

ประชุมทบทวนฝ่ายบริหาร
ประจำปี 2565

รายงานผล QMR



เป้าประสงค์องค์กร

เป้าประสงค์องค์กร

สำหรับภายในปี 2565 ที่ผ่านมา เป้าประสงค์ขององค์กรยังคงเดิม ดังนี้

“ มุ่งหวังกำไรและสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ขยายธุรกิจในกลุ่มผู้ให้บริการตลาดรูปแบบผสมผสาน ออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อดูแล ตอบสนองผู้มี ส่วนได้ส่วนเสียให้สามารถอยู่ร่วมกันกับบริษัทได้อย่างต่อเนื่อง ”

เป้าประสงค์องค์กร

ด้าน : มุ่งหวังกำไรและสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายยอดขาย ในปี 2565 ไม่เป็นไปตามที่กำหนดไว้

ยอดขาย เดือน มกราคม – พฤศจิกายน 2565

คิดเป็น 35.07% จากเป้าหมายทั้งหมดที่กำหนดไว้

คาดว่า เมื่อครบกำหนด ในเดือน ธันวาคม จะได้ 50% จากเป้าหมาย

เป้าประสงค์องค์กร

สาเหตุ

1. บุคลากรฝ่ายขายไม่เป็นไปตามแผนอัตรากำลังพนักงานที่ตั้งเป้าไว้
2. ผู้จัดการฝ่ายขายไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด

วิธีแก้ไข

- 1.1 ปรับโครงสร้างฝ่ายขาย เพิ่ม ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ขายงานผ่านโทรศัพท์ เพื่อสร้างยอดขายจากลูกค้าทั่วไป
- 1.2 ส่งเสริมการขายผ่านสื่อออนไลน์ IDMS ขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้น ด้วยการกำหนด Sale Package ที่เหมาะสมกับลูกค้ารายย่อย
- 1.3 ปรับปรุงนโยบายและวัตถุประสงค์คุณภาพ SAL (SD-QMR 01) นโยบายที่ 3

เป้าประสงค์องค์กร

แนวทางการดำเนินการ

ฝ่ายขายไม่สามารถเพิ่มจำนวนและยอดขายลูกค้าใหม่ได้ตามข้อตกลง

สาเหตุและวิธีการแก้ไข

2.1 พัฒนาความรู้และความเข้าใจในสินค้าและบริการอย่างลึกซึ้ง เพื่อหาลูกค้าใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

2.2 พัฒนาเครื่องมือที่จะนำไปเสนอขายให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.3 พนักงานขายใช้เวลาไปกับลูกค้าเก่ามากเกินไป เพราะเน้นเรื่องการบริการ ทำให้มีความเข้าใจลูกค้ามากขึ้น ทำให้คุณสมบัติการเป็นนักขายลดลง

เป้าประสงค์องค์กร

แนวทางการดำเนินการ

ฝ่ายขายไม่สามารถเพิ่มยอดขายจากลูกค้าเก่าได้ตามข้อตกลง

สาเหตุและวิธีการแก้ไข

3.1 นำเสนอผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่บริษัทมีให้กับลูกค้าที่ดูแลทุกราย

ฝ่ายขายไม่สามารถต่อสัญญาลูกค้าเก่าได้ทั้งหมด 100%

สาเหตุและวิธีการแก้ไข

- 4.1 ลูกค้าบางรายเครดิตไม่ดีในปีแรก ฝ่ายขายจึงควรเพิ่มการคัดกรองลูกค้าก่อนทำสัญญา
- 4.2 ลูกค้ายกเลิกการทำธุรกิจเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจ
- 4.3 ลูกค้าซื้องานแบบขาดขาด ไม่ได้ซื้อบริการรายปี

เป้าประสงค์องค์กร

ขยายธุรกิจในกลุ่มผู้ให้บริการการตลาดรูปแบบผสมผสาน ออนไลน์และออฟไลน์

โดยในปี 2565 บริษัทฯ ได้มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย ขยายกลุ่มลูกค้าให้ครอบคลุมมากขึ้นโดยการพัฒนาเว็บไซต์ www.PagesThai.com เว็บไซต์ที่รวบรวมรายชื่อธุรกิจให้เข้าถึงกลุ่มธุรกิจ เข้าถึงผู้ประกอบการรายย่อยได้โดยง่าย และรายการวิทยุ Share Radio ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับลูกค้าผ่านสื่อในภูมิภาคตะวันออก

สรุปเป้าประสงค์องค์กร

เพื่อดูแล ตอบสนอง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้สามารถอยู่ร่วมกันกับบริษัทได้อย่างต่อเนื่อง

จากการประมวลผลการทำแบบประเมิน CSI จากลูกค้ามีผลเกณฑ์คะแนนอยู่ที่ 4.03
จากคะแนน เต็ม 5 ทั้งนี้ได้แบบสอบถามตอบกลับทั้งสิ้น 134 ชุด จาก 140 ชุด

รายงานวิเคราะห์องค์กร

จุดเด่น จุดด้อย โอกาสและอุปสรรค

สำหรับภายในปีนี้ การวิเคราะห์องค์กรในส่วนต่าง ๆ ยังคงเดิมโดยมีข้อมูลดังนี้

- จุดเด่น	7	ข้อ
- จุดด้อย	5	ข้อ
- โอกาส	2	ข้อ
- อุปสรรค	3	ข้อ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการรักษาและดำรงไว้จุดเด่น และมองหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งแก้ไขจุดด้อยเพื่อขจัดอุปสรรคต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้

ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียขององค์กร

ยังคงเดิมทั้ง 6 ส่วน ดังนี้

1. ฝ่ายบริหาร มีการวางแผนพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง
2. พนักงาน ประสบปัญหาด้านการขาดบุคลากรในสายผลิต ส่งผลให้ไม่สมดุลกับปริมาณงาน
3. ลูกค้า ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ลูกค้ายังคงพึงพอใจ มีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถามเพียง 6 ราย
4. คู่ค้า มีการเพิ่มจำนวนของ Supplier มากขึ้น เพื่อนำมาทดแทนที่มงานฝ่ายผลิต
5. ชุมชน รักษากฎระเบียบของหมู่บ้านอย่างต่อเนื่อง
6. หน่วยงานราชการ ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกฎหมายใหม่ PDPA

รายงาน KPI ของ QMR

นโยบายที่ 1

ชำนาญงานวางแผนการตลาดรูปแบบผสมผสาน (Omni-Channel)

ผลิตสื่อสร้างสรรค์งานคุณภาพ เหมาะสมสอดคล้อง

กับความต้องการของลูกค้า

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 1 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด SAL

- QMR มีความเข้าใจในส่วนของการตลาดอย่างถ่องแท้ แต่ขาดความ Creative
- ควรปรับรูปแบบกิจกรรมการทำการตลาดของบริษัท ในการออกบูธงานแสดงสินค้า เนื่องจากกิจกรรมยังไม่สร้างสรรค์เท่าที่ควร
- QMR สามารถช่วยฝ่ายขายในการวางแผนงานขายได้
- QMR ยังไม่สามารถช่วยให้ทุกฝ่ายผลิตเครื่องมือทางการขายให้ทันการใช้งาน

วิธีการแก้ไขปัญหา

- มีการวางแผนปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำกิจกรรมในงานแสดงสินค้าใหม่ เป็นกิจกรรมการลงทะเบียนรายชื่อเว็บไซต์ฟรี ภายในบูธ เพื่อให้รูปแบบมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น
- ปรับปรุงรูปแบบการผลิตสื่อการขายผ่าน www.ideamediasolution.com ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นเพื่อให้ฝ่ายขายสามารถนำไปขายงานได้

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 1 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายผลิต แผนกราฟิกดีไซน์ PRO-GD

- QMR มีสามารถทำงานร่วมกันกับแผนกราฟิกดีไซน์ได้เป็นอย่างดี
- ในปีนี้ประสบปัญหาด้านบุคลากรส่งผลให้ผลิตงานไม่ทันตามที่กำหนด

วิธีการแก้ไขปัญหา

- จัดจ้าง Outsource เพื่อช่วยในการผลิตงานให้กับลูกค้า
- ปรึกษากับแผนบุคคลเรื่องการวางแผนอัตรากำลังพนักงานในปีหน้า

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 1 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายผลิต แผนกเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน PRO-WA

- QMR มีสามารถทำงานร่วมกันกับแผนกเว็บไซต์และแอปพลิเคชันได้เป็นอย่างดี

ฝ่ายผลิต แผนกเว็บไซต์ออนไลน์ PRO-WO

- QMR มีสามารถทำงานร่วมกันกับแผนกเว็บไซต์ออนไลน์ได้เป็นอย่างดี

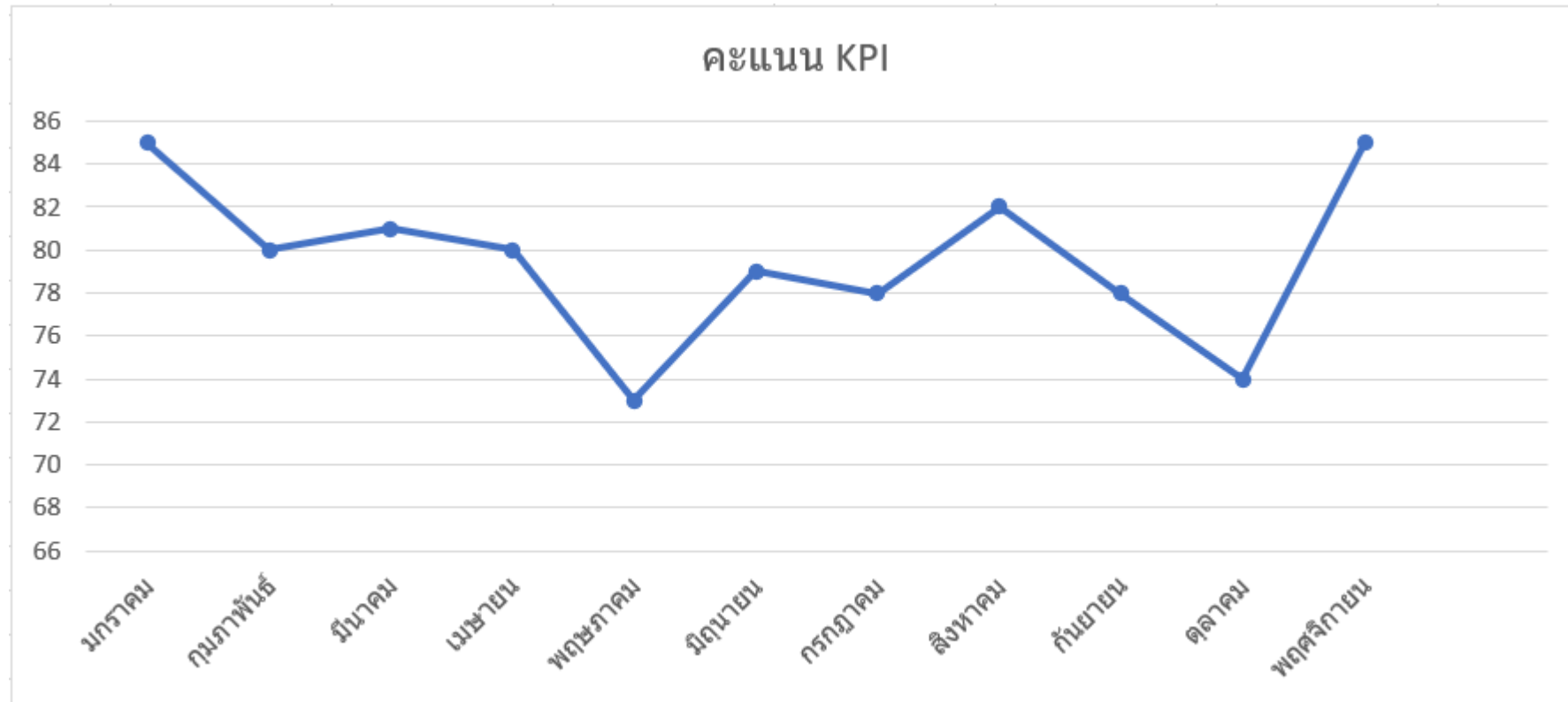
ฝ่ายผลิต แผนกดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง PRO-DM

- QMR มีสามารถทำงานร่วมกันกับแผนกดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งได้เป็นอย่างดี แต่ติดปัญหาในการผลิตงานร่วมกันระหว่าง ส่วนงาน โซเชียลและกราฟิกดีไซน์

