



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ภาคผนวก ก

### ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้อง

จากการบริหารจัดการนํ้ามันดิบ ปี 2550 ได้ให้ชุมชนสหกรณ์โคนมแห่งประเทศไทย จำกัด เป็นหน่วยงานหลักในการตรวจสอบปริมาณการผลิตนํ้ามันดิบ การเจรจาซื้อขายนํ้ามันดิบกับ โรงงาน และการบริหารจัดการนํ้ามันดิบให้กับโรงงานตามข้อตกลงซื้อขาย แนวโน้มด้านการผลิตปี 2550 คาดว่าผลผลิตนํ้ามันดิบจะใกล้เคียงกับปี 2549 ประมาณ 2,185 ตันต่อวัน โดย 75% ผลิตโดย สมาชิกสหกรณ์ และ 25% ผลิตโดยเกษตรกรทั่วไป เมื่อทำการผลิตนํ้ามันดิบแล้วสหกรณ์ฯ จะทำการรวบรวมนํ้ามันดิบไปที่ศูนย์รวมนมสหกรณ์ 117 ศูนย์ และศูนย์รวมนมของเอกชน 63 ศูนย์ โดย นํ้ามันดิบที่ผลิตได้เฉลี่ย 2,185.88 ตันต่อวัน ได้ทำการส่งมอบแก่ผู้ประกอบการแปรรูปรายใหญ่ 20 ราย 1,793.67 ตันต่อวัน คิดเป็นอัตรา 82.06% และผู้ประกอบการนมพาสเจอร์ไรส์รายย่อย 53 ราย 392.21 ตันต่อวัน คิดเป็นอัตรา 17.94%

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

การบริหารจัดการตามข้อตกลงการจำหน่ายน้ำมันดิบปี 2547 -2550 มีดังนี้

ร.พ.	ผู้ประกอบการ	ปีพ.ศ.					
		2547	2548	2548	2548	2549	2550
			ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3		
1	บมจ. ฟริทแลนด์ ฟูลส์ โฟร์โมสต์/อาหารนม	347.07	368.85	329.00	329.10	345.00	398.52
2	สหกรณ์โคนมหนองโพราชบุรีจำกัด	277.90	270.10	214.90	221.00	183.06	181.12
3	อ.ส.ค.	337.53	337.53	320.00	320.00	320.00	347.28
4	บจ. อุตสาหกรรมนมไทย	203.94	204.15	90.80	60.00	60.00	60.29
5	บจ. ซีพี-เมจิ	248.10	254.84	148.30	148.30	150.00	150.00
6	บจ. ดัน ทรีเฟรช แคร์	181.29	160.48	66.00	66.00	66.77	63.11
7	บจ. เนสท์เล่(ไทย)	167.35	192.80	273.60	207.00	208.00	40.16
8	บ.อ.ดั่งมีดส์/บ.อ. เดวีพัส	154.37	128.86	138.60	138.60	136.00	145.63
9	สหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น จำกัด	94.86	91.85	86.00	86.00	93.00	78.73
10	บจ. เชียงใหม่เฟรชมิลค์	76.50	81.80	51.10	51.10	50.34	49.41
11	บจ. ปริมา โอควอลิตี้	2.00	1.50	-	-	-	-
12	บจ. คัมพิน่า(ประเทศไทย)	25.00	25.00	35.00	35.00	40.00	22.09
13	โครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดา	20.00	20.06	20.00	20.00	20.00	34.99
14	บจ. ไมเนอร์ชีส	19.70	19.70	20.70	20.70	25.00	34.00
15	บจ. พรีเมียร์ แคร์ฟูลส์	10.00	11.00	12.00	12.00	11.00	11.71
16	บจ. มาลีสามพราน	3.00	5.00	7.00	7.00	8.23	13.00
17	บจ. เอบีฟูลส์ แอนด์เบฟเวอเรจ(ประเทศไทย)	-	-	-	-	5.00	2.00
18	บจ. เอฟ แอนด์ เอ็น แคร์รี่(ประเทศไทย)	-	-	-	-	-	158.78
19	บจ. เคลี ฟูลส์	-	-	-	-	-	1.42
20	บจ. เดเนอร์รี่ล	-	-	-	-	-	1.43
	รวมผู้ประกอบการรายใหญ่	2,168.61	2,173.52	1,813.00	1,721.70	1,721.40	1,793.67
21	สมาคมผู้ประกอบการนมพาสเจอร์ไรส์	-	-	375.6	466.78	397.75	392.21
	รวมทั้งหมด	2,168.61	2,173.52	2,188.60	2,188.48	2,119.15	2,185.88

ที่มา : กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2550

### ค่านิยมในการทำงานแบบดัชมิลล์ (Corporate Core Values)

1. D = Dedication to Excellence  
อุทิศเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ
2. M = Maximization of Customer Satisfaction  
สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า
3. C = Continuous Improvement  
สร้างสรรค์และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

### ข้อมูลผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์

#### ผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์พาสเจอร์ไรส์

นมเป็นอาหารจากธรรมชาติ ที่อุดมไปด้วยสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายครบทุกหมู่ ได้แก่ โปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมัน วิตามิน แคลเซียม ซึ่งอาหารเหล่านี้ล้วนมีประโยชน์ และมีคุณค่าต่อร่างกาย กระบวนการผลิตนมแบบพาสเจอร์ไรส์เป็นวิธีฆ่าเชื้อที่ทำให้นมมีคุณค่าทางอาหารครบถ้วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีรสอร่อยเหมือนนมสดธรรมชาติแต่อาจจะมีข้อจำกัดบ้าง ตรงอายุการเก็บสั้นกว่านมชนิดอื่น และต้องเก็บในความเย็น

#### 1. นมสดดัชมิลล์พาสเจอร์ไรส์

นมสดดัชมิลล์พาสเจอร์ไรส์ เป็นนมที่อุดมไปด้วยคุณค่าทางอาหาร ผลิตจากนมโคสดแท้ นำมาผ่านกรรมวิธีพาสเจอร์ไรส์ที่ได้มาตรฐานจึงมีคุณค่าทางอาหารครบถ้วนเหมือนนมสดธรรมชาติ และมีประโยชน์ต่างๆมากมาย

นมสดดัชมิลล์ทางศูนย์ มีจำหน่าย 2 ขนาด คือ

- 200 cc มี 7 รส ได้แก่ จืด พร่องมันเนย หวาน โกโก้ มอลต์ สตอเบอร์รี่ กาแฟ
- 830 cc มี 4 รส ได้แก่ จืด พร่องมันเนย หวาน
- นมสดพาสเจอร์ไรส์รสจืด

นมสดแท้ 100% เหมาะสำหรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย มีแคลเซียมสูงช่วยเสริมสร้างและป้องกันโรคทางกระดูกได้เป็นอย่างดี

- นมสดพาสเจอร์ไรส์พร่องมันเนย

นมสดสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก เพราะปริมาณไขมันในน้ำนมต่ำ แต่มีปริมาณโปรตีนและแคลเซียมที่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย

- นมสดพาสเจอร์ไรส์รสหวาน  
นมสดสำหรับผู้ที่ชอบรสหวานกลมกล่อม และยังคงคุณค่าทางอาหาร ช่วยบำรุงผิวพรรณให้สดใส ทำให้ร่างกายแข็งแรง
- นมสดพาสเจอร์ไรส์รสโกโก้  
นมสดที่ให้รสชาติความหวานจากโกโก้ เหมาะสำหรับเด็กและผู้เพิ่งเริ่มต้นดื่มนม
- นมสดพาสเจอร์ไรส์รสช็อคโกแลตมอลต์
- นมสดพาสเจอร์ไรส์รสสตรอเบอร์รี่  
นมสดสำหรับผู้ที่ชื่นชอบความหวาน และกลิ่นหอมของสตรอเบอร์รี่แท้
- นมสดพาสเจอร์ไรส์รสกาแฟ  
นมสดรสกาแฟหอมหวานกลมกล่อม ปُرุงจากกาแฟชั้นดีเหมาะสำหรับผู้ที่ชอบดื่มกาแฟ แต่ยังคงคุณค่าทางอาหาร

## 2. นมเปรี้ยวดัชมิลล์พาสเจอร์ไรส์

นมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์ คือ นม โคสดแท้ที่นำมาฆ่าเชื้อ โดยผ่านความร้อนที่อุณหภูมิ 90 องศาเซลเซียส ในเวลาที่เหมาะสม จากนั้นก็ทำให้เย็นลง แล้วเติมจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายลงไป 2 ชนิด นั่นคือ แลคโตบาซิลลัส และสเตรปโตคอกคัส เทอร์โมฟิลลัส ซึ่งสามารถเปลี่ยนน้ำตาลแลคโตสในน้ำนมให้กลายเป็นกรดแลคติก ซึ่งมีประโยชน์ต่อร่างกาย จากนั้นนำนม โคสดที่เติมจุลินทรีย์แล้ว ไปหมักไว้ที่อุณหภูมิ 45-55 องศาเซลเซียส ประมาณ 24 ชั่วโมง จนมีการสร้างกรดแลคติก ทำให้นมมีรสเปรี้ยว และหากต้องการให้นมเปรี้ยวมีคุณค่ามากขึ้น ก็จะเติมน้ำผลไม้ลงไปด้วย ซึ่งต้องทำให้เย็นลงในอุณหภูมิ 3 องศาเซลเซียส ก่อนบรรจุและนำออกจำหน่าย

### ประโยชน์ของเชื้อจุลินทรีย์ในนมเปรี้ยว

จุลินทรีย์แลคโตบาซิลลัส และสเตรปโตคอกคัส เทอร์โมฟิลลัส ช่วยให้ระบบทางเดินอาหาร และระบบย่อยอาหารเป็นปกติ ท้องไม่ผูก เพราะจุลินทรีย์พวกนี้จะช่วยปรับความสมดุลในกระเพาะอาหาร ช่วยให้กระเพาะอาหารและลำไส้ดูดซึมสารอาหารได้ดี ช่วยให้ระบบขับถ่ายเป็นปกติ ช่วยย่อยโปรตีนในน้ำนมให้มีโมเลกุลเล็กลง ร่างกายจึงนำไปใช้ได้ดี ช่วยยืดอายุของนมให้นานขึ้น และช่วยย่อยน้ำตาลแลคโตสให้เป็นกรดแลคติก ซึ่งร่างกายสามารถนำไปใช้ได้ทันที

ด้วยเหตุนี้ นมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์จึงเหมาะสมกับผู้ที่ดื่มนมสดแล้วท้องผูกหรือท้องเสีย เพราะร่างกายไม่สามารถย่อยน้ำตาลแลคโตสในน้ำได้ หากดื่มนมเปรี้ยวน้ำตาลในนมจะถูกย่อยด้วย

