



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ส่งด่วนพิเศษทันใจ “ OneDay วันเดียว”

(Express Delivery Within One Day)

โดย

นางสาวเจนจิรา ห่อดี รหัสนักศึกษา5940502605

นางสาวมัทนา จำปาโพธิ์ รหัสนักศึกษา5940502614

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ส่งด่วนพิเศษทันใจ “ OneDay วันเดียว ”

(Express Delivery Within One Day)

โดย

นางสาวเจนจิรา ห่อดี รหัสนักศึกษา5940502605

นางสาวมัทนา จำปาโพธิ์ รหัสนักศึกษา5940502614

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

กิตติกรรมประกาศ

การที่คณะผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษาบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด มหาชน สาขา เวนิสปาร์ค (DC VNP) 179/67-68 ซอย 4 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ตั้งแต่วันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 จนถึงวันที่ 29 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ส่งผลให้ข้าพเจ้าได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์มากมายสำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จ ลงได้ด้วยดีเพราะได้รับความร่วมมือและแรงสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. คุณอัญชนก ธรรมวัฒน์
2. คุณนายจตุรงค์ กองรัมย์

และบุคลากรท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่าน ที่ให้ความรู้และคำแนะนำและให้ความช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและเข้าใจถึงชีวิตของการทำงานจริงซึ่งคณะผู้จัดทำขอขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ

นางสาวเจนจิรา ห่อดี และ

นางสาวมัทนา จำปาโพธิ์

บทคัดย่อ

บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ประเทศไทย จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2549 ปัจจุบันเรามีสำนักงานกว่า 200 แห่งทั่ว ประเทศไทย โดยการบริการของเราคือการจัดส่งภายในวันถัดไป (ND) ซึ่งครอบคลุมกว่า 99.9% ทั่ว ทุกพื้นที่ในประเทศไทยและกว่า 97% ของการจัดส่งประสบความสำเร็จในการเข้าจัดส่งตั้งแต่ครั้งแรก

การประชาสัมพันธ์ถือเป็นส่วนหนึ่งในส่วนผสมทางการตลาด เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงรายละเอียดต่างๆของบริการนั้นๆและเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และสนใจอยากที่จะใช้บริการเพิ่มขึ้น และนักศึกษาได้พบว่าทางสาขายังมีการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารับรู้ข่าวสารจากองค์กรได้ไม่ทั่วถึง ในส่วนของการบริการ **Service Same day** จึงมองเห็นว่า ควรจะมีการจัดการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รับทราบถึงขั้นตอน และช่วงเวลาในการจัดส่ง ของบริการนี้

คณะผู้จัดทำจึงได้ทำสื่อการประชาสัมพันธ์ขึ้นมา โดยทำ QR Code รายละเอียดขอบริการ **Service Same day** เพิ่มในโบวัวร์ของส่วนกลางและได้ลงพื้นที่ประชาสัมพันธ์สาขาเวนิสปาร์ก และ 8 สาขาโซนอำเภอเมืองนครราชสีมา สรุปผลการดำเนินงาน ก่อนทำสื่อประชาสัมพันธ์ และทำการประชาสัมพันธ์ในเดือนพฤศจิกายนและเดือนธันวาคม พ.ศ.2562 พบว่าทุกสาขามียอดการใช้บริการ **Service Same day** ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรได้ตั้งไว้ และหลังการทำสื่อประชาสัมพันธ์และลงพื้นที่ประชาสัมพันธ์ในเดือนมกราคมและเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2563 พบว่าทุกสาขามียอดการใช้บริการ **Service Same day** ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจนและเป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรได้กำหนดไว้ คณะผู้จัดทำได้ดำเนินการศึกษาโดยสืบหาข้อมูลจากผู้จัดการสาขา และลงมือหาข้อมูล ด้วยตนเองศึกษาความเป็นมาของปัญหาและได้จัดทำโครงการเพื่อการพัฒนา และแก้ไขปัญหาที่ เกิดขึ้นในด้านการสื่อสารระหว่างองค์กรกับลูกค้าให้มีความเข้าใจที่ดีต่อกัน และสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน เพื่อประโยชน์ที่ยั่งยืนต่อไปขององค์กร

สารบัญเรื่อง

เรื่อง	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
สารบัญเรื่อง	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญรูปภาพ	จ
บทที่ 1 บทนำ	
ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	1
ลักษณะการประกอบการ หรือการให้บริการหลักขององค์กร	2
รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร	3
โครงสร้างการบริหารองค์กร	4
ตำแหน่งและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย	5
บทที่ 2 วัตถุประสงค์	
วัตถุประสงค์	8
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 3 งานที่ปฏิบัติหรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	9
ขั้นตอนการดำเนินงาน	10
การดำเนินงานในรูปแบบ Flow Chart	12
บทที่ 4 สรุปผลการศึกษาหรือสรุปผลการปฏิบัติงาน	
วิเคราะห์ข้อมูลก่อนประชาสัมพันธ์	18
วิเคราะห์ข้อมูลหลังประชาสัมพันธ์	24
บรรณานุกรม	33
ภาคผนวก	34

สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

1.ตารางแสดงงบประมาณ	11
2. ตารางเวลาการปฏิบัติงาน	11
3. ตารางแสดงจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ Service Same day เดือนธันวาคม	26
4. ตารางแสดงจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ Service Same day เดือนมกราคม	27
5.ตารางแสดงจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ Service Same day เดือนกุมภาพันธ์	28

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่ หน้า

1. แสดงแผนที่ / ที่ตั้ง สาขาเวนิสปาร์ก	1
2. แสดงผังส่วนด้านหน้าร้านและผังส่วนหลังร้าน	2
3. แบบสอบถามก่อนประชาสัมพันธุ์	13
4. ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการที่สาขาเวนิสปาร์ก	14
5. ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการ Service Same day ก่อนประชาสัมพันธุ์	15
6. ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการ Service Same day ก่อนประชาสัมพันธุ์	16
7. ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการ Service Same day ก่อนประชาสัมพันธุ์	17
8. แบบสอบถามความพึงพอใจการใช้บริการ Service Same day	19
9. ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการที่สาขาเวนิสปาร์ก	20
10. ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการ Service Same day หลังประชาสัมพันธุ์	21
11. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้าที่มาใช้บริการ Service Same day หลังประชาสัมพันธุ์	22
12. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้าที่มาใช้บริการ Service Same day หลังประชาสัมพันธุ์	23

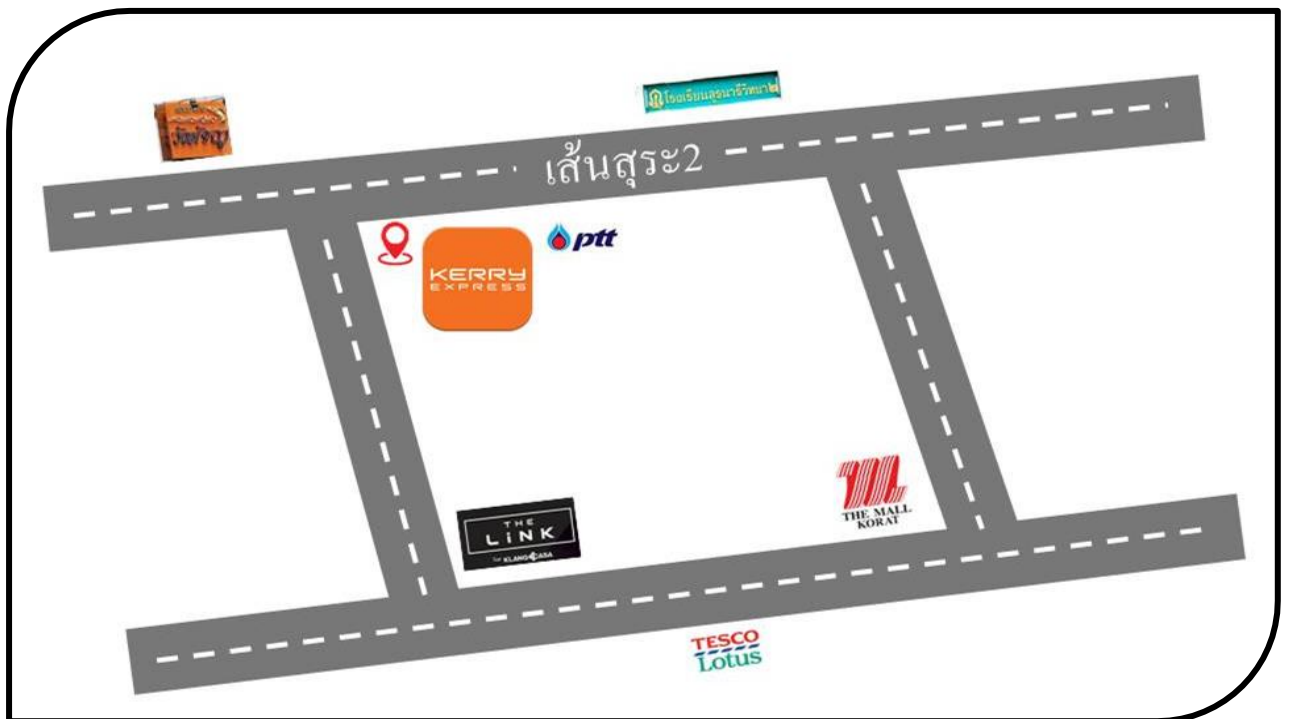
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อ : บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด สาขา เวนิสปาร์ค (DC VNP)

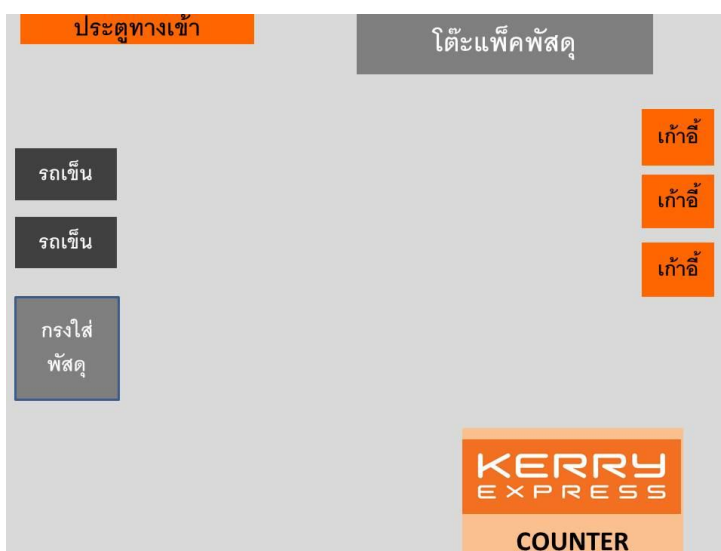
สถานที่ตั้ง : 179/67-68 ซอย 4 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000



