


เป้าประสงค์ของบริษัท แบรินด์เด็กซ์ ไคเร็กทอรี จำกัด จำกัด

มุ่งหวังกำไรและสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

ขยายธุรกิจในกลุ่มผู้ให้บริการการตลาดรูปแบบผสมผสาน ออนไลน์และออฟไลน์

เพื่อดูแล ตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้สามารถอยู่ร่วมกันกับบริษัทได้อย่างต่อเนื่อง

กชช
GMP
1/11/64



MD
1/11/64

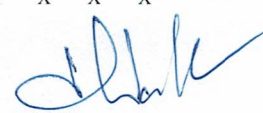
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ช่องทางการรับข้อมูล ข่าวสาร	ความคาดหวัง/ความต้องการ	การดำเนินการ
ฝ่ายบริหาร	การประชุมประจำเดือน, การประชุมทบทวนฝ่ายบริหาร	ต้องการให้พนักงานมีจิตสำนึกด้านคุณภาพและพนักงานสามารถแสดงศักยภาพในหน้าที่งานได้อย่างเต็มที่ เต็มความสามารถ ให้พนักงานมีความรักองค์กร สามัคคีกัน บริษัทเติบโตอย่างต่อเนื่อง, วัตถุประสงค์เป้าหมายที่กำหนดไว้บรรลุผลสำเร็จ	ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการทำงาน, ให้ศึกษาเรียนรู้จากภายในและภายนอกองค์กร, โอนย้ายงานเพื่อให้เรียนรู้งานระหว่างแผนก เข้าร่วมกิจกรรมกับพนักงานเป็นประจำ เช่น งานเลี้ยงประจำปี, กิจกรรมตามเทศกาลต่าง ๆ , Company Trip , งานทำบุญบริษัท เข้าร่วมประชุมประจำเดือน และ QMRC ทุกครั้ง
พนักงาน	ประชุมประจำเดือน, Group line	สวัสดิการ/สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี, ความมั่นคงในการทำงาน, การเติบโตในสายงานอาชีพ	มีการจัดประชุมหัวหน้างาน เพื่อรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน นำมาประยุกต์ปฏิบัติ, จัดการฝึกอบรม พัฒนา ให้ความรู้พนักงาน
ลูกค้า	เมล, fax, โทรศัพท์, ประสานงานโดยตรง, Group line	สินค้า บริการมีคุณภาพ ครบตามมาตรฐาน, ราคาเหมาะสม, ส่งมอบตรงตามกำหนด, มีการประสานงาน/ให้ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่องตลอดอายุสัญญา ปฏิบัติตามกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ลูกค้ากำหนด	รักษามาตรฐานระบบคุณภาพ/การทำงาน และบริหารจัดการต้นทุนให้สอดคล้องกับต้นทุนธุรกิจขององค์กร โดยแบ่งกลุ่มธุรกิจเป็น 4 กลุ่ม คือ สิ่งพิมพ์, สื่อเว็บไซต์ออนไลน์, สื่อดิจิทัล, Social Media
Supplier	เมล, fax, โทรศัพท์, ประสานงานโดยตรง, Group line	ดำเนินการธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง พร้อมที่จะให้ความร่วมมือกับ Brandex กรณีได้รับการร้องขอ	ประชุมร่วมกันระหว่างดำเนินการโครงการ
ชุมชน	โทรศัพท์, จดหมาย/ประกาศ, ประสานงานโดยตรง	ความเป็นระเบียบเรียบร้อย, การไม่มีสิ่งรบกวน, การปฏิบัติตามกฎระเบียบโครงการ	ปฏิบัติตามข้อกำหนด ข้อบังคับ โครงการอย่างต่อเนื่อง และสื่อสารให้กับพนักงานรับทราบ
หน่วยงานราชการ	จดหมาย, เมล, ประสานงานโดยตรง	การปฏิบัติให้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย	เฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลง เพิ่มเติม ยกเลิกกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง, นำมาปฏิบัติ สื่อสารกับพนักงาน