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 1 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ลำดับ	การปฏิบัติงาน	คะแนน เต็ม	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1	QMR ต้องควบคุมนโยบายส่วนที่ 1 และรายงานผลทุกเดือน	20	19	18	18	18	18	19	18	19	18	18	18	
2	การปฏิบัติตามงานร่วมกับฝ่ายขายและการตลาด	20	13	12	12	13	12	15	16	13	14	10	17	
3	การปฏิบัติตามงานร่วมกับฝ่ายผลิต แผนกกราฟิกดีไซน์	15	12	11	13	12	6	8	8	8	8	8	8	
4	การปฏิบัติตามงานร่วมกับฝ่ายผลิต แผนกเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน	15	14	13	13	12	12	13	13	15	15	15	17	
5	การปฏิบัติตามงานร่วมกับฝ่ายผลิต แผนกเว็บไซต์ออนไลน์	15	14	15	15	15	15	12	12	15	15	15	17	
6	การปฏิบัติตามงานร่วมกับฝ่ายผลิต แผนกดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง	15	13	11	10	10	10	12	11	12	8	8	8	
		100	85	80	81	80	73	79	78	82	78	74	85	

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 1 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%



นโยบายที่ 2

ส่งมอบงานที่มีความทันสมัย
ถูกต้องตรงตามข้อกำหนดและเงื่อนไข

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 2 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายขายและการตลาด SAL

- มีการผลิตชิ้นงานที่ไม่ทันตามวันและเวลาที่กำหนดไว้
- ในส่วนของการ PR องค์กร มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

วิธีการแก้ไขปัญหา

- สาเหตุหนึ่งของงานที่ไม่ได้ดำเนินไปตามระยะเวลาที่กำหนด เนื่องจากข้อมูลที่น่าเข้ามาไม่สมบูรณ์ ทั้งนี้ ได้มีการร้องขอและติดตามงานจากลูกค้าผ่านไลน์กลุ่มอย่างสม่ำเสมอ และแจ้งฝ่ายขายให้ช่วยติดตามข้อมูลงานจากลูกค้า

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 2 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายผลิต แผนกราฟิกดีไซน์ PRO-GD

- พนักงานแผนกราฟิกดีไซน์ ไม่สามารถส่งงานให้ลูกค้าได้ตามระยะเวลาที่กำหนด

วิธีการแก้ไขปัญหา

- เนื่องจากปัญหาด้านบุคลากรแผนกราฟิกดีไซน์ไม่เพียงพอ โดยได้มีการร้องขอพนักงานกับแผนกบุคคลเรียบร้อยแล้ว พร้อมทั้งได้มีการจัดจ้าง Outsoure เพื่อรองรับงานลูกค้า

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 2 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายผลิต แผนกเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน PRO-WA

- ส่งมอบงานให้ลูกค้าเป็นไปตามระยะเวลาและข้อตกลง และมีการขยายส่วนงานเพิ่มเติมไปยัง Supplier

ฝ่ายผลิต แผนกเว็บไซต์ออนไลน์ PRO-WO

- ส่งมอบงานให้ลูกค้าเป็นไปตามระยะเวลาและข้อตกลง

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 2 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายผลิต แผนกดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง PRO-DM

SEO

มีการส่งมอบงานตามระยะเวลาที่กำหนด แต่การติด Google ตาม KPI ยังไม่เป็นไปตามที่กำหนด ซึ่ง Google มีการปรับ Algorithm อยู่ตลอดเวลา

วิธีการแก้ไข

โดยทีมงานได้มีการปรับปรุงแก้ไขเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง

SOCIAL MEDIA

มีการส่งมอบงานตามกำหนด แต่การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายไม่ตรงตามที่ KPI กำหนด และมีข้อร้องเรียนเรื่องความถูกต้องของข้อมูลที่น่าลงสื่อโซเชียลมีเดีย

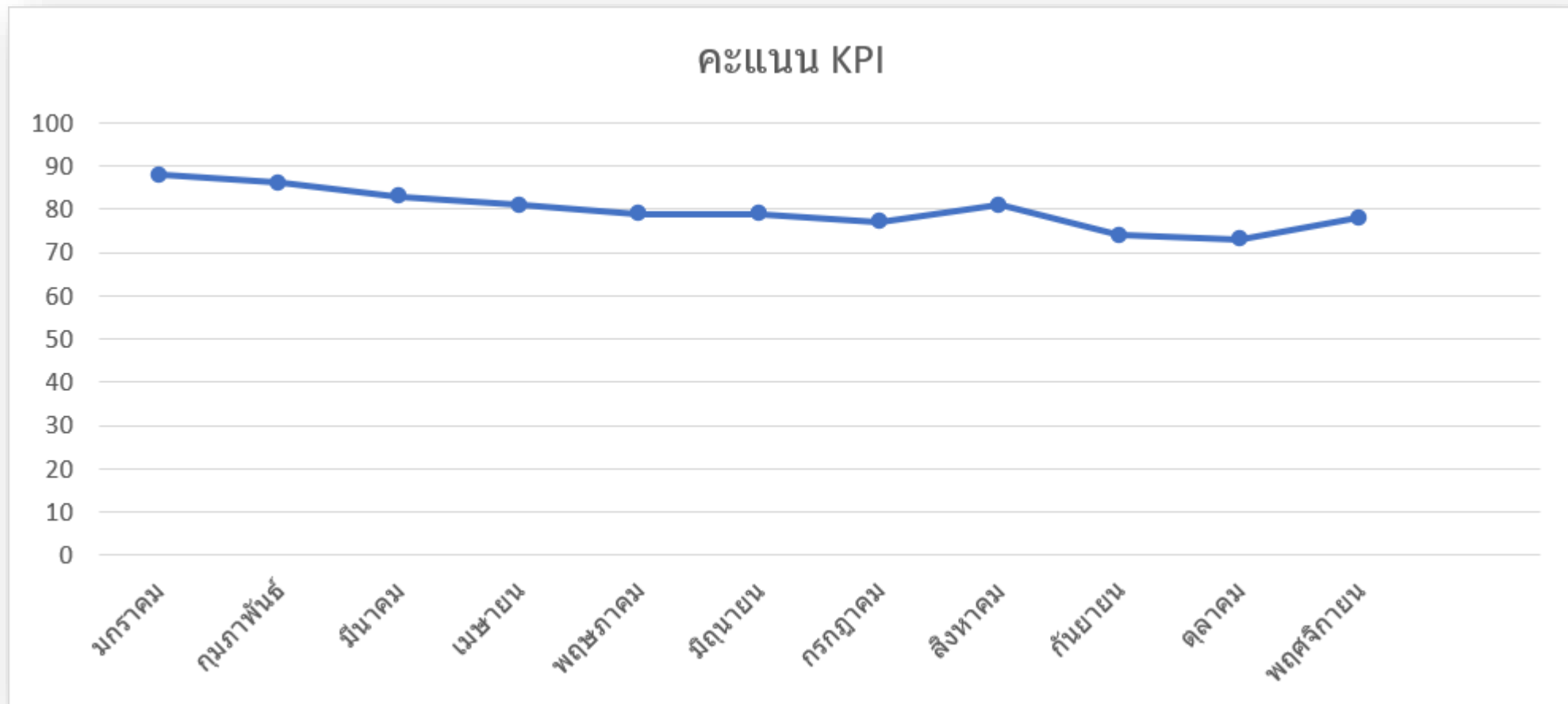
วิธีการแก้ไข

ปรับโครงสร้างการบริหารงานภายในแผนก เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด พร้อมทั้งเรียนรู้โปรแกรมดีไซน์ Canva เพื่อผลิตชิ้นงานเพิ่มเติม

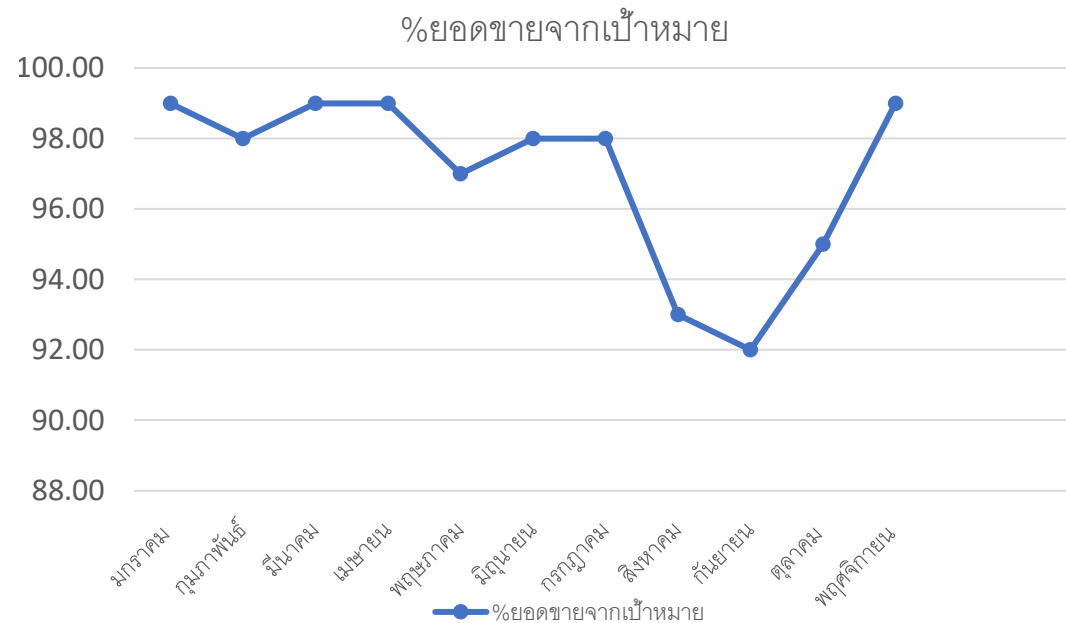
QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 2 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ลำดับ	การปฏิบัติงาน	คะแนนเต็ม	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1	QMR ต้องควบคุมนโยบายส่วนที่ 2 และ รายงานผลทุกเดือน	10	9	8	8	8	8	7	7	7	7	7	7	
2	การปฏิบัติตามงานร่วมกับฝ่ายขายและ การตลาดเพื่อส่งมอบงาน	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	9	9	
3	การส่งมอบงานฝ่ายผลิต แผนกกราฟิก ดีไซน์	20	18	18	19	17	15	14	15	16	12	12	12	
4	การส่งมอบงานฝ่ายผลิต แผนกเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน	20	20	20	19	19	18	19	18	19	19	19	19	
5	การส่งมอบงานฝ่ายผลิต แผนกเว็บไซต์ ออนไลน์	20	18	18	17	17	18	18	18	18	18	18	19	
6	การส่งมอบงานฝ่ายผลิต แผนกดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง	20	13	12	10	10	10	11	9	11	8	8	12	
รวม		100	88	86	83	81	79	79	77	81	74	73	78	

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 2 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%



จะต้องควบคุมคุณภาพงานทุกชิ้นที่ส่งมอบให้เป็นไปตามข้อตกลง และสร้างความพึงพอใจลูกค้าทุกราย 100% ต่อเดือน



QMR ได้มีการเฝ้าระวังในการควบคุมคุณภาพการผลิตชิ้นงานที่ส่งมอบให้กับลูกค้า และได้มีการจัดเก็บข้อมูลข้อร้องเรียน และได้มีการชี้แจงแต่ละฝ่าย แต่ละแผนก พร้อมทั้งหาแนวทางในการแก้ไข ดังข้อมูลในหัวข้อ ข้อร้องเรียนลูกค้า ที่จะชี้แจงในแต่ละหน่วยงานเป็นลำดับถัดไป

นโยบายที่ 3

ภายใต้มาตรฐานการบริหารจัดการบุคลากรให้รอบรู้เท่าทันการใช้
เทคโนโลยีและเสริมสร้างองค์ประกอบเพื่อเพิ่มศักยภาพบุคลากร
และประสิทธิผลขององค์กรได้ดี

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 3 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายขายและการตลาด SAL

- ยังไม่เป็นไปตามข้อกำหนดเนื่องจาก ผู้จัดการฝ่ายขายไม่สามารถพัฒนาบุคลากรฝ่ายขายได้
- กิจกรรมการตลาดต้องสามารถพัฒนาบุคลากรที่ทำกิจกรรมงานแสดงสินค้าให้ดียิ่งขึ้น

วิธีการแก้ไขปัญหา

- วางแผนร่วมกับแผนกบุคคลในการคัดสรรบุคลากร
- ปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายภายในบูธ
- ร่วมประชุมวางแผนกับผู้จัดการฝ่ายขายในการวางแผนกำลังคนของ ฝ่ายขาย อย่างจริงจัง

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 3 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายผลิต แผนกราฟิกดีไซน์ PRO-GD

- พนักงานแผนกราฟิกดีไซน์ ไม่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า เนื่องจากสายงานนี้ ขาดบุคลากรในเขตพื้นที่
ประเวศ ลาดกระบัง สวนหลวง บางนา ซึ่งเป็นพื้นที่ใกล้เคียงกับ สถานที่ปฏิบัติงาน สำนักงานใหญ่

วิธีการแก้ไขปัญหา

- ปัญหาด้านบุคลากรแผนกราฟิกดีไซน์ไม่เพียงพอ ซึ่งต้องวางแผนร่วมกันกับแผนกบุคคลในการวางแผน
อัตรากำลังพนักงานเพียงพอต่อการบริการลูกค้า

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 3 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายผลิต แผนกเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน PRO-WA

- บุคลากรในแผนกมีทักษะความรู้เพิ่มเติมมากขึ้น สามารถรองรับงานได้มากขึ้น
- บริหารจัดการ Outsource ได้ดี เนื่องจากเป็นบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านงานเป็นอย่างดี

ฝ่ายผลิต แผนกเว็บไซต์ออนไลน์ PRO-WO

- มีการปรับโครงสร้างแผนกในช่วงกลางปี ทำให้มีปัญหาในช่วงเวลาหนึ่ง แต่พนักงานสามารถที่จะเรียนรู้งานได้เร็ว ส่งผลให้ไม่มีปัญหาเรื่องบุคลากรภายในแผนก

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 3 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายผลิต แผนกดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง PRO-DM

SEO

มีการพัฒนาบุคลากรในแผนกได้เป็นอย่างดี มีการพัฒนาความรู้ได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การทำงานของแผนกเป็นไปในทิศทางที่ดี

SOCIAL MEDIA

พนักงานมีทักษะการใช้งานเครื่องมือออนไลน์เป็นอย่างดี พร้อมทั้งศึกษาการอัปเดตเครื่องมืออย่างสม่ำเสมอ แต่ควรเพิ่มการศึกษากลุ่มเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้น

วิธีการแก้ไข

ปรับโครงสร้างการบริหารงานภายในแผนก เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด มุ่งเน้น Performance เป็นหลัก พร้อมทั้งปรับโครงสร้างงานในอนาคตเพื่อเพิ่มช่องทางการขายให้ลูกค้าผ่านการยิงแอดโฆษณา

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 3 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายการจัดการสำนักงาน

แผนกบุคคล PER

บุคคลยังไม่สามารถสรรหาพนักงานได้ตามที่มีการร้องขอ ควรเพิ่มทักษะด้าน HRD HRM พร้อมทั้งอบรมให้ทุกฝ่ายมีศักยภาพมากขึ้น

วิธีการแก้ปัญหา

คัดสรรหรือพัฒนาศักยภาพฝ่ายบุคคลให้มีความรู้ความสามารถ

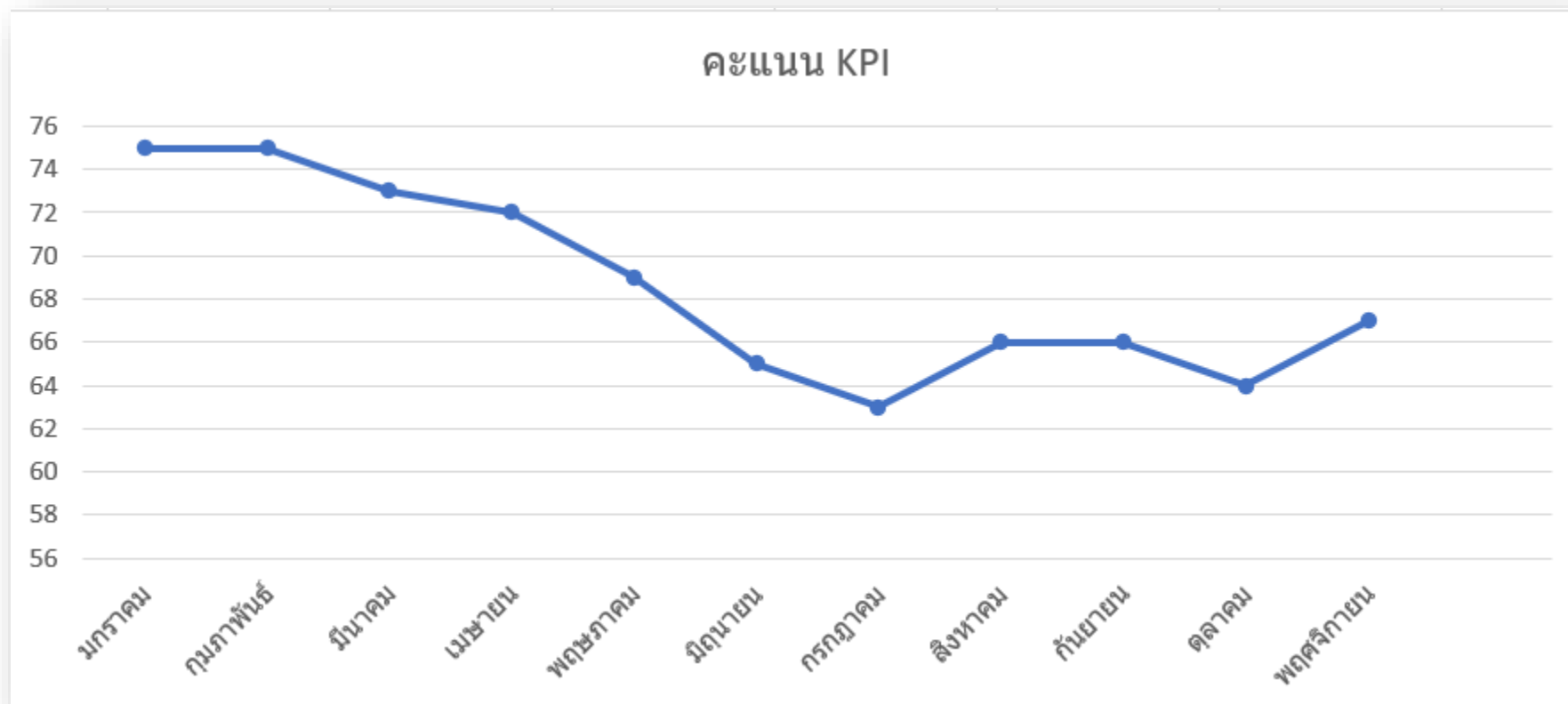
แผนกบัญชี ACC จัดซื้อ สตอร์

ไม่พบปัญหา

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 3 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ลำดับ	การปฏิบัติงาน	คะแนน เต็ม	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1	QMR ต้องควบคุมนโยบายส่วนที่ 3 และรายงานผล ทุกเดือน	10	10	10	10	10	10	10	9	9	9	9	9	
2	การพัฒนาศูนย์ฝ่ายขายและการตลาด	10	9	9	9	9	9	8	8	8	8	8	8	
3	การพัฒนาศูนย์ฝ่ายผลิต แผนกราฟิกดีไซน์	15	14	14	14	13	13	11	11	12	11	9	8	
4	การพัฒนาศูนย์ฝ่ายผลิต แผนเว็บไซต์และ แอปพลิเคชัน	15	15	15	14	14	12	11	11	12	13	14	15	
5	การพัฒนาศูนย์ฝ่ายผลิต แผนเว็บไซต์ออนไลน์	15	14	14	14	14	13	13	13	14	14	14	15	
6	การพัฒนาศูนย์ฝ่ายผลิต แผนกิตติบัตรมาร์เก็ตติ้ง	15	13	13	12	12	12	12	11	11	11	10	12	
7	การพัฒนาศูนย์ฝ่ายจัดการสำนักงาน แผนบุคคล	10	8	9	8	8	7	4	4	5	5	4	5	
8	การพัฒนาศูนย์ฝ่ายจัดการสำนักงาน แผนบัญชี จัดซื้อ สโตร์	10	10	10	9	9	9	10	10	9	9	9	10	
รวม		100	75	75	73	72	69	65	63	66	66	64	67	

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 3 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%



นโยบายที่ 4

พัฒนาระบบและงานบริการอย่างต่อเนื่อง
เพื่อความพึงพอใจของลูกค้า

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 4 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายขายและการตลาด SAL

- ฝ่ายขายให้การบริการลูกค้าได้เป็นอย่างดี แต่การบริหารลูกค้าเก่าไม่ดีเท่าที่ควรเนื่องจากเกิดการสูญเสียลูกค้าเก่ามากกว่า 10%
- รูปแบบการทำกิจกรรมทางการตลาดในงานแสดงสินค้ายังไม่ก่อประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า

วิธีการแก้ไขปัญหา

- ทำการหารือกับฝ่ายบริหารเพื่อรับทราบข้อมูลนำมาแก้ไข
- พัฒนารูปแบบการทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้ลูกค้าที่ลงโฆษณาในหนังสือ ได้รับประโยชน์สูงสุด

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 4 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายผลิต แผนกราฟิกดีไซน์ PRO-GD

- พนักงานยังไม่สามารถพัฒนาระบบงานในการให้บริการลูกค้าใหม่ ๆ ได้

วิธีการแก้ไขปัญหา

- วางแผนกับแผนกบุคคลในการวางแผนอัตรากำลังคน และการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของฝ่ายผลิต

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 3 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายผลิต แผนกเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน PRO-WA

- สามารถให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่องตามมาตรฐาน SLA
- www.brand.co.th เกิดปัญหาเรื่องไวรัส

การแก้ไขปัญหา

ปรับปรุงเวอร์ชันของเว็บไซต์ให้เป็นเวอร์ชันล่าสุดก่อนถูกโจมตี พร้อมทั้งศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้เซิร์ฟเวอร์

ฝ่ายผลิต แผนกเว็บไซต์ออนไลน์ PRO-WO

- สามารถให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่องตามมาตรฐาน SLA
- พัฒนาเครื่องมือทางด้านการขายให้กับฝ่ายขาย ผ่าน www.ideamediasolution.com

QMR จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 3 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน 100%

ฝ่ายผลิต แผนกดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง PRO-DM

SEO

มีการรายงานผลให้ลูกค้ารับทราบอย่างต่อเนื่อง

SOCIAL MEDIA

มีการรายงานผลให้ลูกค้ารับทราบอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งปรับปรุงข้อมูลตามที่ลูกค้าร้องขอ

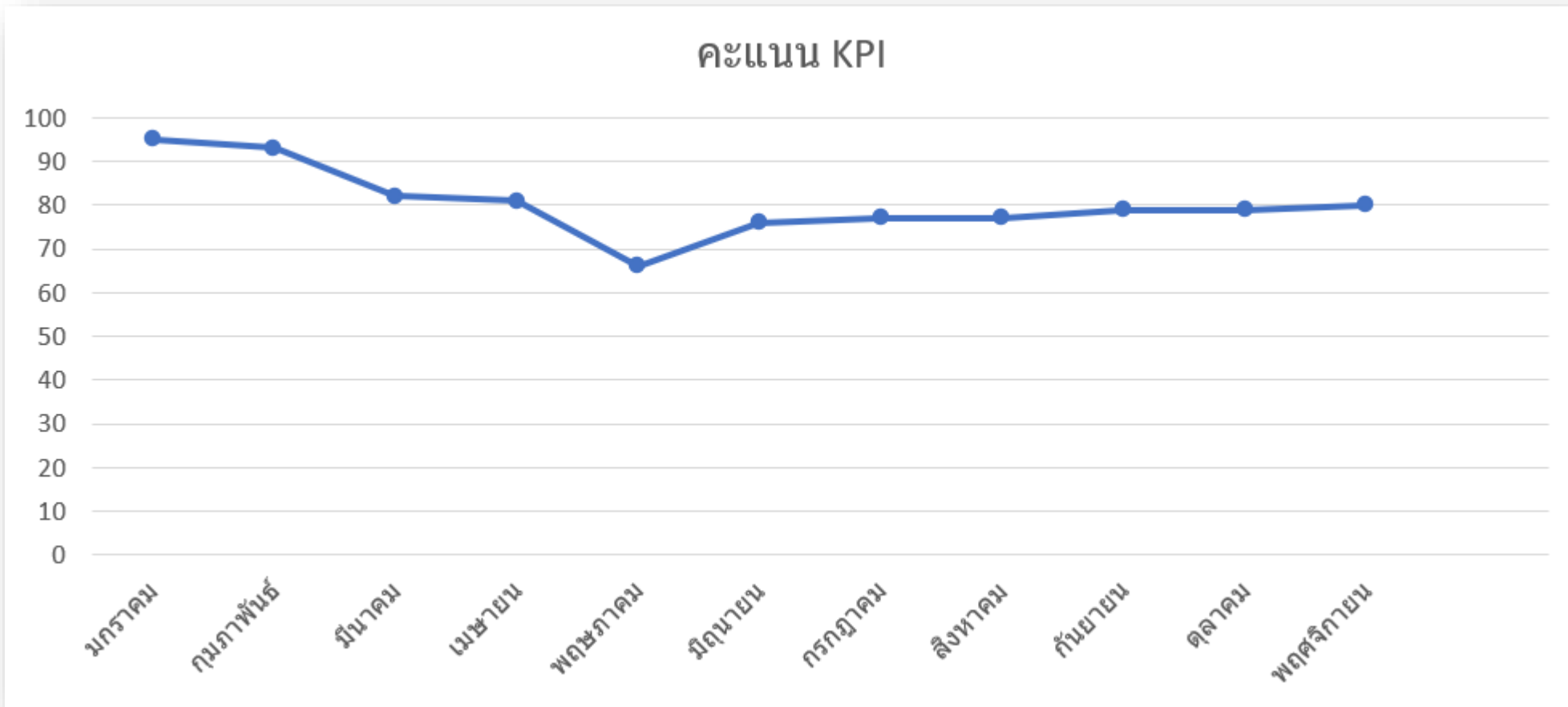
ฝ่ายการจัดการสำนักงาน แผนกบัญชี ACC

สามารถเก็บค่าบริการได้อย่างต่อเนื่อง

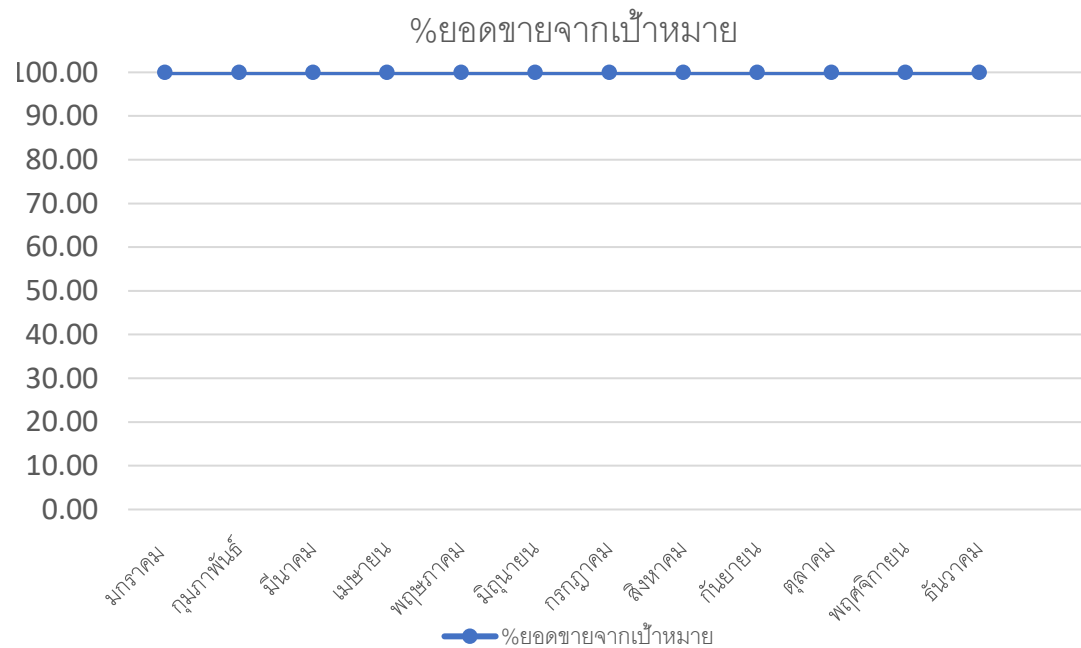
จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 4 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน

ลำดับ	การปฏิบัติงาน	คะแนน เต็ม	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1	QMR ต้องควบคุมนโยบายส่วนที่ 4 และ รายงานผลทุกเดือน	15	14	14	14	14	13	14	14	14	14	14	14	
2	การให้บริการของฝ่ายขายและการตลาด	15	15	15	15	14	14	14	14	14	14	14	15	
3	การให้บริการของฝ่ายผลิต แผนกกราฟิกดีไซน์	15	14	14	14	14	13	12	12	11	11	11	10	
4	การให้บริการของฝ่ายผลิต แผนกเว็บไซต์และ แอปพลิเคชัน	15	14	14	14	14	14	13	13	13	14	14	15	
5	การให้บริการของฝ่ายผลิต แผนกเว็บไซต์ ออนไลน์	15	14	14	14	14	13	13	13	14	14	14	15	
6	การให้บริการของฝ่ายผลิต แผนกดิจิตอลมาร์ เก็ตติ้ง	15	14	12	11	11	10	10	11	11	12	12	11	
7	การให้บริการของฝ่ายจัดการสำนักงาน แผนก บัญชี	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
รวม		100	95	93	82	81	77	76	77	77	79	79	80	

จะต้องควบคุม KPI นโยบายส่วนที่ 4 พร้อมทั้งรายงานผลทุกเดือน



จะต้องไม่พบข้อบกพร่อง Major จากผู้ตรวจติดตามภายนอก (ลูกค้า/CB)



จากการปฏิบัติงานตลอดระยะเวลา 1 ปี
ทางQMR ได้มีการวางแผนงานและปฏิบัติงาน
ร่วมกันกับทางที่ปรึกษาในการปฏิบัติตามระบบ ISO
อย่างต่อเนื่องเพื่อให้การได้รับรองมาตรฐาน ISO
9001:2015 ก่อประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

NCR และ CAR ในระบบ

NCR

จากการดำเนินงานในปี 2565 ถึงปัจจุบัน

พบ NCR ทั้งหมด 31 รายการ

ซึ่งแต่ละแผนกจะดำเนินการชี้แจงในลำดับถัดไป

จากการดำเนินงานในปี 2565 พบ CAR จำนวน 7 ใบ ดังนี้

ฝ่ายขาย 6 ใบ

จำแนกออกเป็น 3 เรื่อง ดังนี้

1. พนักงานขายไม่สามารถปฏิบัติตาม KPI เกี่ยวกับการสร้างยอดขายได้เป็นเดือนที่ 2 ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อกำหนด ที่ 9.1.1

การแก้ไขและป้องกัน

ติดตามผลกับลูกค้าเป็นระยะ เพิ่มการประชุมเสนอขายผ่านช่องทางออนไลน์ และเพิ่มการเรียนรู้ให้มากขึ้น

2. พนักงานไม่ยึดถือตามเอกสารเสนอราคาของบริษัทกำหนด ทำให้ลูกค้าไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไข ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อกำหนดที่ 8.2.2 และ 8.2.3

การแก้ไขและป้องกัน

1. ชี้แจงลูกค้าและปรับรอบการชำระพร้อมทำสัญญารับความเสี่ยง
2. ยกเลิกการแจกของรางวัลของลูกค้านับตั้งแต่วันที่ได้ ใบ CAR

จากการดำเนินงานในปี 2565 พบ CAR จำนวน 7 ใบ ดังนี้

3. ไม่สามารถสร้างยอดขายได้ตามเป้าหมายที่กำหนด ก่อให้เกิดความสูญเสียต่อองค์กร ในเรื่องของการวางแผนพัฒนางาน และกระทบต่อพนักงานโดยรวมซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกับบริษัท ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อกำหนด ที่ 9.1.1

โดยได้มีวิธีการแก้ไข ดังนี้

ฝ่ายขายได้มีการปรับปรุงแผนการขายรวมถึงการวางเป้าหมายในปี 2566 ให้รัดกุมมากยิ่งขึ้น ซึ่งฝ่ายขายจะชี้แจงในเรื่องนี้เป็นลำดับถัดไป

CAR

ฝ่ายจัดการสำนักงาน 1 ใบ

1. พนักงานมีการอนุมัติให้พนักงานลาออกโดยไม่แจ้งผู้บังคับบัญชา และไม่มีการวางแผนอัตรากำลังพนักงาน ให้เป็นไปตามที่บริษัทกำหนด ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อกำหนดที่ 7.1.2

การแก้ไขและป้องกัน

ดำเนินการปรับปรุงขั้นตอนการทำงานให้มีความชัดเจนและปฏิบัติตาม Procedure อย่างเคร่งครัด

การวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า

จากการสำรวจระดับความพึงพอใจของลูกค้า ประจำปี 2565 ได้ค่าเฉลี่ยทั้งสิ้น 4.03
โดยได้ทำการส่งแบบสอบถามให้กับลูกค้าทั้งสิ้น 140 บริษัท ได้รับกลับคืนมาที่ 136 ชุด

การวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า

หัวข้อที่ได้คะแนนมากที่สุด

- 1 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี และใส่ใจในการบริการ
- 2 มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก เหมาะสม เช่น โทรศัพท์ เครือข่ายสังคมออนไลน์

ได้คะแนน 4.25

หัวข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุด

- 1 ความเหมาะสมของการต่อสัญญารายปี เป็นรูปแบบออนไลน์

ได้คะแนน 3.79

การวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด 5 ลำดับ มีดังต่อไปนี้

1. ช รวย โลโก้ตั้ง บจก. (5)
2. แบร์ริงเซ็นเตอร์ (ประเทศไทย) บจก. (5)
3. ชาญเทค (ประเทศไทย) บจก. (5)
4. แอดวานซ์เทอร์โมโซลูชั่น บจก. (5)
5. เอส.วี.ไฟเบอร์กลาส หจก. (5)

การวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทที่มีระดับความพึงพอใจต่ำสุดที่สุด 5 ลำดับ มีดังต่อไปนี้

1. นัฐคอน คอร์ปอเรชั่น บจก. (2.72)
2. ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก บมจ. (2.92)
3. เจ-เซเว่น เอ็นจิเนียริ่ง บจก. (3)
4. ซีเอ็นएस ยูนิเวอร์แซล (3)
5. ธนสยามการทอ (3)
6. กุลธร (3)

การวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า

สิ่งที่ลูกค้าพึงพอใจ ในการร่วมเป็นผู้สนับสนุนงานบริการของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง สรุปได้ดังนี้

สิ่งที่ลูกค้าชื่นชมเป็นส่วนมากคือการให้บริการที่ดีเยี่ยม การบริการที่รวดเร็ว พุดจาสุภาพ และสามารถให้คำปรึกษาลูกค้าได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้ใช้บริการต่อเนื่อง

ผลตอบรับในการทำการตลาดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีลูกค้าเพิ่มขึ้น ได้ผลดีเป็นที่พึงพอใจ

ลูกค้าชื่นชอบการทำงานผ่านกลุ่มไลน์ รวมไปถึงการรายงานผลต่าง ๆ ที่อัปเดตเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง

การวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า

สิ่งที่ควรเสนอแนะให้ไปพัฒนางานบริการของบริษัทฯ เพื่อความสมบูรณ์ของการให้บริการ สรุปได้ดังนี้

1. ความถูกต้องของข้อมูลในการทำการตลาด

การแก้ไข: ตรวจสอบความถูกต้องอย่างถี่ถ้วนทุกครั้ง พร้อมทั้งทำการตรวจสอบร่วมกับแผนกที่เกี่ยวข้องทุกครั้ง

2. การวางมาตรฐานเรื่องราคาให้สอดคล้องกับลักษณะงานที่ลูกค้าได้รับ

การแก้ไข: ชี้แจงลูกค้าถึงความเหมาะสมของงานที่ได้รับตามสัญญา

3. ควรสื่อสารเทคนิคและกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการขายในรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่องและควรปรับ Rank เกรดลูกค้าให้มีแค่ ABCD

การแก้ไข: วางแผนการขายในปี 2566 ร่วมกันกับฝ่ายบริหาร เพื่อปรับ Rank ของลูกค้าให้เหลือน้อยที่สุด

4. การนำเสนอข้อมูลควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลการกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน มีกลยุทธ์มากขึ้น

การแก้ไข: ปรับโครงสร้างการทำงานของโซเชียลมีเดีย เพื่อวางแผนให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น