และพัฒนาการตลาด</p>



A CO., LTD

รายงานบันทึกการประชุม (Meeting Report)

หน้างาน : ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด
 ประชุมเมื่อวันที่ : 5 กุมภาพันธ์ 2542
 การประชุมครั้งที่ : 7-02/42

วันที่ 3 เดือน มีนาคม 2542
 เลขที่ / A No. MT - 007/MKT
 ระหว่างเวลา : 14.30 - 16.30 น.
 สถานที่ประชุม : ห้องประชุม 1 ของบริษัท

ผู้เข้าร่วมประชุม :	1. xxxxxx xxxxxxx	รองกรรมการผู้จัดการ	(ประธานการประชุม)
	2. xxxxxx xxxxxxx	ผู้จัดการฝ่ายขาย	
	3. xxxxxx xxxxxxx	ผู้จัดการทั่วไป	
	4. xxxxxx xxxxxxx	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขาย	
	5. xxxxxx xxxxxxx	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาด	(เลขานุการการประชุม)
	6. คุณอภิชาติ จำปา	วิศวกรประสานงานและพัฒนาการตลาด	
	7. xxxxxx xxxxxxx	วิศวกรฝ่ายขาย	
	8. xxxxxx xxxxxxx	วิศวกรโครงการ	
ผู้ไม่เข้าร่วมประชุม :	9. xxxxxx xxxxxxx	กรรมการผู้จัดการ	

เอกสารแนบมาด้วย :	1. บันทึกรายละเอียดการประชุม	จำนวน	2	แผ่น
	2. สรุปผลการดำเนินงานขาย (ฝ่ายขาย)	จำนวน	3	แผ่น
	3. สรุปผลการดำเนินงานขาย (ฝ่ายการตลาด)	จำนวน	1	แผ่น

ส่วนเวรion : ผู้เข้าร่วมประชุมทุกๆ ท่าน

หมวดเหตุ : วาระการประชุม

1. ทบทวนและรายงานการประชุมครั้งที่ 6
2. ความคืบหน้าของงานโครงการประชุมครั้งที่ 6
3. ติดตามสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงทางการตลาดช่วงเดือนที่ผ่านมา
4. อื่นๆ ที่เสนอข้อที่ประชุม



A CO., LTD

รายงานบันทึกการประชุม (Meeting Report)

วันที่ 3 เดือนมีนาคม 2542

เลขที่ / TAP No. MT - 007/MKT

แผ่นที่ 1 จากจำนวน 2

ประชุมเมื่อวันที่ : 5 กุมภาพันธ์ 2542

การประชุมครั้งที่ : 7 - 02/42

ผู้บันทึกการประชุม : นายอภิชาติ จำปา

ลำดับ ที่	รายละเอียด	ดำเนินการโดย /ระยะเวลา
1.	บททวนการประชุมครั้งที่ 6-01/42 ที่ประชุมรับรองรายงานการประชุม ไม่มีข้อเสนอนะหรือแก้ไข	
2.	ติดตามความก้าวหน้าจากการประชุมครั้งที่ 6-02/42	
2.1	สรุปข้อมูลประกอบรายงานต่อที่ประชุมเพื่อรับทราบ - การขายแต่ละปีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น - จากกราฟข้อมูลขอขเขตขอการขายที่เป็นไปได้ตั้งแต่ปี 36-41 ประมาณการที่ 35-40 ล้าน บาท/เดือน	เลขการประชุม (6-01/42)
2.2	การตั้งเป้าหมายการขาย - เป้าหมายโดยรวมของปี 2542 ควรสูงกว่าปี 2541 โดยประมาณการไม่น้อยกว่า 15% - ปี 2542 ยอดขายรายเดือนควรสามารถทำได้ถึง 40 ล้านบาท หรือมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 37 ล้าน บาท/เดือน	
3.	นโยบายในการดำเนินงาน จากข้อมูลประกอบการประชุม ที่ประชุมมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า คุณลักษณะ การขาย หรือ พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าในแต่ละไตรมาสแตกต่างกันออกไป ผู้จัดการ ฝ่ายขาย (ประธานที่ประชุม) จึงมอบหมายนโยบายไว้ดังต่อไปนี้	
3.1	แม้ว่าดอกเบี้ยจะลดลงเหลือ 9% แต่คาดว่าสถานการณ์ตลาดคงไม่ดีกว่าปี 2541 ให้พยายาม รักษาแนวโน้มในเรื่อง - ขายแล้วต้องเก็บเงินได้ - หนี้สินค้างชำระควรน้อย และระวังเรื่องการชำระหนี้ทางการเงิน - รักษาส่วนแบ่งการตลาดให้คงที่ - ติดตามดูแลลูกค้า และดึงลูกค้ากลับมาจากคู่แข่ง	
3.2	ขอให้ใช้ความพยายามมากขึ้นในการหาข้อมูลเพิ่มเติมจากลูกค้าและคู่แข่ง	
3.3	หาข้อสรุปและบทวิเคราะห์เพื่อประมาณสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของตลาด เพื่อปรับ นโยบายดำเนินการในแต่ละไตรมาส	
4.	สรุปสถานการณ์ประจำเดือนมกราคม	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขาย
4.1	ฝ่ายขาย (เอกสารแนบท้าย หน้า 3) - ได้งาน 8.60 %	