เชื้อจุลินทรีย์ช่วยให้ร่างกายสามารถดูดซึมสารอาหารไปใช้ได้ดีขึ้น ถ้าดื่มเป็นประจำร่างกายจะสร้างสารป้องกันเชื้อโรคและไทฟอยด์ พร้อมทั้งยับยั้งเชื้อโรคที่เป็นอันตรายอีกด้วย

นมเปรี้ยวมี 4 กลุ่ม คือ

- นมเปรี้ยว 120 cc มี 5 รส ได้แก่ ส้ม ผลไม้รวม สตอเบอร์รี่ บลูเบอร์รี่ และธรรมชาติ
- นมเปรี้ยว 450 cc มี 5 รส ได้แก่ ส้ม ผลไม้รวม สตอเบอร์รี่ บลูเบอร์รี่ และธรรมชาติ
- นมเปรี้ยว 830 cc มี 4 รส ได้แก่ ส้ม ผลไม้รวม บลูเบอร์รี่ และธรรมชาติ
- นมเปรี้ยว 0% 120 cc มี 3 รส ได้แก่ พรุณ ผักผลไม้ผสม และแอปเปิ้ลเขียว

### 3. โยเกิร์ตดัดซึ่

โยเกิร์ตดัดซึ่ผลิตจากนมสดแท้ ผ่านกระบวนการพาสเจอร์ไรส์ และหมักด้วยเชื้อจุลินทรีย์แลคโตบาซิลลัส และสเตรปโตคอกคัส เทอร์โมฟิลลัส จึงทำให้อุดมไปด้วยสารอาหารที่ทรงคุณค่าสารพัดประโยชน์ ได้รสชาติ คุณค่าจากผลไม้และธัญพืชที่เติมลงไป อีกทั้งมีความอร่อยได้หลากหลายรูปแบบ

โยเกิร์ตดัดซึ่ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม

- ดัดซึ่ 80 กรัม ได้แก่ ลูนิยัตุนต์ มี 3 รส ได้แก่ ผลไม้รวม วุ้นมะพร้าว สตอเบอร์รี่
- ดัดซึ่ 150 กรัม มี 8 รส ได้แก่ วุ้นมะพร้าว สตอเบอร์รี่ ธัญญาหาร ผลไม้รวม ส้ม รสธรรมชาติ องุ่น เลมอน
- ดัดซึ่ 0% 150 กรัม มี 5 รส ได้แก่ วุ้นมะพร้าว ธรรมชาติ ธัญญาหารและโยอาหารสูง แอปเปิ้ลเขียว บุก
- ดัดซึ่ไบโอ 125 กรัม รสจืด
- ทูโทน 130 กรัม มี 5 รส ได้แก่ เมล็ดทานตะวันอบน้ำผึ้ง ข้าวโพดเนยกรอบ ข้าวอบกรอบญี่ปุ่น ข้าวโพดอบกรอบเคลือบโกโก้ ข้าวโพด

ระเบียบการทำงานของพนักงานขายดัดซึ่ จังหวัดลำพูน

1. เวลาการทำงาน 7.00 น. – 17.30 น. เป็นอย่างช้า
2. หลักฐานการสมัครเป็นพนักงานขาย
  - สำเนาทะเบียนบ้าน สำเนาบัตรประชาชน
  - สำเนาใบขับขี่รถ สำเนาทะเบียนรถ
  - สำเนา พ.ร.บ.

- รูปถ่าย 1 นิ้ว 6 ใบ

3. ทดลองงาน 3 วัน (ไม่มีเบี้ยเลี้ยง)
4. มีรถจักรยานยนต์ที่พร้อมปฏิบัติงานได้
5. มีเงินค้ำประกัน 2,000 บาท หรือบุคคลค้ำประกัน
6. หักเงินสะสม เดือนละ 5% ของรายรับในช่วงฝึกงาน 3 เดือนแรก และต่อไปเดือนละ 500 บาท
7. กรณีที่จะลาออกต้องแจ้งล่วงหน้าก่อน 15 วัน มิฉะนั้นจะไม่คืนเงินสะสม
8. การแต่งกายต้องถูกระเบียบของบริษัท
9. อุปกรณ์ ถึง เสื้อผ้า ต้องซื้อเอง
10. ป่วยต้องมีใบรับรองแพทย์ และแจ้งให้ศูนย์ทราบทันที
11. ไม่มีเครดิตข้ามเดือน (ขายเฉพาะเงินสด) และต้องเคลียร์เงินทุกๆวันก่อนเบิกสินค้า
12. ประกันอุบัติเหตุ 300,000 บาท ประกันรายได้ขั้นต่ำ 4,000 บาท/เดือน

#### เอกสารในการเรียกร้องประกันอุบัติเหตุ

##### 1. กรณีบาดเจ็บ

- ใบเสร็จค่ารักษาพยาบาลตามความเป็นจริงไม่เกิน 20,000 บาท/ครั้ง
- ใบรับรองแพทย์
- กรณีเกิดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ ต้องแจ้งหมายเลขทะเบียนรถและ พ.ร.บ.กับ

บริษัทนั้นๆ

- สรุปรายละเอียดการเกิดอุบัติเหตุที่อ่านแล้วเข้าใจ

##### 2. กรณีเสียชีวิต

- ใบรายงานชันสูตรพลิกศพจากสถานีตำรวจ
- ใบมรณะบัตร (โดยให้ทางอำเภอเช่นชื่อรับรองสำเนา)
- หนังสือรับรองการตายจากโรงพยาบาล
- รายงานประจำวันจากสถานีตำรวจ
- ทะเบียนบ้าน และบัตรประจำตัวประชาชน
- สลิปเงินเดือนย้อนหลัง 6 เดือน
- กรณีที่เสียชีวิตเนื่องจากอุบัติเหตุจากรถ ให้ขอหน้าตาราง พ.ร.บ.คันที่พนักงานขับ

หมายเหตุ : กรณีหลักฐานครบ จะได้รับเงินภายใน 2 สัปดาห์

สรุปสวัสดิการที่ผู้จำหน่ายอิสระจะได้รับ

1. ประกันอุบัติเหตุกรณีเสียชีวิต 350,000 บาท
2. ค่ารักษาพยาบาล อุบัติเหตุ 1 ครั้ง 20,000 บาท
3. ทุนการศึกษาบุตรของผู้จำหน่ายอิสระ
  - ป.1 – ป.6 = 2,000 บาท/ปี
  - ม.1 – ม.3 = 3,000 บาท/ปี
  - ม.4 – ม.6 = 4,000 บาท/ปี
4. บัตรประกันสุขภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved



## ภาคผนวก ข

### แบบสอบถามผู้แทนจำหน่าย

การค้นคว้าแบบอิสระหลักสูตรของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร  
คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เรื่อง การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์  
จังหวัดลำพูน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์  
จังหวัดลำพูน
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ของผู้แทนจำหน่ายและผู้จำหน่ายอิสระผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ จังหวัด  
ลำพูน

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาหาข้อมูลต่างๆที่ได้รับจะนำไปวิเคราะห์ และ  
สรุปผลเพื่อใช้ประกอบการศึกษาเท่านั้น ซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถาม จึงขอ  
ความกรุณาจากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์ตอบข้อมูลในแบบสอบถามฉบับนี้ ที่ตรงกับความคิด  
เห็นของท่านมากที่สุด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่เสียสละเวลาของท่านในการตอบแบบสอบถาม  
ฉบับนี้

ผู้ดำเนินการศึกษา

นางสาวพัทธนันท์ ฌวรรณไทย รหัสประจำตัว 499830332

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระ

เรื่อง การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ ของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์  
จังหวัดลำพูน

คำชี้แจง โปรดกรอกรายละเอียดที่ถูกต้องหรือตรงกับข้อมูลของธุรกิจ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้แทนจำหน่าย

1. ชื่อผู้แทนจำหน่าย
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. ยอดจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน
5. สถานที่ตั้งศูนย์จำหน่าย
6. ปีที่เริ่มก่อตั้งธุรกิจ
7. ก่อนหน้านี้เคยทำงานเกี่ยวกับการขายตรงมาก่อนหรือไม่ ะไรบ้าง

ตอนที่ 2 กระบวนการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย

#### 1. การวางแผน (Planning)

1.1 การวางแผนเกี่ยวกับผู้จำหน่ายอิสระ (พนักงานขาย)

1.1.1 ท่านมีวิธีการสรรหา และคัดเลือกผู้จำหน่ายอิสระวิธีใด อย่างไรบ้าง

1.1.2 คุณสมบัติของผู้จำหน่ายอิสระที่ท่านต้องการควรเป็นเช่นใด

- อายุ
- การศึกษา
- ประสบการณ์
- อื่นๆ

1.1.3 วิธีการกำหนดหน้าที่ของผู้จำหน่ายอิสระ

1.1.4 ท่านมีหลักในการให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระอย่างไรบ้าง

1.1.5 ท่านมีการกำหนดค่าตอบแทนแก่ผู้จำหน่ายอิสระอย่างไรบ้าง

## 1.2 การวางแผนเกี่ยวกับลูกค้า

1.2.1 ท่านมีเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มลูกค้า อย่างไรบ้าง

1.2.2 ท่านมีการวางแผนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดอย่างไรบ้าง

## 1.3 การวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.3.1 ท่านมีการกำหนดราคาสินค้าอย่างไรบ้าง

1.3.2 ท่านมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ผ่านช่องทางใดมากที่สุด

1.3.3 ท่านมีวิธีการจัดการด้านช่องทางจำหน่ายอย่างไรบ้าง เพื่อเพิ่มกำไร

## 2. การจัดระบบงาน (Organizing)

2.1 ท่านมีการกำหนดปริมาณงานของผู้จำหน่ายอิสระอย่างไรบ้าง

2.2 ท่านมีการกำหนดเป้าหมายการขายของผู้จำหน่ายอิสระอย่างไรบ้าง

2.3 ท่านมีการติดตาม และควบคุมการปฏิบัติงานของผู้จำหน่ายอิสระอย่างไรบ้าง

## 3. การกระจายงานและประสานงาน (Integrating)

3.1 ท่านมีการประสานงานระหว่างผู้จำหน่ายอิสระอย่างไรบ้าง

3.2 ท่านมีการประมาณการยอดขายหรือไม่ อย่างไรบ้าง

3.3 ท่านมีการกำหนดปริมาณยอดขายที่ต้องการสำหรับแต่ละเขตหรือพื้นที่การขายหรือไม่ อย่างไร

3.4 ท่านมีวิธีการกำหนดเขตหรือพื้นที่การขายอย่างไรบ้าง

3.5 ท่านมีการทดลองตั้งเขตหรือพื้นที่การขายใหม่หรือไม่ อย่างไรบ้าง

3.6 ท่านมีการกำหนดจำนวนลูกค้าแต่ละเขตหรือพื้นที่การขายอย่างไรบ้าง

## 4. การวัดผลงาน (Measuring)

4.1 ท่านมีเกณฑ์ในการวัดผลงานของตัวเองหรือไม่ อย่างไรบ้าง

4.2 ท่านมีเกณฑ์ในการวัดผลงานของผู้จำหน่ายอิสระหรือไม่ อย่างไรบ้าง

## 5. การพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระ (Developing people)

5.1 ท่านมีการฝึกอบรมให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระในเรื่องใดบ้าง

5.2 ท่านมีการฝึกอบรมผู้จำหน่ายอิสระบ่อยเพียงใด

5.3 ท่านมีการจัดอบรมผู้จำหน่ายอิสระในช่วงเวลาใดมากที่สุด

5.4 สถานที่ที่ใช้ในการฝึกอบรมผู้จำหน่ายอิสระบ่อยที่สุด

ตอนที่ 3 ปัญหาในการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย

1. ปัญหาด้านการวางแผน
2. ปัญหาด้านการจัดระบบงาน
3. ปัญหาด้านการกระจายงานและประสานงาน
4. ปัญหาด้านการวัดผลงาน
5. ปัญหาด้านการพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### แบบสอบถามผู้จำหน่ายอิสระ

การค้นคว้าแบบอิสระหลักสูตรของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร  
คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เรื่อง การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์  
จังหวัดลำพูน

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์  
จังหวัดลำพูน
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ของผู้แทนจำหน่ายและผู้จำหน่ายอิสระผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ จังหวัด  
ลำพูน

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาหาข้อมูลต่างๆที่ได้รับจะนำไปวิเคราะห์ และ  
สรุปผลเพื่อใช้ประกอบการศึกษาเท่านั้น ซึ่งจะไม่มีผลกระทบใดๆต่อผู้ตอบแบบสอบถาม จึงขอ  
ความกรุณาจากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์ตอบข้อมูลในแบบสอบถามฉบับนี้ ที่ตรงกับความ  
คิดเห็นของท่านมากที่สุด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่เสียสละเวลาของท่านในการตอบแบบสอบถาม  
ฉบับนี้

#### ผู้ดำเนินการศึกษา

นางสาวพัทธนันท์ ณ วรรณไทย รหัสประจำตัว 499830332

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระ

เรื่อง การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ ของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์  
จังหวัดลำพูน

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน [ ] หน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเติมค่าในช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายอิสระ

1. เพศ

[ ] ชาย

[ ] หญิง

2. อายุ

[ ] ไม่เกิน 20 ปี

[ ] 21 – 30 ปี

[ ] 31 – 40 ปี

[ ] 41 – 50 ปี

[ ] 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

[ ] ไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย

[ ] มัธยมศึกษา

[ ] ปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา

[ ] ปริญญาตรี

[ ] สูงกว่าปริญญาตรี

4. ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์

[ ] ไม่เกิน 1 ปี

[ ] 1 – 3 ปี

[ ] 4 – 6 ปี

[ ] 6 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 กระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ

คำชี้แจง : ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดกับข้อมูลต่อไปนี้ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่แสดงระดับการเห็นด้วย

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	1 น้อย ที่สุด	2 น้อย	3 ปาน กลาง	4 มาก	5 มาก ที่สุด	
<b>1. การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้า</b>						
<b>ก. ลูกค้าปลีก</b>						
1.1 ท่านใช้วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ						
1.2 ท่านใช้วิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง						
1.3 ท่านใช้วิธีการขายตามเทศกาล ประเพณี ท้องถิ่น						
1.4 ท่านใช้วิธีการเข้าพบลูกค้าตามศูนย์ราชการต่างๆ						
<b>ข. ลูกค้าส่ง</b>						
1.5 ท่านใช้วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ						
1.6 ท่านใช้วิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ						
<b>2. การเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า</b>						
2.1 ดูแลความสะอาด และความเรียบร้อยของเสื้อผ้าทรงผม เล็บ และความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกายอยู่เสมอ						
2.2 ดูแลสุขภาพร่างกาย ให้แข็งแรงสมบูรณ์อยู่เสมอ						

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	1	2	3	4	5	
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	
<b>3. การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขาย ผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า</b>						
3.1 ดูแลความสะอาดของรถ กระเป๋าถือ และถังบรรจุ คัมภีร์อยู่เสมอ						
3.2 ตรวจสอบและจัดเตรียมอุปกรณ์อื่นๆ เช่น ปากกา สมุด ถังบรรจุ หลอด ช้อน เป็นต้น						
<b>4. การเข้าพบลูกค้า</b>						
4.1 มีการวางแผนก่อนพบลูกค้าเป็นรายสัปดาห์						
4.2 มีการนัดหมายลูกค้าก่อน 1 วันเสมอ						
4.3 การเข้าพบโดยวิธีสุ่ม เช่น เข้าพบ หรือ โทรศัพท์ ติดต่อลูกค้าโดยไม่มีกรนัดหมายล่วงหน้า						
4.4 เข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไปรับชำระเงินค่า ผลิตภัณฑ์						
<b>5. วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ท่านใช้</b>						
5.1 นำเสนอโดยการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค						
5.2 นำเสนอโดยการอธิบายให้เกิดความเข้าใจง่าย						
5.3 นำเสนอโดยบอกประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ						



กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	1	2	3	4	5	
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	
<b>6. เทคนิควิธีในการขาย</b>						
6.1 พบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ได้ตามสุขทุกข์สม่ำเสมอ						
6.2 มีการลดราคาให้ลูกค้าประจำ						
6.3 มีความสามารถในการจําซื้อลูกค้าได้แม่นยำ						
6.4 มีการลดราคาเมื่อลูกค้าซื้อเป็นจำนวนมาก						
6.5 มีการส่งเสริมการขายโดยวิธีการแถมสินค้า						
6.6 มีการเตรียมเงินเพื่อทอนให้กับลูกค้าในสภาพที่ดี						
6.7 มีการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดีก่อนส่งถึงลูกค้าเสมอ						
<b>7. การตอบข้อโต้แย้ง</b>						
7.1 มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง เพื่อตอบ คำถามลูกค้าอย่างมีเหตุผล						
7.2 รับฟังปัญหาหรือข้อโต้แย้งจากลูกค้าด้วยความ เชื่อมั่นเสมอ						
7.3 ไม่กล่าวปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น						
7.4 มีการคาดคะเนล่วงหน้าก่อนพบลูกค้าเสมอ						
7.5 ไม่หลีกเลี่ยงปัญหา และพยายามตอบคำถามให้ ลูกค้าเข้าใจ						

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	1	2	3	4	5	
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	
<b>8. การปิดการขาย</b>						
8.1 ปิดการขายโดยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง						
8.2 นำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิดการขาย						
8.3 แม้ลูกค้าปฏิเสธการซื้อ จะมีการแจ้งเบอร์ติดต่อให้ทราบ เมื่อลูกค้าต้องการติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม						
<b>9. การติดตามผลหลังการขาย</b>						
<b>ก. ลูกค้าปลีก</b>						
9.1 สินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหายมีการเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี						
9.2 มีการสอบถาม หรือสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์						
9.3 มีการแวะเยี่ยมเยียนลูกค้า						
9.4 มีการส่งการ์ดอวยพรในเทศกาลพิเศษ						
9.5 มีการร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่						
9.6 ส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า						
<b>ข. ลูกค้าส่ง</b>						
9.7 สินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหายมีการเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี						
9.8 มีการสอบถาม หรือสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์						
9.9 มีการแวะเยี่ยมเยียนลูกค้า						
9.10 มีการร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่						
9.11 ส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า						

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	1	2	3	4	5	
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	
<b>10. การให้บริการแก่ลูกค้า</b>						
10.1 บริการให้ตรงเวลา และตรงตามที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด						
10.2 เชื่อมเขียนลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับ ลูกค้าหลังการซื้อผลิตภัณฑ์						
10.3 บริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจ เพื่อให้ลูกค้า กลับมาซื้อซ้ำจนเป็นลูกค้าประจำ						
10.4 บริการให้คำแนะนำและคำปรึกษาต่างๆ แก่ลูกค้า ที่มีปัญหา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและมีการบอก ต่อจนเกิดลูกค้ารายใหม่						
10.5 ให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อ เพิ่มยอดขายและปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น						

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตอนที่ 3 ปัญหาของผู้จำหน่ายอิสระ

คำชี้แจง : ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดกับปัญหาต่อไปนี้ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่แสดงระดับการเห็นด้วย

ปัญหากระบวนการขาย	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	1 น้อย ที่สุด	2 น้อย	3 ปาน กลาง	4 มาก	5 มาก ที่สุด	
1. การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้า						
2. การเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนพบลูกค้า						
3. การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขาย ผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า						
4. การเข้าพบลูกค้า						
5. วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์						
6. เทคนิควิธีในการขาย						
7. การตอบข้อโต้แย้ง						
8. การปิดการขาย						
9. การติดตามผลหลังการขาย และรักษาลูกค้า						
10. การให้การบริการแก่ลูกค้า						

ข้อเสนอแนะ .....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

\*\*\* ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม \*\*\*

## ภาคผนวก ก

### ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม

#### ศูนย์ดัชนีล้าปูน

#### ข้อมูลทั่วไปของผู้แทนจำหน่าย

สถานที่ตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชนีล้าปูน ตั้งอยู่ที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชยรัตน์ เลขที่ 98/1 หมู่ 8 ตำบลอุโมงค์ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน เริ่มก่อตั้งศูนย์จำหน่าย เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2534 ดำเนินกิจการจนถึงปัจจุบันเป็นระยะเวลา 17 ปี ผู้แทนจำหน่าย คือ คุณบุรินทร์รัตน์ กิรติตานนท์ อายุ 48 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นผู้บริหารศูนย์ดัชนีล้าปูน โดยมีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการขายตรง ได้แก่เป็นตัวแทนขายอิสระของบริษัท นิยมพานิช จำกัด เป็นตัวแทนขายอิสระของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลเอสซิวส์ จำกัด

ทางศูนย์ดัชนีล้าปูน มียอดจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน เดือนละ 1,700,000 - 2,000,000 บาท ซึ่งแยกตามยอดการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์โดยประมาณ ดังนี้

- โยเกิร์ตพร้อมดื่มมี ขนาด 120 ซีซี จำนวน 130,000-150,000 ขวด มูลค่าประมาณ 1,150,000 บาท
- โยเกิร์ตดัชชี ขนาด 150 กรัม จำนวน 40,000-60,000 ถ้วย มูลค่าประมาณ 340,000 บาท
- นมสดพาสเจอร์ไรซ์ขนาด 200 ซีซี จำนวน 30,000-40,000 ขวด มูลค่าประมาณ 412,500 บาท

บาท

#### กระบวนการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย

#### การวางแผน (Planning)

การวางแผนเกี่ยวกับผู้จำหน่ายอิสระ (พนักงานขาย)

การสรรหา และคัดเลือกผู้จำหน่ายอิสระ

ทางศูนย์ดัชนีล้าปูนมีวิธีการปฏิบัติ คือ การประกาศรับสมัครทางสถานีวิทยุทั่วไป สถานีวิทยุชุมชน และหนังสือพิมพ์ การบอกต่อกันโดยผู้จำหน่ายอิสระเก่าชักชวนเข้ามา โดยมีรางวัลให้ เป็นสิ่งจูงใจในการสรรหา การประกาศรับสมัครผ่านกรมแรงงานจังหวัด การประกาศรับสมัคร ณ จุดขายโดยติดป้ายรับสมัคร การแจกเอกสารแผ่นปลิวการรับสมัครตามตลาดและแหล่งชุมชน

คุณสมบัติของผู้จำหน่ายอิสระ

1. มีอายุ 23 ปีขึ้นไป
2. มีประสบการณ์ด้านการขาย
3. มีรถยนต์ ไรซ์ด์ หรือยานพาหนะอื่นๆ พร้อมอุปกรณ์ (ถังบรรจุ) เป็นของตัวเอง
4. มีไหวพริบในการแก้ไขปัญหา การช่างสังเกตและจดจำ
5. มีความสุขกับการขาย และสนุกกับการทำงาน
6. เป็นผู้ที่ชอบศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ

หลักในการให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ

1. ให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และเทคนิคการขายแก่ผู้จำหน่ายอิสระ
2. ทางบริษัท ดัชมิลล์ จำกัด จัดให้มีเจ้าหน้าที่ฝ่ายฝึกอบรม ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย มีการทดสอบ และให้ทดลองปฏิบัติในภาคสนามจริงก่อนการเป็นผู้จำหน่ายอิสระ
3. ให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ คือ การประชาสัมพันธ์ โดยการติดเอกสารที่บอร์ดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และเทคนิคต่างๆ ที่ศูนย์ฯ มีนิตยสารรายเดือน การจัดประชุม สัมมนา การฝึกอบรม
4. ชี้แจงการกำหนดค่าตอบแทนแก่ผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งจะนำไปตามโครงสร้างมาตรฐานกลางของ บริษัทดัชมิลล์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้กำหนดโครงสร้างให้กับทางศูนย์ผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศ และต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

การวางแผนเกี่ยวกับลูกค้า

ทางศูนย์ดัชมิลล์ลำพูน มีการวางแผนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยการให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์กับผู้จำหน่ายอิสระ เพื่อจะได้นำความรู้ที่แนะนำสินค้าแก่ลูกค้าให้เกิดความรู้ความเข้าใจกับผลิตภัณฑ์ที่เชื่อว่า มีประโยชน์ต่อร่างกายอย่างไร ให้ความรู้ด้านการสร้างมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีของพนักงานกับลูกค้า การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีระหว่างศูนย์กับพนักงานและลูกค้า และการสร้างความประทับใจในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

หลักเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มลูกค้า เป็นการนำเสนอสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้ามีการแบ่งกลุ่มลักษณะของลูกค้าแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

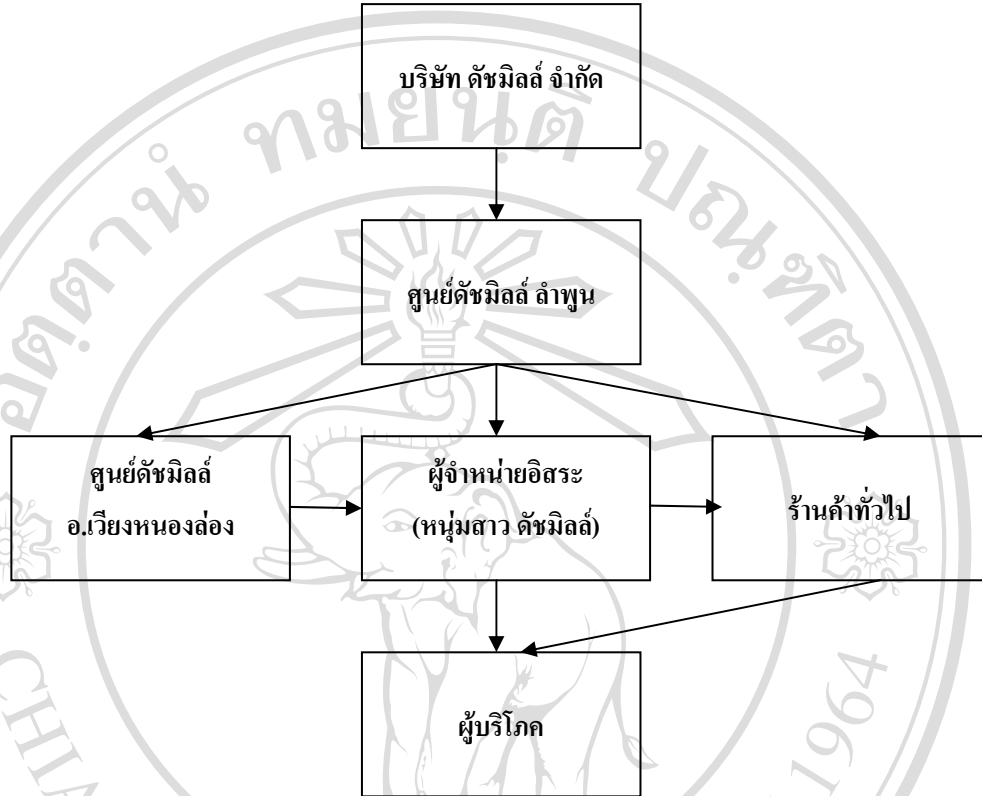
1. กลุ่มลูกค้าเด็ก สินค้าที่ลูกค้ากลุ่มนี้นิยมซื้อได้แก่ นมเปรี้ยว 120 ซีซี และ ดัซซี่ 80 กรัม และ นมสด 200 ซีซี
2. กลุ่มลูกค้าวัยรุ่น สินค้าที่ลูกค้ากลุ่มนี้นิยมซื้อได้แก่ นมเปรี้ยว 200 ซีซี ดัซซี่ 150 กรัม และ นมสด 200 ซีซี
3. กลุ่มลูกค้าผู้ใหญ่ หรือผู้สูงอายุ สินค้าที่ลูกค้ากลุ่มนี้นิยมซื้อได้แก่ นมเปรี้ยวไขมัน 0 % ขนาด 120 ซีซี ดัซซี่ ไขมันต่ำ 0 % ขนาด 150 กรัม นมสดพร่องมันเนย 0 % ขนาด 200 ซีซี และนมถั่วเหลืองพาสเจอร์ไรส์คีน่า ขนาด 200 ซีซี

การวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

การกำหนดราคาสินค้า ราคาของสินค้าแต่ละรายการของศูนย์ดัชมิลล์ ได้มีการกำหนดตามเกณฑ์ของ บริษัท ดัชมิลล์ จำกัด มีรายละเอียด ดังนี้

1. ราคาปลีก เป็นราคาที่มีการกำหนดเพื่อขายถึงผู้บริโภค ซึ่งทางบริษัทฯ จะเป็นผู้กำหนดขึ้น โดยผู้แทนจำหน่ายห้ามจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ในราคาที่สูงกว่าหรือต่ำกว่าราคาที่บริษัทฯ ได้กำหนด ทั้งนี้เพื่อป้องกันการตัดราคากันเอง หรือการเอาเปรียบผู้บริโภคเกินควร โดยได้กำหนดโทษของการไม่จำหน่ายสินค้าตามที่ได้กำหนดไว้ คือ การตัดสิทธิจากการเป็นสมาชิกของการเป็นผู้แทนจำหน่ายของทางบริษัทฯ
2. ราคาเบิก เป็นราคาสำหรับผู้จำหน่ายอิสระหรือสาวดัชมิลล์สั่งซื้อสินค้าจากผู้แทนจำหน่าย จะมีราคาต่ำกว่าราคาปลีกเล็กน้อยเพื่อให้ผู้จำหน่ายอิสระได้รับกำไรจากการขายทันที ทั้งนี้ผู้ที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระเท่านั้นที่จะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาปลีก

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของศูนย์ตัวแทนฯ มีการขายผ่านช่องทางตรงมากที่สุด คือ การจำหน่ายโดยผ่านผู้จำหน่ายอิสระ และการกระจายสินค้าของทางศูนย์ดัชมิลล์ถ้าพุนจะมีผู้แทนจำหน่ายดำเนินการแทนบริษัทฯ ในการนำสินค้าไปสู่ผู้จำหน่ายอิสระ(หนุ่ม สาวดัชมิลล์) และผู้บริโภค ดังนี้



วิธีการจัดการด้านช่องทางจำหน่าย เพื่อเพิ่มกำไรของศูนย์ดัชมิลล์ ลำพูน มีดังนี้

1. วางแผน วิเคราะห์ และกำหนดเป้าหมายยอดขายในแต่ละเขตการขาย
2. กระจายเป้าหมายการขาย พร้อมกำหนดพื้นที่เขตการขาย
3. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นยอดขายและสนับสนุน ช่วยเหลือแก่ผู้

จำหน่ายอิสระให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

4. การพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ พร้อมกระตุ้น จูงใจผู้จำหน่ายอิสระให้มีความกระตือรือร้นในการขาย
5. การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง และผู้จำหน่ายอิสระ เพื่อให้เกิด ความเชื่อมั่นกับศูนย์ดัชมิลล์ ลำพูน และการทำงานเป็นทีม
6. กระตุ้นให้ศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง และผู้จำหน่ายอิสระ ให้มีการหาลูกค้าใหม่ รักษาลูกค้าเก่าไว้ และดึงลูกค้าเก่าที่เลิกซื้อให้กลับมาซื้อสินค้าเหมือนเดิม



### การจัดระบบงาน (Organizing)

การกำหนดปริมาณงานของผู้จำหน่ายอิสระ

พิจารณาเรื่องปริมาณยอดขายที่ศูนย์ตั้งไว้ในแต่ละเขตพื้นที่การขายให้เหมาะสมกับอายุ ประสบการณ์ และความสามารถในการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ได้แก่ เขตพื้นที่การขายที่อยู่ห่างไกล และผู้จำหน่ายอิสระที่มีอายุมากย่อมส่งผลกระทบต่อความสามารถในการขายที่ลดลง ผู้แทนจำหน่ายจึงได้ให้ความสำคัญในการกำหนดปริมาณงานให้เหมาะสม เพื่อเพิ่มยอดขายของศูนย์ฯ

การกำหนดเป้าหมายการขายของผู้จำหน่ายอิสระ

ศูนย์ฯ ด้ขมิลล์ ล่ำพูน มิการจักระบบการท่งงานภายในศูนย์จำหน่าย โดยแบ่งโครงสร้าง ออกเป็น ดังนี้

1. ผู้บริหาร ควบคุมดูแลงานภายในทั้งหมด กระตุ้นยอดขาย ประเมินผลการท่งงาน และสรุปผลงานท่งหมด
2. แคชเชียร์ ทำหน้าที่เกี่ยวกับบัญชีรายรับเงินสด รายจ่ายเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายภายในศูนย์ฯ ตรวจสอบเช็คสต็อกสินค้า และการวางบิลเรียกเก็บเงินจากลูกค้าเครดิต รับชำระหนี้จากลูกค้าเครดิต บันทึกการเบิกสินค้าของตัวแทนจำหน่าย
3. ซุปเปอร์ เป็นผู้ดูแลเกี่ยวกับยอดขายของผู้จำหน่ายอิสระ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆเกี่ยวกับการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และศูนย์รวบรวมประมาณการขายจากผู้จำหน่ายอิสระ เพื่อรวบรวมตัวเลขไว้ใช้ในการสั่งสินค้า ตรวจสอบเช็คเป้าการขายรายวันของผู้จำหน่ายอิสระ และกระตุ้นการขาย เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายของผู้จำหน่ายอิสระ ที่ดูแลอยู่
4. สต็อกสินค้า ทำหน้าที่ รับสินค้า จ่ายสินค้า บันทึกรายงานการจ่ายและตรวจสอบเช็คสินค้า
5. แวน จัดส่งสินค้าตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้า และมินิมาร์ท ต่างๆ ที่เปิดเครดิตกับทางศูนย์ตัวแทนจำหน่ายโดยตรง และส่งสินค้าให้ผู้จำหน่ายอิสระ กรณีที่ทางศูนย์ส่งสินค้าให้ถึงบ้าน

ทางศูนย์ด้ขมิลล์ ล่ำพูน ได้มีการแจ้งรายละเอียดการขายผลิตภัณฑ์ด้ขมิลล์ให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระทราบดังนี้

1. การสั่งสินค้า ทางศูนย์รวบรวมออเดอร์สั่งซื้อในแต่ละสัปดาห์ โดยส่งให้ทางแผนกจัดซื้อ วันจันทร์ (หากตรงกับวันหยุด ให้ส่งล่วงหน้า 1 วัน)

2. การส่งสินค้า ทางฝ่ายขนส่ง บริษัท คัสตอมมาร์ท จำกัด (CTM) จะจัดส่งสินค้าให้ถึงศูนย์ภายในวันศุกร์ของสัปดาห์นั้นๆ

3. การคืนหรือเปลี่ยนสินค้า ทางศูนย์ฯ แจ้งรายละเอียดหรือหลักฐานที่แผนกจัดซื้อโดยทางแผนกจัดซื้อจะออกเอกสารการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า ให้ทางฝ่ายขนส่ง (CTM) เพื่อรับสินค้าดังกล่าวกลับโรงงานในครั้งต่อไปของการขนส่ง

4. เงื่อนไขการชำระเงินเครดิต 10 วัน โดยนับจากวันที่เซ็นรับสินค้าตามจำนวนที่ถูกต้องและโอนเงินตามวันที่กำหนด

5. การกำหนดเป้าหมายการขายของผู้จำหน่ายอิสระ เป้าการขายต่อวันของผู้จำหน่ายอิสระเป็นเกณฑ์ที่ทางบริษัทฯ ได้กำหนดขึ้นเพื่อเป็นฐานในการคิดผลประโยชน์อัตรากำไรโบนัส

การติดตาม และควบคุมการปฏิบัติงานของผู้จำหน่ายอิสระ

ผู้แทนจำหน่ายทั้งสองศูนย์ฯ ใช้วิธีการติดตาม และควบคุมงานโดยพิจารณา

- ยอดการเบิกผลิตภัณฑ์ และรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ในแต่ละสัปดาห์ โดยผู้จำหน่ายอิสระจะต้องประสานงานกับทางศูนย์ฯ อยู่เป็นประจำ

- ยอดจำหน่ายของผู้จำหน่ายอิสระในแต่ละเขตพื้นที่การขาย มีการตรวจสอบจากผู้แทนจำหน่ายแต่ละศูนย์ฯ ในแต่ละเดือน

#### การกระจายงานและประสานงาน (Integrating)

เนื่องจากผู้จำหน่ายอิสระทุกรายในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จะต้องเข้ามาเพื่อทำการเบิกสินค้า และชำระเงินค่าสินค้ากับทางศูนย์ฯ ดัชมิลล์ ลำพูน จึงต้องมีการติดต่อโดยตรงถึงกันทุกวันระหว่างศูนย์ฯและผู้จำหน่ายอิสระ ในส่วนของผู้จำหน่ายอิสระที่อยู่ต่างอำเภอ ทางศูนย์ฯ ได้เปิดศูนย์ย่อยนั่นคือ ศูนย์ฯ ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง โดยมีผู้ดูแลติดต่อกับศูนย์ฯ ดัชมิลล์ ลำพูน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเบิกสินค้าและชำระเงินของผู้จำหน่ายอิสระ

การประมาณการยอดขาย ทางศูนย์ฯ จะได้รับเป้าหมายทั้งปีเป็นรายเดือนจากบริษัท ดัชมิลล์ จำกัด แล้วนำมากระจายยอดขายสู่ศูนย์ฯ ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง และผู้จำหน่ายอิสระตามจำนวนพนักงานที่มีอยู่ให้รับผิดชอบ โดยการกระจายยอดขายที่จะต้องพิจารณาจากสภาพพื้นที่ของแต่ละเขตการขาย ว่ามีความสามารถในการขายมากน้อยเพียงใด ซึ่งแต่ละเขตการขายก็จะมีฐานยอดขายของแต่ละเขตแต่ละเดือนของปีที่ผ่านมาเป็นฐานอยู่แล้ว

การกำหนดปริมาณยอดขายที่ต้องการสำหรับแต่ละเขตหรือพื้นที่การขาย เนื่องจากแต่ละเขตหรือพื้นที่การขายจะมียอดขายไม่เท่ากันจึงต้องอาศัยฐานเป้าหมายการขาย และยอดขายของแต่ละเดือนในปีที่ผ่านมาเป็นตัวกำหนดว่าจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามศักยภาพของเขตนั้นๆ

วิธีการกำหนดเขตหรือพื้นที่การขาย การกำหนดเขตการขายวิเคราะห์ตามสภาพความหนาแน่นของประชากร และฐานรายได้รวมของประชากรในแต่ละเขต แต่ละพื้นที่เป็นองค์ประกอบในการพิจารณาให้ผู้แทนจำหน่ายในเขตการขายนั้นๆ มียอดขายและรายได้ตามความเหมาะสม โดยศูนย์ดัชนีล้าพูน แบ่งเขตความรับผิดชอบออกเป็น 22 เขต ตามจำนวนของผู้จำหน่ายอิสระ

การทดลองตั้งเขตหรือพื้นที่การขายใหม่ นั้น ในแต่ละปีศูนย์ดัชนีล้าพูน จะได้รับตัวเลขเป้าหมายการขายรวมจากบริษัท ดัชนีล้าพูน จำกัด ซึ่งเป้าหมายแต่ละปีจะต้องมียอดเพิ่มขึ้นจากฐานเดิมอยู่แล้ว ทางศูนย์ฯ จึงจำเป็นที่จะต้องนำตัวเลขมากระจายเป้าหมายให้กับศูนย์ดัชนีล้าพูน อ.เวียงหนองล่อง และผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งถ้ายอดขายเดิมของตัวแทนไม่สามารถเพิ่มยอดขึ้นได้อีก และยอดที่เหลือจากการกระจายเป้าหมายก็ไม่สามารถที่จะไปเพิ่มให้ใครในเขตไหนได้อีกแล้ว ก็จะต้องมีการพิจารณาศักยภาพการขายของตัวแทนและสภาพพื้นที่เขตการขาย ถ้าสภาพพื้นที่เขตการขายมีความเจริญหนาแน่นเพิ่มขึ้นแต่ตัวแทนจำหน่ายไม่มีศักยภาพในการขายเพิ่ม ก็จะมีการพิจารณาแบ่งแยกเขตการขายแทรกขึ้นในเขตการขายนั้นๆ ในหนึ่งปีก็จะมีพิจารณายอดขายและเขตการขายกันทุกๆ ไตรมาส

การกำหนดจำนวนลูกค้าในแต่ละเขตหรือพื้นที่การขาย อาชีพการขายหลักในการหาลูกค้าได้จำนวนมากขาย ส่งผลต่อยอดการขายที่เพิ่มขึ้น กำไรและรายได้จากการขายก็เพิ่มมากขึ้นตามทางศูนย์ฯ จึงได้มีการกระตุ้นผู้จำหน่ายอิสระโดยการหาสมาชิกใหม่อย่างน้อยวันละ 1 ราย ซึ่งถือเป็นนโยบายหลักเพื่อเพิ่มยอดขาย ยิ่งถ้าเป็นผู้จำหน่ายอิสระที่เข้ามาขายใหม่ๆ ทางศูนย์ฯ ก็จะมีรายการส่งเสริมให้กับผู้จำหน่ายอิสระใหม่ให้หาสมาชิก เพื่อให้มียอดขายและรายได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และถ้ามีลูกค้าเก่าบอกลากไปก็ต้องหาเพิ่มเพื่อทดแทนยอดขายที่หายไป ดังนั้นจึงไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนในการกำหนดจำนวนลูกค้า

### การวัดผลงาน (Measuring)

หลักเกณฑ์ในการวัดผลงานของผู้แทนจำหน่าย ในแต่ละเดือนทางบริษัท ดัชนีล้าพูน จำกัด จะเป็นผู้วัดผลการทำงานโดยมีตัวชี้วัดสำเร็จ (KPI: Key Performance Indicator) ในการวัดผลการ

ทำงานของแต่ละศูนย์ตัวแทนจำหน่าย ซึ่งจะเป็นการวัดจากภาพรวมในระดับประเทศ ระดับมหภาค และระดับ โชนซึ่งแต่ละเดือนก็จะมีการประชุมเพื่อนำมาสรุปและประเมินผลงานกันทุกเดือน

หลักเกณฑ์ในการวัดผลงานของผู้จำหน่ายอิสระ จะมีเป้าหมาย และผลตอบแทน คือ โบนัสเป็นรางวัลตอบแทน เพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระแต่ละราย ในการเพิ่มยอดขาย โดยทุก ไตรมาสจะมีการประเมินผลกัน 1 ครั้ง

### การพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระ (Developing people)

ทางศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ ได้มีการจัดฝึกอบรมให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระตามนโยบายของบริษัทฯ คือ ทางบริษัทฯ จะเปิดศูนย์ฝึกอบรมทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง ส่วนช่วงเวลาใดนั้นจะขึ้นอยู่กับจำนวนพนักงานที่จะเข้าฝึกอบรม ซึ่งบางเดือนมีการฝึกอบรมอาทิตย์แรกของเดือน บางเดือนมีการฝึกอบรมอาทิตย์ที่สองของเดือน

การฝึกอบรมผู้จำหน่ายอิสระขึ้นอยู่กับศักยภาพ ความสามารถ และอายุการทำงานเฉพาะของแต่ละบุคคล เมื่อทุกๆ ไตรมาสที่มีการประเมินผลการทำงานแล้วไม่สามารถทำยอดขายให้บรรลุตามเป้าหมายก็จะมีการส่งเข้าฝึกอบรมเพื่อเสริมความรู้ และทักษะการทำงานต่างๆแก่ตัวแทนนั้นๆ ซึ่งทางบริษัทดัชนีผลิตภัณฑ์ จำกัด จะมีศูนย์ฝึกอบรมอยู่ในแต่ละภาค และเปิดฝึกอบรมทุกเดือน

สถานที่ที่ใช้ในการฝึกอบรมผู้จำหน่ายอิสระ โดยใช้ศูนย์ฝึกอบรมของบริษัทดัชนีผลิตภัณฑ์ จำกัด ที่มีการฝึกอบรมบ่อยที่สุด คือ โรงแรมเชียงใหม่ภูคำ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

### การฝึกอบรมผู้จำหน่ายอิสระ

ความรู้ลึกในเรื่องของผลิตภัณฑ์ ก่อนที่จะเริ่มต้นการขายสินค้าชนิดใด การทำความเข้าใจเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จะขายอย่างลึกซึ้ง ชัดเจน เป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งเพราะนั่นจะทำให้ผู้ขายมีความเชื่อมั่นในคุณค่าและสารประโยชน์ของตัวสินค้า สามารถนำเสนอข้อดีของสินค้าแก่ลูกค้าได้อย่างมั่นใจ และน่าเชื่อถือ

“ดัชนีผลิตภัณฑ์ อร่อยดี มีประโยชน์” อร่อยดี คือ หอม อร่อยด้วยรสชาติของนมสดและน้ำผลไม้ มีประโยชน์ คือ อุดมด้วยโปรตีนและแคลเซียมจากนม วิตามินจากน้ำผลไม้ และจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ ช่วยให้ร่างกายดูดซึมไปใช้ประโยชน์ได้ทันที

การเป็นพนักงานขาย จงเชื่อมั่น และระลึกเสมอว่า งานขายเป็นงานยอดฮิตที่ต้องอาศัยความสามารถของเราเองในการทำรายได้อย่างงดงาม ซึ่งไม่ใช่คนทุกคนจะสามารถทำได้ คนที่มี

ความสามารถพิเศษ มีใจรัก มีความอดทนเท่านั้นจึงจะเป็นนักขายที่ดีและประสบความสำเร็จ ซึ่งผู้ที่จะเป็นนักขายที่ดีต้องมีเทคนิคการขายที่ดีด้วย โดยเรียนรู้จากประสบการณ์ของตัวเอง งานขายเป็นงานที่เปิดโอกาสให้สร้างความสำเร็จด้วยตนเอง มีอิสระ ทำให้มีโอกาสพบและได้รู้จักคนมากกว่า มีโอกาสได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่น

สะอาด บุคลิกดี มีเสน่ห์ ภาพลักษณ์ของผู้ขายจะสร้างความเข้าใจให้แก่ลูกค้าว่า “คนขายเป็นอย่างไร สินค้าย่อมเป็นอย่างนั้น” ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของผู้ขายเมื่อแรกเห็น บุคลิกภาพ คือสิ่งที่ผู้อื่นมองดูตัวเราและนำไปคิดต่อในใจว่า เขารู้สึกอย่างไร เช่น ชอบ ไม่ชอบ สกปรก สะอาด ซึ่งบุคลิกภาพแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. บุคลิกภาพภายนอก หมายถึง สิ่งที่สามารถสัมผัสและรับรู้ได้ทันทีที่มองเห็น อันได้แก่ รูปร่าง หน้าตา กิริยาท่าทาง การแต่งกาย เป็นต้น

2. บุคลิกภาพภายใน หมายถึง สิ่งที่อยู่ข้างใน จิตใจเรา เป็นสิ่งที่ไม่สามารถรับรู้ได้ทันทีที่พบ แต่เมื่ออยู่ไปนานๆ มีโอกาสได้ใกล้ชิดพูดคุยจากนั้นก็ทำให้รู้ได้ เช่น ทักษะคิด นิสัยใจคอ ค่านิยม เป็นต้น

สำหรับพนักงานขาย บุคลิกภาพภายนอก เป็นเหมือนประตูบานแรกที่จะเปิดเข้าไปสู่ใจของลูกค้า หากลูกค้าเห็นพนักงานขายแล้วเกิดความรู้สึกในด้านดี พอใจ ก็จะทำให้เกิดการยอมรับในตัวพนักงานขาย และมีโอกาสที่จะซื้อสินค้า

ส่วนบุคลิกภาพภายในจะมีผลในระยะยาวต่อผู้ขาย ทั้งนี้เพราะแม้บุคลิกภาพภายนอกจะดี สามารถสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเมื่อแรกเห็นจนยอมซื้อสินค้า แต่หากบุคลิกภาพภายในไม่ดี เช่น มีเล่ห์เหลี่ยม หลอกลวง นิสัยไม่ดี ลูกค้าก็จะไม่กลับมาซื้อสินค้าอีก

ผู้จำหน่ายอิสระ หรือหนุ่ม-สาวคหบดี ที่มีบุคลิกภาพที่ดี จะต้องปฏิบัติตัว ดังนี้

1. เสื้อผ้าต้องเป็นฟอร์มของบริษัทซักกรีดีให้สะอาดเรียบร้อยดูดีอยู่ตลอดเวลาปักชื่อด้านขวา ด้วยตัวหนังสือสีน้ำเงิน

2. รองเท้า ถุงเท้า ควรจะเป็นสีขาว สะอาดทั้งสีและกลิ่น

3. ซักทำความสะอาดหมวกคหบดีบ่อยๆ

4. ผู้ขายตัดผมให้เรียบร้อย ผู้หญิงผมยาวให้รวบ มัดให้เรียบร้อย

5. ทั้งชายและหญิงควรตัดเล็บให้สั้น

6. หนวดเคราต้องโกนให้สั้น สะอาดอยู่เสมอ อย่าปล่อยให้มียกเว้นตัว หรือมีกลิ่นปาก

7. ใส่เครื่องประดับที่เรียบร้อยแต่พอดี ไม่ให้ดูรุงรังมากเกินไป

8. อุปกรณ์การขาย กระเป๋าสะพาย กระเป๋าเงิน ควรจะดูแลให้อยู่ในสภาพดี สะอาดเสมอ

9. ทั้งหญิงและชายไม่จำเป็นต้องสวยหรือหล่อ แต่ให้ดูดี โดยเฉพาะผู้หญิงควรจะมีการแต่งหน้าเล็กน้อยพองาม

“ทุกส่วนในร่างกายของเราที่มองเห็นภายนอก ต้องดูดีอยู่เสมอและพึงระลึกเสมอว่า เราคือภาพลักษณ์ของ บริษัท ดัชมิลล์ จำกัด”

สุภาพ จริงใจ ในการให้บริการ พนักงานขายต้องเป็นผู้ที่มีหัวใจและความตั้งใจในการบริการ เพราะงานขายต้องทำควบคู่ไปกับการบริการ จึงจะประสบความสำเร็จ แม้งานบริการจะไม่มีตัวตน สัมผัสไม่ได้ แต่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ ทั้งนี้ ผู้ที่เป็นพนักงานขายที่ดี ต้องมีบุคลิกภาพดี สุภาพอ่อนน้อม คล่องแคล่ว จริงใจ มีมนุษยสัมพันธ์ดี

หัวใจของการให้บริการ

1. รักษาหรือเพิ่มพูนศักดิ์ศรี คือ ปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเคารพและช่วยให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีกับตัวเรา โดยอาจแสดงออกด้วยคำพูด หรือสีหน้าท่าทาง
2. รับฟัง และตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยความเห็นใจ เช่น รับฟังว่าลูกค้าพูดเรื่องอะไร แล้วแสดงว่าเห็นใจและเข้าใจในความรู้สึกของเขา
3. ให้คำแนะนำเมื่อลูกค้ามีปัญหาเกี่ยวกับสินค้า หรือไม่ทราบแนวทางการแก้ไขที่ชัดเจน
4. เราต้องช่วยแนะนำ เช่น จะให้ส่งผลิตภัณฑ์ประจำดีหรือไม่ หรือแนะนำว่าลูกค้าควรดื่มนมชนิดใด
5. ความใส่ใจในการบริการลูกค้า ด้วยวิธีที่น่าประทับใจ ได้แก่ ซื้อการ์ดเล็กๆ น้อยๆ อวยพรลูกค้าในเทศกาลสำคัญ การพบปะเยี่ยมเยียนสม่ำเสมอ (ไม่ใช่ไปเก็บเงินอย่างเดียว) ทักทาย ได้ถามสุขทุกข์ หรือยิ้มให้ด้วยไมตรีจิต

**ปัญหาในการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย**

ปัญหาด้านการวางแผน

การวางแผนในเรื่องผลิตภัณฑ์ คือ การจัดเก็บผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าปัญหาที่พบคือ ผลิตภัณฑ์บางชนิดขาดสต็อกโดยเฉพาะในช่วงฤดูร้อน ปัญหาในเรื่องของมาตรฐานของราคามีการปรับราคาเพิ่มสูงขึ้นจากเดิม แต่ไม่ปรับปริมาณผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ส่งผลทำให้ยอดจำหน่ายและจำนวนลูกค้าลดลงจากเดิม 20 %

### ปัญหาด้านการจัดระบบงาน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ขั้นตอนในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ ทางบริษัทฯ ใช้เวลาในการดำเนินงานมากทำให้เกิดความล่าช้าในการส่งมอบผลิตภัณฑ์แก่ผู้จำหน่ายอิสระและลูกค้า

### ปัญหาด้านการกระจายงานและประสานงาน

ปัญหาในส่วนของการประสานงานเชิงให้ทราบ ในช่วงที่มีการปรับราคาเพิ่มขึ้น ทางบริษัทฯ ได้มีการแจ้งให้ทางศูนย์ฯทราบในระยะเวลากะทันหัน จึงเป็นปัญหาต่อการแจ้งให้ลูกค้าทราบ ลูกค้าบางรายจึงลดจำนวนการซื้อ และบางรายยังคงซื้อ

### ปัญหาด้านการพัฒนาคน

ผู้จำหน่ายอิสระบางรายไม่สะดวกในการเดินทางเข้าไปฝึกอบรม เนื่องจากระยะทางที่ไกลทำให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

### ศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ อ.เวียงหนองล่อง

#### ข้อมูลทั่วไปของผู้แทนจำหน่าย

สถานที่ตั้งศูนย์จำหน่าย ศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ อำเภอเวียงหนองล่อง ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 116/3 บ้านหนองล่อง ต.หนองล่อง อ.เวียงหนองล่อง จ.ลำพูน เริ่มก่อตั้งศูนย์จำหน่าย เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2549 ดำเนินการเป็น ระยะเวลา 2 ปี ถือเป็นศูนย์ย่อยหรือสาขาของศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ ลำพูน (Sup Unit) โดยมีการตั้งชื่อและรับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจากศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ ลำพูน และคุณบุรินทร์รัตน์ กิรติदानนท์ เป็นเจ้าของศูนย์จำหน่ายทั้งสองแห่ง (ศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ ลำพูน และศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ อ.เวียงหนองล่อง) ทางศูนย์ฯมีคุณนิรันดร์ ณ วรรณไทย อายุ 52 ปี เป็นผู้ดูแลและบริหารศูนย์ย่อย ประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับการขายตรงของผู้ดูแลศูนย์ฯ คือ การเป็นผู้จำหน่ายอิสระหรือหนุ่มดัชนีผลิตภัณฑ์ แผนกนมสด ตั้งแต่ปี 2542 จนถึง ปี 2548 เป็นระยะเวลา 7 ปี โดยทางศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ อ.เวียงหนองล่อง มียอดจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน เดือนละ 80,000 – 200,000 บาท

#### กระบวนการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย

##### การวางแผน (Planning)

การวางแผนเกี่ยวกับผู้จำหน่ายอิสระ (พนักงานขาย)

การสรรหา และคัดเลือกผู้จำหน่ายอิสระโดยวิธีประกาศรับสมัครทั้งทางวิทยุ และใบประกาศทั่วไป การฝากผู้จำหน่ายอิสระรายเดิมในแต่ละเขตช่วยสรรหา และทำการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล โดยมีการสอบถามหรือสืบประวัติจากบุคคลใกล้เคียง หากมีคุณสมบัติที่ตรงตามต้องการทางศูนย์ฯ จะมีการทดลองงานเป็นเวลา 3 เดือน โดยไม่มีเบี้ยเลี้ยง

คุณสมบัติของผู้จำหน่ายอิสระ ได้แก่ มีอายุ 23 ปีขึ้นไป มีรถมอเตอร์ไซด์ หรือยานพาหนะเป็นของตนเอง มีความสมัครใจ และมีใจรักในด้านการขาย ทางศูนย์ฯ จะมีการจัดอบรม และให้คำแนะนำถึงเทคนิควิธีการขายให้ ชื่อสัตย์ ขยัน อดทน ไร่แรงแจ่มใส มองโลกในแง่ดี การยอมรับปัญหาในข้อผิดพลาด และต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า แสวงหาโอกาสในการขายเพิ่มขึ้นอยู่เสมอ มีเทคนิคในการพูดให้ลูกค้ายอมรับได้ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า และเพื่อนร่วมงาน ต้องเคารพในกฎ กติกาในการขาย และมีความอดทนในการทำงาน หากเป็นเพศชายควรพ้นจากการเกณฑ์ทหาร

หลักในการให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ

โดยให้ความรู้ด้านบุคลิกภาพเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ ผู้จำหน่ายอิสระจะต้อง กล้า และมั่นใจ คือ กล้าเข้าพบลูกค้ารายใหม่ๆ มั่นใจว่าตัวเองจะทำได้สำเร็จ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ทำให้คนที่เราพูดคุยด้วยเกิดความรู้สึกพอใจและประทับใจ มีความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ เพื่อเป็นเครื่องมือและสื่อในการขาย นัดหมายเพื่ออบรมให้ความรู้เพิ่มเติมด้านข้อมูลของทางบริษัท ดัชมิลล์ จำกัด พร้อมทั้งขั้นตอนพื้นฐาน ของการผลิตผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์แต่ละชนิด ให้ความรู้ในเรื่องของชนิดผลิตภัณฑ์ ให้ความรู้เรื่องคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ให้ความรู้เรื่องวิธีการนำเสนอขายต่อลูกค้า เพิ่มทักษะในการขาย แนะนำวิธีการหาลูกค้าให้สะดวก ย้ำ ให้การดูแลลูกค้าด้วยจิตเมตตา สม่ำเสมอ เพิ่มจำนวนรายใหม่ เน้นเป็นลูกค้าประจำ

การกำหนดค่าตอบแทนแก่ผู้จำหน่ายอิสระ

- ค่าตอบแทน ไม่ต่ำกว่าเดือนละ 5,000 บาท โดยมีการตั้งเป้าการขายให้แต่ละคน ซึ่งจะไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละคน หากผ่านเป้าครบ 3 เดือนติดต่อกัน จะมีการเพิ่มโบนัสพิเศษให้อีก

- สวัสดิการต่างๆ เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้จากทางบริษัท ดัชมิลล์ จำกัด ซึ่งมีรูปแบบเดียวกันกับทางศูนย์ดัชมิลล์ ถ้าพูน คือ ด้านประกันสังคมทางบริษัทฯ ช่วยออกค่าใช้จ่ายครึ่งหนึ่งกับผู้จำหน่ายอิสระแต่ละราย ด้านฌาปนกิจสงเคราะห์ ตามความสมัครใจ รายละ 30 บาท ซึ่งในส่วนนี้ผู้จำหน่ายอิสระรายอื่นๆจะต้องจ่ายเอง



### การวางแผนเกี่ยวกับลูกค้า

ทางศูนย์ดัชนีมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง มีการวางแผนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยการเน้นที่ผู้จำหน่ายอิสระ โดยการสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้าให้มากขึ้น เมื่อลูกค้ามีปัญหาในตัวผลิตภัณฑ์ ควรมีการรีบแก้ไข การจัดส่งผลิตภัณฑ์ควรตรงต่อเวลาเมื่อมีการนัดหมาย ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งหรือนำไปจำหน่ายควรใหม่สดเสมอ จนถึงมือลูกค้า

หลักเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มลูกค้า ทางศูนย์ดัชนีมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง มีการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าประจำ และกลุ่มลูกค้าขาจรหรือลูกค้าชั่วคราว ลูกค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มเด็ก และวัยรุ่น ตามสถานที่ต่างๆ ดังนี้

กลุ่มเป้าหมายนมสดดัชนีมิลล์พาสเจอร์ไรส์ ได้แก่ เด็กในวัยเจริญเติบโต ผู้ปกครอง หรือคนในครอบครัว โรงเรียน นักกีฬา หรือผู้ที่ออกกำลังกาย และผู้ที่ทำงาน

กลุ่มเป้าหมายนมเปรี้ยวดัชนีมิลล์พาสเจอร์ไรส์ ได้แก่ ผู้ปกครองซื้อนมให้ลูกดื่ม เด็กอายุ 5 – 12 ปี ทุกคนที่รักและห่วงใยสุขภาพ และทุกคนที่ต้องการความอร่อยและมีประโยชน์

กลุ่มเป้าหมายโยเกิร์ตดัชนีมิลล์ ได้แก่ เด็ก คนทำงาน สมาชิก นักศึกษา ผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก หรือลดน้ำหนัก

กลุ่มเป้าหมายโยเกิร์ตดัชนีมิลล์นิยต์นัส ได้แก่ โรงเรียน เด็ก ผู้ใหญ่ที่ทดลองทาน สมาชิก

### การวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

การกำหนดราคาสินค้า ใช้เกณฑ์ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ตามเกณฑ์ของทางบริษัทฯ ซึ่งทางศูนย์ดัชนีมิลล์ ลำพูน จะเป็นผู้ดูแลและจัดการในเรื่องนี้ โดยทุกศูนย์จำหน่ายจะมีการกำหนดราคาเท่ากัน อาจมีการยกเว้นในบางศูนย์ที่อาจเพิ่มในส่วนของการจัดการต่างๆ

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของศูนย์อ.เวียงหนองล่อง ผ่านช่องทางตรงมากที่สุด คือ การจำหน่ายโดยผ่านผู้จำหน่ายอิสระ หรือหนุ่มสาวดัชนีมิลล์ประจำเขตหรือพื้นที่แต่ละเขตมากที่สุด โดยมีการกระจายสินค้าของทางศูนย์ฯ ในการนำสินค้าไปสู่ผู้จำหน่ายอิสระ(หนุ่ม สาวดัชนีมิลล์) และผู้บริโภค

วิธีการจัดการด้านช่องทางจำหน่าย เพื่อเพิ่มกำไร ทางศูนย์ดัชนีมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง มีการเพิ่มโอกาสในการขายได้มากขึ้นในช่วงเทศกาลต่างๆ โดยรวบรวมผู้จำหน่ายอิสระทุกเขตพื้นที่ใน

ความรับผิดชอบเพื่อทำการเดินตลาด หัวผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ขายเพื่อช่วยกันในการเพิ่มยอดขาย และจะมีการสลับเขตเพื่อช่วยกันขาย ตามแต่ผู้จำหน่ายอิสระได้กำหนดไว้ว่าควรเป็นวันใด

### การจัดระบบงาน (Organizing)

การจัดระบบการทำงานภายในศูนย์จำหน่าย โดยทุกวันจันทร์ พุธ ศุกร์ เปิดให้ผู้จำหน่ายอิสระเบิกผลิตภัณฑ์ได้เฉพาะช่วงเช้า โดยช่วงบ่ายจะมีการรับสินค้าจากผู้จัดส่งผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทฯ เพื่อนำเข้าห้องเย็น พร้อมจัดระบบการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ภายในห้องเย็น และมีการเช็คสต็อก และบัญชีทุกวัน เพื่อทำการโอนเงินส่งแก่บริษัทฯ และทุกวันอังคาร พฤหัสบดี เปิดให้ผู้จำหน่ายอิสระเบิกสินค้าตั้งแต่เวลา 8.30น. – 16.30 น. หลังเวลา 16.30น.

การติดตาม และควบคุมการปฏิบัติงานของผู้จำหน่ายอิสระ ผู้แทนจำหน่ายได้พิจารณาจากการเพิ่มปริมาณลูกค้าของผู้จำหน่ายอิสระแต่ละเขตพื้นที่มีความสามารถในการหาลูกค้ารายใหม่ได้เพิ่มขึ้นจากเดิม

### การกระจายงานและประสานงาน (Integrating)

การประสานงานระหว่างผู้จำหน่ายอิสระ ใช้วิธีการติดประกาศที่ศูนย์ฯ เพื่อแจ้งให้ผู้จำหน่ายอิสระทราบถึงการประชาสัมพันธ์ หรือประกาศต่างๆ จากทางบริษัท ดัชมิลล์ จำกัด และการติดต่อหรือแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆทางโทรศัพท์ และมีการประมาณการยอดขาย โดยประมาณการยอดขายไว้ทุกไตรมาสตามสภาพเศรษฐกิจและช่วงฤดูกาล โดยกำหนดเป้าหมายรวมของศูนย์ฯก่อน แล้วแบ่งให้ผู้จำหน่ายอิสระในแต่ละเขตรับผิดชอบกันไป หากเป้าหมายของศูนย์ฯที่ประมาณการยอดขายไว้เหลืออยู่ ทางศูนย์ฯ จะรับผิดชอบบริหารจัดการเอง

ทางศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง มีวิธีการกำหนดเขตหรือพื้นที่การขาย ตามสภาพเศรษฐกิจและสังคมในท้องที่แต่ละอำเภอ โดยออกสำรวจร่วมกับฝ่ายตรวจสอบของบริษัทฯ บางอำเภอมี 1 เขต บางอำเภอมี 2 เขต การกำหนดปริมาณยอดขายที่ต้องการสำหรับ แต่ละเขตหรือพื้นที่การขาย มีการกำหนดปริมาณยอดขายของแต่ละเขตไว้ คือ นมเปรี้ยวขนาด 120 ซีซี ส่วนในความรับผิดชอบของศูนย์ฯ ได้แบ่งเป็น 6 เขต ดังนี้

- เขต 1 อำเภอบ้านโฮ้ง 1,500 ขวด/วัน
- เขต 2 อำเภอบ้านโฮ้ง 2,200 ขวด/วัน

- เขต 3 อำเภอถ้ำ 400 ขวด/วัน
- เขต 4 อำเภอทุ่งหัวช้าง 180 ขวด/วัน
- เขต 5 อำเภอเวียงหนองล่อง 180 ขวด/วัน
- เขต 6 อำเภอป่าซาง 300 ขวด/วัน

ในส่วนของการกำหนดจำนวนลูกค้าแต่ละเขตหรือพื้นที่การขาย ทางศูนย์ไม่ได้กำหนดจำนวนลูกค้าในแต่ละเขตไว้ เพียงแต่ให้ผู้จำหน่ายอิสระลงพื้นที่ของตนเองให้มากที่สุด จึงมีการทดลองตั้งเขตหรือพื้นที่การขายใหม่ ทางศูนย์ฯ มีการทดลองตั้งเขตการขายใหม่ โดยแยกประเภทนมสดพาสเจอร์ไรส์ออกมาให้ผู้จำหน่ายอิสระอีก 2 ราย รับผิดชอบ คือ

- เขต อำเภอบ้านโฮ่ง อำเภอถ้ำ อำเภอทุ่งหัวช้าง เท่ากับ 300 ขวด/วัน
- เขต อำเภอป่าซาง อำเภอเวียงหนองล่อง เท่ากับ 200 ขวด/วัน

#### การวัดผลงาน (Measuring)

หลักเกณฑ์ในการวัดผลงานของผู้แทนจำหน่าย ได้แก่ การวัดผลจากยอดขายของแต่ละเดือน การวัดความถูกต้อง ชัดเจนในการทำงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ คิดใจ ตามถึง

เกณฑ์ในการวัดผลงานของผู้จำหน่ายอิสระ โดยดูได้จากยอดขายในแต่ละเดือน จากการหาสมาชิกรายใหม่ได้เพิ่มขึ้น และจากการแก้ปัญหาต่างๆของผู้จำหน่ายอิสระ

#### การพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระ (Developing people)

การฝึกอบรมผู้จำหน่ายอิสระ ทางศูนย์ฯ ได้ทำการฝึกอบรมทุกไตรมาส ในรอบ 1 ปี โดยนัดพบกับผู้จำหน่ายอิสระจากศูนย์จำหน่ายรายอื่นๆรวมกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน 1 ครั้ง สถานที่ที่ใช้ในการฝึกอบรมผู้จำหน่ายอิสระ โดยใช้ศูนย์ฯ ดัชมิลล์ ลำพูนบ่อยที่สุด และมีการจัดอบรมในช่วงฤดูหนาวมากที่สุด เพราะเป็นช่วงที่ยอดขายของศูนย์ฯ และผู้จำหน่ายอิสระลดลงอย่างมาก

หัวใจของการให้บริการ ทางศูนย์ฯ ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง ให้ข้อมูลเพิ่มเติมแก่ผู้จำหน่ายอิสระ ได้แก่ การจัดส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทฯ ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า บริการที่ไม่เกี่ยวกับการขาย เช่น ช่วยเหลือตามโอกาสอันควรเพื่อสร้างความประทับใจ ให้สิ่งที่ดีที่สุดกับลูกค้า เช่น สินค้าที่ใหม่เมื่อเกิดชำรุดเสียหายก็เปลี่ยนคืนด้วยความยินดี การทอนเงิน ควรให้เหรียญหรือแบงค์ในสภาพ

ดีแก่ลูกค้า จัดเรียงสินค้าให้ดูดีก่อนส่งถึงลูกค้า เช่น การจัดสินค้าในถุง สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าอยู่เสมอ เช็ดล้างทำความสะอาดตู้แช่ และเรียงสินค้าให้ดูดี ทั้งสินค้าของเราและคู่แข่ง

เทคนิคที่ต้องจำ และทำให้ได้

1. ลงมือทำก่อนเสมอ โดยการวางแผนและเตรียมการล่วงหน้า
2. รู้จักบริหารเวลา และเส้นทางการขาย
3. สถิติมีไว้เพื่อทำลาย คู่ผู้ที่ทำสำเร็จเป็นตัวอย่าง แล้วสร้างตัวเองให้สำเร็จ หรือดีกว่า
4. ปกป้องลูกค้าเก่า และขายให้ชนะคู่แข่ง โดยใช้วิธีการเน้นการบริการทั้งก่อนการขายระหว่างการขายและหลังการขาย พยายามช่วงชิงลูกค้ามาให้ได้ สร้างข้อได้เปรียบให้สินค้าจนลูกค้ายอมรับ
5. วิถีทางการตลาดที่จะสร้างลูกค้า จับตามคู่แข่งกำลังทำอะไร และเราทำอะไร จุดดีของเราคืออะไร จุดด้อยของคู่แข่งคืออะไร พบแล้วก็ทำให้ดียิ่งขึ้น เสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
6. สร้างจุดขายและจุดสนใจ และมองตลาดของเราว่ากว้างแคไหน คู่แข่งมากหรือไม่ ความสามารถของคู่แข่งเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับเรา สร้างขวัญกำลังใจให้ตัวเอง เพื่อให้มีความพยายามที่จะขายอย่างมีระบบและต่อเนื่องและเป็นการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า

### ปัญหาในการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย

ปัญหาด้านการวางแผน

ในกรณีที่ทางศูนย์ฯ ได้มีการกำหนดแผนการขายของผู้จำหน่ายอิสระ โดยการกำหนดเป้าหมายการขายของแต่ละรายในแต่ละเดือนอาจไม่เป็นไปตามแผนที่ได้กำหนดไว้ เนื่องจากความไม่แน่นอนของสภาพอากาศ เช่น ฝนตกทำให้ปริมาณการจำหน่ายลดลง จำนวนครั้งในการจำหน่ายต่อวันลดลง เป็นต้น

ปัญหาด้านการกระจายงานและประสานงาน

ทางศูนย์ฯ มักจะได้รับข้อมูลข่าวสารจากทางบริษัทฯ ล่าช้า อาจเนื่องมาจากมีการจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้เป็นสถานที่สุดท้ายในแต่ละครั้งของเขตจังหวัดลำพูน ส่งผลทำให้การประชาสัมพันธ์หรือประกาศข่าวสารใหม่ๆ ให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระและลูกค้าล่าช้า

ปัญหาในเรื่องของ ความล่าช้าในการตรวจนับผลิตภัณฑ์ จากการดำเนินการดูและเพียงคนเดียวภายในศูนย์ฯ

การติดต่อกับผู้จำหน่ายอิสระ ปัญหาที่พบ คือ บางเขตการขายในกรณีที่ผู้จำหน่ายอิสระ ออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ที่ไม่สามารถทำการติดต่อได้ เนื่องจากในพื้นที่นั้นเป็นจุดที่ไม่มี สัญญาณโทรศัพท์

#### ปัญหาด้านการวัดผลงาน

เนื่องจากทางบริษัทฯ ไม่มีการเข้ามาตรวจสอบในพื้นที่จริง และไม่เคยมลงพื้นที่เข้าถึงลูกค้า อย่างจริงจังดังเช่นผู้จำหน่ายอิสระ จึงทำให้เกิดความแตกต่างด้านความคิดเห็นในความรู้เชิงลึกเรื่อง ของผลิตภัณฑ์ และอาจไม่ได้คำนึงถึงความเป็นจริงในช่วงเวลาที่มีการจำหน่ายว่าในบางครั้งผู้ จำหน่ายอิสระไม่สามารถให้ความรู้แก่ลูกค้าได้อย่างที่บริษัทฯ ได้ตั้งความคาดหวังไว้

#### ปัญหาด้านการพัฒนาคน

การจัดอบรมให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์แก่ผู้จำหน่ายอิสระบางรายไม่ให้ความสนใจในการ เข้ารับการฝึกอบรม โดยอ้างเหตุผลที่ว่ามีความจำเป็นต้องออกพื้นที่ เพื่อทำการจัดส่งผลิตภัณฑ์แก่ ลูกค้า หรือร้านค้าที่ได้มีการนัดหมายไว้

ปัญหาด้านบุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของผู้จำหน่ายอิสระที่พบ คือ ปัญหาด้านการ พูดยา และยังมีใจร้อน เนื่องจากผู้จำหน่ายอิสระบางรายยังขาดการควบคุมอารมณ์ในกรณีที่ พบปัญหา บางรายไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ต้องพึ่งพาและยกให้เป็นหน้าที่ของทาง ศูนย์ฯ ชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง ในการรับผิดชอบ และหากทางศูนย์ฯ ไม่สามารถดำเนินการแก้ไข ปัญหาได้จะต้องนำเข้าไปประชุมกับทางศูนย์ฯ ชมิลล์ ลำพูน

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวพัทธนันท์ ฌ วรรณไทย
วัน เดือน ปี เกิด	9 กรกฎาคม 2525
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะเกษตรศาสตร์ สาขาส่งเสริมและเผยแพร่การเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2547
ประวัติการทำงาน	ปี 2551 เลขานุการ มูลนิธิรักษดิน รักรักษา (Earth Safe Foundation)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved