



รายงานการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ
นักศึกษาโปรแกรมวิชาการจัดการ

โดย

นางสาวสุภาพร โมมขุนทด

รหัสนักศึกษา 5940502529

เสนอต่อ

อาจารย์รดาฉณี พัฒนชนกนาถ

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

โปรแกรมวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขั้นตอนการดำเนินงาน	2-6
ผลการดำเนินงาน	7
สรุปผลการดำเนินงาน	8
เอกสารอ้างอิง	9
ภาคผนวก	10-11

กิตติกรรมประกาศ

การที่ข้าพเจ้าได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท ซีฟิวส์ จำกัด (มหาชน) 7-Eleven สาขาหมู่บ้านแกรนด์ทาวน์ 11952 (บึง-หนองปรือ) เลขที่ 262/74 หมู่ 3 ตำบลบึง อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี ตั้งแต่วันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 จนถึงวันที่ 29 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ส่งผลให้ข้าพเจ้าได้รับความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์มากมาย รายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีเพราะได้รับความร่วมมือและแรงสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

- 1.คุณวิเชียร งามประจบ
- 2.คุณคณิศร วิवासุข
- 3.คุณมยุรา อุตันทียะ

รวมถึงบุคลากรท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่าน ที่ให้ความรู้และคำแนะนำ และให้ความช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน ข้าพเจ้าใคร่ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนร่วม และส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ให้ข้อมูลให้คำปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลเอาใจใส่ และสอนให้ข้าพเจ้าเข้าถึงชีวิตการทำงานที่แท้จริง ข้าพเจ้าขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ

นางสาวสุภาพร โมมขุนทด

บทคัดย่อ

การทำโครงการครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือการเพิ่มยอดขายกาแฟพรีเมียม เนื่องจากคณะผู้จัดทำได้เข้าไปเป็นนักศึกษาฝึกงานสหกิจที่ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven สาขาหมู่บ้านแกรนด์ทาวน์ (บึง-หนองปรือ) และได้พบปัญหาของทางร้านคือยอดขายกาแฟพรีเมียมไม่เป็นไปตามเป้าหมายของทางร้าน เนื่องจากกาแฟพรีเมียมเป็นเมนูใหม่ ซึ่งมีจำหน่ายแค่บางร้านสาขาเท่านั้น จึงยังไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้า

ดังนั้นผู้จัดทำจึงสนใจที่จะศึกษาและกำหนดแนวทางการปรับปรุงแก้ไขปัญหาเพื่อเพิ่มยอดขายกาแฟพรีเมียม โดยการจัดทำสื่อติดบริเวณร้านทำให้เป็นจุดสนใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านไมค์โครโฟนทุกช่วงเวลาที่ยายดี ประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าที่อยู่บริเวณร้านและพื้นที่ใกล้เคียงได้ทราบเพื่อสร้างฐานลูกค้าใหม่ ซึ่งการทำโครงการในครั้งนี้มีส่วนช่วยให้ลูกค้ารู้จักกาแฟพรีเมียมมากขึ้นและยอดขายของกาแฟพรีเมียมเพิ่มขึ้นจริง

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท ซีฟู้ดอลล์ จำกัด (มหาชน) หนึ่งในกลุ่มธุรกิจของเครือเจริญโภคภัณฑ์ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 111/19-20 ถนนพญาเกล้า ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20230 เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven โดยได้รับสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Right) จาก 7-Eleven, Inc. ให้ประกอบธุรกิจภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” ในประเทศไทย ภายใต้สัญญา Area License Agreement ตั้งแต่วันที่ 7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2531

ผู้จัดทำได้เข้าไปเป็นนักศึกษาฝึกงานสหกิจเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 จนถึงวันที่ 29 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ณ ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven สาขาหมู่บ้านแกรนด์ทาวน์ (บึง-หนองปรือ) และได้รับมอบหมายให้ทำโครงการเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนา ส่งเสริมภาพลักษณ์ และส่งเสริมการขาย นั่นก็คือโครงการเพิ่มยอดขายกาแฟพรีเมียม เนื่องจากกาแฟ

พรีเมียมเป็นเมนูใหม่ของ All café ซึ่งมีจำหน่ายแค่บางร้านสาขาเท่านั้นหนึ่งในนั้นก็คือร้านสาขาหมู่บ้านแกรนด์ทาวน์ 11952 (บึง-หนองปรือ) ที่มีจำหน่ายแค่สาขาเดียวในพื้นที่เขต แต่เนื่องจากกาแฟพรีเมียมเป็นเมนูใหม่ลูกค้ายังไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกาแฟและไม่ทราบว่าทางร้านมีกาแฟพรีเมียมจำหน่ายซึ่งเกิดจากการติดสื่อที่ยังไม่ชัดเจน ยังไม่เป็นที่สนใจให้กับลูกค้าไม่มีการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน จึงเป็นผลให้ยอดขายของกาแฟพรีเมียมไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ทางร้านตั้งไว้

ดังนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายกาแฟพรีเมียมให้กับทางร้าน ผู้จัดทำจึงศึกษาเกี่ยวกับวิชาการตลาดโดยใช้หลักกลยุทธ์ 4P จัดทำโครงการนี้ขึ้นมา โดยเริ่มจาก Product การนำสื่อที่มีตัวสินค้าที่ชัดเจนมาติดในบริเวณร้านในมุมที่ลูกค้าสามารถมองเห็นและอ่านเข้าใจได้ง่าย Price บอกราคาสินค้าที่ชัดเจน Place มีบริการจัดส่ง Delivery เพื่อความสะดวกให้กับลูกค้ากลุ่มโรงงาน Promotion มีการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในร้านและลูกค้าที่อยู่บริเวณนอกร้านเพื่อเพิ่มการรับรู้ให้กับลูกค้าใหม่และเพิ่มยอดขายกาแฟพรีเมียมให้ เป็นไปตามเป้าหมาย

2.วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนวิธีการเพิ่มยอดขายของกาแฟพรีเมียมของ 7-Eleven สาขาหมู่บ้านแกรนด์ทาวน์ (บึง-หนองปรือ) ให้เป็นไปตามเป้าหมาย 20แก้ว/วัน
2. เพื่อศึกษาขั้นตอนการนำเสนอกาแฟพรีเมียมให้กับลูกค้าได้รู้จัก

3.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ยอดขายกาแฟพรีเมียมเพิ่มขึ้นจากเดิม 10แก้ว/วัน เพิ่มเป็น 20แก้ว/วัน
2. มีลูกค้าใหม่ที่มาซื้อกาแฟพรีเมียมเพิ่มขึ้น
3. กาแฟพรีเมียมเป็นที่รู้จักแก่ลูกค้ามากขึ้น

4.ขั้นตอนการดำเนินงาน

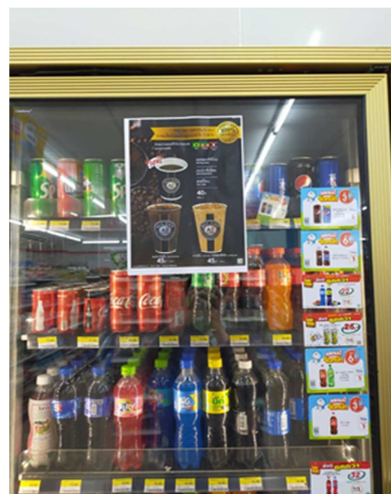
- 4.1) ปรึกษานักตลาดกรในร้านเพื่อมองถึงปัญหาว่าเพราะอะไรทำไมยอดขายกาแฟถึงไม่ได้ตามเป้าหมายแล้วจะแก้ปัญหอย่างไร



4.2) เมื่อได้วิธีแก้แล้ว ก็เริ่มเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มลูกค้าว่าในแต่ละวันมีลูกค้าดื่มกาแฟกี่คน ในแต่ละวันมีมากน้อยขนาดไหน



4.3) เริ่มแก้ปัญหาโดยการจัดทำสื่อ และติดสื่อบริเวณร้านให้ชัดเจน ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ง่ายขึ้น เป็นจุดสนใจให้กับลูกค้ามากขึ้น



4.4) มีการประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการผ่านไมโครโฟน บอกถึงราคา และรสชาติของกาแฟพรีเมียม เพื่อสร้างจุดสนใจให้กับลูกค้า



4.5) เดินประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าที่กำลังเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน และลูกค้าที่อยู่บริเวณร้าน



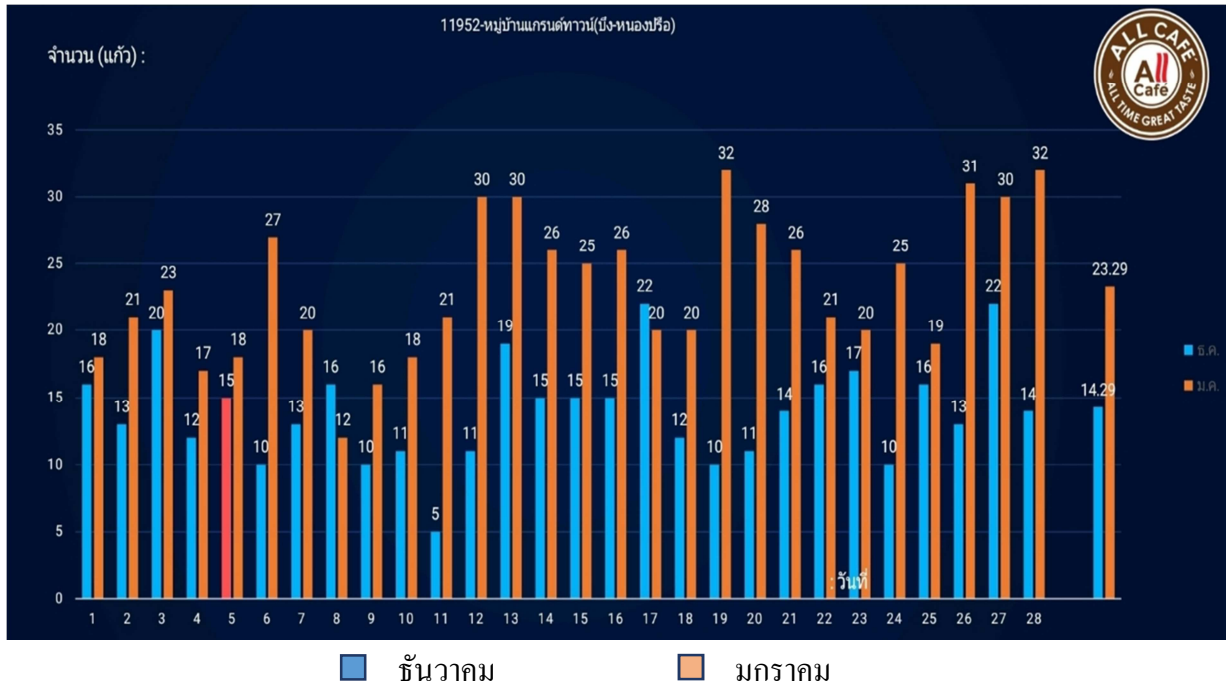
4.6) บริการส่ง Delivery ให้กับลูกค้าที่สั่งซื้อออเดอร์ผ่านทางออนไลน์ เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า



ผลการดำเนินงาน

1. ยอดขายกาแฟพรีเมียมเพิ่มขึ้น

● กราฟยอดขายกาแฟพรีเมียมเดือนธันวาคม 2562-เดือนมกราคม 2563



จากรูปภาพจะเห็นได้ว่า ก่อนทำโครงการยอดขายกาแฟพรีเมียมของเดือนธันวาคมจะขายได้น้อย สังกัดได้จากกราฟสีฟ้า

หลังจากทำโครงการจะเห็นความแตกต่างได้ว่ายอดขายกาแฟพรีเมียมของเดือนมกราคมเพิ่มขึ้นจากเดิมมาก สังกัดได้จากกราฟสีส้ม เฉลี่ยได้ 23.29 แก้ว/วัน

2. ได้ฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นเป็น 3คน/วัน

<u>รหัสสาขา</u>	<u>ชื่อสาขา</u>	<u>จำนวนลูกค้าใหม่ เพิ่มขึ้น/วัน</u>	<u>จำนวนส่ง Deliveryเฉลี่ย/วัน</u>	<u>หมายเหตุ</u>
<u>11952</u>	<u>หมู่บ้านแกรนด์ทาวน์</u>	<u>3คน</u>	<u>5แก้ว</u>	<u>ยอดเฉลี่ย ตั้งแต่วันที่ 1-28ม.ค.63</u>

สรุปผลการดำเนินงานและสิ่งที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน

จากการศึกษาพบว่ากาแฟพรีเมียมสาขาหมู่บ้านแกรนด์ทาวน์11952(บึง-หนองปรือ) ยอดขายน้อยไม่ตรงตามเป้าหมายของทางร้านซึ่งเกิดขึ้นจากสื่อกาแฟพรีเมียมที่ลูกค้าไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนและกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพนักงาน โรงงานทำให้ลูกค้าเร่งรีบไม่สนใจสื่อที่ตั้งไว้ อีกทั้งกาแฟพรีเมียมเป็นเมนูใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าจึงทำให้ขายได้น้อยกว่ากาแฟ All café ทั่วไป

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้คิดหาแนวทางในการเพิ่มยอดขายกาแฟพรีเมียมโดยการจัดทำสื่อเพิ่มขึ้นและชัดเจน ประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการผ่านไมค์โครโฟนให้ลูกค้าได้รับรู้อย่างชัดเจน และได้นำกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้หลัก4Pมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งจากการแก้ปัญหาครั้งนี้ส่งผลให้ลูกค้าสนใจและมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นทำให้ยอดขายกาแฟพรีเมียมของทางร้านเพิ่มขึ้น และตรงตามเป้าหมายที่ทางร้านตั้งไว้

เอกสารอ้างอิง

- วิชาการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการ
- วิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์
- วิชาการเป็นผู้ประกอบการ
- วิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ
- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- สถานประกอบการ 7-11สาขาหมู่บ้านแกรนด์ทาวน์

ภาคผนวก