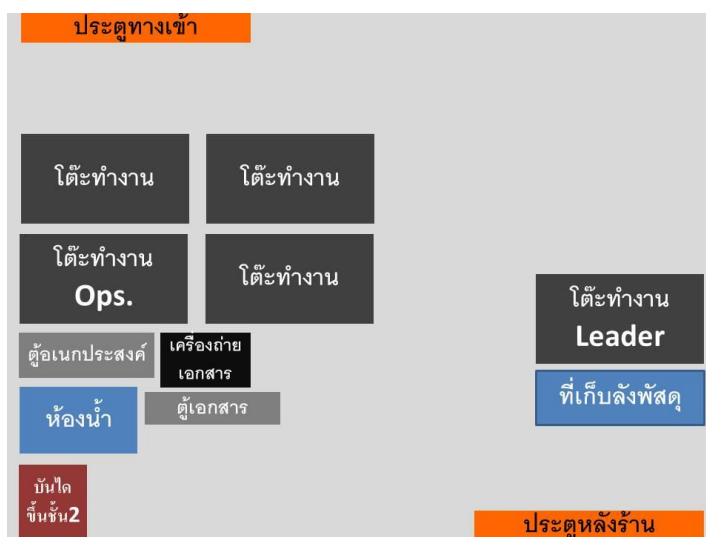
ภาพที่ 1 แสดงแผนที่ / ที่ตั้งสาขา เวนิสปาร์ค (DC VNP)

1.2 ลักษณะการประกอบการ หรือการให้บริการหลักขององค์กร

มีลักษณะเป็น DCSP Shop มีหน้าร้านมี Counter สำหรับให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการซึ่งจะมี Counter ที่เปิดรับพัสดุอยู่ 1 Counter ลูกค้าที่มาใช้บริการจะมีทั้งลูกค้าประจำ คือ ร้านค้าออนไลน์ ที่มาส่งของครั้งละหลายๆ และลูกค้าที่มาประปรายคือลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นครั้งคราว โดยการส่งพัสดุของเราคือจัดส่งในวันถัดไป คือภาคอีสาน กรุงเทพมหานคร ประเมินเวลาจัดส่ง 1 วันทำการ และการจัดส่งพัสดุ ภาคอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น ใช้เวลาจัดส่ง 2-3 วันทำการ



ภาพที่ 2 ภาพแสดงผังส่วนด้านหน้าร้าน

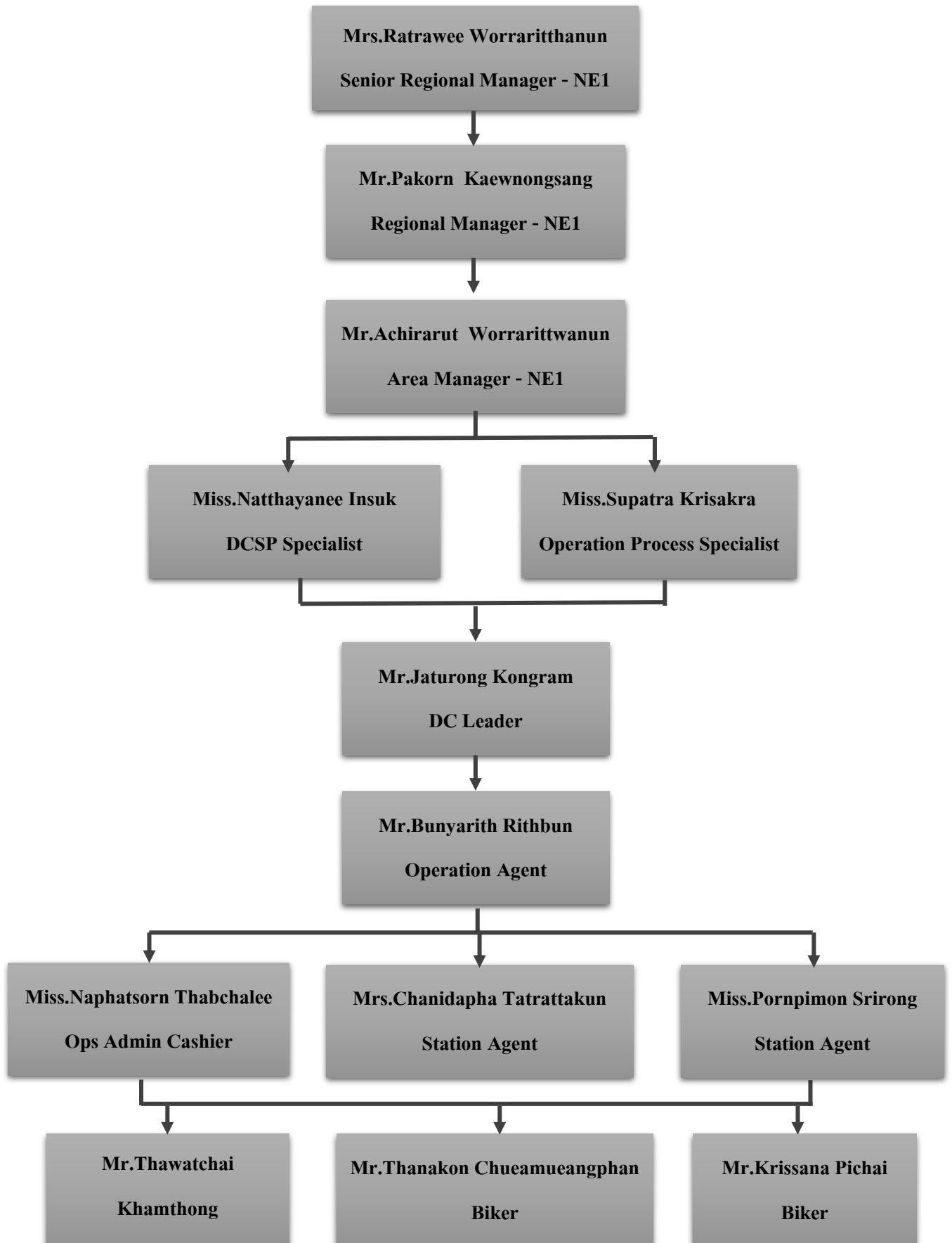


ภาพที่ 3 ภาพแสดงผังส่วนหลัง counter จนถึงหลังร้าน

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร

การดำเนินงานของร้านสาขามีการแบ่งหน้าที่การทำงานเป็นส่วนๆ โดยมีหัวหน้าเป็นผู้ควบคุมดูแลงานภายในสาขา มีคนคอยประสานงาน ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ตลอดจน พนักงานที่จะต้องทำหน้าที่ของตนเองที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ ส่วนการให้บริการจะเป็นการ ให้บริการลูกค้าที่มาส่งพัสดุ การศิษย์ข้อมูลของลูกค้าที่มาส่งพัสดุและการบริการต่างๆ จุดเด่นของ สาขาจะเป็นในเรื่องของการบริการลูกค้ามีการสอบถามพูดคุยกับลูกค้าว่าต้องการอะไรบ้างและ พนักงานก็จะให้คำแนะนำกับลูกค้าที่มาส่งพัสดุเพื่อให้ลูกค้าได้เข้าใจ อีกทั้งเวลาของการเปิด ให้บริการใน วันจันทร์ – เสาร์ ตั้งแต่เวลา 08:00 ถึง 18:00น. และจะตัดรอบที่เวลา 17:00 น. ของทุกวัน และก่อนที่จะส่งพัสดุทุกครั้งพนักงานจะต้องโทรแจ้งลูกค้าก่อนนำพัสดุส่งทุกครั้ง เพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบและได้รับพัสดุเอง

1.4 โครงสร้างการบริหารองค์กร

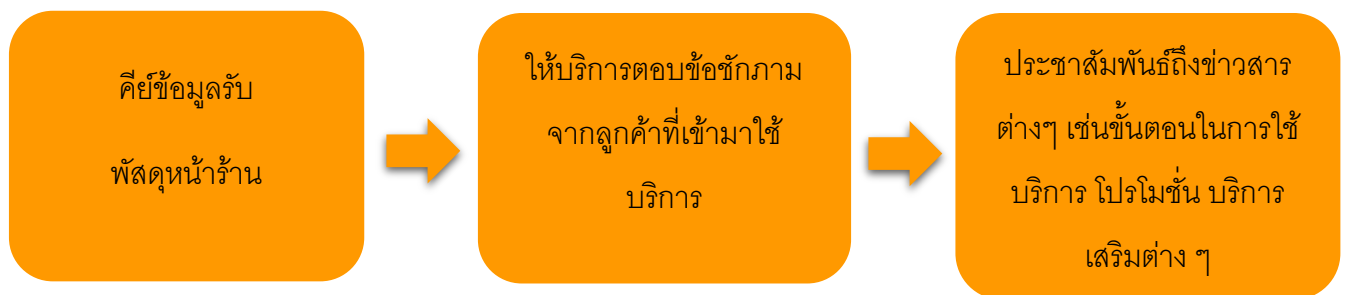


1.5 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบ

1. คีย์ข้อมูล(Station Agent)

คีย์ข้อมูลที่อยู่ผู้ส่ง –ผู้รับ ตามหน้าจอผ่านโปรแกรม Win POS และคอยแนะนำ ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทราบถึงข้อจำกัดรวมถึงสิทธิประโยชน์ โปรโมชั่น ต่างๆ ด้วย นอกจากนี้พนักงานทุกคนจะต้องทักทายลูกค้า เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการต้องกล่าวทักทายด้วย คำว่า Kerry express สวัสดีครับ/ค่ะ พร้อมยิ้ม ทักทายทุกครั้งเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน



ประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน

ประสบการณ์ที่ได้จากการทำงานหน้าร้านคือฝึกให้เรามีความรอบคอบในการทำงาน หากลูกค้ามากแรงกดดันก็ยิ่งมาก ทั้งยังต้องกดดันกับการคีย์ข้อมูลที่ต้องถูกต้องเพื่อไม่ให้เกิด ข้อผิดพลาดและปัญหาตามมา หากรู้ว่าคีย์ข้อมูลผิดหรือผิดพลาดอะไรตรงไหนก็จะแก้ปัญหาด้วยตัวเองก่อนหากแก้ด้วยตัวเองไม่ได้ก็แจ้งพี่ๆให้ช่วย เราก็ต้องคอยดูว่าพี่ๆแก้ปัญหากันอย่างไร นอกจากนี้การยิ้มแย้มแจ่มใสกล่าวทักทายลูกค้าถือเป็นหัวใจหลักของงานบริการ หากเราได้รับรอยยิ้ม หรือคำ ขอบคุณจากลูกค้ากลับ เราจะรู้สึกมีความสุขในการทำงานและนั่น หมายความว่า เราได้ บริการ โดยสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้อย่างเต็มที่แล้ว