A CO., LTD

รายงานบันทึกการประชุม (Meeting Report)

วันที่ 3 เดือนมีนาคม 2542

แผ่นที่ 2 จากจำนวน 2

เลขที่ / TAP No. MT - 007/MKT

ประชุมเมื่อวันที่ : 5 กุมภาพันธ์ 2542

การประชุมครั้งที่ : 7 - 02/42

ผู้บันทึกการประชุม : นายอภิชาติ จำปา

ลำดับ ที่	รายละเอียด	ดำเนินการโดย /ระยะเวลา
4.2	- ไม้ได้งาน 23.00 % - ยังไม่สรุป 68.40 % ฝ่ายการตลาด (เอกสารแนบท้าย หน้า 6)	วิศวกรฝ่ายขาย
	- ไม้ได้งาน 4.10 % - ไม้ได้งาน 20.17 % - ยังไม่สรุป 75.35 %	
4.3	สาเหตุและปัญหา ส่วนใหญ่ที่ไม้ได้งานเนื่องจาก - เสนอตรงกับ Agent และ Agent ไม้ได้งาน - คู่แข่งเสนอราคาถูกลงกว่า เช่น B เสนอต่ำกว่าประมาณ 7%	
5	การปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน	
5.1	กำหนดการโอนย้ายทีมติดตั้งนอกสถานที่ เข้า TES อย่างไม่เป็นทางการ ประมาณเดือน มีนาคม ทั้งนี้จะพิจารณาความเหมาะสมของสถานการณ์งานเป็นหลัก	
5.2	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาด และวิศวกรประสานงานฯ ยังคงทำหน้าที่เช่นเดิม และให้เพิ่มเติมด้านการขายต่างประเทศ รวมทั้งการหาข้อมูลจากกรมส่งเสริมการค้าส่งออก	
5.3	วิศวกรฝ่ายขาย ให้นำใบแจ้งตลาดการเกษตรและท่อ LDPE แห่คงตลาดทดลองเริ่มต้นที่ กตก. จตุจักร	
5.4	ประธานแจ้งคอกที่ประชุมเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในเรื่อง - ค่าน้ำมันรถยนต์และทางด่วน จะจ่ายคงที่ 3,000 บาท/เดือน เริ่มต้นในเดือนมีนาคม 2542 - เบี้ยเลี้ยง จะไม่จ่ายให้กรณี สามารถเดินทางไปกลับได้ภายใน 1 วัน ที่ประชุมขกให้มีการสรุปเกณฑ์การตัดสินใจที่ชัดเจนอีกครั้ง	
6	ประธานที่ประชุม แจ้งคอกที่ประชุมให้ช่วยเร่งรัดติดตามหนี้สินที่ถูกค้างชำระอยู่ และ รายงานผลให้ทราบด้วย	
7.	ข้อเสนออื่นๆ ไม่มี	
ปิดประชุมเวลา 16.30 น.		
นัดประชุมครั้งต่อไป วันศุกร์ที่ 5 มีนาคม 2542		



A CO., LTD

รายงานบันทึกการประชุม (Meeting Report)

วันที่ 1 เดือนเมษายน 2542

หน่วยงาน : ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด

เลขที่ / A No. MT - 008/MKT

ประชุมเมื่อวันที่ : 5 มีนาคม 2542

ระหว่างเวลา : 14.30 - 16.30 น.