จิรา
QMR
1/11/64

มด
1/11/64

		IP1	IP2	IP3	IP4	IP5	IP6
จุดเด่น		บริบทภายใน/ภายนอก					
*S1	ฝ่ายบริหารสามารถบริหารจัดการ ระบบการเงินของบริษัทฯ ได้อย่างสม่ำเสมอ โดยไม่ต้องพึ่งแหล่งเงินทุนอื่น	สมรรถนะองค์กร	X	X	X	X	X
S2	มีผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสายการผลิต มีประสบการณ์ในสาขาอาชีพ สามารถผลิตงานได้ตรงตามความต้องการ เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า	ความรู้องค์กร	X	X	X		
S3	พนักงานสามารถทำงานร่วมกันเป็นทีม และพึงพาอาศัยกัน	สมรรถนะองค์กร, คุณค่าองค์กร, วัฒนธรรมองค์กร	X	X			
S4	มีการฝึกอบรมให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสายงานกับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ	คุณค่าองค์กร, วัฒนธรรมองค์กร	X	X	X		
S5	บริษัทเป็นที่รู้จักมาอย่างยาวนาน	คุณค่าองค์กร	X	X	X		
S6	มีการโยกย้ายงานระหว่างแผนกที่ลักษณะงานใกล้เคียงกันเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ทีมงานอย่างสม่ำเสมอ	วัฒนธรรมองค์กร	X	X	X		
S7	มีการพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อนำมาใช้ในการประสานงานแต่ละแผนกอย่างมีประสิทธิภาพ	สมรรถนะองค์กร	X	X	X		
จุดด้อย							
W1	มีค่าบริการที่ราคาสูงกว่าท้องตลาด	สมรรถนะองค์กร	X	X	X		
W2	บุคลากรฝ่ายขายที่มีทักษะงานขายดี ส่วนมากยังขาดความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างงานของบริษัท ที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้ไม่สามารถปิดการขายได้	สมรรถนะองค์กร	X	X	X		
W3	บุคลากรฝ่ายขายที่มีความรู้เรื่องการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการขาย ส่วนมากขาดทักษะการสื่อสารทางด้านงานขาย	สมรรถนะองค์กร	X	X	X		
W4	ขาดทีมผู้เชี่ยวชาญระดับบริหารจัดการ เพื่อช่วยวางแผนและพัฒนาองค์กร	สมรรถนะองค์กร	X	X	X		
W5	ขาดทีมงานที่จะสามารถขยายงานไปยังภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ ภาคใต้ เป็นต้น	สมรรถนะองค์กร	X	X	X		
โอกาส							
O1	ผู้ประกอบการมีความต้องการพึ่งพาการให้บริการของบริษัทฯ	การตลาด, เทคโนโลยี	X	X	X	X	
O2	ผู้ประกอบการมีความเข้าใจและเท่าทันเทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ	การตลาด, เทคโนโลยี	X	X	X	X	
อุปสรรค							
T1	ภัยธรรมชาติ โรคระบาดและภัยพิบัติส่งผลให้การเข้าพบลูกค้าติดขัด	สภาพแวดล้อม	X	X	X		X
T2	ระบบเศรษฐกิจของประเทศมีความไม่สมดุลและคงที่	สภาพการแข่งขัน, เศรษฐกิจ	X	X	X	X	X
T3	มีข้อกำหนดและกฎหมายจากหน่วยงานราชการที่ต้องนำมาประยุกต์ใช้ตลอดเวลา	กฎหมาย	X	X	X	X	X


 QMR
 1/11/64


 MD
 1/11/64

SWOT Analysis


กลยุทธ์

S ทุกหัวข้อ กับ O ทุกหัวข้อ	ขยายตลาด เพิ่มยอดขาย	กลยุทธ์ A
S ทุกหัวข้อ กับ T ทุกหัวข้อ	การปรับวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงจาก สภาวะภายนอก	กลยุทธ์ B
W ทุกหัวข้อ กับ O ทุกหัวข้อ	พัฒนาทีมงานและวางแผนการขยายงานไปยังภูมิภาคต่างๆ ใน อนาคต	กลยุทธ์ C
W ทุกหัวข้อ กับ T ทุกหัวข้อ	พัฒนาทีมงานและสร้างขวัญกำลังใจ รวมถึงปรับวิธีการทำงาน ให้สอดคล้องกับสภาวะภายนอก	กลยุทธ์ B และ C

จรินทร์
QMR
1/11/64

ดลเดช
MD
1/11/64

หน่วยงาน	วัตถุประสงค์คุณภาพองค์กร	กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้อง
PRO-GRA	ผลงานจากการผลิตจะต้องไม่ถูกแก้ไข (จากความผิดพลาดของฝ่ายผลิต) เกินกว่า 3 ครั้ง / งาน	กลยุทธ์ A B C
PRO-IT	ความถูกต้องและสมบูรณ์ของงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ลูกค้าร้องขอมากกว่าหรือเท่ากับ 90% ต่อเดือน	กลยุทธ์ A B C
PRO-DIG	คำค้นจากวัตถุประสงค์ที่ลูกค้าต้องการ อยู่อันดับ หน้า 1-3 ของ Search engine Google ภายในระยะเวลา 60 วัน หลังจากเว็บไซต์เสร็จสมบูรณ์ ตลอดอายุสัญญา	กลยุทธ์ A B C
PRO-SM	ผลงานจากการผลิตจะต้องดำเนินงานได้ตามแผนที่ได้ตกลงกับลูกค้า 100% ต่อเดือน	กลยุทธ์ A B C
PRO-GRA	ผลงานส่งมอบตรงตามเวลา 100% ต่อ งาน	กลยุทธ์ A
PRO-IT	ผลงานส่งมอบตรงตามเวลา 100% ต่อ งาน	กลยุทธ์ A
PRO-DIG	ผลงานส่งมอบตรงตามเวลา 100% ต่อ งาน	กลยุทธ์ A
PER	จัดฝึกอบรมพนักงาน ไม่น้อยกว่า 5 หัวข้อ ต่อปี	กลยุทธ์ C
QMR	จะต้องไม่พบข้อบกพร่อง Major จากผู้ตรวจภายนอก (ลูกค้า / CB)	กลยุทธ์ A
PER	สามารถรับสมัครพนักงานได้ตรงตามที่ต้นสังกัดร้องขอ และทันตามกำหนด 90% ต่อไตรมาส	กลยุทธ์ A
PER	อัตราการลาออกของพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 1 ปีขึ้นไป ต้องไม่เกิน 10% ต่อปี	กลยุทธ์ A
SAL	คะแนน CSI มากกว่าหรือเท่ากับ 4.5 ต่อปี	กลยุทธ์ A B C

ผู้บันทึกการประชุม 

QMR

1 พฤศจิกายน 2564

ผู้อนุมัติการประชุม 

MD

1 พฤศจิกายน 2564