2. งานเกี่ยวกับ Bikers (Station Agent)

งานรับของ Bikers (ต้องดูระหว่างวันจนถึง 14.00 น.) เพื่อที่จะติดงานให้ Bikers ไปปรับงานตามเขตที่รับผิดชอบ และเช็ค Pending เพื่อดูงาน DLY ต่างๆ โดยมีการติดต่อประสานงานกับลูกค้าเพื่อชี้แจงรายละเอียดตามงานนั้นๆ ด้วย

ประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน

ประสบการณ์ที่ได้จากการโทรติดต่อประสานงานในด้านต่างๆทำให้เราได้ฝึกการสื่อสาร ใช้คำพูดที่เป็นทางการมากขึ้น มีสติในการฟังในสิ่งที่ลูกค้าถามและใช้ไหวพริบในการคิดเพื่อตอบคำถามกับลูกค้าในเรื่องต่างๆ เพราะการสื่อสารกันผ่านโทรศัพท์นั้นอาจสื่อสารกันไม่ชัดเจนทำให้ความหมายเปลี่ยนไปจากเรื่องหนึ่งเป็นอีกเรื่องหนึ่งได้

3. ประสานงานระหว่าง DC และตามพัสดุที่ส่งออกจากพื้นที่ที่ตนเองดูแล (DCSP Call centerSupport)

รับเรื่องที่ลูกค้าติดต่อเข้ามาทาง Call center ผ่านโปรแกรม Freshdesk ติดต่อประสานงานไปยัง DC ปลายทางเพื่อติดตามพัสดุที่ลูกค้าติดตามเข้ามา และ Update OPS ในเขตพื้นที่รวมไปถึงการโทรศัพท์ติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้ข้อมูล DCSP ในพื้นที่ของตนเอง

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน



ประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน

ประสบการณ์ที่ได้จากการโทรติดต่อประสานงานในด้านต่างๆทำให้เราได้ฝึกการสื่อสาร ใช้คำพูดที่เป็นทางการมากขึ้น มีสติในการฟังในสิ่งที่ลูกค้า ถามและใช้ไหวพริบในการคิดเพื่อตอบคำถามกับลูกค้าในเรื่องต่างๆ เพราะการสื่อสารผ่านโทรศัพท์นั้นอาจสื่อสารกัน ไม่ชัดเจนทำให้ความหมายเปลี่ยนไปจากเรื่องหนึ่งเป็นอีกเรื่องหนึ่งได้

พนักงานที่ปรึกษา

- | | | |
|------------------|-----------|-------------------------|
| 1. นางสาวจตุรงค์ | กองรัมย์ | ตำแหน่ง : DC Leader |
| 2. นางสาวชนิดาภา | ไทรรัตกุล | ตำแหน่ง : Station Agent |

บทที่ 2

วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับรู้และเข้าใจในรายละเอียดของบริการ Service Same day
2. เพื่อเพิ่มยอดขายบริการ Service Same day ในแต่ละเดือนให้กับองค์กร
3. เพื่อรักษารฐานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่
4. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีงามระหว่างลูกค้ากับองค์กร

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ลูกค้าประทับใจในการให้บริการและเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
2. ลูกค้าเกิดการรับรู้และมีความเข้าใจในบริการ Service Same day เพิ่มมากขึ้น
3. องค์กรได้รับประโยชน์จากโครงการและมียอดขายที่เพิ่มมากขึ้น
4. ตัวนักศึกษาได้ประสบการณ์ในการเรียนรู้งานและคิดหาวิธีแก้ไขปัญหาโดยการนำเอา ทฤษฎีจากที่ได้เรียนมา นั้น มาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับปัญหาขององค์กรนั้นอย่างแท้จริง

บทที่ 3

งานที่ปฏิบัติหรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย

ชื่อโครงการ

ส่งด่วนพิเศษทันใจ “ One Day วันเดียว ”

(Express Delivery Within One Day)

ผู้รับผิดชอบ

1. นางสาวเจนจิรา ห่อดี
2. นางสาวมัทนา จำปาโพธิ์

บุคคลที่ให้การสนับสนุน

1. คุณอัญชนก ชรรมาวัฒน์
2. คุณนายจตุรงค์ กองรัมย์

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาใน บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด สาขา เวนิสปาร์ค (DC VNP) จังหวัดนครราชสีมา ในการปฏิบัติงานสิ่งแรกที่ได้ลงมือปฏิบัติ คือ งานหน้าบ้าน การคีย์ข้อมูลที่อยู่ผู้ส่ง – ผู้รับ ตามหน้ากล่อง ผ่านโปรแกรม Win POS และคอยแนะนำการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทราบถึงข้อจำกัดรวมถึงสิทธิประโยชน์ โปรโมชั่นต่างๆ

การประชาสัมพันธ์ถือเป็นส่วนหนึ่งในส่วนผสมทางการตลาด เพื่อใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้าทราบถึงรายละเอียดต่างๆของบริการนั้นๆและเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และสนใจ อยากที่จะใช้บริการเพิ่มขึ้น และนักศึกษาได้พบว่าทางสาขายังมีการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารับรู้ ข่าวสารจากองค์กรได้ไม่ทั่วถึง ในส่วนของการบริการ **Service Same day** จึงมองเห็นว่า ควรจะมีการจัดการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รับทราบถึงขั้นตอน และช่วงเวลาในการจัดส่ง ของบริการนี้ เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายเพิ่มรายได้ในกับองค์กร

เป้าหมาย

1. เชิญชวนให้ลูกค้ามาใช้บริการ Service Same day ให้ได้เดือนละ 30 กล่องขึ้นไป
2. แต่ละเดือนมียอดค่าบริการ Service Same day เพิ่มขึ้นจากเดิม 10%

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. วางแผนปฏิบัติงาน
2. รวบรวมข้อมูลของลูกค้า มีการซักถามบ่อยครั้งและข้อมูลที่จะประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบ เช่น
 - การประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบว่าก่อนจะส่งพัสดุต้องเตรียมอะไรบ้าง
3. ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบรายละเอียดของบริการ Service Same day
4. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่อลูกค้าเป็นเวลา 2 เดือน โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น
 - การสื่อสารพูดคุยกับลูกค้าโดยตรง
 - การทำป้ายประชาสัมพันธ์
 - ทำ QR Code แสดงรายละเอียดของการใช้บริการ Service Same day ในใบ Brochure
5. รวบรวมข้อมูล จากแบบสอบถามเพื่อประเมินว่าสิ่งที่ประชาสัมพันธ์ไปลูกค้าสามารถรับรู้ มากน้อยเพียงใด
6. วิเคราะห์หลังการประชาสัมพันธ์ว่ามียอดการใช้บริการ Service Same day เพิ่มขึ้นหรือไม่อย่างไร
7. ทำแบบสอบถามเพื่อรับข้อเสนอแนะจากลูกค้า ซึ่งข้อมูลส่วนนี้บริษัท สามารถนำไปปรับใช้และพัฒนาต่อไปได้อีกในอนาคต

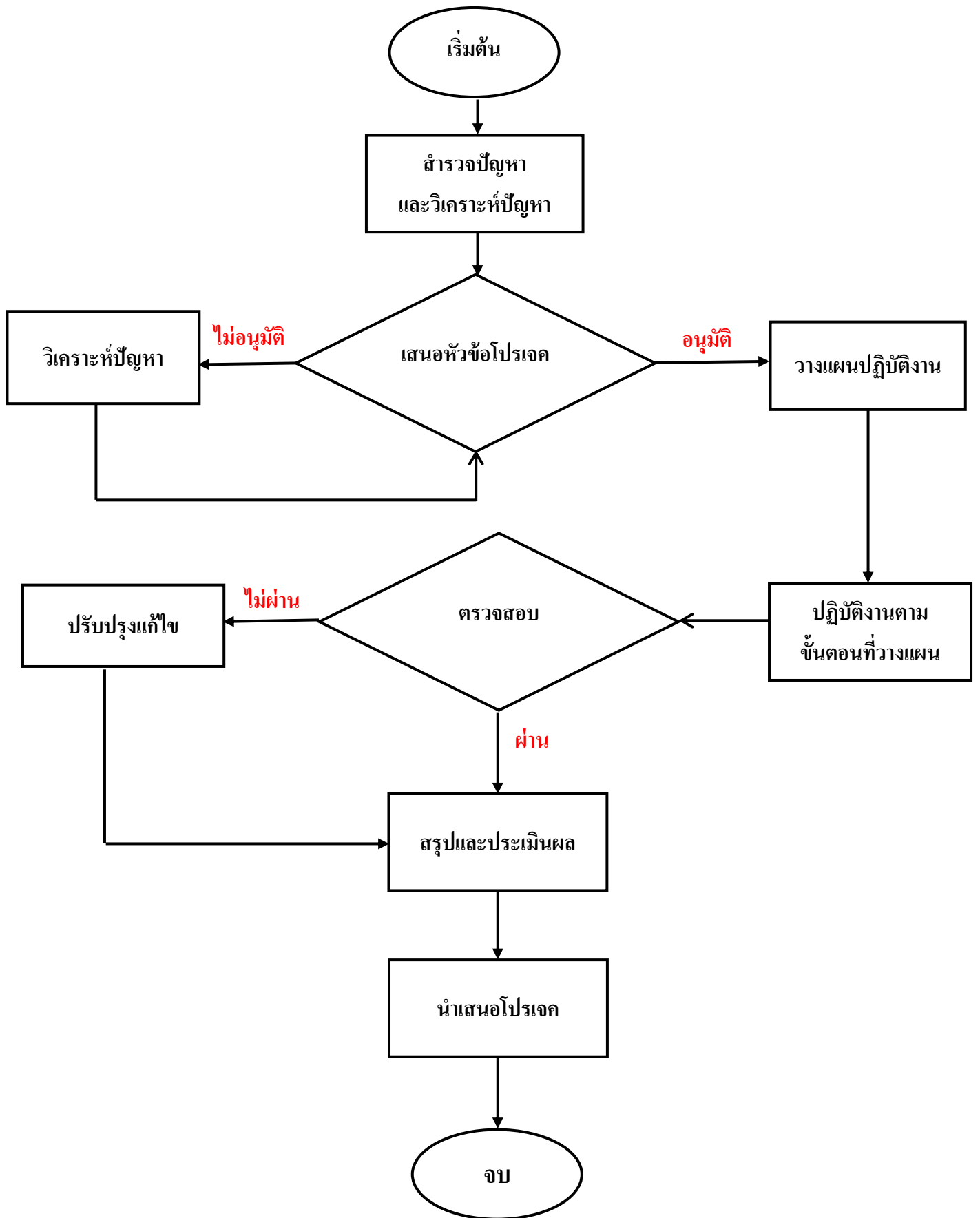
ตารางที่ 1 งบประมาณ

รายการ	ราคา/บาท
สื่อประชาสัมพันธ์	
- ใบปลิว	700
- คิวอาร์โค้ด	300
- ค่าเดินทาง	500

ตารางที่ 2 ตารางเวลาการปฏิบัติงาน

หัวข้องาน		เดือนพฤศจิกายน				เดือนธันวาคม				เดือนมกราคม				เดือนกุมภาพันธ์			
		2562				2562				2563				2563			
1	รวบรวมข้อมูลจากลูกค้า มีการซักถามบ่อยครั้ง และข้อมูลที่จะประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบ	←————→															
2	ประชาสัมพันธ์รายละเอียด บริการ Service Same day เป็นเวลา 2 เดือน โดยผ่านสื่อต่างๆ					←————→											
3	รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม									←————→							
4	วิเคราะห์หลังการประชาสัมพันธ์ว่ามียอดการใช้บริการ Service Same day เพิ่มขึ้นหรือไม่อย่างไร									←————→							
5	สรุปผลการปฏิบัติงาน													←————→			

การดำเนินงานในรูปแบบ Flow Chart



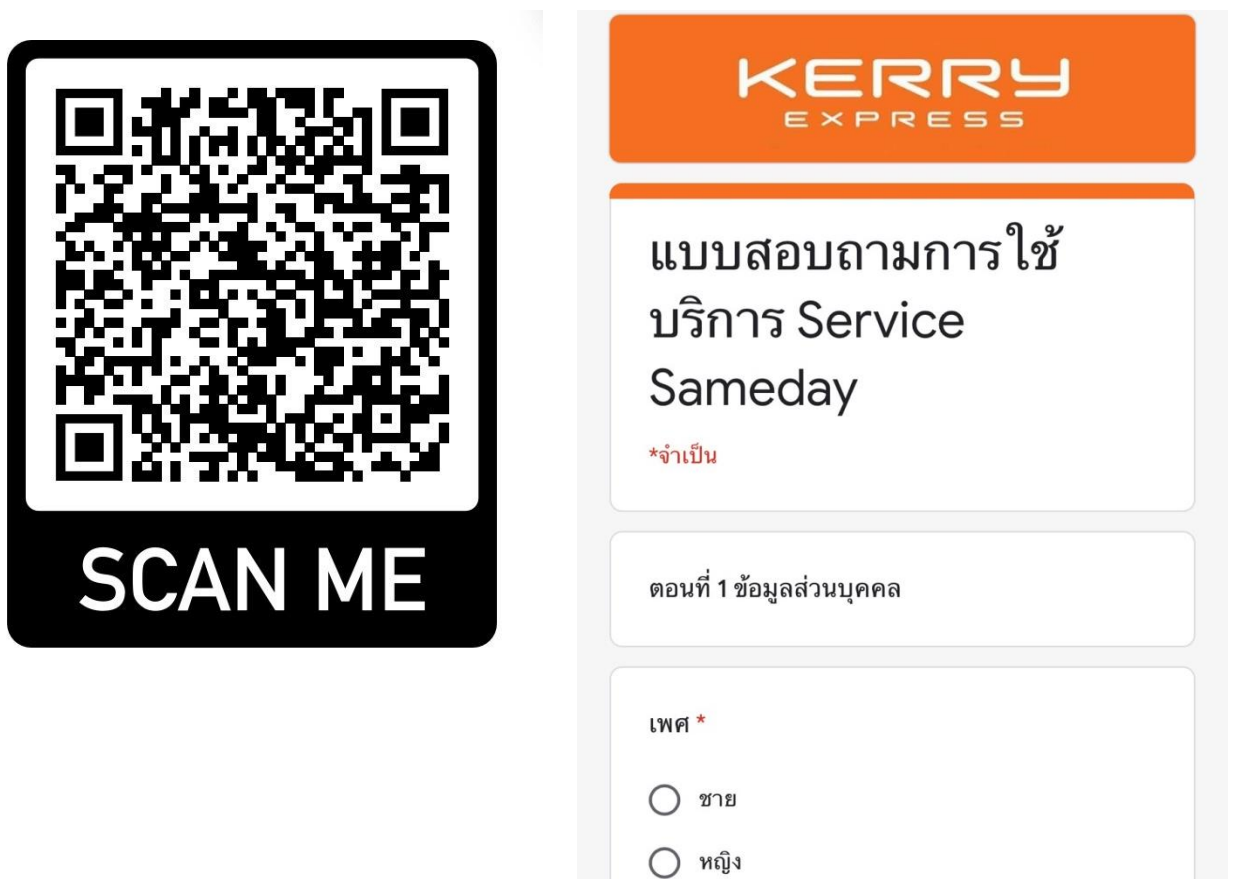
บทที่ 4

สรุปผลการศึกษาหรือผลการปฏิบัติงาน

จากการศึกษาและได้สอบถามกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่สาขาเวนิสปาร์ค นักศึกษาจึงได้นำเครื่องมือการจัดการสมัยใหม่เข้ามาใช้ซึ่งประกอบไปด้วย QR Code และ ขั้นตอนการทำงานแบบ PDCA เข้ามาช่วยในการทำแผนงานครั้งนี้ ทำให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และทำให้เกิดประโยชน์ต่อสถานประกอบการ

แบบสอบถามการใช้บริการ SERVICE SAMR DAY ก่อนประชาสัมพันธ์

- ข้อมูลที่ได้รับจากการทำแบบสอบถามการใช้บริการ Service Same day



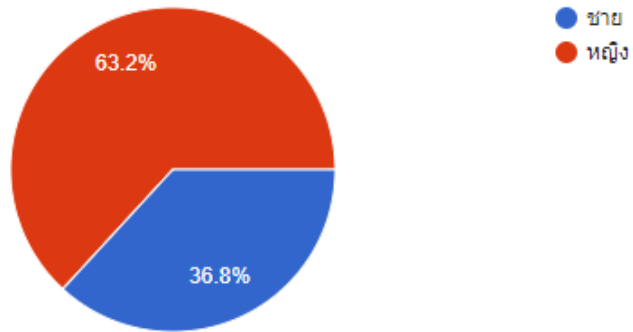
The image shows a QR code on the left with the text "SCAN ME" below it. To the right is a digital form for "KERRY EXPRESS" with the title "แบบสอบถามการใช้บริการ Service Sameday". The form includes a red asterisk note "*จำเป็น", a section for "ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล", and a gender selection section labeled "เพศ*" with radio buttons for "ชาย" (Male) and "หญิง" (Female).

ภาพที่ 3 แบบสอบถามก่อนประชาสัมพันธ์

- ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการที่สาขาเวนิสปาร์ค

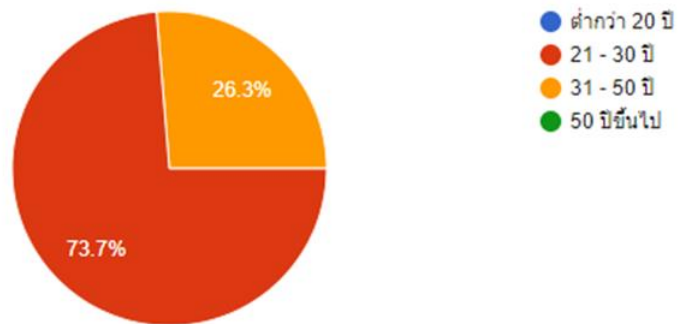
เพศ

คำตอบ 19 ข้อ



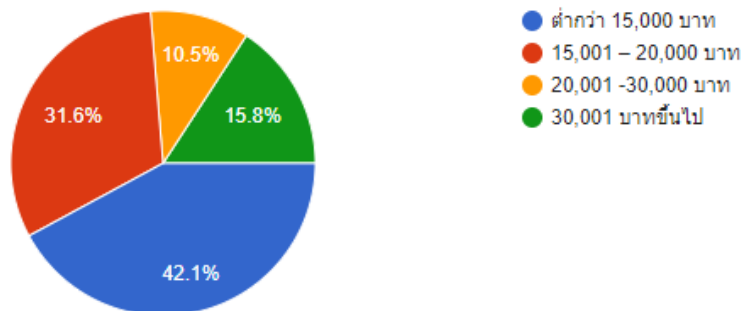
อายุ

คำตอบ 19 ข้อ



รายได้ต่อเดือน

คำตอบ 19 ข้อ



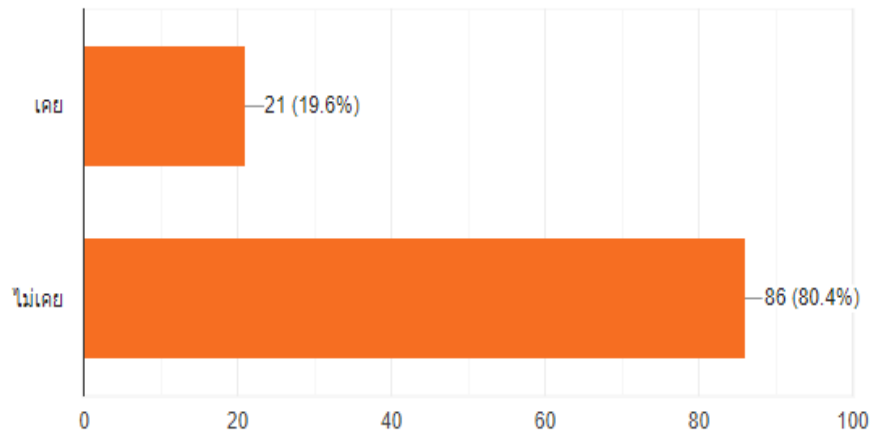
ภาพที่ 4 ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการที่สาขาเวนิสปาร์ค

- ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการ Service Same day

ก่อนประชาสัมพันธุ์

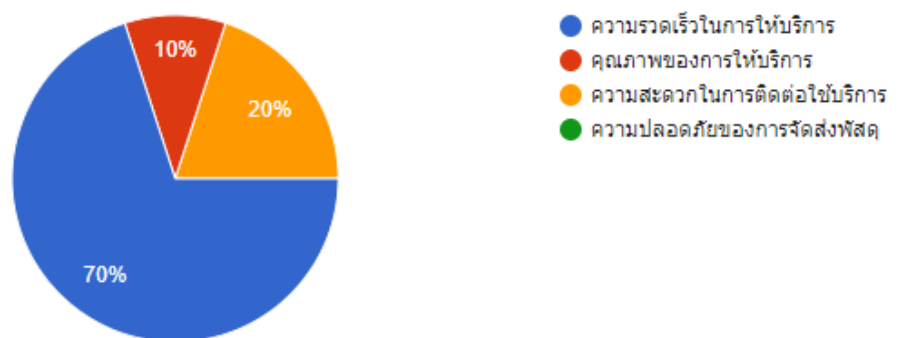
1. ท่านเคยใช้บริการ Service Sameday หรือไม่

คำตอบ 107 ข้อ



2. เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการ Service Sameday

คำตอบ 10 ข้อ

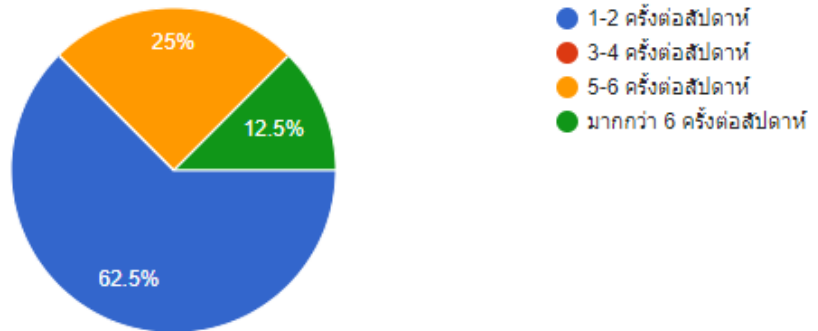


ภาพที่ 5 ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการ Service Same day

ก่อนประชาสัมพันธุ์

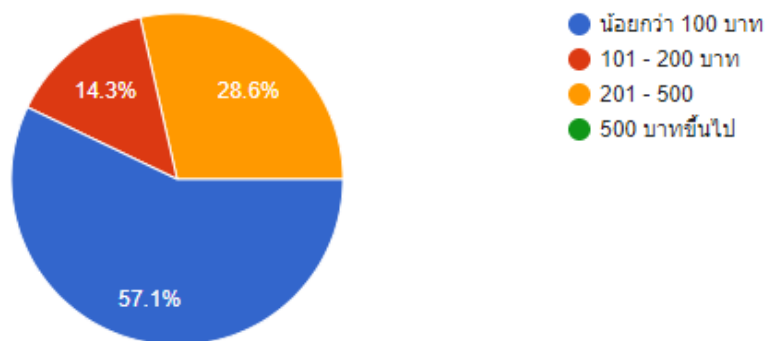
3. ความถี่ในการใช้บริการ Service Sameday

คำตอบ 8 ข้อ



4. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ Service Sameday

คำตอบ 7 ข้อ

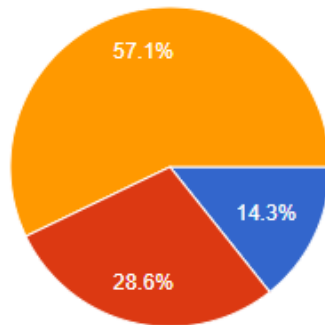


ภาพที่ 6 ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการ Service Same day

ก่อนประชาสัมพันธุ์

5. ประเภทของการใช้บริการ Service Sameday

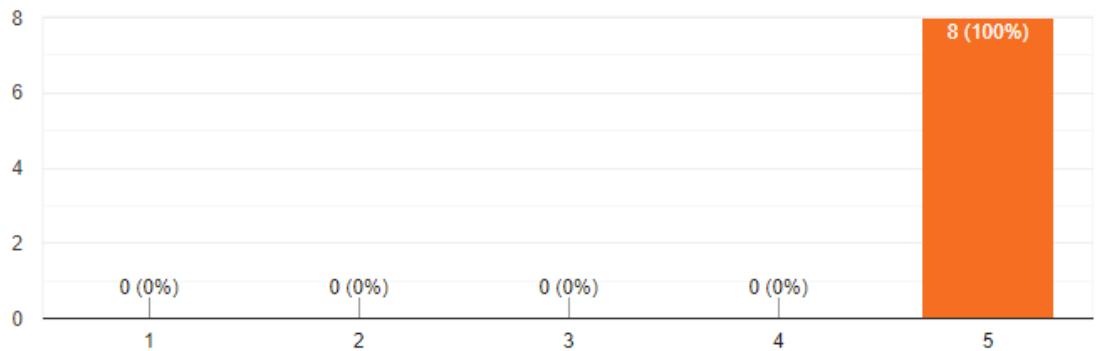
คำตอบ 7 ข้อ



- Same day รพสไปรษณีย์เดียวกัน
- Same day ต่างอำเภอ ภายในจังหวัดเดียวกัน
- Same day ต่างจังหวัด (ภายในพื้นที่ให้บริการ)

6. ความพึงพอใจในการใช้บริการ Service Sameday

คำตอบ 8 ข้อ



ภาพที่ 7 ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการ Service Same day

ก่อนประชาสัมพันธ์

วิเคราะห์ข้อมูล

จากกราฟประเมินความพึงพอใจของพนักงานและลูกค้า จะเห็นได้ว่าผลแบบประเมินจากพนักงานและลูกค้ามีทั้งหมด 107 คน ดังนี้

- ❖ ท่านเคยใช้บริการ Service same day หรือไม่
ร้อยละ 19.6 เคย และร้อยละ 80.1 ไม่เคย
- ❖ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ Service same day
ร้อยละ 70 ความรวดเร็วในการให้บริการ, ร้อยละ 20 ความสะดวกในการติดต่อใช้บริการ, ร้อยละ 10 คุณภาพของการ, และร้อยละ 0 ความปลอดภัยของการจัดส่งพัสดุ
- ❖ ความถี่ในการใช้บริการ Service same day มากน้อยเพียงใด
ร้อยละ 62.5 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์, ร้อยละ 25 5-6 ครั้งต่อ สัปดาห์ และร้อยละ 12.5 มากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์, ร้อยละ 0 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
- ❖ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ Service same day มากน้อยเพียงใด
ร้อยละ 57.1 น้อยกว่า 100 บาท, ร้อยละ 28.6 201-500 บาท, ร้อยละ 14.3 101-200 บาท และร้อยละ 0 500 บาทขึ้นไป
- ❖ ประเภทของการใช้บริการ Service same day
ร้อยละ 26.8 Same day ต่างอำเภอภายใน, ร้อยละ 14.3 Same day รหัสไปรษณีย์เดียวกัน, จังหวัด และร้อยละ 0 ต่างจังหวัด Same day (ภายในพื้นที่ที่ให้บริการ)
- ❖ ความพึงพอใจในการใช้บริการ
ร้อยละ 100 5 คะแนน , ร้อยละ 0 1 คะแนน, ร้อยละ 0 2 คะแนน, ร้อยละ 0 3 คะแนน, ร้อยละ 0 4 คะแนน และ

แบบสอบถามความพึงพอใจการใช้บริการ SERVICE SAMR DAY หลังประชาสัมพันธ์

- ข้อมูลที่ได้รับจากการทำแบบสอบถามการใช้บริการ Service Same day หลังประชาสัมพันธ์



KERRY
EXPRESS

แบบสอบถามความพึง
พอใจการใช้บริการ
Service Sameday

*จำเป็น

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

เพศ *

ชาย

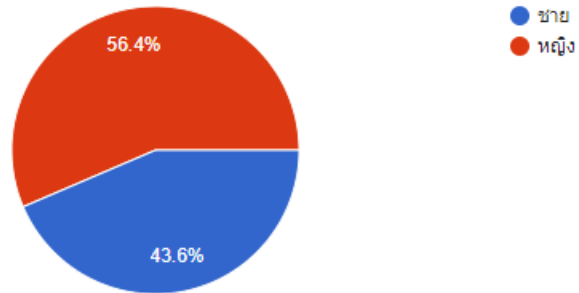
หญิง

ภาพที่ 8 แบบสอบถามความพึงพอใจการใช้บริการ Service Same day

- ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการที่สาขาเวนิสปาร์ก

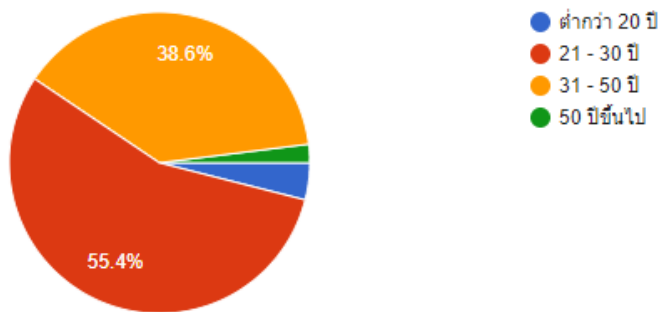
เพศ

คำตอบ 101 ข้อ



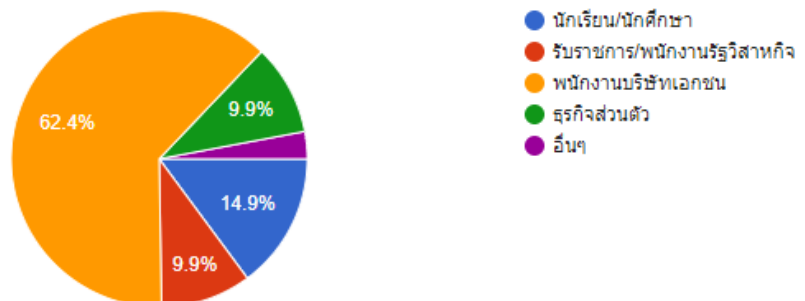
อายุ

คำตอบ 101 ข้อ



อาชีพ

คำตอบ 101 ข้อ

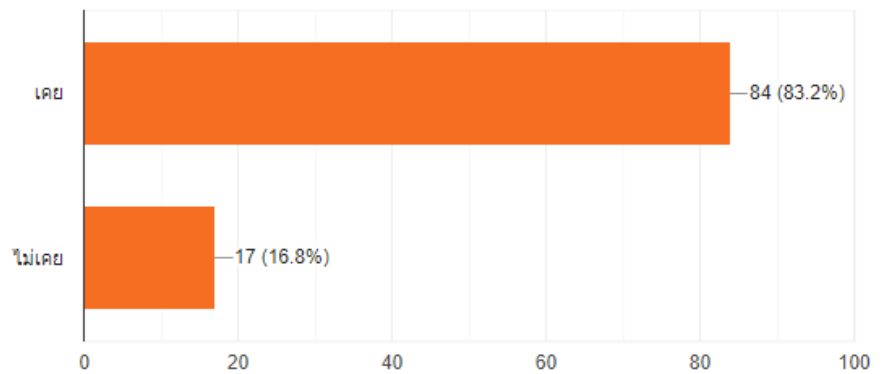


ภาพที่ 9 ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการที่สาขาเวนิสปาร์ก

- ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการ Service Same day หลัง
ประชาสัมพันธ์

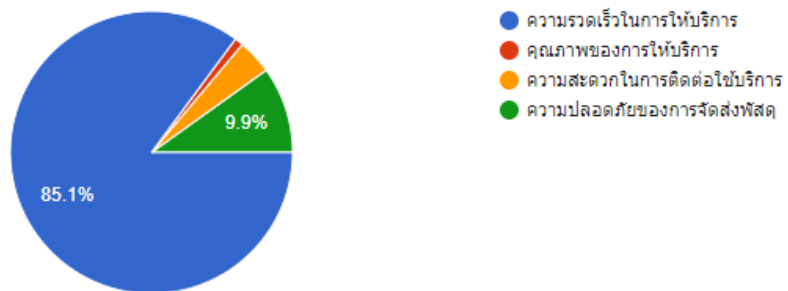
1. ท่านเคยใช้บริการ Service Sameday หรือไม่

คำตอบ 101 ข้อ



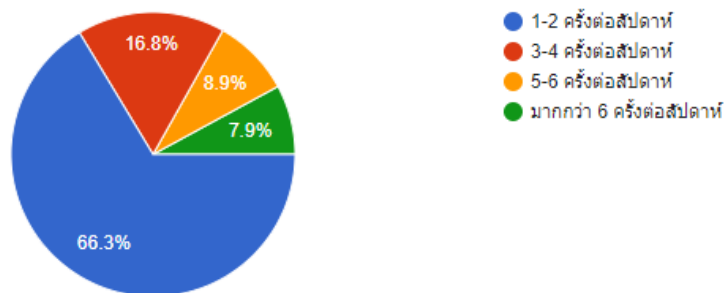
2. เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการ Service Sameday

คำตอบ 101 ข้อ



3. ความถี่ในการใช้บริการ Service Sameday

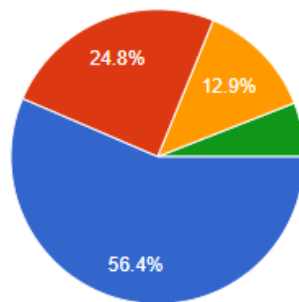
คำตอบ 101 ข้อ



ภาพที่ 10 ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการ Service Same day หลัง
ประชาสัมพันธ์

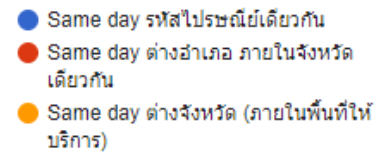
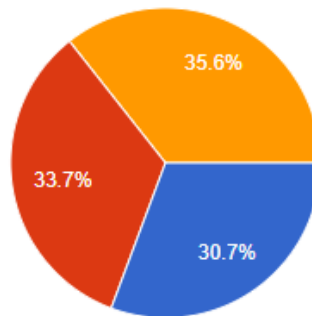
4. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ Service Sameday

คำตอบ 101 ข้อ

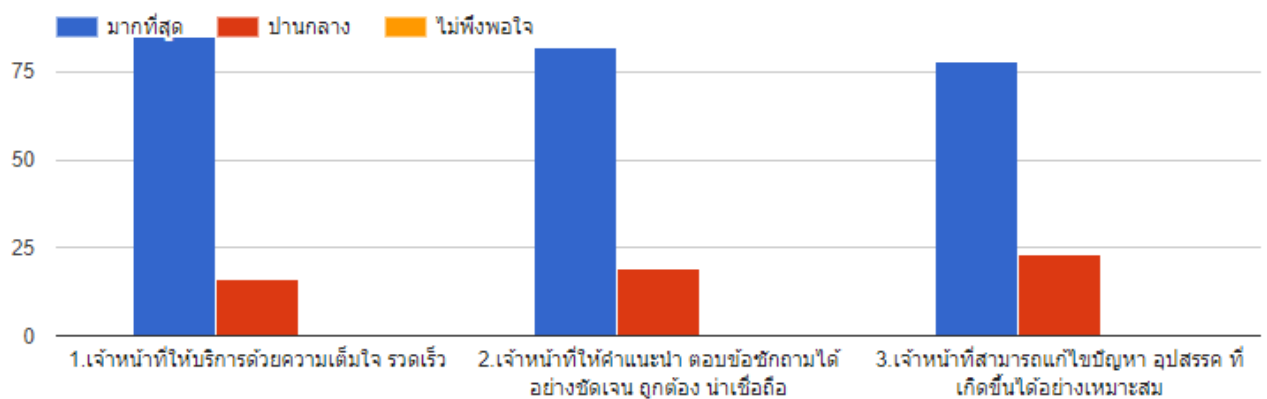


5. ประเภทของการใช้บริการ Service Sameday

คำตอบ 101 ข้อ

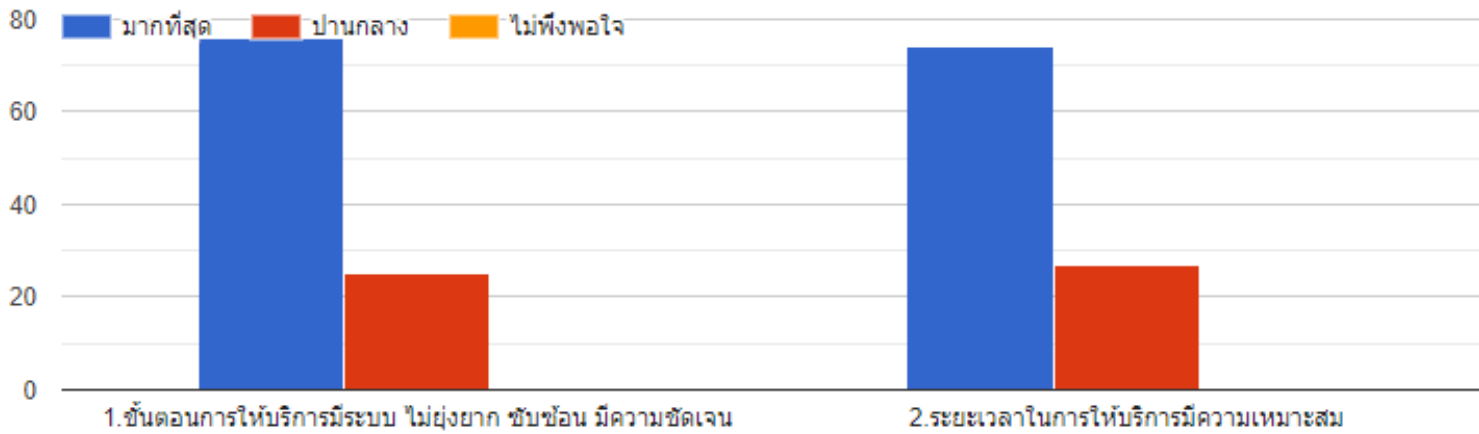


1. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

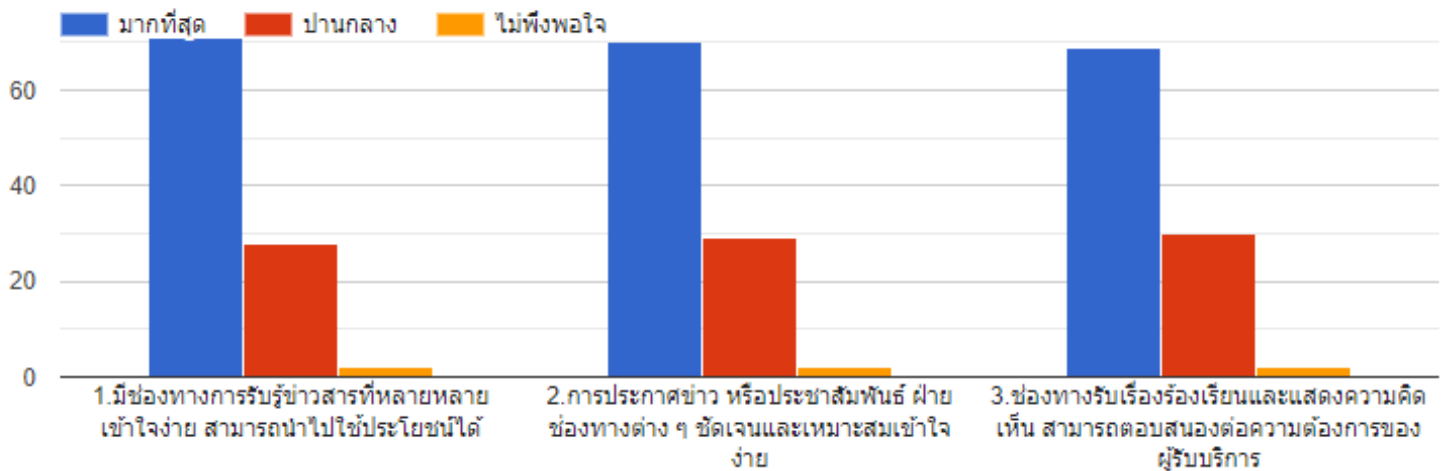


ภาพที่ 11 แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้าที่มาใช้บริการ Service Same day หลังประชาสัมพันธ์

2. ด้านกระบวนการ / ขั้นตอนการปฏิบัติงาน



3. ด้านเครือข่ายประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 12 แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้าที่มาใช้บริการ Service Same day หลังประชาสัมพันธ์

วิเคราะห์ข้อมูล

จากกราฟประเมินความพึงพอใจของพนักงานและลูกค้า จะเห็นได้ว่าผลแบบประเมินจากพนักงานและลูกค้ามีทั้งหมด 101 คน ดังนี้

❖ ท่านเคยใช้บริการ Service same day หรือไม่

ร้อยละ 83.2 เคย และร้อยละ 16.8 ไม่เคย

❖ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ Service same day

ร้อยละ 85.1 ความรวดเร็วในการให้บริการ, ร้อยละ 9.0 ความปลอดภัยของการจัดส่งพัสดุ, 4 ความสะดวกในการติดต่อใช้บริการ, และร้อยละ 1 คุณภาพของการใช้บริการ

❖ ร้อยละ 66.3 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์, ร้อยละ 16.8 3-4 ครั้งต่อ สัปดาห์, ร้อยละ 8.9 มากกว่า 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์, และร้อยละ 7.9 มากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์

❖ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ Service same day มากน้อยเพียงใด

❖ ร้อยละ 56.4 น้อยกว่า 100 บาท, ร้อยละ 24.8 101-200 บาท, ร้อยละ 12.9 201-500 บาท, และร้อยละ 5.9 500 บาทขึ้นไป

❖ ประเภทของการใช้บริการ Service same day

ร้อยละ 35.6 Same day ต่างจังหวัด (ภายในพื้นที่ให้บริการ), ร้อยละ 33.7 Same day ต่างอำเภอ ภายในจังหวัดเดียวกัน, และ ร้อยละ 30.7 Same day รหัสไปรษณีย์เดียวกัน

❖ ความพึงพอใจในการใช้บริการ Service Same day

● ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ

- เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ รวดเร็ว

ความพึงพอใจมากที่สุด 85 คน ความพึงพอใจปานกลาง 28 คน ไม่พอใจ 2 คน

- เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ

ความพึงพอใจมากที่สุด 82 คน ความพึงพอใจปานกลาง 19 คน ไม่พอใจ 0 คน

- เจ้าหน้าที่สามารถแก้ไขปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม

ความพึงพอใจมากที่สุด 78 คน ความพึงพอใจปานกลาง 23 คน ไม่พอใจ 0 คน

● ด้านกระบวนการ / ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

- ขั้นตอนการให้บริการมีระบบ ไม่ยุ่งยาก ชับซ้อน มีความชัดเจน

ความพึงพอใจมากที่สุด 76 คน ความพึงพอใจปานกลาง 25 คน ไม่พอใจ 0 คน

- ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม
ความพึงพอใจมากที่สุด 74 คน ความพึงพอใจปานกลาง 27 คน ไม่พอใจ 0 คน
 - ด้านเครือข่ายประชาสัมพันธ์
- มีช่องทางการรับรู้ข่าวสารที่หลากหลายเข้าใจง่าย สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
ความพึงพอใจมากที่สุด 71 คน ความพึงพอใจปานกลาง 28 คน ไม่พอใจ 2 คน
- การประกาศข่าว หรือประชาสัมพันธ์ ฝ่ายช่องทางต่าง ๆ ชัดเจนและเหมาะสมเข้าใจง่าย
70 คน
ความพึงพอใจมากที่สุด 70 คน ความพึงพอใจปานกลาง 29 คน ไม่พอใจ 2 คน
- ช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและแสดงความคิดเห็น สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ
ความพึงพอใจมากที่สุด 69 คน ความพึงพอใจปานกลาง 30 คน ไม่พอใจ 2 คน

ตารางที่ 3 ตารางแสดงจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ Service Same day เดือนธันวาคม
สาขาเวนิสปาร์ค DC VNP

เดือน ธันวาคม	
วันที่	จำนวนกล่อง/วัน
02/12/2019	1
03/12/2019	1
04/12/2019	2
06/12/2019	1
07/12/2019	-
09/12/2019	2
11/12/2019	1
12/12/2019	-
13/12/2019	2
14/12/2019	-
16/12/2019	3
17/12/2019	2
18/12/2019	1
19/12/2019	1
20/12/2019	-
21/12/2019	-
23/12/2019	2
24/12/2019	1
25/12/2019	1
26/12/2019	-
27/12/2019	-
28/12/2019	-
30/12/2019	-
รวมจำนวนกล่อง	21

ตารางที่ 4 ตารางแสดงจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ Service Same day เดือนมกราคม
สาขาเวนิสปาร์ค DC VNP

เดือน มกราคม	
วันที่	จำนวนกล่อง/วัน
02/1/2020	-
03/1/2020	1
04/1/2020	-
06/1/2020	-
07/1/2020	1
08/1/2020	2
09/1/2020	13
10/1/2020	3
11/1/2020	1
13/1/2020	1
14/1/2020	2
15/1/2020	3
16/1/2020	-
17/1/2020	3
18/1/2020	3
20/1/2020	1
21/1/2020	6
22/1/2020	4
23/1/2020	1
24/1/2020	1
25/1/2020	3
27/1/2020	2
28/1/2020	3
29/1/2020	1
30/1/2020	2
31/1/2020	3
รวมจำนวนกล่อง	60

ตารางที่ 3 ตารางแสดงจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ Service Same day เดือนกุมภาพันธ์
สาขาเวนิสปาร์ค DC VNP

เดือน กุมภาพันธ์	
วันที่	จำนวนกล่อง/วัน
01/02/2020	-
03/02/2020	6
04/02/2020	2
05/02/2020	1
06/02/2020	4
07/02/2020	2
08/02/2020	-
10/02/2020	-
11/02/2020	-
12/02/2020	2
13/02/2020	1
14/02/2020	3
15/02/2020	1
17/02/2020	1
18/02/2020	1
19/02/2020	2
20/02/2020	2
21/02/2020	-
22/02/2020	2
24/02/2020	1
25/02/2020	-
26/02/2020	1
27/02/2020	-
28/02/2020	2
29/02/2020	-
รวมจำนวนกล่อง	34

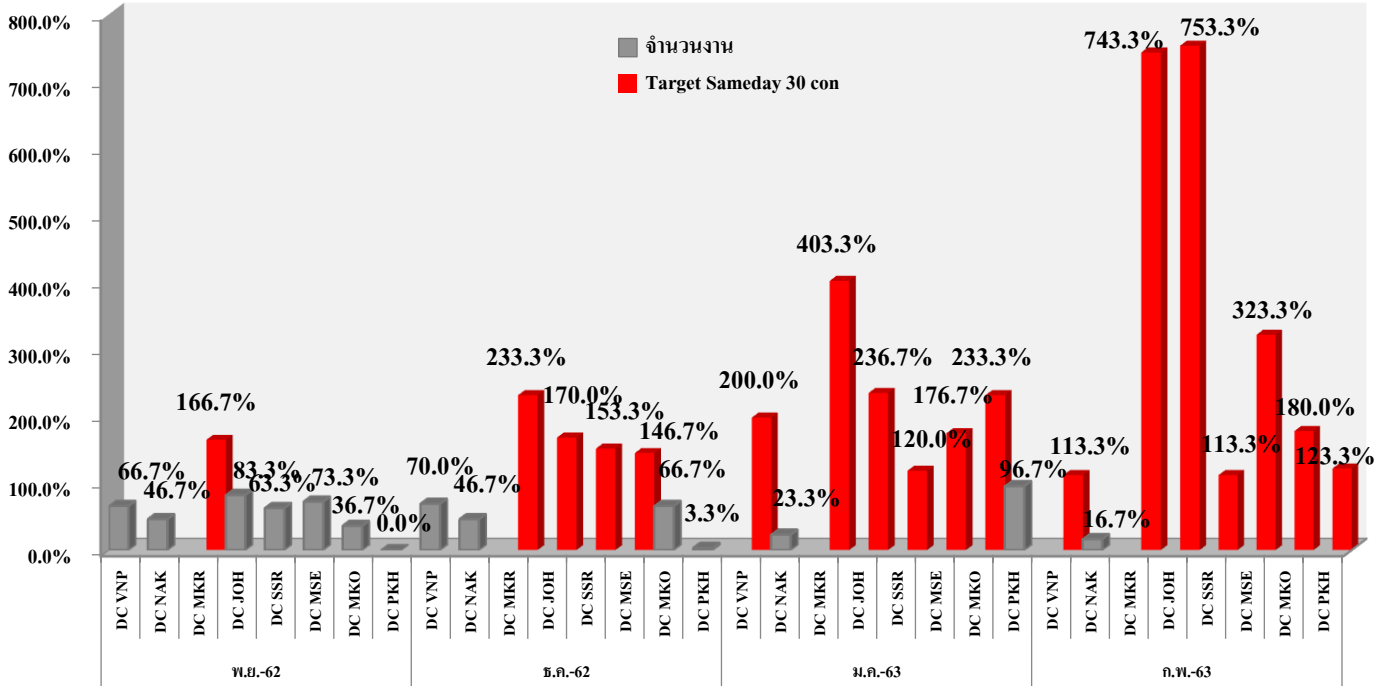
วิเคราะห์ข้อมูล

จากการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รับทราบถึงบริการ Service Same Day ผ่าน QR Code โดยในช่วงเดือนธันวาคม ได้เริ่มประชาสัมพันธ์ภายในสาขา VNP ระหว่างช่วงเวลา **08.00 – 17.00 น.** ทำการประชาสัมพันธ์รายละเอียดและเชิญชวนให้ลูกค้ามาใช้บริการ Service Same Day โดยทางสาขาได้ตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะต้องเชิญชวนให้ลูกค้ามาใช้บริการ Service Same Day ให้ได้เดือนละ **30** กล่องขึ้นไป ซึ่งจากตารางที่ 1 ในช่วงเดือนธันวาคม 2562 ผลจากการประชาสัมพันธ์โดยการแจกใบปลิว ทำให้มีลูกค้าให้ความสนใจที่จะใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง จึงทำให้เดือนธันวาคมมีลูกค้าที่มาใช้บริการไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เพิ่มขึ้นเดือนละ **30** กล่องขึ้นไป ถือได้ว่าเป็นผลที่ไม่ค่อยน่าพอใจเนื่องจากสาขา VNP เป็นสาขาที่เพิ่งเปิดทำการได้ไม่นาน จึงทำให้ไม่ค่อยมีลูกค้า และในตารางที่ 2 ในช่วงเดือนมกราคม 2563 ผลจากการประชาสัมพันธ์โดยการแจกใบปลิวโดยมีการเพิ่ม QR Code รายละเอียดของบริการ Service Same Day เข้ามาทำให้มีลูกค้าให้ความสนใจที่จะใช้บริการเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เดือนมกราคมมีลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เพิ่มขึ้นเดือนละ **30** กล่องขึ้นไป ถือได้ว่าเป็นผลที่น่าพอใจ เนื่องจากนักศึกษาได้มีการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมใบปลิวที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ในมีความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น และทำให้มียอดขายบริการ Service Same Day ในเดือนมกราคม 2563 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10

ผลการดำเนินงาน

แผนภูมิที่ 1 แสดงยอดบริการ Service Same Day

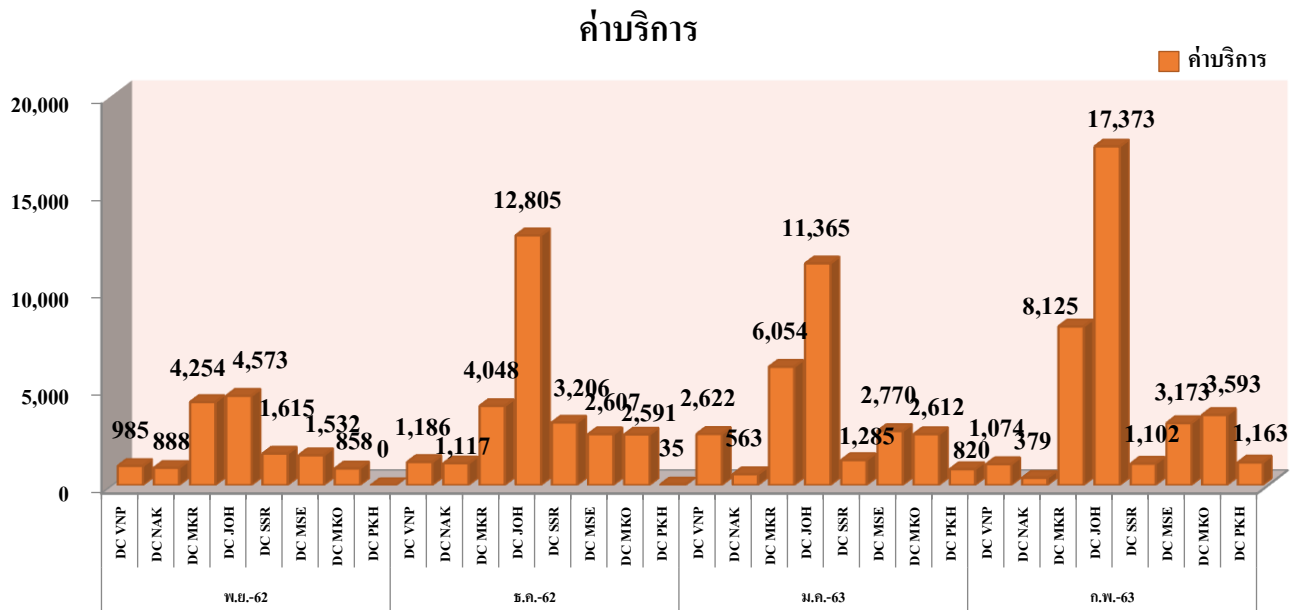
SERVICE SAME DAY



วิเคราะห์ข้อมูล

จากการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารับทราบถึงบริการ Service same day โดยในช่วงเดือนธันวาคม ได้เริ่มทำการประชาสัมพันธ์ที่ Kerry Express สาขา VNP ในช่วงเวลา 08.00 – 17.00 น. โดยทำการประชาสัมพันธ์รายละเอียดและเชิญชวนให้ลูกค้ามาใช้บริการ Service Same Day ในช่วงระหว่างที่ลูกค้านั่งรอคิวเพื่อใช้บริการซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีเนื่องจากลูกค้าทราบถึงบริการที่ประชาสัมพันธ์ไปทำให้เปลี่ยนใจใช้บริการจากส่งปกติเป็นส่งแบบ Same Day จากภาพแผนภูมิที่ 1 จะเห็นได้ว่าผลจากการประชาสัมพันธ์มียอดจากบริการ Service same day จากเดือนพฤศจิกายน 2562 จาก 8 สาขา มีเพียงสาขาเดียวเท่านั้นที่สามารถทำตามเป้าหมายขององค์กรได้ หลังจากทำการประชาสัมพันธ์มียอดใช้บริการในเดือนธันวาคม 2562 จาก 8 สาขา มียอดใช้บริการที่สามารถทำตามเป้าหมายได้เพิ่มขึ้นเป็น 4 สาขา เดือนมกราคม 2563 จาก 8 สาขา มียอดใช้บริการที่สามารถทำตามเป้าหมายได้เพิ่มขึ้นเป็น 6 สาขา และในเดือนกุมภาพันธ์ 2563 จาก 8 สาขา มียอดใช้บริการที่สามารถทำตามเป้าหมายได้เพิ่มขึ้นเป็น 7 สาขา ซึ่งถือได้ว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

แผนภูมิที่ 2 แสดงยอดค่าบริการ Service Same Day



วิเคราะห์ข้อมูล

จากการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารับทราบถึงบริการ Service same day โดยในช่วงเดือนธันวาคม ได้เริ่มทำการประชาสัมพันธ์ที่ Kerry Express สาขา VNP ในช่วงเวลา 08.00 – 17.00 น. โดยทำการประชาสัมพันธ์รายละเอียดและเชิญชวนให้ลูกค้ามาใช้บริการ Service Same Day ในช่วงระหว่างที่ลูกค้านั่งรอคิวเพื่อใช้บริการซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีเนื่องจากลูกค้าทราบถึงบริการที่ประชาสัมพันธ์ไปทำให้เปลี่ยนใจใช้บริการจากส่งปกติเป็นส่งแบบ Same Day จากแผนภูมิที่ 2 จะเห็นได้ว่าผลจากการประชาสัมพันธ์มียอดชำระค่าบริการ Service same day ในเดือนพฤศจิกายน 2562 มียอดชำระค่าบริการรวมทั้ง 8 สาขาอยู่ที่ 14,705 บาท หลังจากการประชาสัมพันธ์ทำให้มียอดชำระค่าบริการเพิ่มขึ้น ในเดือนธันวาคม 2562 มียอดชำระค่าบริการรวมทั้ง 8 สาขาอยู่ที่ 27,594 บาท ในเดือนมกราคม 2563 มียอดมียอดชำระค่าบริการรวมทั้ง 8 สาขาอยู่ที่ 28,091 บาท คิดเป็น 10% ของยอดเดือนก่อน และในเดือนกุมภาพันธ์ 2563 มียอดชำระค่าบริการ 35,982 บาท คิดเป็น 10% ของยอดเดือนก่อน ซึ่งถือได้ว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

การถอดบทเรียนจากการปฏิบัติงานสหกิจ

เมื่อได้มีการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้พบเห็นสถานการณ์จริงในการทำงาน องค์กร นักศึกษาสหกิจศึกษาได้นำความรู้หรือทฤษฎีในแต่ละรายวิชาที่เรียนมาใช้ในการทำงาน และใช้ในการ แก้ไขปัญหาในบางสถานการณ์ รายวิชาที่ได้นำมาใช้มีดังนี้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร การพัฒนา บุคลิกภาพสำหรับนักบริหาร การจัดการตนเองเพื่อพัฒนางาน ความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับการประกอบ ธุรกิจ การจัดการทุนมนุษย์ สถิติเพื่อการบริหารธุรกิจ เทคโนโลยี สารสนเทศ องค์กรและการ จัดการ หลักการตลาด หลักการบัญชี การเงินธุรกิจ การภาษีอากร เศรษฐศาสตร์เพื่อการ บริหารธุรกิจ วิถีแห่งชีวิต การเป็นพลเมือง การคิดเชิงระบบและการ ตัดสินใจ การเปลี่ยนแปลงและ การพัฒนาองค์กร วัฒนธรรมองค์กรและภาวะผู้นำ เครื่องมือการ จัดการสมัยใหม่ ระเบียบวิธีวิจัย ทางธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการ การจัดการโครงการ การเจรจา ต่อรองและการแก้ปัญหาความ ขัดแย้งทางธุรกิจ การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานเกี่ยวกับการขนส่ง DC การจัดการเชิงกล ยุทธ์ การจัดการเชิงบูรณาการ ซึ่งในบางรายวิชาได้ให้ทั้งทฤษฎี และการปฏิบัติ บางรายวิชาตัว นักศึกษาเองอาจจะไม่เข้าใจกับทฤษฎีจริง แต่ในสถานการณ์จริง นั้นจะสอนให้ตัวนักศึกษานั้นเข้าใจ เพิ่มมากขึ้น และสุดท้ายรายวิชาต่างๆที่ได้กล่าวมานั้นช่วยให้นักศึกษานำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ อย่างถูกต้อง

บรรณานุกรม

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม. แหล่งที่มา https://www.google.com/intl/th_th/forms/about/

ค้นหาเมื่อ 5 ธันวาคม 2562

Kerry Express (Thailand) Limited.(ออนไลน์). แหล่งที่มา:www.th.kerryexpress.com

ค้นหาเมื่อ 20 ธันวาคม 2562

ภาคผนวก

เริ่มการปฏิบัติงานที่ Kerry Express

สาขาเวนิสปาร์ค DC VNP



คีย์ข้อมูลลูกค้าที่มาส่งพัสดุในระบบ POS



การ AUDIT ติดตามสถานะพัสดุ



SIL - L ยิงงานลงจากรถ LH



การ SOP - D ยิงงานขึ้นสายนำส่ง



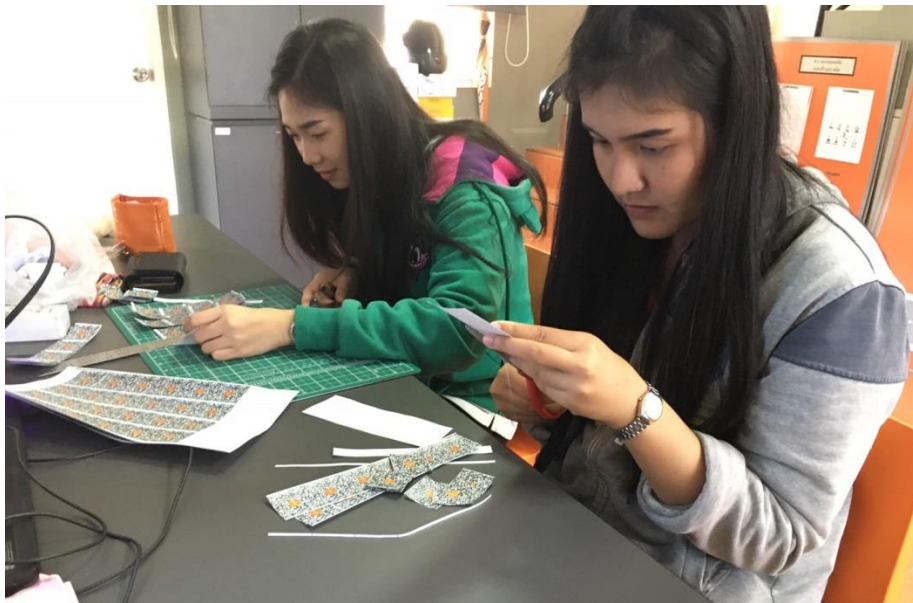
การ UNSOP งานและยิงงานเข้า CLS



การตัดรอบ นำพัสดุขึ้นรถ LH



วางแผนการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด “ ๙ ง ๙ น ๙ น ๙ ”



การลงพื้นที่ประชาสัมพันธ์บริเวณใกล้เคียงสาขา



กิจกรรมแจกของขวัญและเลี้ยงอาหารกลางวัน โรงเรียนบ้านคลองมะค่าหิน

ตำบลสระเริง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา





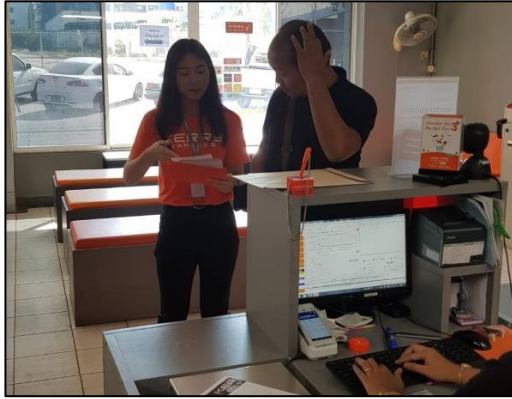
กิจกรรมแจกของขวัญน้องๆ

โรงพยาบาลมหาราชนครราชสีมา



การลงพื้นที่ประชาสัมพันธ์สาขาในเมืองนครราชสีมา

สาขาเมืองโคราช (ถนนโพธิ์กลาง) DC MKR



สาขาสี่บลิริ (DC SSR)



สาขาจอหอ DC JOH (หน้าราชภัฏ)



สาขาหัวทะเล (DC MSE)



สาขาภูเขาลาด (DC PKH)



สาขาเซฟวัน (DC MKO)



สาขามายพาส (DC NAK)