การประชุมครั้งที่ : 8 - 03/42

สถานที่ประชุม : ห้องประชุม 1 ของบริษัทฯ

ผู้เข้าร่วมประชุม :	1. xxxxxxxx xxxxxxxx	รองกรรมการผู้จัดการ	(ประธานการประชุม)
	2. xxxxxxxx xxxxxxxx	ผู้จัดการฝ่ายขาย	
	3. xxxxxxxx xxxxxxxx	ผู้จัดการทั่วไป	
	4. xxxxxxxx xxxxxxxx	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขาย	(เลขานุการการประชุม)
	5. xxxxxxxx xxxxxxxx	วิศวกรประสานงานและพัฒนากการตลาด	
	6. xxxxxxxx xxxxxxxx	วิศวกรฝ่ายขาย	
ผู้ไม่เข้าร่วมประชุม :	1. xxxxxxxx xxxxxxxx	กรรมการผู้จัดการ	
	2. xxxxxxxx xxxxxxxx	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาด	
	3. xxxxxxxx xxxxxxxx	วิศวกรโครงการ	

เอกสารแนบมาด้วย :	1. บันทึกรายละเอียดการประชุม	จำนวน	3	แผ่น
	2. สรุปผลการดำเนินงานขาย (ฝ่ายขาย)	จำนวน	1	แผ่น
	3. สรุปผลการดำเนินงานขาย (ฝ่ายการตลาด)	จำนวน	1	แผ่น

ดำเนินพิธี : ผู้เข้าร่วมประชุมทุกๆ ท่าน

หมายเหตุ : วาระการประชุม

1. ทบทวนและรายงานการประชุมครั้งที่ 8
2. ความคืบหน้าของงานในการประชุมครั้งที่ 8
3. ติดตามสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงทางการตลาดช่วงเดือนที่ผ่านมา
4. อื่นๆ ที่เสนอต่อที่ประชุม



A CO., LTD

รายงานบันทึกการประชุม (Meeting Report)

เลขที่ / A No. MT-008/MKT

ประชุมเมื่อวันที่ : 5 มีนาคม 2542

ผู้บันทึกการประชุม : นายอภิชาติ จำปา

วันที่ 1 เดือนมกราคม 2542

แผ่นที่ 1 จากจำนวน 3

การประชุมครั้งที่ : 8-03/42

ลำดับที่	รายละเอียด	ตำแหน่ง/รายชื่อ
1.	บททวนและรับรองการประชุมครั้งที่ 7-02/42 ที่ประชุมรับรองรายงานการประชุม ไม่มีข้อเสนอนะหรือแก้ไข	
2	สรุปสถานการณ์ของเดือนกุมภาพันธ์	
2.1	ยอดขายของฝ่ายขาย (เอกสารแนบท้ายหน้า 4) -ได้งาน 2.07% -ไม่ได้งาน 25.48% -ยังไม่สรุป 72.44%	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขาย
	ขอคกรขายของเอเจนต์ ในเดือน กพ. เทียบกับเดือน มค. ลดลง	
2.2	ยอดขายของฝ่ายการตลาด (เอกสารแนบท้าย 5) -ได้งาน 56% -ไม่ได้งาน 5% -ยังไม่สรุป 39%	วิศวกรฝ่ายขาย
2.3	ปัญหาที่ไม่ได้งานที่เสนอ -ราคาส่วนลดที่เสนอแก่คู่แข่ง (ส่วนลดใหม่ ยังไม่ได้ใช้) -คู่แข่งลดราคาสูงเพิ่มขึ้นอีก	
2.4	ความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง -ไทยก้าวกัด LDPE ลดที่ 60% (Agent ใหม่) -มีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้น ยังไม่ทราบว่าเป็นใคร -เริ่มมีท่อ LDPE คาคือออกมาแข่งในตลาด	
2.5	ราคาส่วนลดที่ปรับใหม่ -แนวโน้มลูกค้า เริ่มจะซื้อมากขึ้นในช่วงมีนาคม ซึ่งเป็นช่วงที่ลูกค้าเริ่มหยุดกิจกรรมการใช้จ่ายอีกครั้ง -ราคาส่งลดใหม่ ที่ได้รับนโยบายมา ที่ประชุมมีความเห็นร่วมกันว่า สามารถสร้างการแข่งขันกับคู่แข่งได้	
2.6	ความคิดเห็นของลูกค้า	



A CO., LTD

รายงานบันทึกการประชุม (Meeting Report)

วันที่ 1 เดือนเมษายน 2542

แผ่นที่ 2 จากจำนวน 3

เลขที่ / A No. MT - 008/MKT

ประชุมเมื่อวันที่ : 5 มีนาคม 2542

การประชุมครั้งที่ : 8 - 03/42

ผู้บันทึกการประชุม : นายอภิชาติ จำปา

ลำดับที่	รายละเอียด	ดำเนินการโดย /ระยะเวลา
3.	<p>ท่อ LDPE ใหม่</p> <p>ตอนนี้ บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ออก ของ LDPE คาสติเจียวอ่อน เป็นเกรดใช้มีผสมหลายชนิด อาจเรียกว่า เกรด B ก็ได้ แต่เวลาขายให้แจ้งลูกค้าให้ทราบว่า เป็นท่อ LDPE ราคาพิเศษ หากมีจำนวนการขายนอกกว่า 3,000 - 5,000 เมตร ต่อครั้ง สามารถลดราคาได้ถึง 55%</p>	
4.	<p>ลดขายปลายปี</p> <p>ที่ประชุม มีการพูด ขอดการขายปลายปีของลูกค้านีโอตัน ซึ่งโดยปกติแล้ว จะเป็นรางวัลพิเศษให้กับลูกค้าเออนันต์ ที่ประชุมยังไม่ได้ข้อสรุปที่ชัดเจน แต่มีการให้ความเห็นว่า ถ้าวางส่วนลดใหม่นั้น น่าจะสามารถดึงใจได้ดีอยู่แล้ว ส่วนผลต่างกำไร ลูกค้าควรพิจารณาเอง</p>	
5	<p>การเสนอโครงการของปี 2542</p> <p>ที่ประชุมมีความเห็นว่าควรระมัดระวัง เนื่องจากงานโครงการต้องมีลูกค้าเสนองานเข้ามาให้ตรวจสอบให้แน่ใจก่อนที่จะทำการเสนองาน จะได้ไม่เป็นที่เสียหายขัดแย้งต่อกลูกค้าในภายหลัง</p>	
6	<p>งานโครงการของการประปา</p> <p>ประธานในที่ประชุม แจ้งให้ทราบว่า ภาครัฐเริ่มพิจารณาเปิดให้กลุ่มเอกชนเข้ามาลงทุนในเชิงธุรกิจ โดยรับสมัครปทานในระยะเวลาดังกล่าวนี้ ซึ่งจะเป็นช่องทางการขายทางหนึ่ง ซึ่งต้องติดตาม</p>	
7	<p>Catalog และเอกสารเผยแพร่ข้อมูล ของบริษัท</p> <p>ที่ประชุมมีการถามถึงความก้าวหน้า ของการดำเนินการจัดทำเอกสารเผยแพร่ข้อมูล ของบริษัท ซึ่งได้รับรายงานว่าอยู่ระหว่างดำเนินการ ที่ประชุมขอให้ Catalog ท่อ Conduit มีโครงสร้างเรียบร้อย พร้อมส่งจัดทำ Lay Out ในการประชุมครั้งต่อไป</p>	วิศวกรประสานงาน และพัฒนากลาง การประชุมครั้งที่ 9-02/42
8	<p>ปัญหาท่อ PP</p> <p>ที่ประชุมมีการพูดถึงปัญหาท่อ PP ของลูกค้าที่จัดส่งไปประเทศพม่า ถึงสาเหตุและความคิดเห็น อย่างกว้างๆ และมีความเห็นว่าควรให้ทางฝ่ายผลิต ชี้แจงสาเหตุและเหตุผลเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้ฝ่ายขายชี้แจงต่อลูกค้าได้</p>	



A CO., LTD

รายงานบันทึกการประชุม (Meeting Report)

เลขที่ / A No. MT-008/MKT

วันที่ 1 เดือนเมษายน 2542

ประชุมเมื่อวันที่ : 5 มีนาคม 2542

การประชุมครั้งที่ : 8 - 03/42

แผ่นที่ 3 จากจำนวน 3

ผู้บันทึกการประชุม : นายอภิชาติ จำปา

ลำดับที่	รายละเอียด	ดำเนินการโดย /ระยะเวลา
9	<p>ข้อเสนอนี้ ไม่มี</p> <p>ปิดประชุมเวลา 16.30 น</p> <p>นัดประชุมครั้งต่อไป วันศุกร์ที่ 9 เมษายน 2542</p>	

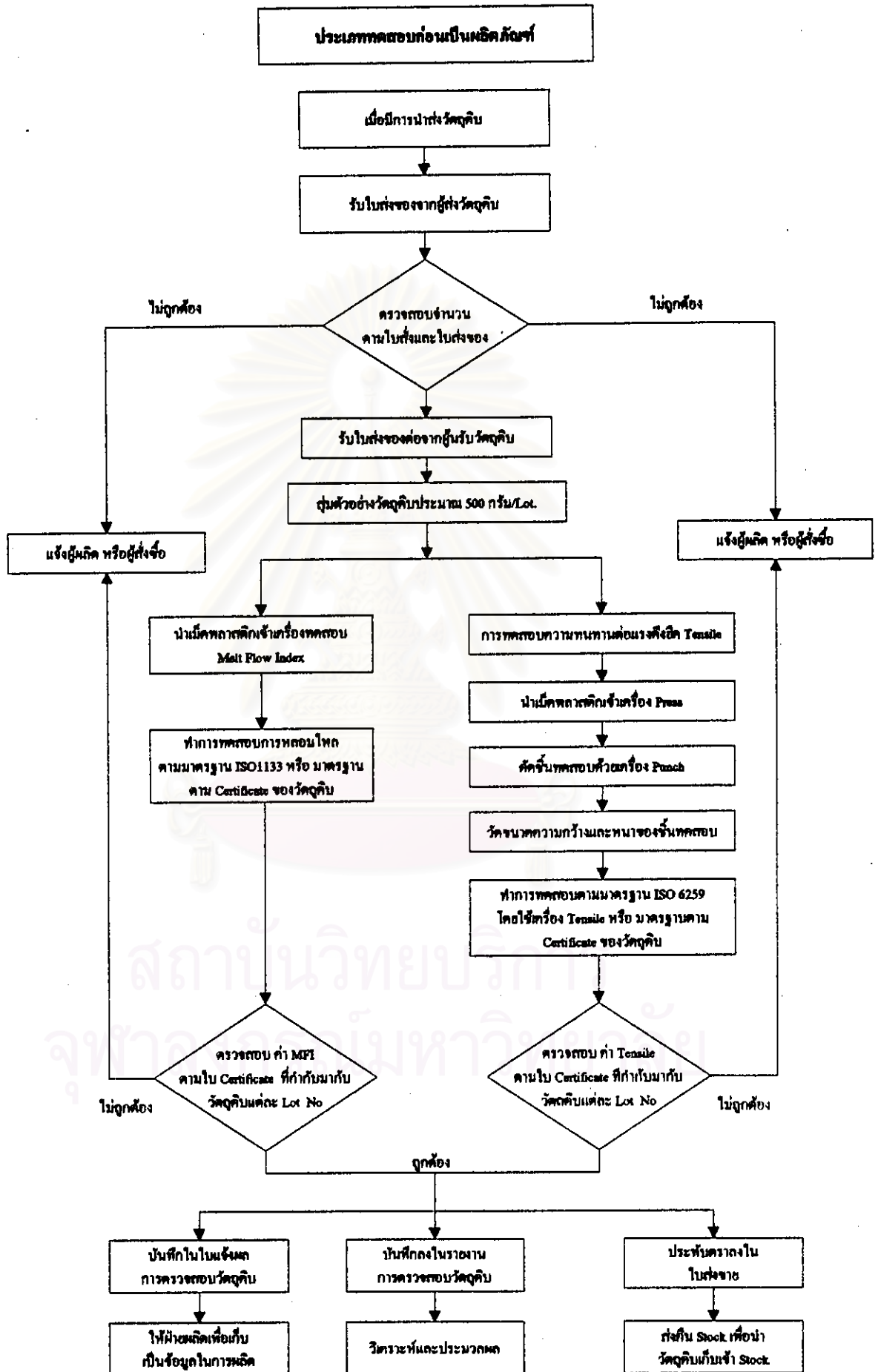
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



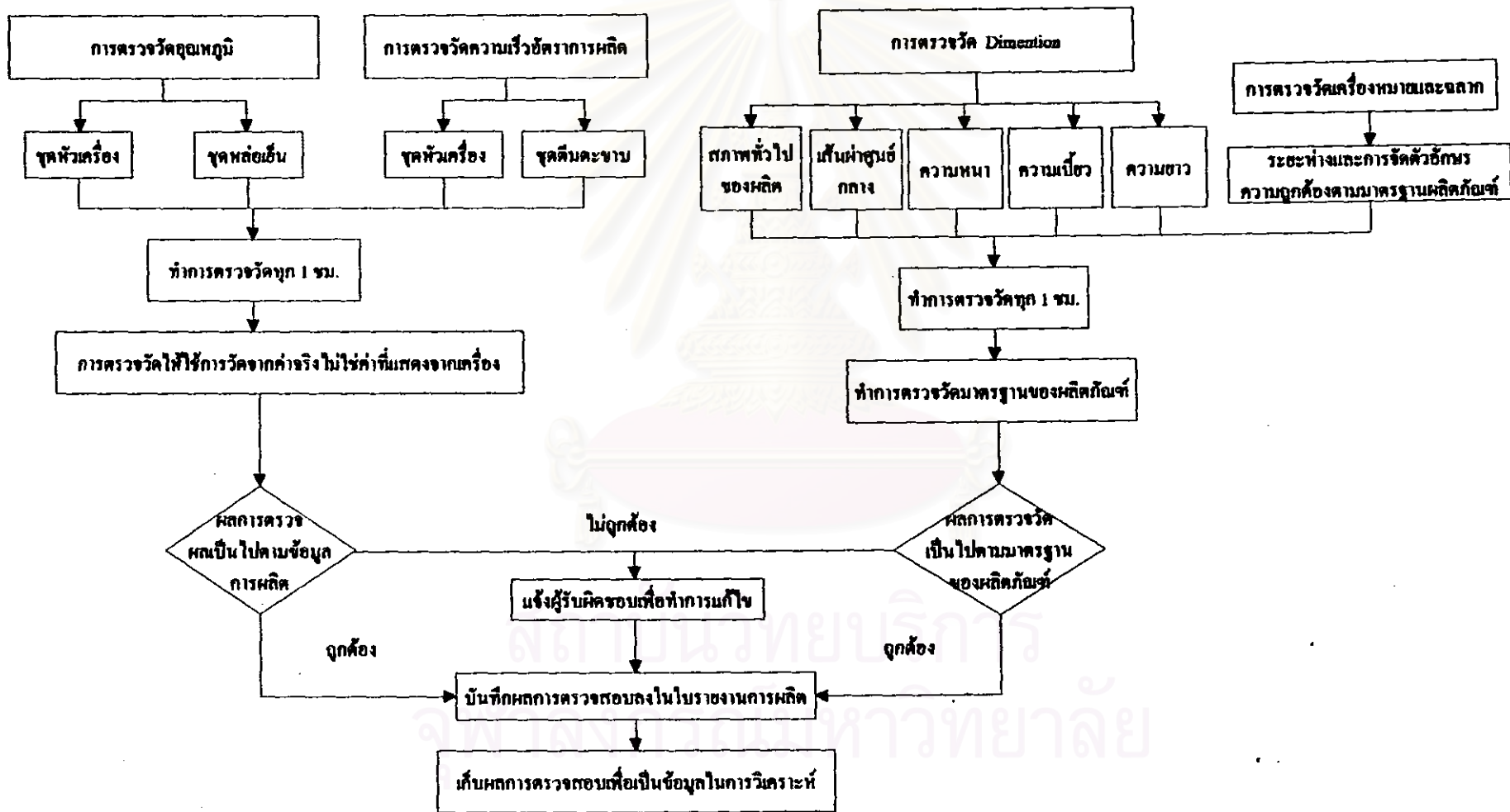
ภาคผนวก ง

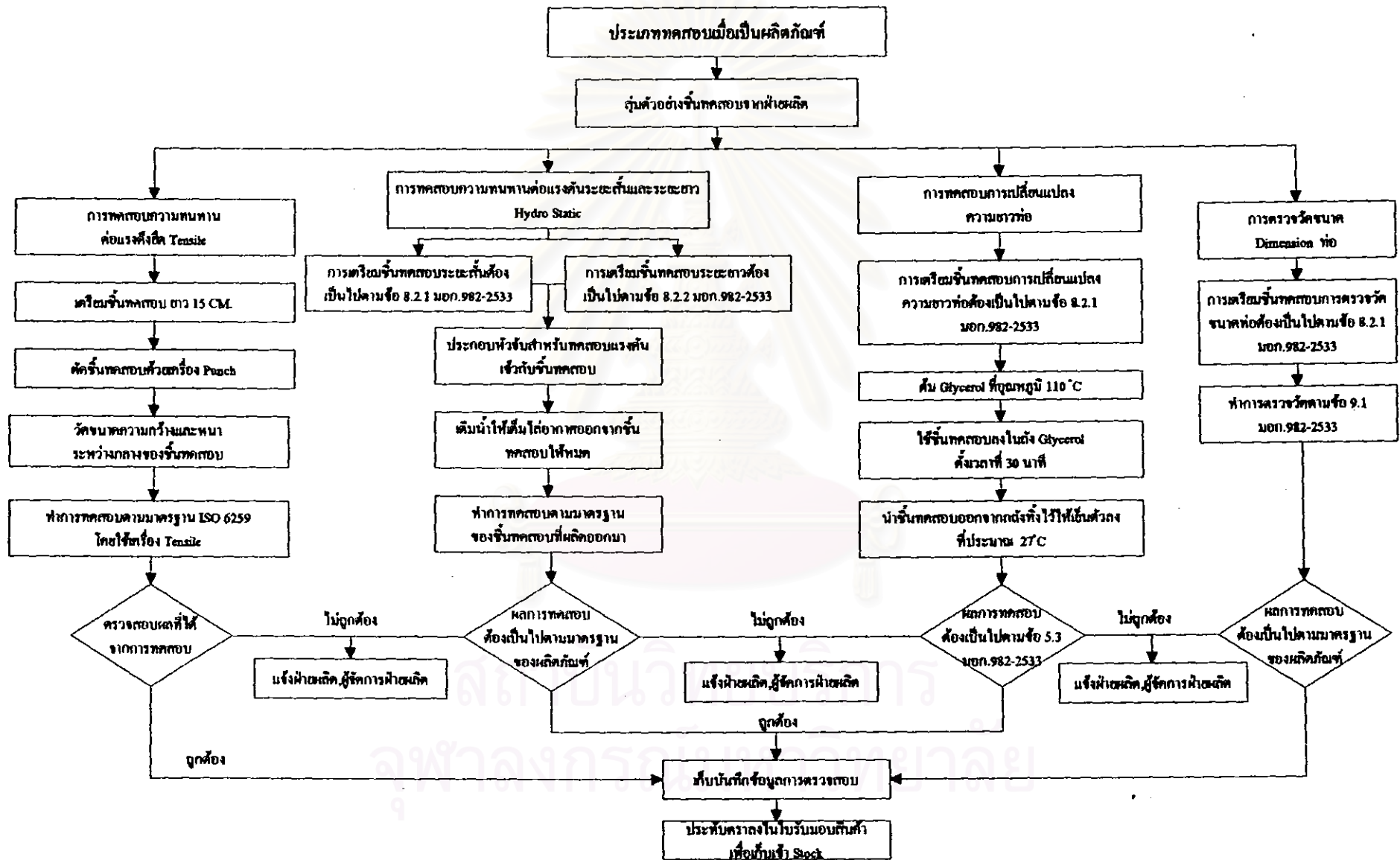
ขั้นตอนในการปฏิบัติการทดสอบวัดคุณิธิบ และผลิธิภักธิ

สถาบันวิธิยบรึการ
จุฬาลงกรณัมหาวธิยาลัย

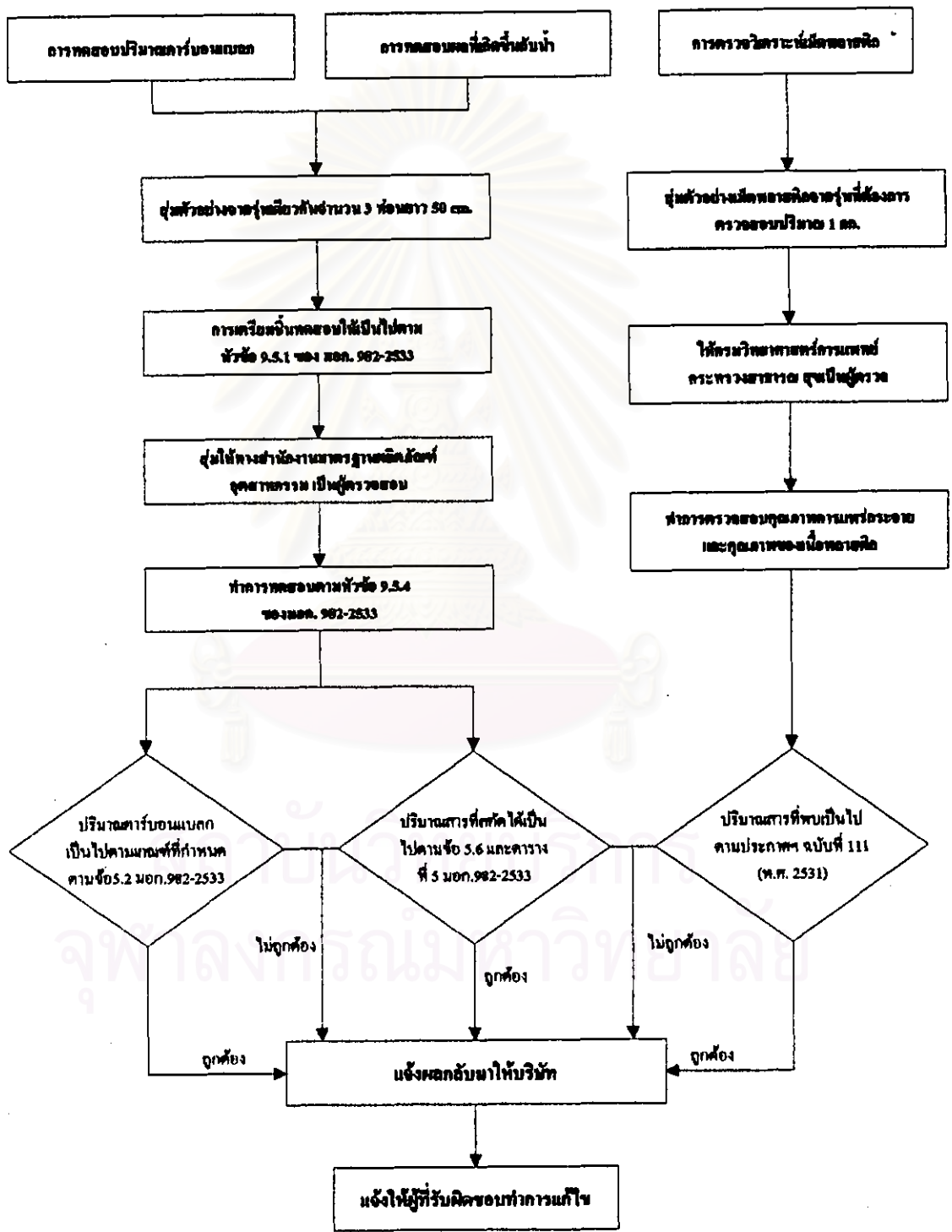


ประเภทการตรวจสอบระหว่างทำการผลิต





ประเภทการยื่นขอใบอนุญาต





ประวัติผู้เขียน

นายอภิชาติ จำปา เกิดเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2513 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ ภาควิชาเคมีอุตสาหกรรม จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เมื่อปี พ.ศ. 2535 หลังจากนั้นเข้าทำงานกับบริษัทผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ท่อโพลีเอทิลีน ชนิดความหนาแน่นสูง หรือที่เรียกกันว่าท่อ HDPE เริ่มต้นการทำงานในตำแหน่ง วิศวกรควบคุมคุณภาพ เป็นเวลา 2 ปี ต่อจากนั้นได้เข้าไปช่วยดูแลแก้ปัญหากระบวนการผลิตใน ตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายพัฒนาการผลิต เป็นเวลา 3 ปี และปัจจุบันมีตำแหน่งเป็น วิศวกรประสานงานและพัฒนารวดลาด ทำหน้าที่ประสานงานและสนับสนุนข้อมูลต่างๆให้กับลูกค้า ทั้งในด้าน คำแนะนำการแก้ไขปัญหา การเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการใช้งาน ข้อมูลทางเทคนิคและ วิชาการต่างๆ เป็นต้น ผู้เขียนได้เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตรนอกเวลาราชการ ในภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2538

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย