

คู่มือปฏิบัติงานด้านฝ่ายการตลาดและการขาย ประจำปีงบประมาณ 2563



คำนำ

คู่มือการปฏิบัติงานฝ่ายการตลาดและการขาย เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านการตลาดและการขายเป็นไปตามหลักการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล โดยมีวัตถุประสงค์ให้เจ้าหน้าที่พนักงาน อ.ส.ค. ได้ดำเนินงานตามแผนปฏิบัติงานขั้นตอนการปฏิบัติงานให้สอดคล้องและบรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

ฝ่ายการตลาดและการขาย ได้จัดทำคู่มือปฏิบัติงานด้านการตลาดและการขาย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑ โดยการปรับปรุงจากคู่มือปฏิบัติงานด้านการตลาดและการขายปี ๒๕๖๐ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานด้านการตลาดและการขายต่อไป หากมีปัญหาในการปฏิบัติหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับการใช้คู่มือฉบับนี้ หรือต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติม ขอได้โปรดติดต่อสอบถามเจ้าหน้าที่สำนักงานองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ฝ่ายการตลาดและการขายหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำคู่มือปฏิบัติงานได้โดยตรงตามหมายเลขที่แจ้งให้ทราบ ซึ่งพร้อมจะให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

คณะผู้จัดทำ ฝ่ายการตลาดและการขาย

โทรศัพท์ ๐-๒๒๗๙-๘๖๒๒-๓,๐-๓๖๓๔-๑๕๕๙

โทรสาร ๐-๒๒๗๙-๘๖๒๔,๐-๓๖๓๔-๑๕๕๙

E-Mail : marketing.bkk@dpo.go.th

marketing.ml@dpo.go.th

sales@dpo.go.th

(แผนกบริหารการตลาด จัดทำ)

สารบัญ	
ขั้นตอน	หน้า
๑. การจัดทำรายงานผลการดำเนินงานด้านงานข้อมูลและสารสนเทศด้านข้อมูลการตลาด	๘
รูปภาพ ๑.๑ ขั้นตอนการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานด้านข้อมูลการตลาด	๙
รูปภาพ ๑.๒ ขั้นตอนการรายงานผลผลิตภัณฑ์นม ยู.เอช.ที.คิงเหล็ล	๑๑
ตาราง ๑.๑ หน่วยงานติดต่อประสานข้อมูลผลการผลิตและน้ำนมดิบภายในหน่วยงาน อ.ส.ค.	๑๓
๒. ขั้นตอนการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานด้านการวางแผนการผลิต ๕ สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค	๑๔
รูปภาพ ๒.๑ ขั้นตอนการจัดทำรายงานดำเนินงานด้านการวางแผนการผลิต ๕ สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค	๑๕
รูปภาพ ๒.๒ ขั้นตอนการจัดทำระเบียบวาระคณะกรรมการวางแผนการตลาดและผลิตภัณฑ์นม	๑๖
ตาราง ๒.๑ รายชื่อหน่วยงานและผู้ติดต่อประสานงานข้อมูลแผนการผลิต สำนักงาน อ.ส.ค.ภาค	๑๘
๓. งานประเมินและวิเคราะห์การดำเนินงานด้านการตลาด	๑๘
รูปภาพ ๓.๑ ขั้นตอนงานประเมินวิเคราะห์การดำเนินงานด้านการตลาด	๑๙
๔. งานวิจัยและศึกษาแนวโน้มการพัฒนาการตลาด	๒๐
รูปภาพ ๔.๑ ขั้นตอนงานวิจัยและศึกษาแนวโน้มการพัฒนาการตลาด	๒๑
๕. งานสารบรรณและเลขานุการ	๒๓
รูปภาพ ๕.๑ ขั้นตอนการรับ-ส่งหนังสือ (ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์)	๒๔
รูปภาพ ๕.๓ ขั้นตอนการเบิกพัสดุ	๒๗
รูปภาพ ๕.๔ ขั้นตอนการจัดทำงบประมาณ (งบทำการ/งบลงทุน)	๒๘
รูปภาพ ๕.๕ ขั้นตอนการตรวจจ่าย	๓๐
๖. รายละเอียดในการจัดทำแผนปฏิบัติงาน แผนส่งเสริมการตลาด	๓๑
รูปภาพ ๖.๑ ขั้นตอนการสนับสนุนงบประมาณสัมพันธการตลาดด้านกีฬา	๓๒
รูปภาพ ๖.๒ ขั้นตอนการดำเนินโครงการส่งเสริมการตลาดประจำปีงบประมาณ	๓๔
รูปภาพ ๖.๓ ขั้นตอนการยื่นขอเลขสารบบอาหาร กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)	๓๖
ขั้นตอนการยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา	๓๗
กระทรวงพาณิชย์	
รูปภาพ ๖.๔ ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development)	๓๘
รูปภาพ ๖.๕ ขั้นตอนการตรวจแบบฉลากบรรจุภัณฑ์และฉลากนอกบรรจุภัณฑ์นมพาณิชย์และนมโรงเรียน	๔๐
รูปภาพ ๖.๖ ขั้นตอนการจัดซื้อ/จัดจ้าง	๔๑
รูปภาพ ๖.๗ ขั้นตอนการสอบทานบัญชีทรัพย์สินของฝ่ายการตลาดและการขาย	๔๗
๗. ขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที. ไทย-เดนมาร์ค ให้กับตัวแทนจำหน่ายในประเทศ แผนบริหารการขาย	๕๑
รูปภาพ ๗.๑ ตัวแทนจำหน่ายประเภท Smart Agent ในประเทศ	๕๔
รูปภาพ ๗.๒ ขั้นตอนการทำงานบริษัทยอดคุณและบริษัท เอ็ม.เค.เวย์	๕๕
รูปภาพ ๗.๓ ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที. ให้กับกรมพินิจและคุ้มครองเด็ก	๕๖
รูปภาพ ๗.๔ ขั้นตอนการจัดกิจกรรมออกร้านแสดงสินค้า	๖๐

รูปภาพ ๗.๕ การแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศ TT (ประเภทผลิตภัณฑ์นม U.H.T)	๖๒
รูปภาพ ๗.๖ การเพิ่มช่องทางจำหน่าย	๖๔
๘. แผนกขายกรุงเทพฯ และปริมณฑล	๖๖
รูปภาพ ๘.๑ ขั้นตอนด้านการส่งเสริมการขาย MT	๖๖
รูปภาพ ๘.๒ ด้านการสั่งซื้อสินค้า MT	๖๗
รูปภาพ ๘.๓ งานติดตามทวงหนี้การค้า	๖๘
๙. แผนกการค้าระหว่างประเทศ	๖๙
รูปภาพ ๙.๑ ขั้นตอนการเพิ่มผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ	๖๙
รูปภาพ ๙.๒ ขั้นตอนการจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ต่างๆ	๗๑
รูปภาพ ๙.๓ ขั้นตอนการจัดการทำส่วนลด/ส่วนแถม	๗๓
๑๐. แผนกลูกค้าสัมพันธ์	๗๕
รูปภาพ ๑๐.๑ ขั้นตอนการบริหารจัดการข้อร้องเรียนลูกค้า	๗๕
รูปภาพ ๑๐.๒ ขั้นตอนการบริหารระบบการให้บริการและสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า	๗๗
รูปภาพ ๑๐.๓ ขั้นตอนงานสารบรรณและเลขานุการ แผนกลูกค้าสัมพันธ์	๗๘
๑๑. ภาคผนวก	๗๘
คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และอัตลักษณ์องค์กร ไทย-เดนมาร์ค ประกาศใช้ ๑๓ ก.พ.๒๕๖๐	
- ประวัติความเป็นมา	๘๕
- พันธกิจในปี พ.ศ. ๒๕๖๔	๘๗
- โครงสร้างการใช้ตราสัญลักษณ์	๘๙
- เกณฑ์การใช้งานตราสัญลักษณ์	๙๐
- องค์ประกอบตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า	๙๑
- องค์ประกอบตราสัญลักษณ์หลัก	๙๒
- องค์ประกอบตราสัญลักษณ์ขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย	๙๓
- ตราสัญลักษณ์ตราสินค้า	๙๔
- สีอัตลักษณ์ขององค์กร	๙๖
- แบบตัวอักษรหลัก	๙๗
- ภาพถ่ายและการใช้งาน	๙๙
- การวางตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า	๑๐๒
- ข้อกำหนดของสัดส่วนและขนาด	๑๐๓
- การวางคู่ตราสินค้ากับตราสัญลักษณ์อื่น	๑๐๔
- การวางคู่กับตราสัญลักษณ์ของตราสินค้าคู่กับตราสัญลักษณ์อื่น	๑๐๕
- การวางคู่กับตราสัญลักษณ์ของราชการ	๑๐๖
- การใช้ตราสัญลักษณ์พร้อมคำอธิบาย	๑๐๗
- การสะกดชื่อที่ถูกต้องและข้อห้าม	๑๑๐
- ข้อห้ามและการปรับเปลี่ยน	๑๑๑
- การใช้ตราสินค้าที่ถูก และผิด	๑๑๒
- การใช้ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า	๑๑๓

- วิวัฒนาการตราสัญลักษณ์ไทย-เดนมาร์ค	๑๑๗
- หลักการการกำหนดหมายเลขบาร์โค้ด	๑๑๘
- การคำนวณตัวเลขตรวจสอบ (Check Digit)	๑๑๙
- บาร์โค้ดนม ยู.เอช.ที. ตราไทย-เดนมาร์ค	๑๒๐
- ตารางแสดงเลขบาร์โค้ดกลุ่มผลิตภัณฑ์นมแช่เย็น	๑๒๑
คู่มือการจำหน่ายสินค้า ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ประกาศใช้ ๓๐ เม.ย.๒๕๖๐	๑๒๔
- คำนิยาม	๑๒๖
- ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที.ไทย-เดนมาร์ค ให้ตัวแทนจำหน่ายในประเทศ	๑๒๘
- ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมช่องทางพิเศษ (หน่วยงานภาครัฐและองค์กร)	๑๓๒
- ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็น (นมพาสเจอร์ไรส์, โยเกิร์ต, ไอศกรีม และน้ำดื่ม)	๑๓๕
- ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ให้กับ Modern Trade	๑๓๘
- ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ให้กับตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ	๑๔๑
แนวปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน ประกาศใช้ ๒๓ พ.ค.๒๕๖๑	๑๖๙
คู่มือการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้านมไทย-เดนมาร์ค	๑๗๒

รายละเอียดในการจัดทำแผนปฏิบัติงาน ประจำปี 2562 ฝ่ายการตลาดและการขาย

แผนบริหารการตลาด

วิธีการดำเนินงาน

แผนงานวางกลยุทธ์การตลาดและแผนงานวางแผนการตลาด

- ๑) รวบรวมฐานข้อมูล (การผลิต การจำหน่าย, นโยบายองค์กร) สำหรับการจัดทำแผนปฏิบัติงาน
- ๒) จัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อบูรณาการ แผนการตลาดให้เป็นไปตามเป้าหมาย
- ๓) จัดทำแผนการตลาด จำนวน ๑ ฉบับ
- ๔) รวบรวมข้อมูลทางการตลาดของ อ.ส.ค. เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติงานด้านการตลาด และแผนงบประมาณประจำปี
- ๕) การประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติงานด้านการตลาด รายไตรมาส-รายปี
- ๖) การประชุมคณะกรรมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์นม อ.ส.ค. เพื่อกำกับและติดตามการดำเนินงานด้านการผลิตและการตลาดการประเมินสถานการณ์การตลาดเพื่อให้ผู้บริหารสูงสุดกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และเสนอแนะแนวทางแก้ไขสถานการณ์ทางการตลาดและการผลิตของ อ.ส.ค. รายเดือน
- ๗) การจัดทำระเบียบวาระการประชุมคณะกรรมการบริหารงาน อ.ส.ค. และการประชุมคณะกรรมการ อ.ส.ค. เรื่องผลการดำเนินงานด้านการตลาด และการประเมินสถานการณ์การตลาดเพื่อให้ผู้บริหารสูงสุดกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และแก้ไขสถานการณ์ทางการตลาดของ อ.ส.ค.

การบริหารจัดการสารสนเทศด้านข้อมูลการตลาดและการขาย

- ๑) การเก็บรวบรวมข้อมูลภายในและภายนอกองค์กรเพื่อจัดทำรายงานข้อมูลด้านการตลาด :- ยอดขาย การดำเนินงานด้านการตลาดของคู่แข่ง, สถานการณ์ทั่วไปในอุตสาหกรรมนม
- ๒) การรวบรวมข้อมูลภายในองค์กรด้านการผลิต :- นำนมดิบ, ต้นทุนการผลิต, และสต็อกสินค้า จากสำนักงานภาค
- ๓) เก็บรวบรวมฐานข้อมูลยอดขาย เพื่อสรุปประเมินผลการดำเนินงาน/เสนอแนะปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการตลาด และการวางกลยุทธ์ทางการตลาด
- ๔) สร้างและจัดทำฐานข้อมูลด้านการตลาด ต้นทุนสินค้า และปริมาณนํานมดิบเพื่อใช้วางกลยุทธ์ทางการตลาด

งานประเมินและวิเคราะห์การดำเนินงานด้านการตลาด

- ๑) การติดตามการดำเนินงานตามแผนการตลาด ปรับแผนและประเมินผลการทำรายการส่งเสริมการขาย (Trade Promotion) เพื่อให้บรรลุผลในการจัดรายการส่งเสริมการขายเพิ่มยอดขายในช่วงการจัดรายการฯ และรักษายอดขายสม่ำเสมอหลังการจัดรายการ
- ๒) กำหนดตัวชี้วัดการตลาด/ปรับปรุงและจัดทำรายงานประเมินหน่วยงานย่อยประจำปี จำนวน ๑ ฉบับ

งานวิจัยและศึกษาแนวโน้มการพัฒนาการตลาด

- ๑) การทำวิจัยตลาด (Marketing Research) เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภค/ลูกค้า และวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดและการแข่งขัน ๑ เรื่อง/ปี

๒) โครงการอบรมเพิ่มศักยภาพทีมการตลาดและการขาย เพื่อพัฒนาทีมการตลาดและการขายให้มีศักยภาพและรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดปัจจุบันและอนาคต จำนวน ๒ ครั้ง/ปี

งานบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน

- ๑) งานติดตามแผนการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในของฝ่ายการตลาดและการขาย
- ๒) งานติดตามแผนการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในขององค์กรด้านการตลาด ราย

เดือน

งานรายงานประเมินผลการดำเนินงานตามเกณฑ์ชี้วัด (KPI)

- ๑) งานติดตามรายงานประเมินผลการดำเนินงานตามเกณฑ์ชี้วัด ของฝ่ายการตลาดและการ

ขาย

- ๒) งานติดตามแผน/ผล การดำเนินงานตามเกณฑ์ชี้วัด รายเดือน

เป้าหมายผลการดำเนินงาน

๑) รายงานสัปดาห์วันหมดอายุ จำนวน ๒๔ ฉบับ รายงานการจำหน่ายราย ๑๕ วัน และรายเดือน อย่างถูกต้อง ทันเวลา จำนวน ๒๔ ฉบับ

๒) จัดทำระเบียบวาระการประชุมและรายงานการประชุมคณะกรรมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์นมของ อ.ส.ค. จำนวน ๑๒ ฉบับ

๓) จัดทำร่างแผนการตลาด จำนวน ๑ ฉบับ นำเสนอผู้บริหารเพื่อพิจารณาเป็นแผนตลาดเสนอผู้บริหารระดับสูง

๔) จัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานด้านการตลาด

๕) จัดทำระเบียบวาระการประชุม เสนอคณะกรรมการ อ.ส.ค. และคณะอนุกรรมการบริหารงาน อ.ส.ค. จำนวน ๒๔ ฉบับ

๖) รายงานผลงานวิจัยและศึกษาแนวโน้มการพัฒนาการตลาด อย่างน้อย ๑ ฉบับ หรือเป็นเอกสารประกอบในแผนการตลาดสำหรับปีถัดไป

๗) งานอบรมและพัฒนากระบวนการทำงาน ทีมการตลาดและการขาย อย่างน้อย ๒ ครั้ง/

ปี

๘) รายงานผลการดำเนินงานตามเกณฑ์ชี้วัด (KPI) ๑๒ ฉบับ/ปี

๙) รายงานผลการดำเนินงาน Template ของฝ่ายการตลาดและการขาย (ประชุมผู้บริหารระดับฝ่ายขึ้นไป) ๑๒ ครั้ง/ปี

๑. การจัดทำรายงานผลการดำเนินงานด้านงานข้อมูลและสารสนเทศด้านข้อมูลการตลาด

ผู้รับผิดชอบหลัก : แผนกบริหารการตลาด กองการตลาด ฝ่ายการตลาดและการขาย

๑.๑ ขั้นตอนการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานด้านข้อมูลการตลาด

ข้อมูลการขายจากโปรแกรม ERP OM (Order Management Standard Reports) ประกอบด้วยข้อมูลรายละเอียดของการขาย DPO-รายงานวิเคราะห์การขาย Excel (OM-R๐๕) เพื่อจัดทำข้อมูลยอดขายเป็นราย ๑๕ วัน และ ๓๐ วัน โดยรวมข้อมูลยอดขายของทุกสำนักงานภาคและร้านค้าฝ่ายท่องเที่ยว, ร้านนมที่โอที, ร้านนมตลาด อดท. โดยบันทึกเป็นข้อมูล (information) โดยเครื่องมือ (Pivot Excel) เพื่อจัดทำวาระการประชุมฯ ที่ ๔.๑,๕.๒ เรื่องรายงานผลการดำเนินงานด้านปริมาณน้ำนมดิบรับเข้าและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมของ อ.ส.ค. นำเสนอเป็นวาระการประชุมฯ

- คณะกรรมการ อ.ส.ค.
- คณะอนุกรรมการ อ.ส.ค.
- คณะกรรมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์นม

(รูปภาพที่ ๑.๑)

๑.๒ ขั้นตอนการรายงานผลิตภัณฑ์นม ยู.เอช.ที.คงเหลือ

ข้อมูลสต็อกจากโปรแกรม ERP (Inventory) DPO-รายงานตรวจสอบอายุสินค้า (INV-R๒๔) สินค้าพร้อมจำหน่าย (คลัง ๒) และ Thai Goods and Raw Materials Report สินค้ารอตรวจคุณภาพ (คลัง ๑) เพื่อจัดทำข้อมูลสินค้าคงเหลือเป็นราย ๑๕ วัน และ ๓๐ วัน โดยจัดทำข้อมูล Excel สต็อกสินค้าคงเหลือรวมทุกสำนักงานภาค และนำเสนอเป็นวาระการประชุมฯ

(รูปภาพที่ ๑.๒)

๑.๓ ขั้นตอนการรายงานการผลิต

ได้รับข้อมูลการผลิตจากแผนกวางแผนการผลิต สภก./สภต./สภอ./สภ.นล/สภ.นบ นำเสนอฝ่ายการตลาดและการขาย เพื่อจัดทำข้อมูลรายงานการผลิตเป็นรายเดือน โดยแผนกบริหารการตลาด กองการตลาด จัดทำข้อมูลการผลิตรวมทุกสำนักงานภาคและนำเสนอเป็นวาระการประชุมฯ

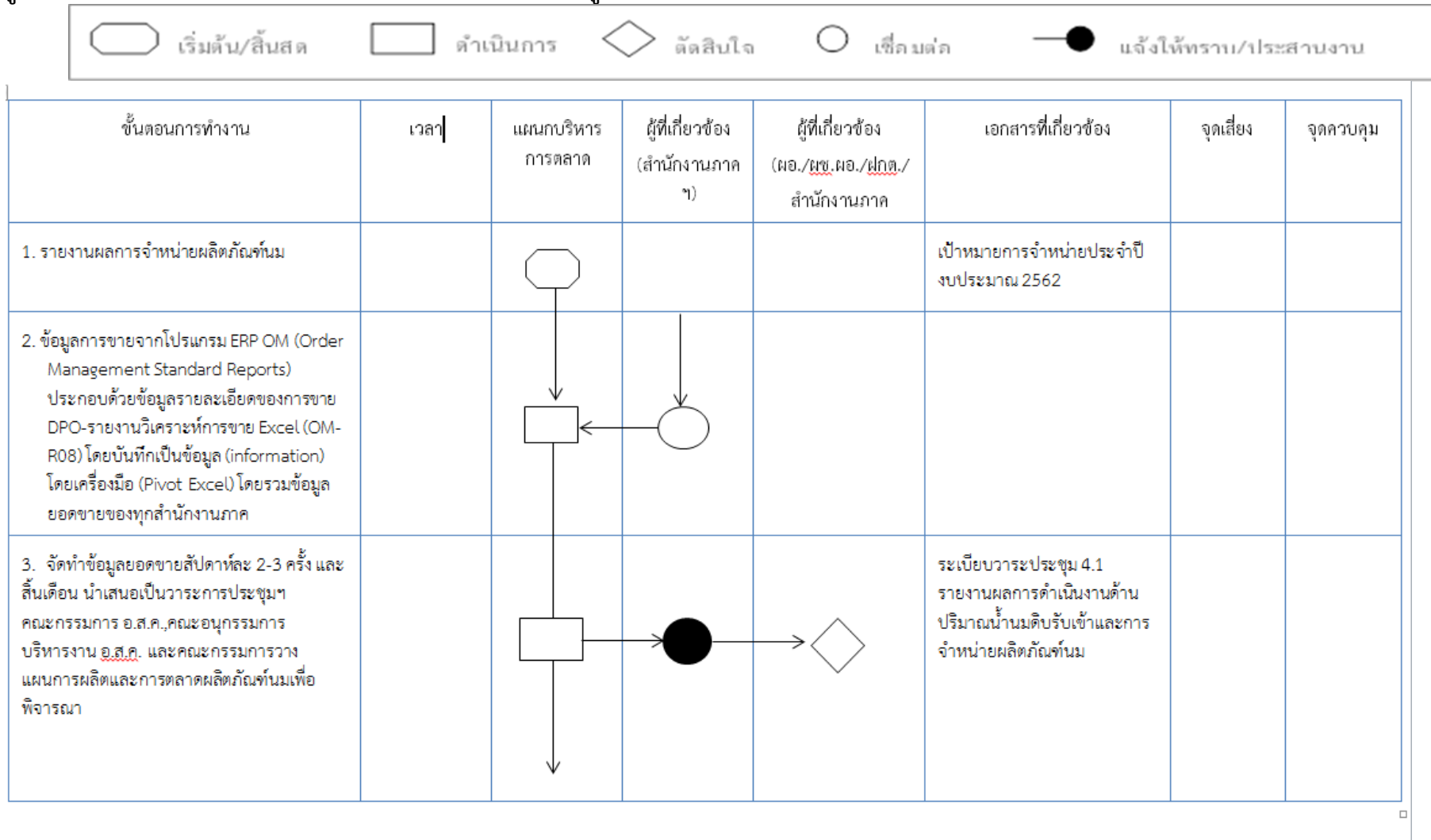
(ตาราง ๑.๑)

๑.๔ ขั้นตอนการรายงานข้อมูลน้ำนมดิบ

ได้รับข้อมูลจากฝ่ายส่งเสริมการเลี้ยงโคนม นำเสนอฝ่ายการตลาดและการขาย เพื่อจัดทำข้อมูลน้ำนมดิบเป็นราย ๑๕ วัน และ ๓๐ วัน โดยแผนกบริหารการตลาด กองการตลาด จัดทำข้อมูลรวมทุกสำนักงานภาค และนำเสนอเป็นวาระการประชุมฯ

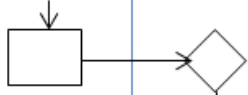
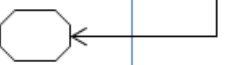
(ตาราง ๑.๑)

รูปภาพ ๑.๑ ขั้นตอนการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานด้านข้อมูลการตลาด

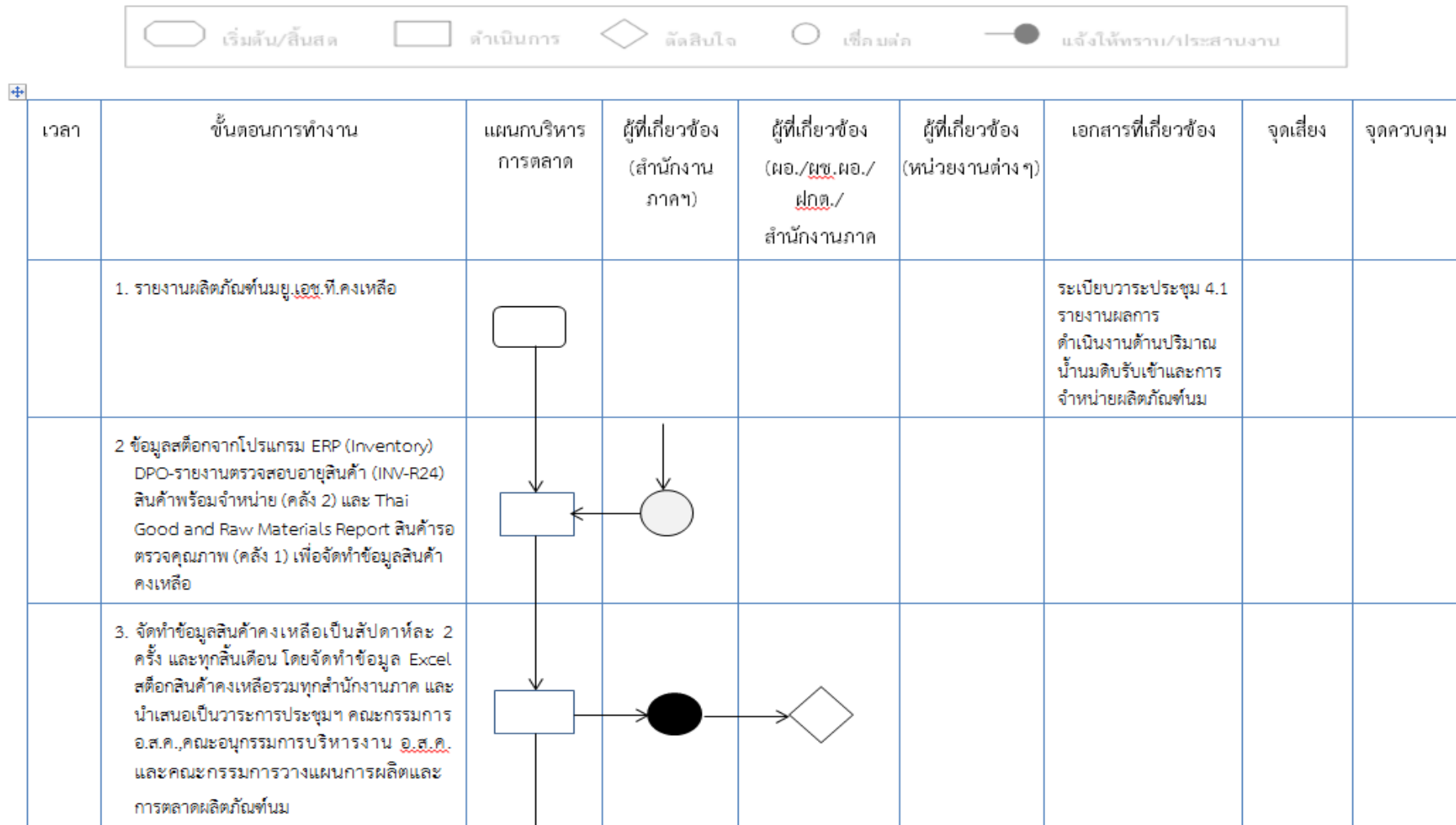


ขั้นตอนการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานด้านข้อมูลการตลาด



ขั้นตอนการทำงาน	เวลา	แผนกบริหาร การตลาด	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สำนักงาน ภาคฯ)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./ผช.ผอ./ ผกต./ สำนักงานภาค)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
4. รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล							
5. ดำเนินการตรวจสอบตามแผน					ยอดขายไม่ตรงกับฝ่ายบัญชีและ การเงิน เนื่องจากการตั้งข้อมูล ยอดขายไม่ตรงกันและทาง <u>สนง.</u> ภาคยังทำรายการปรับปรุงยอด การขาย	ควรกำหนด ระยะเวลาการ จัดทำข้อมูลไม่ เกินวันที่ 5 ของทุกเดือน	

รูปภาพ ๑.๒ ขั้นตอนการรายงานผลผลิตภัณฑ์นม ยู.เอช.ที.คองเกลือ





เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	แผนกบริหาร การตลาด	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สำนักงาน ภาคฯ)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./ <u>ผช.ผอ.</u> / <u>ฝกต.</u> / สำนักงานภาค	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานต่างๆ)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	4. สรุปและประเมินผล							
	5. ดำเนินการตรวจสอบ						ระบบ ERP ไม่สามารถดึง ข้อมูลสต็อก ย้อนหลังได้	ตรวจสอบ สต็อกโดย สำนักงานภาค

ตาราง ๑.๑ หน่วยงานติดต่อประสานข้อมูลผลการผลิตและน้ำนมดิบภายในหน่วยงาน อ.ส.ค.

สำนักงานภาค	แผนก	เบอร์โทร
ภาคกลาง	แผนกการตลาดและการขาย	๐๓๖-๙๐๙๗๒๔
	แผนกผลิตภัณฑ์นม	๐๓๖-๓๔๑๒๐๐
ภาคใต้	แผนกส่งเสริมการเลี้ยงโคนม	๐๓๒-๕๔๔๕๒๐
	แผนกวางแผนการผลิต	๐๓๒-๕๔๔๕๒๐
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	แผนกการตลาดและการขาย	๐๔๓-๒๖๑๔๐๕
	แผนกวางแผนการผลิต	๐๔๓-๒๖๑๔๑๐
ภาคเหนือตอนล่าง	แผนกส่งเสริมการเลี้ยงโคนม	๐๕๕-๙๕๑๐๙๐
	แผนกวางแผนการผลิต	๐๕๕-๙๕๑๐๙๐
ภาคเหนือตอนบน	แผนกส่งเสริมการเลี้ยงโคนม	๐๕๓-๒๑๖๗๔๙
	แผนกวางแผนการผลิต	๐๕๓-๒๒๓๒๐๐
ข้อมูลน้ำนมดิบ ฝ่ายส่งเสริมการเลี้ยงโคนม		๐๓๖-๓๔๑๖๘๕

๒. ขั้นตอนการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานด้านการวางแผนการผลิต ๕ สำนักงาน อ.ส.ค.ภาค
ผู้รับผิดชอบหลัก : แผนกบริหารการตลาด กองการตลาด ฝ่ายการตลาดและการขาย

๒.๑ ขั้นตอนการจัดทำรายงานดำเนินงานด้านการวางแผนการผลิต ๕ สำนักงาน อ.ส.ค.ภาค

จัดทำแผนการจำหน่ายให้ทุกสำนักงาน อ.ส.ค.ภาค โดยแบ่งเป็นรายชนิดผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับเป้าหมายการจำหน่ายที่สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคได้รับประจำปีงบประมาณนั้นๆ โดยแบ่งออกเป็นรายเดือน, รายไตรมาส และ รายปี และ ส่งให้สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคทุกภาคเพื่อใช้ในการบริหารด้านการผลิตต่อไป (รูปภาพ ๒.๑)

๒.๒ รวบรวมแผนการผลิต ๕ สำนักงาน อ.ส.ค.ภาค ล่วงหน้า

ทำการรวบรวมแผนการผลิตของทุกสำนักงาน อ.ส.ค.ภาค ล่วงหน้า ๓ เดือน และวิเคราะห์สินค้าคงเหลือของแต่ละรายผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ปริมาณความเหมาะสมในการวางแผนการผลิตในแต่ละรายผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งแจ้งปรับแก้ไขแผนการผลิตในรายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมของแต่ละสำนักงานภาคเพื่อให้สำนักงาน อ.ส.ค.ภาค ปรับเปลี่ยนแผนการผลิต ให้เหมาะสมตามความต้องการของตลาด และ รวบรวมข้อมูลกลับมาวิเคราะห์อีกครั้งในการประชุมคณะกรรมการวางแผนการตลาดและผลิตภัณฑ์นมประจำเดือน (ตาราง ๒.๑)

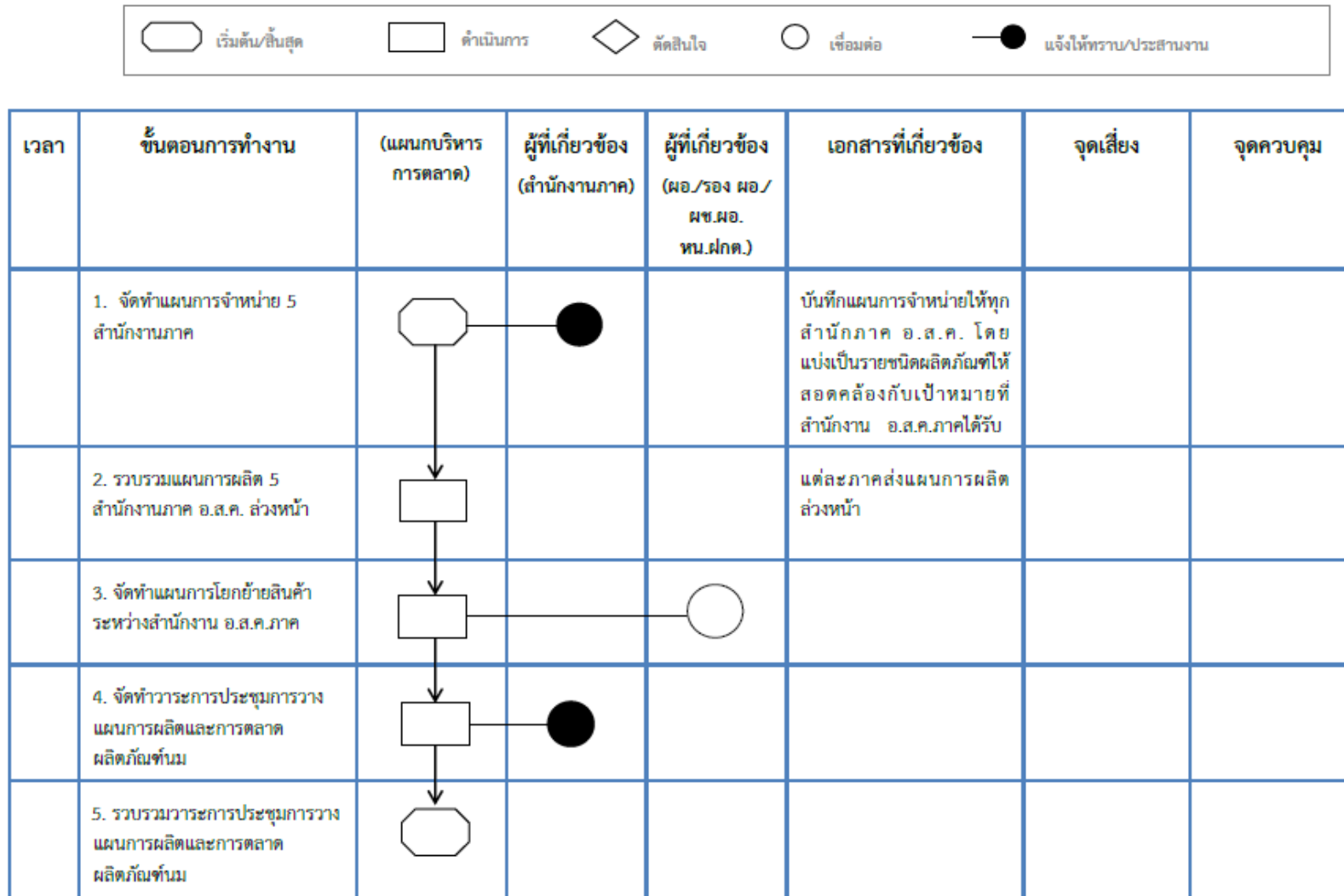
๒.๓ จัดทำแผนการโยกย้ายสินค้าระหว่างสำนักงาน อ.ส.ค.ภาค

จัดทำแผนการโยกย้ายในรายผลิตภัณฑ์ระหว่างสำนักงาน อ.ส.ค.ภาค เพื่อให้สำนักงาน อ.ส.ค.ภาค รักษาระดับสินค้าคงคลังให้เพียงพอต่อความต้องการ และให้มีปริมาณที่เหมาะสมในการบริหารจัดการเพื่อป้องกันการขาดส่งสินค้า และปัญหาสินค้าหมดอายุก่อนจำหน่าย

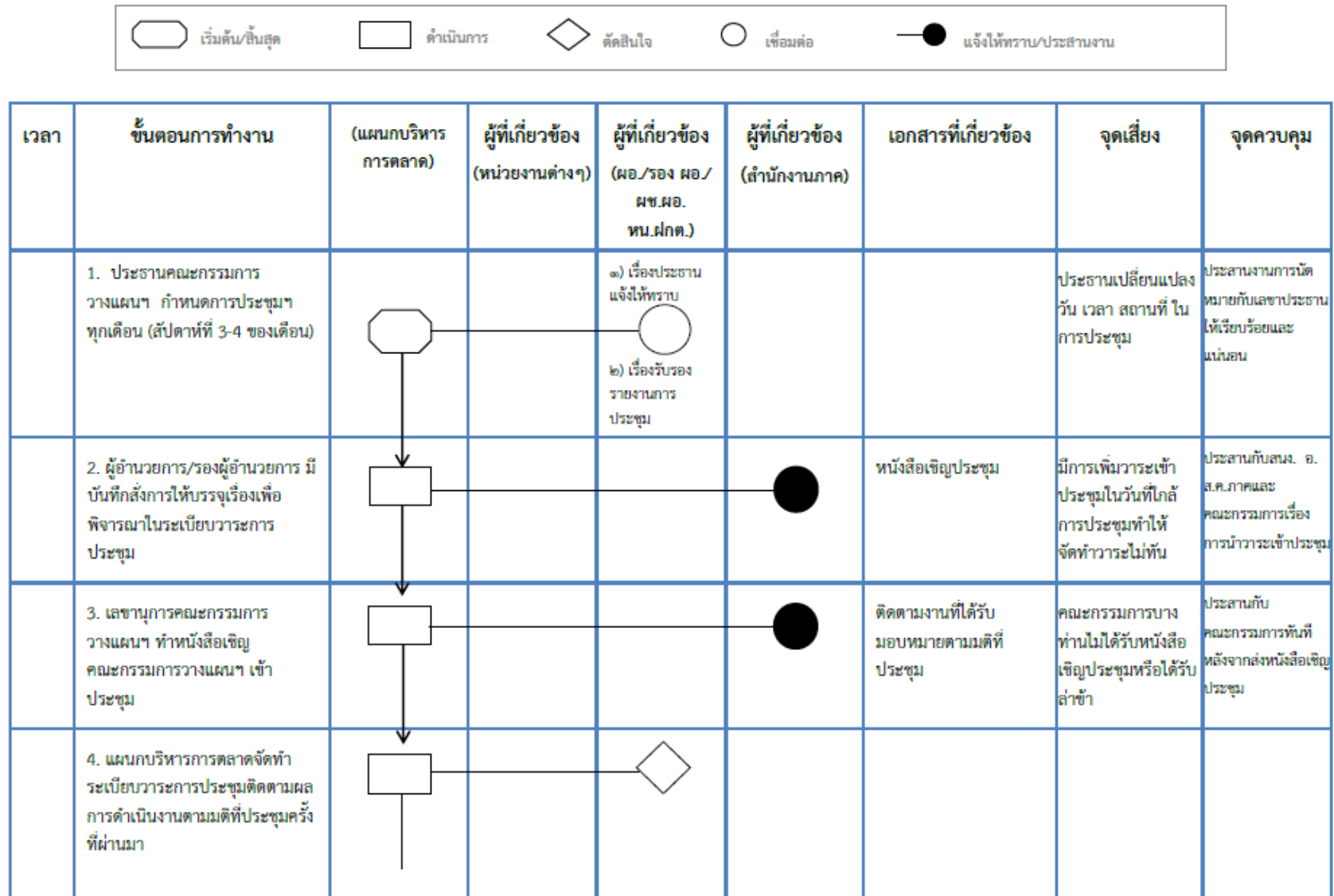
๒.๔ จัดทำวาระการประชุมการวางแผนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์นม

จัดทำวาระการประชุมฯ ที่ ๔.๒ เพื่อนำเสนอผลการสรุปการวิเคราะห์ในภาพรวม และรายผลิตภัณฑ์ โดยเสนอเป็น อัตราสินค้าหมุนเวียนในภาพรวม, รายผลิตภัณฑ์ และปริมาณการโยกย้ายผลิตภัณฑ์ระหว่างสำนักงาน อ.ส.ค.ภาค เพื่อให้คณะกรรมการฯ และสำนักงาน อ.ส.ค.ภาค พิจารณาความเป็นไปได้ในการผลิต และการส่งมอบสินค้าระหว่างสำนักงานภาค (รูปภาพที่ ๒.๒)

รูปภาพ ๒.๑ ขั้นตอน การจัดทำรายงานดำเนินงานด้านการวางแผนการผลิต ๕ สำนักงาน อ.ส.ค.ภาค



รูปภาพ ๒.๒ ขั้นตอนการจัดทำระเบียบวาระคณะกรรมการวางแผนการตลาดและผลิตภัณฑ์นม





เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนกบริหาร การตลาด)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานต่างๆ)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ./ ผช.ผอ. หน.ฝกค.)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานภาค)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	5. แผนกบริหารการตลาด ฝกค. จัดประชุม บันทึก/พิมพ์ รายงานการประชุม			อนุมัติ		ระเบียบวาระการประชุม		
	6. แจ้งมติที่ประชุมให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					หนังสือแจ้งมติที่ประชุม	คณะกรรมการบางท่านไม่ได้รับมติที่ประชุม	ส่งมติที่ประชุมให้คณะกรรมการประชุมทาง E-MAIL DPO.GO.TH
	7. ส่งรายงานสรุปการประชุมให้คณะกรรมการตรวจสอบก่อนเข้าประชุม							
	8. รวบรวมจัดเก็บรายงานการประชุม							

ตาราง ๒.๑ รายชื่อหน่วยงานและผู้ติดต่อประสานงานข้อมูลแผนการผลิต สำนักงาน อ.ส.ค.ภาค

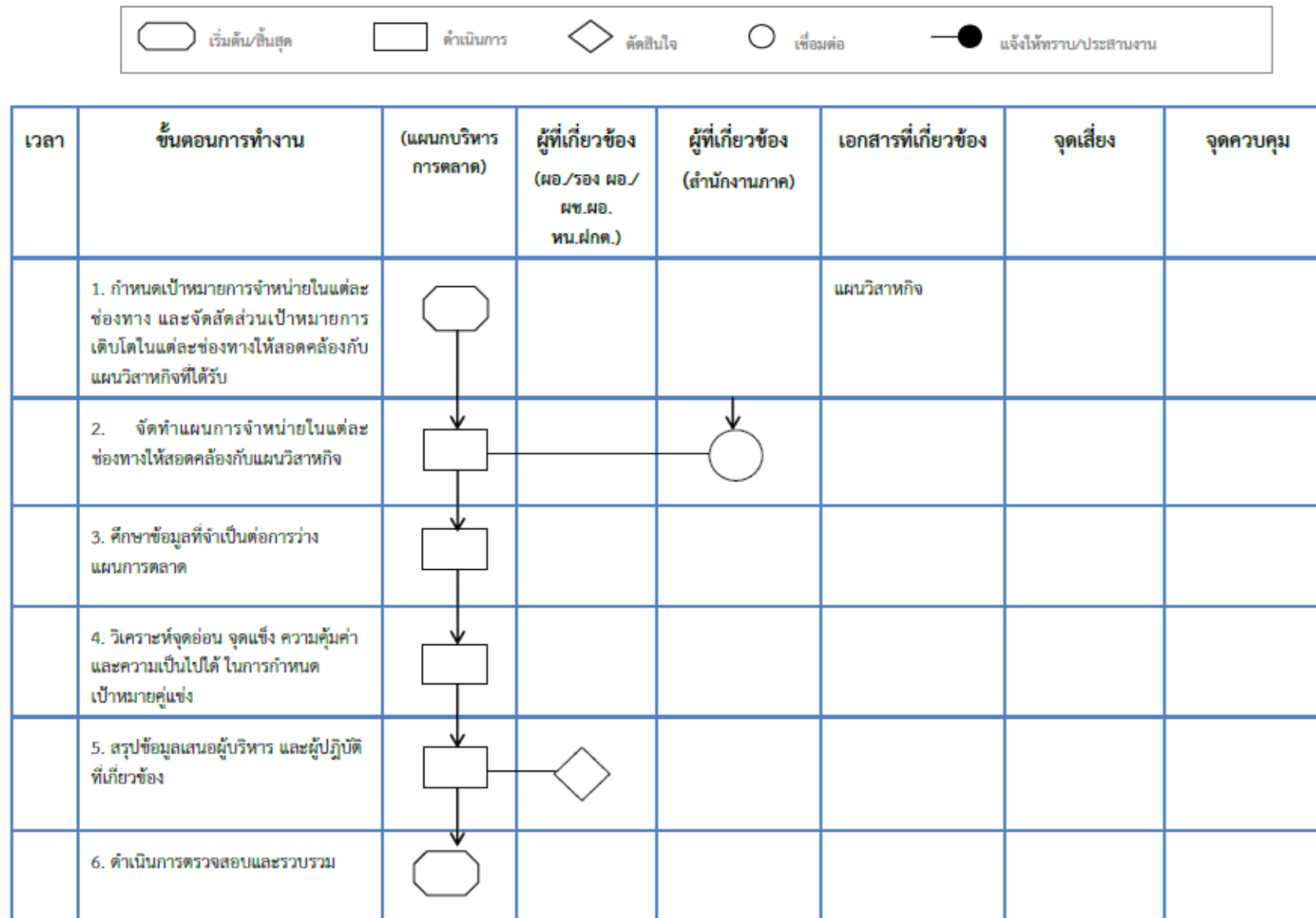
ภาค	ชื่อ - สกุล	E-Mail	เบอร์โทร
ข้อมูลผลการผลิต แผนกวางแผนการผลิต			
สภก.	คุณนิตินัย อินทรสุวรรณ	nitinai.in@dpo.go.th	๐๘๖-๕๒๗๙-๕๔๘
สภต.	คุณไพฑูรย์ อิมเอิบ	Productionplan.pb@dpo.go.th	๐๓๒-๖๒๑๘๓๘
สภอ.	คุณวีระศักดิ์ ศรีนุกูล	weerasak.s@dpo.go.th	๐๘๙-๙๐๑๘-๗๓๒
สภ.นล	คุณวันชนะ โพธิ์พิเนตร	wanchana.p@dpo.go.th	๐๕๕-๙๕๑๐๙๓
สภ.นบ	คุณอารียา ศิลมัน	areeya.si@dpo.go.th	๐๘๙-๙๐๑๐-๘๕๑

๓. งานประเมินและวิเคราะห์การดำเนินงานด้านการตลาด

ผู้รับผิดชอบหลัก : แผนกบริหารการตลาด กองการตลาด ฝ่ายการตลาดและการขาย

เป็นการกำหนดเป้าหมายการจำหน่ายในแต่ละช่องทาง และจัดสัดส่วนเป้าหมายการเติบโตในแต่ละช่องทางให้สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจที่ได้รับและจัดทำแผนการตลาดให้สนับสนุนบรรลุเป้าหมายจำหน่าย (รูปภาพ ๓.๑)

รูปภาพ ๓.๑ ขั้นตอนงานประเมินวิเคราะห์การดำเนินงานด้านการตลาด



๔. งานวิจัยและศึกษาแนวโน้มการพัฒนาการตลาด

ผู้รับผิดชอบหลัก : แผนกบริหารการตลาด กองการตลาด ฝ่ายการตลาดและการขาย

การศึกษารวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้านการตลาด เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย พร้อมใช้หลัก
ยุทธศาสตร์เชื่อมโยงความสัมพันธ์ด้านการขายที่มีแนวโน้มปรับตัวสู่ตลาดผลิตภัณฑ์นมโดยมีขั้นตอน
(รูปภาพ ๔.๑) ในรูปแบบขบวนการขออนุมัติหลักการ งบประมาณและขอขเขตตอนการจัดซื้อจัดจ้าง
หมายเหตุ: ข้อบังคับองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทยว่าด้วยการพัสดุ (ฉบับที่ ๕) พ.ศ.๒๕๕๘

รูปภาพ ๔.๑ ขั้นตอนงานวิจัยและศึกษาแนวโน้มการพัฒนาการตลาด



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนกบริหาร การตลาด)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานต่างๆ)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ./ มช.ผอ. หน.ฝกต.)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานภาค)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1. ทำบันทึกข้อความขออนุมัติ หลักการ ตั้งกรรมตรวรับ กำหนด TOR แนบพร้อมกับ บันทึกรายงานขอซื้อขอจ้าง แนบ PO-R01					แผนการตลาดและการ ขายผลิตภัณฑ์นมไทย- เดนมาร์ค ปีงบประมาณ ๒๕๖๒		
	2. จัดทำรายงานขอซื้อขอจ้าง							
	3. ใบบราคากลาง (ไม่ต้องประกาศฯ เก็บไว้ให้ตรวจ) การจัดทำใบสั่ง ซื้อ/สัญญาจ้าง/ข้อตกลง							
	4. ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา (งานวิจัยและศึกษาแนวโน้ม การพัฒนาการตลาด)							
	5. ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้าง กรอบแนวคิด							

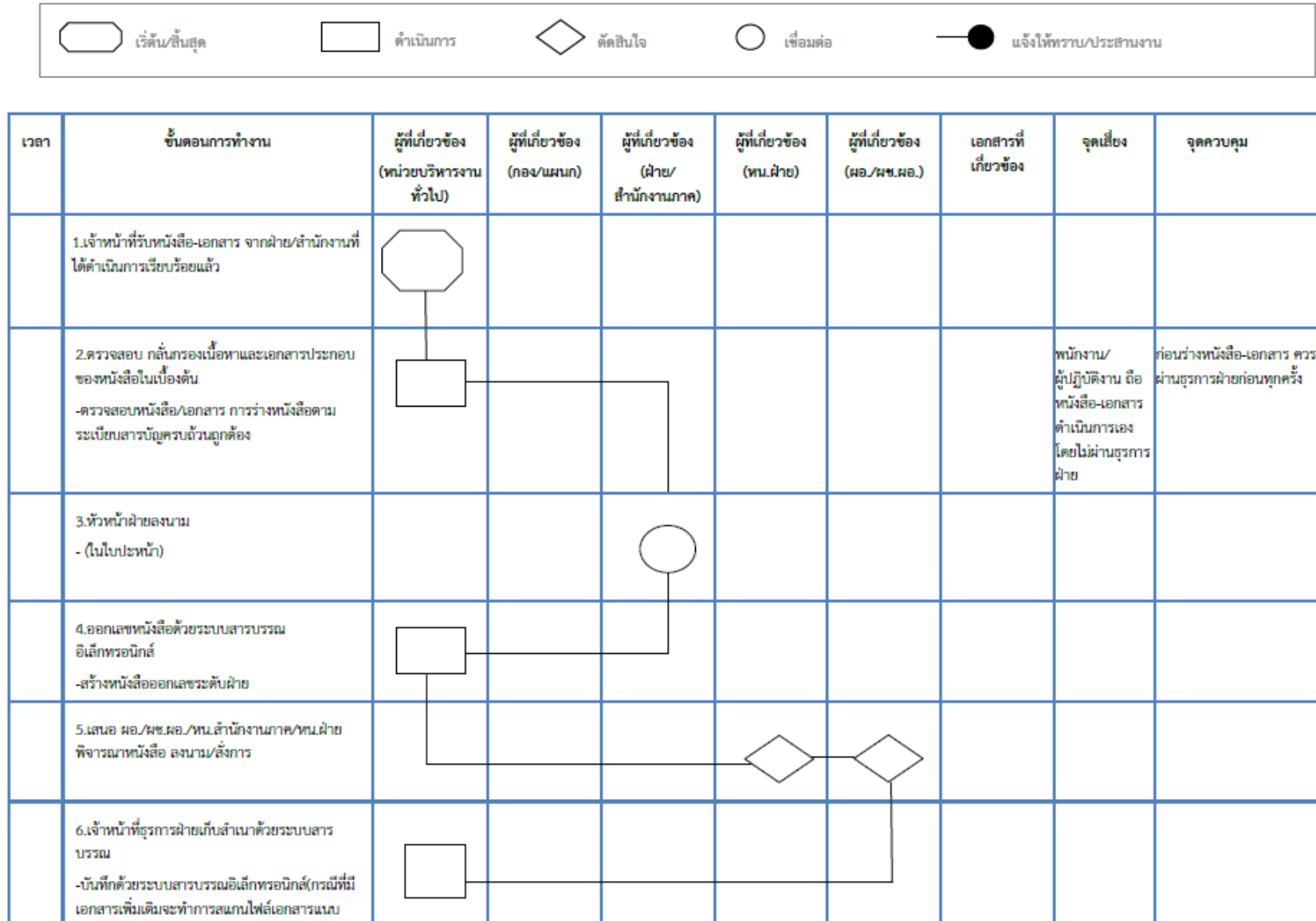


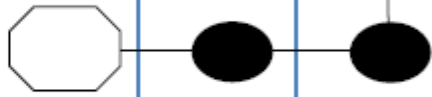
	6. จัดทำแผนการตลาดประจำปี							
เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนกบริหาร การตลาด)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานต่างๆ)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (มอ./รอง มอ./ <u>ผช.ผอ.</u> <u>หน.ฝกต.</u>)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานภาค)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	7. รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล							
	8. สรุปและประเมินผล							
	9. ดำเนินการตรวจรับตามแผน							
	10. การตั้งเรื่องเบิกจ่าย							

๕. งานสารบรรณและเลขานุการ**ผู้รับผิดชอบหลัก : แผนกบริหารการตลาด กองการตลาด ฝ่ายการตลาดและการขาย**

ระบบสารบรรณ E-office เป็นขั้นตอนการรับส่งเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (รูปภาพ ๕.๑)
การเบิกพัสดุตามขั้นตอน (รูปภาพ ๕.๒) ขั้นตอนการจัดทำงบประมาณ (งบทำการ/งบลงทุน) (รูปภาพ ๕.๓)
การตรวจจ่าย (รูปภาพ ๕.๔)

รูปภาพ ๕.๑ ขั้นตอนการรับ-ส่งหนังสือ (ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์)



	ต้องเป็นไฟล์ PDF เท่านั้น)								
เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยบริหารงาน ทั่วไป)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (กอง/แผนก)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ฝ่าย/ สำนักงานภาค)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน.ฝ่าย)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./ผช.ผอ.)	เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	7.ส่งเรื่องให้ผู้เกี่ยวข้องต่อไป -ส่งคืนเรื่องคืนแผนก/ฝ่าย/สำนักงานภาค -ส่งสารบรรณกลางส่งหนังสือ							หน่วยงานปลาย รับ-เปิดเอกสาร ล่าช้า	เจ้าหน้าที่ที่ดูแลระบบควร ตรวจสอบหนังสือเข้าเป็น ประจำ






รับหนังสือ (ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์)



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยบริหารงาน ทั่วไป)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (กอง/แผนก)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ฝ่าย/ สำนักงานภาค)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สารบรรณกลาง)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ทพ.ส.)	เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1.เจ้าหน้าที่รับหนังสือจากหน่วยงานปลายทาง								
	2.ตรวจสอบ กลั่นกรองเนื้อหาและเอกสารประกอบ ของหนังสือในเบื้องต้น -ตรวจสอบหนังสือเข้าประจำ เมื่อพบหนังสือเรื่องที่มีสัญลักษณ์ e แสดงว่าเป็นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ไม่ส่งฉบับจริง ตรวจสอบความถูกต้องกับไฟล์ภาพที่แนบถูกต้องตรงกัน สำคัญตามระเบียบสารบรรณครบถ้วน -หนังสือ/เอกสาร ส่งมาจากหน่วยงานปลายทาง ตรวจสอบการร่างหนังสือตามระเบียบสารบรรณครบถ้วน							-หน่วยงานปลายทางขาดทักษะในการร่างหนังสือและระเบียบการพิมพ์ที่ถูกต้อง -หน่วยงานปลายทางลืมแนบแนบไฟล์ส่งมา	ควรมีการจัดอบรม
	3.ลงทะเบียนรับด้วยระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ -ประทับตราขงลงทะเบียนรับ ที่มุมขวาบนของหนังสือ -บันทึกข้อมูลลงในระบบงานสารบัญอิเล็กทรอนิกส์ เช่น เลขที่หนังสือ/วัน-เดือน-ปี								

รูปภาพ ๕.๒ ขั้นตอนการเบิกพัสดุ

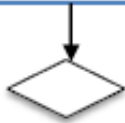

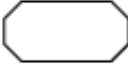


เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วย บริหารงาน ทั่วไป)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน.กอง/ หน.แผนก)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานที่ ดูแลคลัง)	เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม	หมายเหตุ
	1.เข้าระบบ ERP (erpapps.dpo.go.th) ทำรายการขอเบิกพัสดุ Move order Issue				สมุดใบเบิกพัสดุ / ใบขอเบิกพัสดุ (IN-N34)			ระบุคลังพัสดุที่ต้องการเบิกพัสดุ ออกไปใช้งาน บัญชีรายการต่างๆ เช่น กระดาษ A4...
	2.เสนอผู้บังคับบัญชา/ผู้มีอำนาจ พิจารณาอนุมัติเอกสาร				สมุดใบเบิกพัสดุ / ใบขอเบิกพัสดุ (IN-N34)			
	3.ส่งหน่วยงานตรวจสอบเอกสารการขอ เบิก และประมวลพัสดุสำรองคลังแล้ว จ่ายพัสดุ		 		สมุดใบเบิกพัสดุ / ใบขอเบิกพัสดุ (IN-N34)			

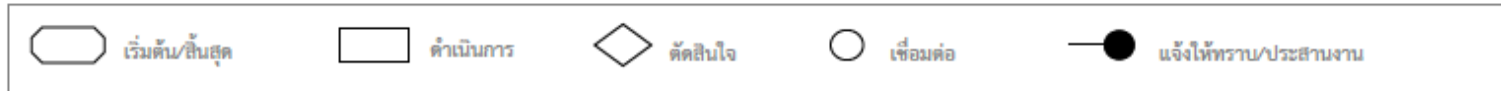
รูปภาพ ๕.๓ ขั้นตอนการจัดทำงบประมาณ (งบทำการ/งบลงทุน)



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ทุกแผนก ภายในฝ่าย การตลาด	หน่วย บริหารงาน ทั่วไป	หน.หน่วย บริหารงาน ทั่วไป	เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1. การจัดทำงบประมาณ (งบทำการ/งบลงทุน)				แบบคำขอ ตั้งงบ ประมาณ		
	2. ทุกแผนกภายในฝ่ายการตลาดและการขาย ดำเนินการจัดทำคำขอตั้งงบประมาณ ประจำปี						
	3. รวบรวมคำขอตั้งงบประมาณประจำปี ของแต่ละแผนก ภายในฝ่ายการตลาดและการขาย					ระยะเวลาใน การจัดทำ 2 วัน	ตรงตามระยะ เวลาที่กำหนด
	4. นำเสนอคำขอตั้งงบประมาณประจำปี ให้ หัวหน้าหน่วยบริหารงานทั่วไป พิจารณา						
	5. เสนอหัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย เพื่อ พิจารณางบประมาณที่ขอตั้งประจำปี						
	6. รวบรวมคำขอตั้งงบประมาณที่ขอตั้งให้กับฝ่าย นโยบายและแผนงาน						

เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ทุกแผนก ภายในฝ่าย การตลาดฯ	หน่วย บริหารงาน ทั่วไป	หน.หน่วย บริหารงาน ทั่วไป	เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	7. ฝ่ายนโยบายและแผนงานนำเสนอเข้าที่ประชุม คณะกรรมการพิจารณา						
	8. คณะกรรมการอนุมัติงบประมาณแล้ว ฝ่าย นโยบายและแผนงาน แจกแต่ละฝ่าย/สำนัก เพื่อทราบงบประมาณที่ขอตั้งงบประมาณ						
	9. ดำเนินการตามงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก คณะกรรมการฯ						

รูปภาพ ๕.๔ ขั้นตอนการตรวจจ่าย



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ทุกแผนกภายในฝ่ายการตลาด	ผู้รับมอบอำนาจตรวจสอบ	หัวหน้าฝ่ายฯ/ผู้อำนวยการ	ต้นเรื่องตั้งเบิก-จ่าย	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1. ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารชุดที่ทำเรื่องเบิก-จ่าย					ชุดตั้งเบิก-จ่าย	เอกสารตั้งเบิกไม่ถูกต้อง และไม่ครบถ้วน	ระยะเวลาตรวจจ่ายเกินกำหนด
	2. เสนอผู้รับมอบอำนาจตรวจสอบเซ็นกำกับ							
	3. เสนอหัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย (ผู้มีอำนาจอนุมัติ) จำนวนเงินไม่เกิน 200,000.-บาท หากเกิน 200,000.-บาทขึ้นไป เสนอผู้อำนวยการเป็นผู้อนุมัติ							
	4. ผู้มีอำนาจอนุมัติเซ็นครบ/เสร็จเรียบร้อยแล้ว คืนชุดเบิก-จ่ายให้กับต้นเรื่อง							
	5. คืนชุดเบิก-จ่าย ให้กับผู้ที่ทำเรื่องเบิก-จ่าย							
	6. ผู้เบิก-จ่าย นำชุดไปเบิกกับแผนกการเงิน ฝ่ายบัญชีและการเงิน							

๖. รายละเอียดในการจัดทำแผนปฏิบัติงาน แผนส่งเสริมการตลาด

ผู้รับผิดชอบหลัก : แผนส่งเสริมการตลาด กองการตลาด ฝ่ายการตลาดและการขาย

วิธีการดำเนินงาน

- ๑) การโฆษณา (Advertising)
- ๒) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) (รูปภาพ ๖.๑)
- ๓) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion/Event Marketing)
- ๔) การทำวิจัยตลาด (Marketing Research)
- ๕) การสนับสนุนทางการตลาด (Sponsorship Marketing, Sport Marketing)
- ๖) วิเคราะห์สถานการณ์การตลาด

งานรวบรวมและศึกษาข้อมูลทางการตลาด งานศึกษาวิจัยผู้บริโภค ข้อมูลของคู่แข่งทางตรง คู่แข่งทางอ้อม และสถานการณ์วัตถุดิบหลัก เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อการแข่งขัน (รูปภาพ ๖.๒)

งานจัดทำแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่

- งานวางแผนการผลิต วางแผนการตลาดผลิตภัณฑ์นม (รูปภาพ ๖.๓)
- งาน สื่อสาร/ปรับปรุงและใช้แนวทางการปฏิบัติงานการตลาดร่วมกับหน่วยงานอื่น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

- ผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ การพัฒนาและการปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์นม การเพิ่มสารอาหาร เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มและตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค (รูปภาพ ๖.๔)
- การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าให้ทันสมัยขึ้น
- การปรับปรุงดีไซน์ฉลากผลิตภัณฑ์นม (รูปภาพ ๖.๕)
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มนมพาสเจอร์ไรส์ ให้สูงกว่ามาตรฐาน
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยยิ่งขึ้น

งานการจัดซื้อ/จัดจ้าง (รูปภาพ ๖.๖)

การตรวจนับครุภัณฑ์ของฝ่ายการตลาดและการขาย (รูปภาพ ๖.๗)

รูปภาพ ๖.๑ ขั้นตอนการสนับสนุนงบประมาณประชาสัมพันธ์การตลาดด้านกีฬา



















ขั้นตอนการทำงาน	แผนกส่งเสริมการตลาด	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สมาคม/หน่วยงาน)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./ผ.ผอ./ฟกค./สำนักงานภาคฯ)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
1. สมาคม/หน่วยงานที่ต้องการขอรับการสนับสนุนส่งเรื่องมายัง อสค. เพื่อให้ผู้อำนวยการอนุมัติสนับสนุนทั้งเป็นเงินสดและผลิตภัณฑ์นม				หนังสือขอสนับสนุนงบประมาณประชาสัมพันธ์จากสมาคม/หน่วยงาน		
2. เมื่อผู้อำนวยการสั่งการแล้วจัดส่งเอกสารมายังฝ่ายการตลาดฯ เพื่อดำเนินการทำบันทึกขออนุมัติเสนอผอ.						
3. เมื่อ ผอ.อนุมัติบันทึกเรียบร้อยแล้วส่งคืนมายังฝ่ายการตลาดฯ						
4. จัดทำใบขออนุมัติในระบบ ERP (PR) เสนอผอ.ลงนามกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์นมส่งเรื่องไปยัง สภค. เพื่อเบิกผลิตภัณฑ์นม มอบให้กับหน่วยงาน และประสานกับหน่วยงานให้มารับ			 อนุมัติ			

	ขั้นตอนการทำงาน	แผนกส่งเสริมการตลาด	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สมาคม/ หน่วยงาน)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./ผช.ผอ./ผกต/ สำนักงานภาค)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	5. ส่วนเอกสารที่อนุมัติใบขอใช้งบเรียบร้อยแล้ว เก็บเอกสารไว้เพื่อรอสมาคม/หน่วยงาน มาวางบิลเพื่อขอรับเงินสนับสนุน โดยการออกใบสั่งซื้อ (ในระบบ ERP (PO)) และใบสรุปผลการตรวจรับ (ในระบบ ERP)	↓ □					
	6.ส่งเอกสารให้กรรมการเซ็นดี ใบสรุปผลการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว ส่งเอกสารไปให้บัญชีตั้งหนี้และออกเช็คให้สมาคม/หน่วยงาน	↓ □					
	7.สมาคม/หน่วยงานรอการประสานเรื่องการรับเช็ค	↓ □	→ ○				

รูปภาพ ๖.๒ ขั้นตอนการดำเนินโครงการส่งเสริมการตลาดประจำปีงบประมาณ



ขั้นตอนการทำงาน	แผนกส่งเสริมการตลาด	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานภาคฯ/บริษัท)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ./ ผกต./สำนักงานภาคฯ)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
1. ศึกษาแนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน เพื่อจัดทำแผนการตลาดและผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก ปีงบประมาณ 2562				แผนการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก ปีงบประมาณ ๒๕๖๒		
2. ทำบันทึกขออนุมัติโครงการพร้อมแนบรายละเอียดโครงการ				บันทึกขออนุมัติโครงการ		
3. ขออนุมัติรายงานขอจ้าง พร้อมแนบขอบเขตการดำเนินงาน ราคากลาง และอนุมัติใช้งบประมาณ (ระบบ ERP)				รายงานขอจ้าง /TOR/ราคากลาง/ใบขออนุมัติใช้งบประมาณ/ข้อบังคับ <u>อ.ส.ค.</u> ว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโคนม พ.ศ. 2561		
4. ประกาศราคากลางในเว็บไซต์ <u>อ.ส.ค.</u> www.dpo.go.th ให้กับผู้ที่สนใจ				เอกสารราคากลาง		

ขั้นตอนการทำงาน	แผนก ส่งเสริม การตลาด	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สำนักงาน ภาคฯ/บริษัท)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ./ <u>ฝกต.</u> /สำนักงาน ภาคฯ)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
5. ทำหนังสือเชิญผู้ที่สนใจมาเสนอราคา และนำส่งแก่บริษัท ผู้สนใจมาเสนอราคา				หนังสือเชิญบริษัท		
6. ทำบันทึกเชิญประธาน/กรรมการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อดำเนินการนัดหมายการเสนอราคาจัดซื้อจัดจ้าง				บันทึกเชิญประธาน/ กรรมการ		
7. ดำเนินการเสนอราคาจัดซื้อจัดจ้างโครงการ				รูปเล่มเสนองาน		
8. สรุปผลการจัดซื้อจัดจ้าง และดำเนินการขออนุมัติจัดซื้อ จัดจ้างตามระเบียบการพัสดุ				ใบสรุปผลการจัดซื้อ จัดจ้าง/เอกสารแนบ		
9. จัดส่งร่างสัญญาให้แผนกกฎหมายตรวจสอบร่างสัญญา พร้อมแนบหลักค้ำประกันสัญญา				ร่างสัญญาจ้าง		
10. จัดทำสัญญาส่งบริษัทลงนามสัญญา				สัญญาจ้าง		

รูปภาพ ๖.๓ ขั้นตอนการยื่นขอเลขสารบบอาหาร กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ส่วนผลิต (เจ้าหน้าที่กรอกเอกสาร)	แผนกส่งเสริมการตลาด	หัวหน้ากองการตลาด	เจ้าหน้าที่สำนักอาหาร	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1. เตรียมเอกสารหลักฐานตามรายการบันทึกตรวจแบบคำขอ					เอกสาร สน.๕ (ขอเลขสารบบอาหาร)		
	2. ตรวจสอบเอกสารตามแบบรายการตรวจเอกสาร					แบบตรวจสอบรายการเอกสารที่เกี่ยวข้อง		
	3. ยื่นเอกสารผ่านระบบสำนักอาหารออนไลน์					ฟอร์มยื่นขอเลขสารบบอาหาร/เอกสารชำระเงินผ่านระบบออนไลน์		
	4. เจ้าหน้าที่สำนักอาหารพิจารณาผ่านระบบภายใน 45 วัน					เอกสาร สน.๕ และเอกสารที่เตรียมตามแบบตรวจสอบ	เอกสารที่เตรียมอาจไม่สามารถใช้อื่นได้หรือมีข้อแก้ไขอื่นๆ	ตรวจทานเอกสารตามแบบตรวจคำขอให้ครบถ้วน
	5. รับเลขสารบบอาหารผ่านระบบออนไลน์					เอกสารใบ สน.๕ ที่ได้เลขสารบบอาหาร		

ขั้นตอนการยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์

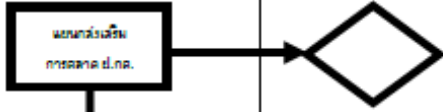
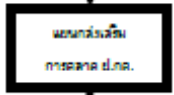

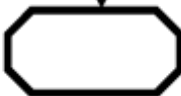


เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	แผนกส่งเสริมการตลาด	เจ้าหน้าที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1. กรอกคำขอ (ใบ ก.01) ในแบบฟอร์ม เพื่อยื่นจดทะเบียน			แบบ ก.01 ยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า		
	2. เตรียมเอกสารหลักฐานตามรายการแบบ ก.01			เตรียมเอกสารแบบคำรายการในแบบ ก.01		
	3. จอจกิวเพื่อนยื่นขอจดทะเบียนที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา			เอกสารทั้งหมดที่ได้เตรียมไว้	มีการแก้ไขข้อความโดยเจ้าหน้าที่เป็นผู้แนะนำให้เป็นไปตามเกณฑ์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา	สามารถโทรสอบถามรายละเอียดการกรอกเอกสารจากเจ้าหน้าที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้
	4. รับเอกสารเครื่องหมายการค้าที่ได้รับอนุญาตภายใน 1 ปี			เอกสารที่ได้รับเลขการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า		

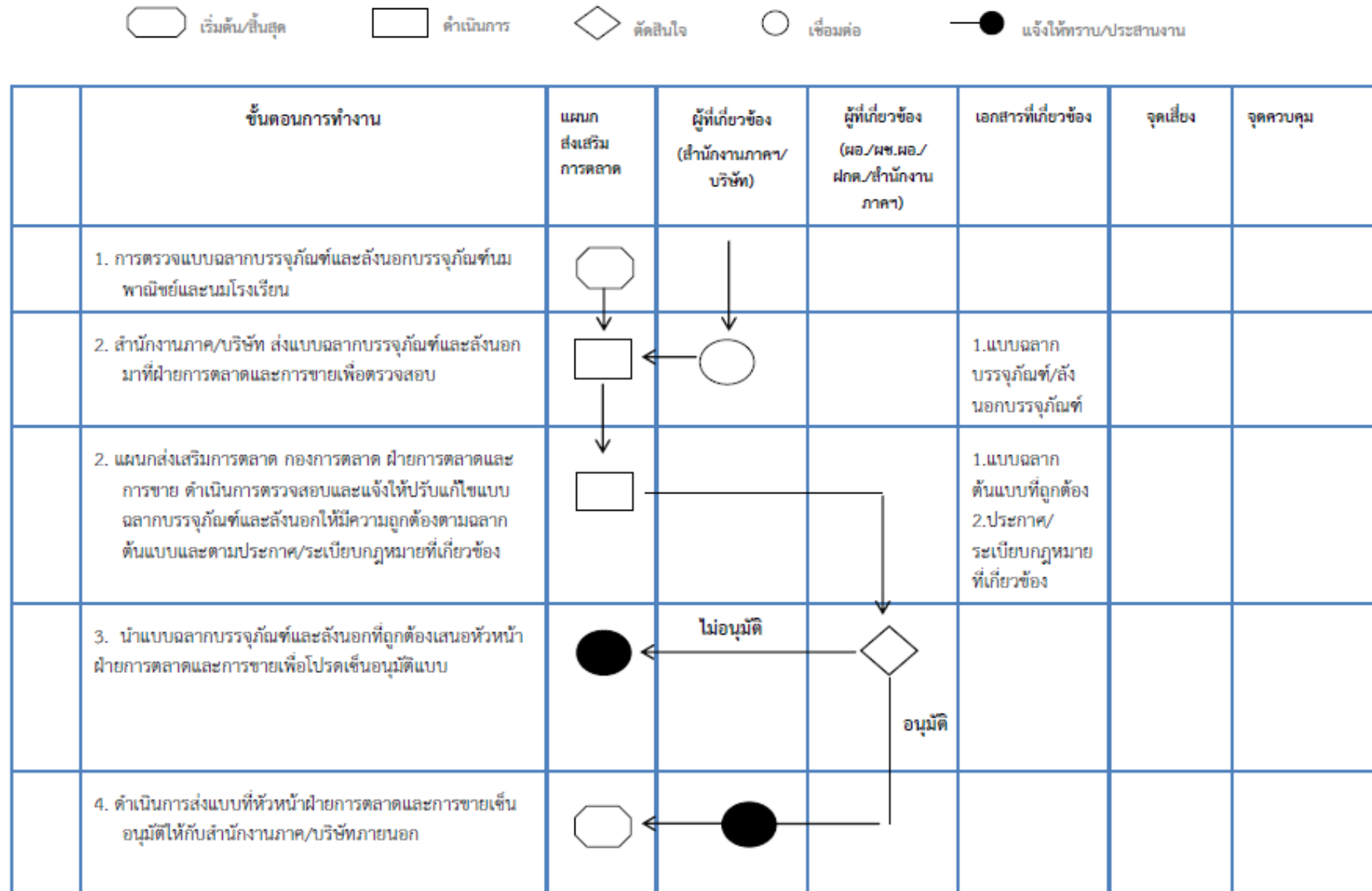
รูปภาพ ๖.๔ ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development)



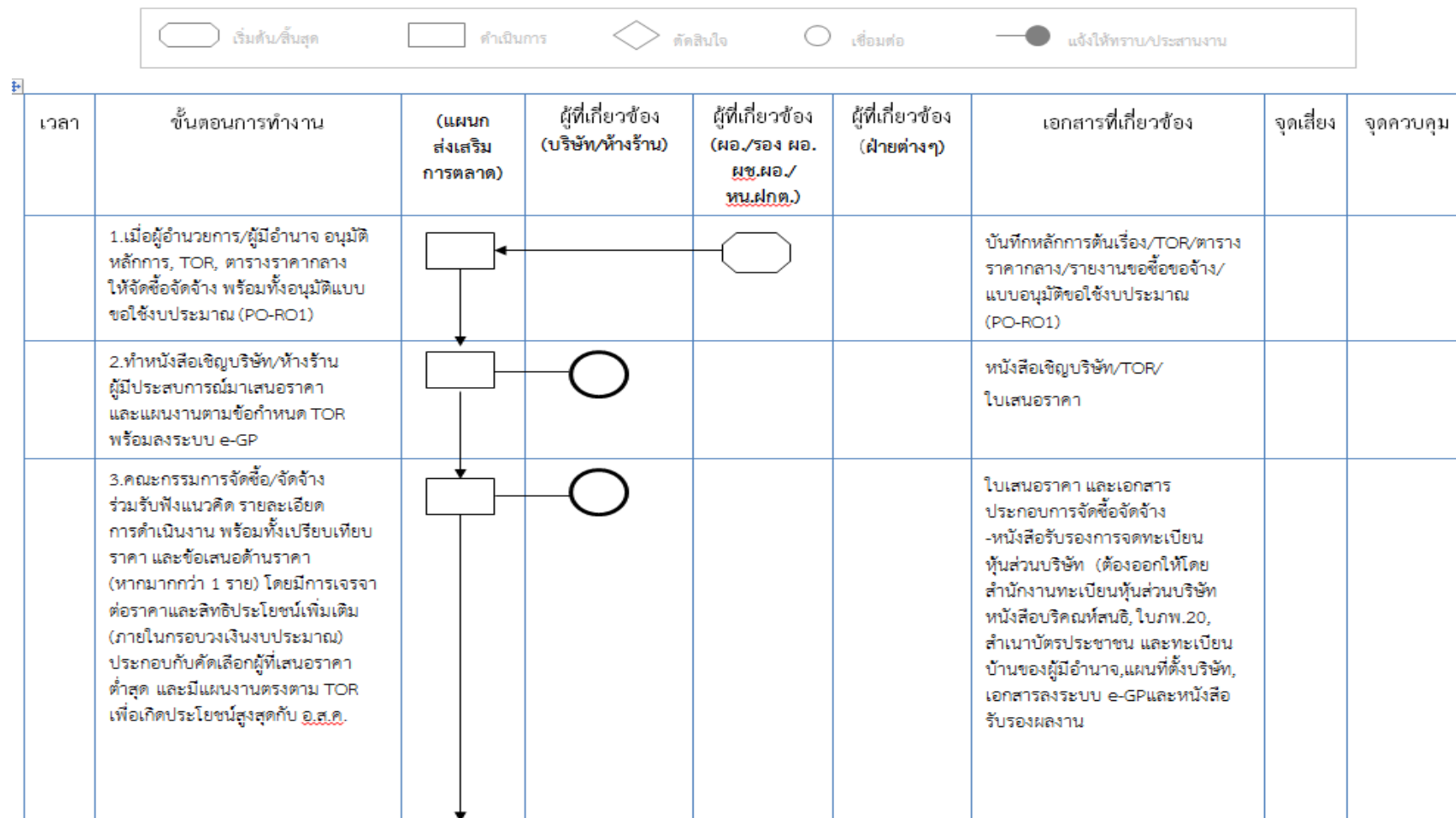
เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (แผนกส่งเสริมการตลาด)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ฝ่ายตรวจสอบ)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1. การศึกษาข้อมูลด้านการตลาด				<ul style="list-style-type: none"> -ข้อมูลสถานการณ์การตลาด -ข้อมูลวิเคราะห์คู่แข่ง -ข้อมูลส่วนแบ่งการตลาด 	-ข้อมูลไม่เพียงพอ เพื่อใช้ประกอบการจัดทำแผน	
	2. การวิจัยและทดลองผลิตภัณฑ์				<ul style="list-style-type: none"> -ข้อมูลวิจัยทดสอบจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย -แบบรายงานผลการประเมินความพึงพอใจด้านรสชาติ -แบบรายงานผลการประเมินการรับรู้ตราสินค้า 	-ขาดผู้เชี่ยวชาญในการวิจัยสูตร	
	3. การวิเคราะห์มาตรฐานอาหาร				<ul style="list-style-type: none"> -ผลวิเคราะห์อาหาร -ข้อมูลโภชนาการ 	-ใช้ระยะเวลานานในการส่งตัวอย่างวิเคราะห์มาตรฐานอาหาร	
	4.การออกแบบบรรจุภัณฑ์/ กำหนดเลขบาร์โค้ด				<ul style="list-style-type: none"> -แบบร่างดีไซน์ฉลาก (Lay Out) -แบบดีไซน์ฉลาก(Art Work) -บันทึกขออนุมัติแบบฉลากเห็นชอบจาก ผอ. -บันทึกขออนุมัติบาร์โค้ด 	-ไม่มีโปรแกรมออกแบบฉลาก และขาดผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบแลใช้โปรแกรมเฉพาะทาง	
	5.การขออนุมัติแผนการตลาด				<ul style="list-style-type: none"> -แผนการตลาด -บันทึกขออนุมัติแผนการตลาดเห็นชอบจาก ผอ./คณะกรรมการอ.ส.ค. 		



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (แผนกส่งเสริมการตลาด)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ฝ่ายตรวจสอบ)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	6.การขออนุมัติโครงสร้างราคา				-เอกสารโครงสร้างราคา -บันทึกขออนุมัติเห็นชอบโครงสร้างราคา		
	7.การขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหารกับ อย.				-เอกสารสูตร -เอกสารสถานที่ผลิต -เอกสารสพ. 5 และสพ.6	มีขั้นตอนในการพิจารณาใช้เวลานานจากเจ้าหน้าที่ อย.	
	8.การผลิตและการจำหน่าย				-เอกสารแจ้งสำนักงานภาค ดำเนินการผลิต -เอกสารเตรียมความแจ้งการจำหน่าย ในช่องทางจัดจำหน่าย -เอกสารSale Kit	ความพร้อมในการเริ่มผลิต / ความพร้อมของวัตถุดิบ	
	9.การประเมินและติดตามผล				-แบบประเมินผลความเสี่ยง/ควบคุมภายใน -เอกสารรายงาน KPI ประจำปี		



รูปภาพ ๖.๕ ขั้นตอนการตรวจแบบฉลากบรรจุภัณฑ์และสิ่งนอกบรรจุภัณฑ์นมพาณิชย์และนมโรงเรียน








รูปภาพ ๖.๖ ขั้นตอนการจัดซื้อ/จัดจ้าง




เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนก ส่งเสริม การตลาด)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (บริษัท/ห้างร้าน)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ. <u>ผช.ผอ./</u> <u>หน.ฝกต.</u>)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ฝ่ายต่างๆ)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	4.เมื่อเสนอรับราคาแล้ว ทำสรุปผลการพิจารณาจัดซื้อ/จัดจ้าง โดยคณะกรรมการจัดจ้าง ลงลายมือชื่อในเอกสารบริษัท ใบเสนอราคารายละเอียดแผนงาน และหนังสือยืนยันราคา การลดราคา รวมทั้งสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม (ถ้ามี)					รายงานผลการพิจารณาจัดซื้อจัดจ้าง ใบเสนอราคาของบริษัท, หนังสือยืนยัน, ลดราคา หรือ สิทธิประโยชน์เพิ่มเติม (ถ้ามี) พร้อมกับลงลายมือชื่อและประทับตราบริษัทในหนังสือรับรองการจดทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท (ต้องออกให้โดยสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท หนังสือบริคณห์สนธิ, ใบภพ.20, สำเนาบัตรประชาชน และทะเบียนบ้านของผู้มีอำนาจ, แผนที่ตั้งบริษัท และเอกสารการลงระบบ e-GP		
	5.เสนอผู้อำนวยการ อนุมัติ					-กรณีวงเงินน้อยกว่า 1 ล้านบาท และมีระยะเวลาดำเนินการไม่เกิน 30 วัน จะออกใบสั่งซื้อ(ERP PO) ประกอบเอกสารเสนอราคา และหลักฐานของบริษัทฯ -กรณีวงเงินมากกว่า 1 แสนบาท และมีระยะเวลาดำเนินการเกินกว่า 30 วันจะต้องทำสัญญาจ้าง/ข้อตกลง		

เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนก ส่งเสริม การตลาด)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (บริษัท/ห้างร้าน)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ. <u>ผช.ผอ./</u> <u>หน.ฝกต.</u>)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ฝ่ายต่างๆ)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	<p>6.จัดทำร่างสัญญาจ้างฯ ระหว่าง <u>อ.สน.ค.</u> (ผู้ว่าจ้าง) กับผู้ได้รับการคัดเลือก (ผู้รับจ้าง) โดยระบุเงื่อนไขตามTOR และ สิทธิประโยชน์เพิ่มเติม (ถ้ามี)</p> <p>เสนอแผนกนิติกรรมสัญญาและคดี กองกฎหมายตรวจร่างสัญญาจ้างฯ โดยแนบบันทึกดั้งเรื่อง รายงานขอซื้อ ขອງจ้าง แบบขอใช้งบประมาณ (PO-RO1) ที่ได้รับการอนุมัติ พร้อมทั้งแนบสรุปผลการพิจารณาจัดซื้อ/จัดจ้าง และเอกสาร ประกอบสัญญาฯ</p> <ul style="list-style-type: none"> -TOR -ใบเสนอราคา, หนังสือยืนยันราคา หรือลดราคา, สิทธิประโยชน์เพิ่มเติม(ถ้ามี) -หลักประกันสัญญาจ้างฯ (หนังสือ ค่าประกันของธนาคาร/แคชเชียร์เช็ค/ เงินสด) วงเงิน 5% ของมูลค่าการจ้าง -หนังสือรับรองการจดทะเบียนหุ้นส่วน บริษัท (ต้องออกให้โดยสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทฯ (ไม่เกิน 1เดือนก่อนวันที่ ลงนามสัญญา), หนังสือบริคณห์สนธิ, ใบ กพ.20, สำเนาบัตรประชาชนและทะเบียน บ้านของผู้มีอำนาจลงนามสัญญา, แผนที่ตั้งบริษัท และหนังสือ ลงระบบ e-GP 				 <p>เสนอแผนก นิติกรรมสัญญา และคดี กองกฎหมาย</p>	<p>ร่างสัญญาจ้าง พร้อมเอกสารประกอบ สัญญา</p> <ul style="list-style-type: none"> -บันทึกดั้งเรื่อง -TOR/ตารางราคากลาง -รายงานขอซื้อขອງจ้าง -แบบขอใช้งบประมาณ (PO-RO1) -รายงานผลการพิจารณาจัดซื้อจัดจ้าง -ใบเสนอราคา, หนังสือยืนยันราคา, หรือลดราคา, สิทธิประโยชน์เพิ่มเติม (ถ้ามี) -หลักประกันสัญญาจ้างฯ (หนังสือ ค่าประกันของธนาคาร/แคชเชียร์เช็ค/ เงินสด) วงเงิน 5% ของมูลค่าการจ้าง -หนังสือรับรองการจดทะเบียนหุ้นส่วน บริษัท (ต้องออกให้โดยสำนักงาน ทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทฯ (ไม่เกิน 1เดือน ก่อนวันที่ลงนามสัญญา), หนังสือ บริคณห์สนธิ, ใบกพ.20, สำเนาบัตร ประชาชน และทะเบียนบ้านของ ผู้มีอำนาจลงนามสัญญา, แผนที่ตั้ง บริษัท และหนังสือลงระบบ e-GP 		

เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนก ส่งเสริม การตลาด)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (บริษัท/ห้างร้าน)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ. <u>ผช.ผอ./</u> <u>หน.ฝกต.</u>)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ฝ่ายต่างๆ)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	7.แผนกนิติกรรมฯ ตรวจสอบร่างสัญญาและเอกสาร ถ้าถูกต้องสามารถบังคับใช้ได้ แต่ถ้าไม่ถูกต้อง จะมีการแก้ไข/เพิ่มเติมตามความเห็นของนิติกร							
	8.จัดทำสัญญาที่แก้ไขถูกต้องแล้ว จำนวน 2 ฉบับ ส่งให้บริษัทนำไปติดตราสาร (หรือติดอากร) ในอัตรา 1,000 : 1 บาท ที่ต้นฉบับ และคู่ฉบับ (5 บาท) พร้อมทั้งประทับตราบริษัท และกรรมการผู้จัดการ บริษัทผู้มีอำนาจลงนามสัญญา ลงลายมือชื่อในสัญญาทั้ง 2 ฉบับ รวมทั้งเอกสารประกอบการทำสัญญาทุกหน้า							
	9.เสนอผู้อำนวยการลงนาม โดยผ่านหัวหน้ากองกฎหมาย					สัญญาจ้างต้นฉบับ/คู่ฉบับ พร้อมทั้งเอกสารประกอบการจัดทำสัญญา		

เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนก ส่งเสริม การตลาด)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (บริษัท/ห้างร้าน)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ. <u>ผช.ผอ./</u> <u>หน.ฝกต.</u>)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ฝ่ายต่างๆ)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	10.สัญญาต้นฉบับให้แผนก นิติกรรมฯ				● แผนก นิติกรรมฯ	สัญญาจ้างฯ ต้นฉบับ+เอกสาร ประกอบการทำสัญญาต้นฉบับ		
	11.สัญญาคู่ฉบับให้บริษัทฯ (ผู้รับจ้าง) และ		●			สัญญาจ้างฯ คู่ฉบับ+เอกสาร ประกอบการทำสัญญาคู่ฉบับ		
	12.สำเนาสัญญา+หลักประกัน (ถ้าเป็นหนังสือค้ำประกันธนาคาร ตัวจริง) ส่งให้ฝ่ายบัญชีฯ				●	สำเนาสัญญาจ้างฯ ต้นฉบับ+เอกสาร ประกอบการทำสัญญาต้นฉบับ		
	13.สำเนาสัญญาจ้าง/ข้อตกลง ที่มีวงเงินตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป โดยทำหนังสือให้สำนักงานตรวจเงิน แผ่นดิน (สตง.) เพื่อทราบภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ทำสัญญา/ข้อตกลง				●	สำเนาสัญญาจ้างฯ ต้นฉบับ+เอกสาร ประกอบการทำสัญญาต้นฉบับ		

เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนก ส่งเสริม การตลาด)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (บริษัท/ห้างร้าน)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ. <u>ผช.ผอ./</u> <u>หน.ฝกต.</u>)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ฝ่ายต่างๆ)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	14.สำเนาสัญญาต้นฉบับ+เอกสาร ประกอบการทำสัญญาให้กรรมการ ตรวจรับการจ้างของแผนกส่งเสริม การตลาดพร้อมทั้งตัวจริงบันทึก ต้นเรื่อง, TOR/ตารางราคากลาง, รายงานขอซื้อขอจ้าง, แบบขอใช้ งบประมาณ PO-RO1), รายงานผลการ พิจารณาจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อใช้ในการ เบิก-จ่ายในแต่ละงวดงาน	↓ 						

□




เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนก ส่งเสริม การตลาด)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน.แผนก ต่างๆ ผ.กต.)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ. <u>ผช.ผอ./</u> <u>หน.ผกต.</u>)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ฝ่ายต่างๆ)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	5.สรุปผลการตรวจสอบครุภัณฑ์ของ ฝ่ายการตลาดและการขาย เสนอ หัวหน้าฝ่ายพัสดุและบริการ				 ฝ่ายพัสดุฯ	รายการทรัพย์สิน		
	6.หัวหน้าฝ่ายพัสดุและบริการเพื่อรับ ดำเนินการ สรุปเสนอผู้อำนวยการ					รายการทรัพย์สิน		
	7.ดำเนินการจัดส่งแฟ้มผลการตรวจ นับทรัพย์สินครุภัณฑ์ของฝ่าย การตลาดฯ ที่ได้รับการอนุมัติจาก ผู้อำนวยการ ให้ฝ่ายการตลาดฯ จัดเก็บ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการ ตรวจสอบปีถัดไป				 ฝ่ายพัสดุฯ	รายการทรัพย์สิน		ส่งมอบเอกสาร ที่ผ่านการ ตรวจสอบแล้ว ให้เลขานุการ ตรวจสอบฯ เป็นผู้จัดเก็บ



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนก ส่งเสริม การตลาด)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน.แผนก ต่างๆ <u>ฝ.กต.</u>)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ. <u>ผช.ผอ./</u> <u>หน.ฝกต.</u>)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ฝ่ายต่างๆ)	เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	8.กรณีพัสดุ/ครุภัณฑ์ หาไม่พบ ให้ทำการสอบข้อเท็จจริง โดยตรวจสอบหาสาเหตุ ได้ผลสรุป อย่างไร ให้เสนอผู้อำนวยการ					รายการทรัพย์สิน		
	9.ผู้อำนวยการ พิจารณาอย่างไร เอกสารแจ้งฝ่ายการพัสดุฯ เพื่อทราบ และดำเนินการ					รายการทรัพย์สิน		
	10.ส่งมอบการตรวจนับทรัพย์สิน ครุภัณฑ์ให้ฝ่ายการตลาดฯ เพื่อใช้เป็น ข้อมูลในการตรวจสอบปีถัดไป					รายการทรัพย์สิน		
	11.รายงานให้หัวหน้าฝ่ายตรวจสอบ และประเมินระบบงาน, ฝ่ายพัสดุ และบริการ และฝ่ายบัญชีและการเงิน เพื่อทราบ และดำเนินการในส่วนที่ เกี่ยวข้องต่อไป					รายการทรัพย์สิน		



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนก ส่งเสริม การตลาด)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน.แผนก ต่างๆ <u>ฝ.กต.</u>)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ. <u>ผช.ผอ./</u> <u>หน.ฝกต.</u>)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ฝ่ายต่างๆ)	เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	12.ดำเนินการ และรวบรวม	↓ 				รายการทรัพย์สิน		ส่งมอบเอกสาร ให้เลขานุการ ตรวจนับฯ เป็นผู้จัดเก็บ

□

๗. ขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที ไทย-เดนมาร์ก ให้กับตัวแทนจำหน่ายในประเทศ
ผู้รับผิดชอบหลัก : แผนกบริหารการขาย กองการขาย ฝ่ายการตลาดและการขาย



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	บริษัท/ตัวแทน จำหน่าย ในประเทศ	สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค	ฝ่ายการตลาด และการขาย	ผู้อำนวยการ	แผนกติดตามฯ ผ.ผ.	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1. ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ทีไทย-เดนมาร์ก ให้กับตัวแทนจำหน่ายในประเทศ								
	2. สรุปรายชื่อขออนุมัติเป้าหมายรายปี และรายการส่งเสริมการขาย เสนอผู้อำนวยการอนุมัติ						บันทึกขออนุมัติต่อ ผู้อำนวยการเสนอ อนุมัติเป้าหมายรายปี และรายการส่งเสริม การขาย		
	3. แจ้งเรื่องอนุมัติให้สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคดูแลยอดขายและรายการส่งเสริมการขายของตัวแทนแต่ละภาค ตามที่ตกลงกับ อ.ส.ค.						บันทึกอนุมัติจาก ผู้อำนวยการ ประสานงานภาคและ บันทึกแจ้งเวียนภาค		
	4. ส่งแผนการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก ประจำเดือนหรือประจำวัน ให้แผนกการตลาดและการขาย สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค						หนังสือถึงผู้อำนวยการ เพื่อลงนามบันทึก ข้อตกลง บันทึกแจ้งเวียนภาค		



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	บริษัท/ตัวแทน จำหน่าย ในประเทศ	สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค	ฝ่ายการตลาด และการขาย	ผู้อำนวยการ ในประเทศ	แผนกติดตาม ผ่านผ.	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	5.รับแผนการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นมและ วางแผนการผลิต ผลิตภัณฑ์ส่งให้ แผนกการผลิต								
	6.รับใบนัดรับสินค้าของบริษัท /ตัวแทน จำหน่าย เพื่อตัวแทนจำหน่ายมารับ สินค้าตามที่ได้แจ้งนัดรับไว้						ใบนัดรับสินค้า		
	7.กรณีบริษัท/ตัวแทนจำหน่ายจัดซื้อ ผลิตภัณฑ์นมใน ระบบเงินสด : โดยการโอนเงินเข้า บัญชี อ.ส.ค. จัดซื้อผลิตภัณฑ์นมตาม ใบสั่งซื้อ ระบบเงินเชื่อ : โดยการจ่ายเป็นเช็ค ล่วงหน้า 45 วันตามใบสั่งซื้อ						ใบสั่งซื้อสินค้า ใบ Pay in		
	8.ออกใบกำกับภาษี/ใบเสร็จรับเงิน, ใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม,ใบกำกับภาษี/ ใบส่งของ ให้กับบริษัท/ตัวแทน จำหน่าย ตามใบสั่งซื้อสินค้า						ใบกำกับภาษี / ใบเสร็จรับเงิน ใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม ใบกำกับภาษี ใบสั่งซื้อสินค้า		



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	บริษัท/ตัวแทน จำหน่าย ในประเทศ	สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค	ฝ่ายการตลาด และการขาย	ผู้อำนวยการ	แผนกติดตามฯ แผนผ.	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	9.จ่ายผลิตภัณฑ์นม ตามใบส่งสินค้า						ใบส่งสินค้า		
	10.จัดทำรายงานสต็อกสินค้า ตามใบกำกับ/ใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษี						ใบกำกับภาษี ใบส่งของ ใบเสร็จรับเงิน		
	11. ตรวจสอบยอดขายตามเป้าหมาย จ่ายส่วนแถมปกติและส่วนแถมพิเศษ						เอกสารยอดขายราย เดือน ข้อมูลจาก สำนักงาน.อ.ส.ค. ภาค		
	12.สรุปรายงานผลการจำหน่ายตัวแทน จำหน่ายเป็นรายเดือน เปรียบเทียบ แผนการดำเนินงานประจำปี ให้ฝ่าย การตลาดและการขายรวบรวม รายงาน ยอดการจำหน่ายการส่งเสริม การจำหน่ายรายเดือน , รายไตรมาส, รายปี และรวบรวมผลการดำเนินงาน ของแต่ละภาค แจ้ง แผนผ.						บันทึกสรุปผลการ จำหน่ายรายเดือน เสนอ แผนผ. และ ผู้อำนวยการ		

รูปภาพ ๗.๑ ตัวแทนจำหน่ายประเภท Smart Agents ในประเทศ

ตัวแทนจำหน่ายในประเทศ เข้าร่วมโครงการ Smart Agents









เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ฝ่ายการตลาดและการขาย	ผู้อำนวยการ	สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค	บริษัท/ตัวแทนจำหน่ายในประเทศ	แผนกติดตามฯ <u>สนผ.</u>	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1. ขออนุมัติหลักการ 1.1 นำเสนอผู้อำนวยการพิจารณา						บันทึกอนุมัติ		
	2. แจ้งหลักการการจัดตัวแทนจำหน่าย เข้าร่วมโครงการ Smart Agents สำหรับ Talent Sellers นมไทย-เดนมาร์ค ประจำปี 2561						บันทึกแจ้งเวียนภาค หนังสือแจ้งตัวแทนจำหน่าย ใบสมัครเข้าร่วม		
	3. ขออนุมัติรายชื่อตัวแทนจำหน่าย เข้าร่วมโครงการ Smart Agents สำหรับ Talent Sellers นมไทย-เดนมาร์ค ประจำปี 2561						บันทึกอนุมัติ บันทึกแจ้งเวียนภาค		
	4. รายงานผลการดำเนินงานและยอดจำหน่ายรายเดือน 4.1 สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค รายงานยอดขายรายเดือนของแต่ละตัวแทนจำหน่าย 4.2 <u>สกต.</u> สรุปรวบรวมรายงานฯ นำส่งแผนกติดตามฯ <u>สนผ.</u>						บันทึกแจ้งเวียนภาค หนังสือรายงานรายเดือน รายงานผลการดำเนินงาน		

รูปภาพ ๗.๓ ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที ให้กับกรมพินิจและคุ้มครองเด็ก



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	แผนกบริหาร การขาย	ฝ่ายการตลาด และการขาย	ผู้อำนวยการ	กอง กฎหมาย	บริษัท/ตัวแทน จำหน่าย/คู่ค้า/ กรมพินิจ	สำนักงาน อ.ส.ค.ภาค	เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1. ขออนุมัติเสนอราคา จำหน่าย ให้กรมพินิจ ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์คประจำปี							ทำหนังสือ เสนอราคา		
	2. ผู้อำนวยการ จำหน่าย									
	2. อ.ส.ค. เสนอราคา กรมพินิจตกลงและส่ง สัญญาซื้อขายให้ อ.ส.ค. ลงนาม							สัญญาซื้อขาย		
	3. ลงนามสัญญาซื้อขาย -ต้นฉบับ ส่งกรมพินิจฯ -คู่ฉบับ ส่งกองกฎหมาย -สำเนา ส่ง ฝ่ายการตลาดฯ สำนักงานภาคทุกภาค							บันทึก ข้อความ นำส่งคู่ฉบับ/ สำเนาสัญญา		






เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	แผนกบริหารการขาย	กรมพินิจ	สำนักงานอ.ส.ค.ภาค	ผู้รับจ้างขนส่ง	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	4. กรมพินิจฯแจ้งแผนการขีอนมประจำเดือน ให้ อ.ส.ค.		←					ใบแจ้งแผนการรับผลิตภัณฑ์นม
	5. แผนกบริหารการขาย 5.1 รับใบสั่งซื้อ กรมพินิจฯ ประจำเดือน					ใบสั่งซื้อกรมพินิจฯ		
	5.2ส่งไปสั่งซื้อ แจ้งสำนักงาน อ.ส.ค. ภาค 4 ภาค					ใบสั่งซื้อกรมพินิจฯ		
	5.3แจ้งผู้รับจ้างขนส่ง 5 ราย					ใบสั่งซื้อกรมพินิจฯ		
	5.4รับใบสั่งนมจากผู้รับจ้างขนส่ง, ออกใบสั่งนมปล่อยนม					ใบสั่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม		
	6.สำนักงาน อ.ส.ค. ทั้ง 4 ภาค รวบรวมใบกำกับภาษี/ใบส่งของส่งกลับ แผนกบริหารการขาย					ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ		



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	แผนกบริหาร การขาย	กรมพินิจ	สำนักงาน อ.ส.ค.ภาค	ผู้รับจ้าง ขนส่ง	เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	7. แผนกบริหารการขาย รับใบกำกับภาษี/ใบส่ง					- ใบกำกับภาษี/ ใบส่งของ		
	7.1ออกหนังสือแจ้งหนี้ ค่าผลิตภัณฑ์นม กรมพินิจฯ ประจำเดือน					- ใบกำกับภาษี/ ใบส่งของ		
	8. กรมพินิจฯ 8.1 รับวางบิลแจ้งหนี้ ประจำเดือน 8.2 ชำระค่าผลิตภัณฑ์นม ประจำเดือน/เข้าบัญชี อ.ส.ค.					- สำเนาใบนำ ฝากเงิน		
	8.3 ส่งสำเนาใบนำฝากให้ แจ้ง อ.ส.ค. ทราบ					- สำเนาใบนำ ฝากเงิน		



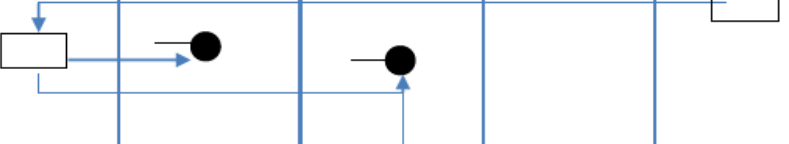
เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	แผนก บริหารการ ขาย	กรมพินิจ	ฝ่ายบัญชี และการเงิน	ฝ่าย การตลาด และการขาย	เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	9. แผนกบริหารการ ขายแจ้งแผนกประมวล รายงานการเงิน ฝ่าย บัญชีและการเงิน					-ออกใบเสร็จ		
	9.1ส่งใบเสร็จให้กับกรม พินิจ					-ใบเสร็จ		
	9.2สรุปรายงาน เสนอ หัวหน้าฝ่ายการตลาดและ การขาย					- รายงานการ จำหน่าย ประจำเดือน		

รูปภาพ ๗.๔ ขั้นตอนการจัดกิจกรรมออกร้านแสดงสินค้า

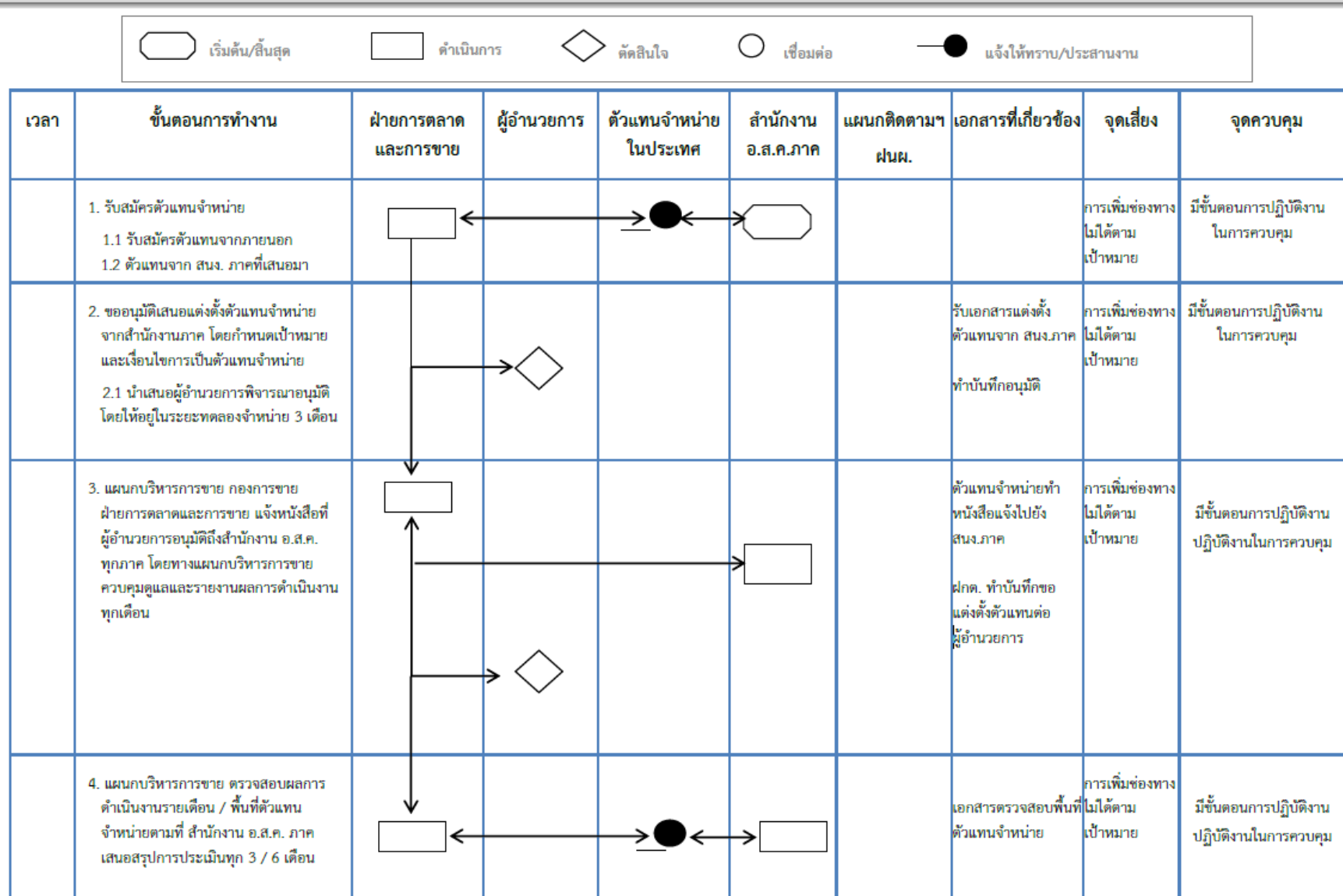


เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	แผนกบริหาร การขาย	ฝ่ายการตลาด และการขาย	ผู้อำนวยการ	สำนักงานอ.ส.ค. ภาค	บริษัท/ตัวแทน จำหน่าย	เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1.รับเรื่องจากหน่วยงาน ภาครัฐ/เอกชน						-เอกสารของ บริษัทที่เชิญ จัดกิจกรรม		
	2.ติดต่อประสานงานกับ หน่วยงานที่แจ้งเรื่องมา								
	3.ตั้งเรื่องขออนุมัติจัดออก กร้านจำหน่ายและขอ อนุมัติกิจกรรม เสนอ ผอ.						-บันทึก ข้อความถึง ผู้อำนวยการ		
	4.ส่งหนังสืออนุมัติให้ สำนักงานภาค/ตัวแทน จำหน่ายเขตพื้นที่ที่ รับผิดชอบ						-บันทึก ข้อความ อนุมัติ		
	5.แจ้งสำนักงานภาค หรือ ตัวแทนจำหน่าย เพื่อ ดำเนินการออกร้าน								
	6.แผนกบริการการขายเข้า ร่วมจัดกิจกรรม								



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	แผนกบริหาร การขาย	ฝ่ายการตลาด และการขาย	ผู้อำนวยการ	สำนักงานอ.ส.ค. ภาค	บริษัท/ ตัวแทน จำหน่าย	เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	7.สรุปภาพรวม/ยอดขายใน งาน เสนอหัวหน้าฝ่าย การตลาดและการขาย/ ผู้อำนวยการ						-บันทึก รายงาน		

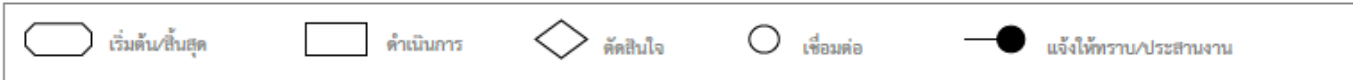
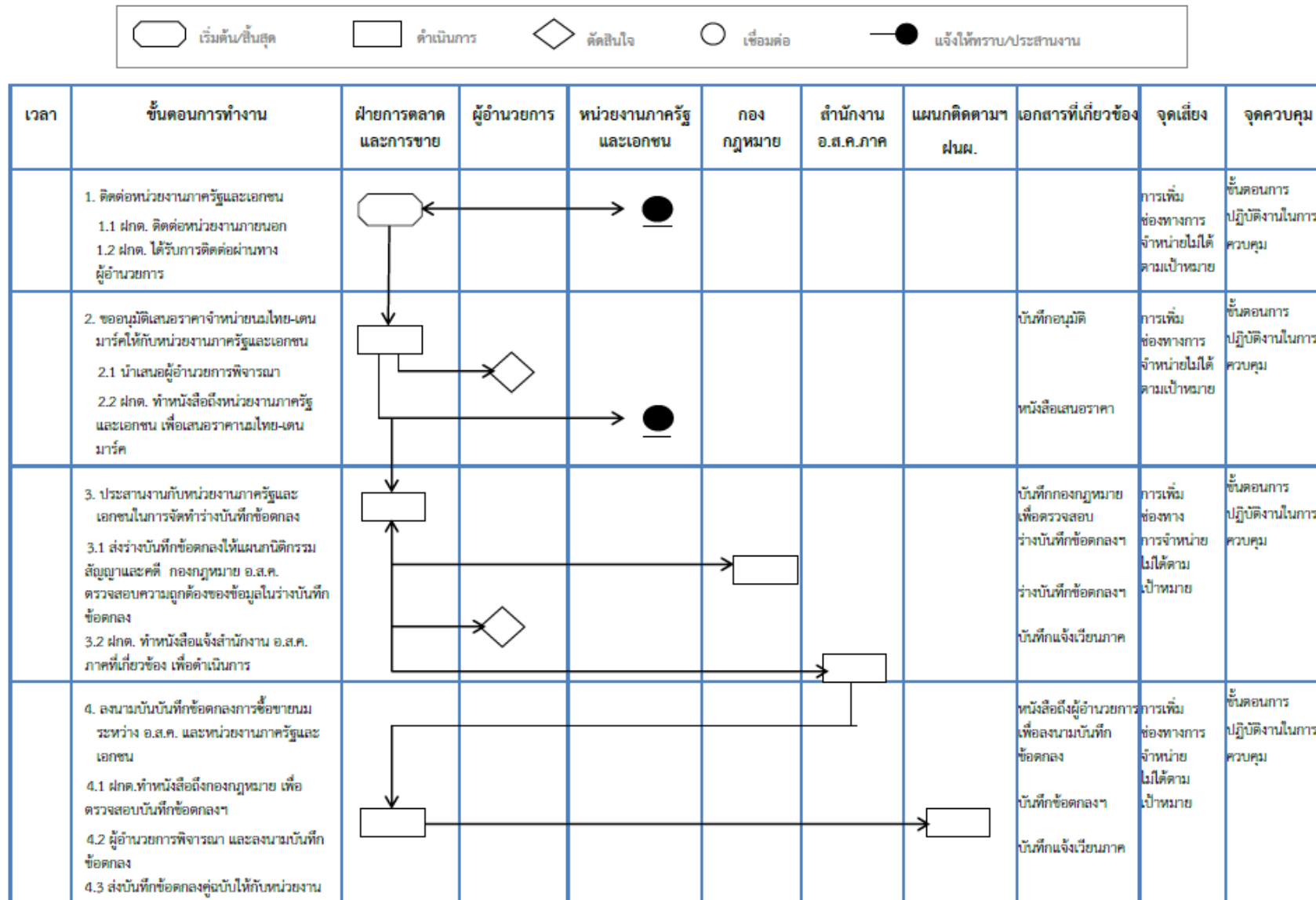
รูปภาพ ๗.๕ การแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศ TT (ประเภทผลิตภัณฑ์นม U.H.T)





เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ฝ่ายการตลาดและการขาย	ผู้อำนวยกา	ตัวแทนจำหน่ายในประเทศ	สำนักงาน อ.ส.ค.ภาค	แผนกติดตามฯ ฝนผ.	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	5. เสนอขออนุมัติแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย 5.1 แผนกการตลาดและการขาย สำนักงาน อ.ส.ค. ทุกภาค ดำเนินการรวบรวมเอกสาร พร้อมหนังสือแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายไปยัง ฝนผ. เพื่อนำเสนอผู้อำนวยกา 5.2 ฝนผ. นำเสนอผู้อำนวยกาเพื่ออนุมัติและแจ้งสำนักงานภาค						บันทึกขออนุมัติแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย	การเพิ่มช่องทางไม่ได้ตามเป้าหมาย	มีขั้นตอนการปฏิบัติงานในการควบคุม
	6. ติดตามผลการดำเนินการทุกเดือน						ข้อมูลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม	การเพิ่มช่องทางไม่ได้ตามเป้าหมาย	มีขั้นตอนการปฏิบัติงานในการควบคุม

รูปภาพ ๗.๖ การเพิ่มช่องทางจำหน่าย





เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ฝ่ายการตลาดและการขาย	ผู้อำนวยการ	หน่วยงานภาครัฐและเอกชน	กองกฎหมาย	สำนักงาน อ.ส.ค.ภาค	แผนกติดตามฯ ฝนผ.	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	5.สรุปรายงานผลการดำเนินงาน ขอการ จำหน่าย และการจัดกิจกรรมเสนอ ผู้อำนวยการทุกเดือน 5.1 สำนักงานภาครายงานยอดขายราย เดือนของแต่ละตัวแทนจำหน่าย 5.2 ผกค.สรุปรวบรวมรายงานฯ นำส่ง แผนกติดตาม ฝนผ. และนำเสนอความ คืบหน้าต่อผู้อำนวยการ						หนังสือรายงานการ จำหน่ายรายเดือน รายงานผลการ ดำเนินงาน	การเพิ่ม ช่องทางไม่ได้ ตามเป้าหมาย	ขั้นตอนการ ปฏิบัติงานใน การควบคุม	

๘. ผู้รับผิดชอบหลัก : แผนกขายกรุงเทพฯ และปริมณฑล กองการขาย ฝ่ายการตลาดและการขาย

๑. แผนการเผยแพร่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางวิทยุในห้าง
๒. โครงการจัดกิจกรรมชิงชิมนมโยเกิร์ตพร้อมดื่มไทย-เดนมาร์ค โฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ ในห้าง MT
๓. โครงการจัดทำสินค้าพรีเมียมและของสมนาคุณเพื่อส่งเสริมการขาย ในห้าง TT และ MT

รูปภาพ ๘.๑ ขั้นตอนด้านการส่งเสริมการขาย MT



ขั้นตอนการทำงาน	แผนกขาย กรุงเทพฯ	หน่วยงานต่างๆ	ฝ่ายตรวจสอบ	คณะกรรมการ ตรวจรับ	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
1. ประสานงานกับห้าง เพื่อ กำหนดโปรโมชันร่วมกัน					ขาด SKU ที่ห้างต้องการ จัด	เช็ค Stock จากโรงงาน สั่งผลิตสินค้าล่วงหน้า
2. ขออนุมัติโปรโมชันต่อ ผู้อำนวยการล่วงหน้า 2-3 เดือน					ไม่ได้รับอนุมัติ/อนุมัติไม่ ทันเวลา	โทรประสานงานยอด การผลิตจาก สนง.ภาค ต่างๆ และทำการจอง นม
3. ประสานงานภาค แจ้ง โปรโมชันเพื่อเตรียม ผลิตภัณฑ์ล่วงหน้า					สนง.ภาค มีSKU ใน Stock ไม่เพียงพอ	เตรียมผลิตภัณฑ์จาก โรงงานอื่นๆ เพื่อให้ เพียงพอต่อ Order
4. แจ้งยืนยันโปรโมชันไปยัง MT						

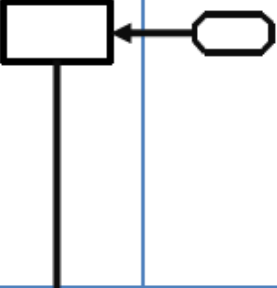
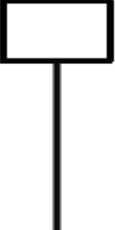

รูปภาพ ๘.๒ ด้านการสั่งซื้อสินค้า MT



ขั้นตอนการทำงาน	แผนกขาย กรุงเทพฯ	หน่วยงานต่างๆ	ฝ่ายตรวจสอบ	คณะกรรมการ ตรวจรับ	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
1. รับใบสั่งซื้อจาก MT Makro ระบบ B2B Big C ระบบ EDI					อาจเกิดปัญหาระบบ ขัดข้องไม่ได้รับใบสั่งซื้อ	คอยติดตามเพื่อให้ MT ส่งมาช่องทางอื่น
2. จัดการประสานงานให้แต่ละ สนง.ภาคจัดส่งผลิตภัณฑ์ตาม ใบสั่งซื้อ					นมใน stock อาจไม่ เพียงพอต่อความ ต้องการของ MT ตามใบสั่งซื้อ	โทรประสานงานยอด การผลิตจาก สนง.ภาค ต่างๆ และทำการจอง นม
3. จัดรถขนส่งให้ได้น้ำหนักตาม ข้อตกลง และไม่เกินกว่า กฎหมายกำหนด					การจัดส่งนมไม่เป็นไป ตาม ใบสั่งซื้อ ทั้ง SKU และจำนวน	ประสานงานจัดส่งกับ พนักงานของ MT ที่ ดูแลสินค้า

รูปภาพ ๘.๓ งานติดตามทวงหนี้การค้า



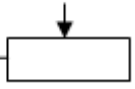
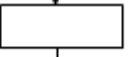

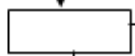

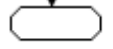
ขั้นตอนการทำงาน	แผนกขาย กรุงเทพฯ	หน่วยงานต่างๆ	ฝ่ายตรวจสอบ	คณะกรรมการ ตรวจรับ	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
1. เมื่อสำนักงานภาคจัดส่งผลิตภัณฑ์นมให้ MT และสำนักงานภาคจะจัดส่งเอกสารภาคส่งของให้กับแผนกขายกรุงเทพฯ เพื่อให้ไว้ให้เป็นหลักฐานในการวางบิล					เอกสารหายระหว่างการจัดส่ง	จัดส่งโดยลงทะเบียนหรือ EMS
2. เมื่อครบ Credit Term ของ MT แผนกขายกรุงเทพฯ จะติดต่อขอรับเช็คและ MT จะโอนเงินเข้าบัญชี อ.ส.ค. * กรณีรับเช็ค นำเช็คเข้าบัญชี อ.ส.ค.					ยอดเงินที่ MT แจ้งไม่ตรงกับเอกสารที่ได้รับจาก สนง.ภาค	ตรวจสอบค่าใช้จ่าย เช่น โปรโมชัน การลดหนี้ต่างๆ
3. ทำรายงานรายได้จาก MT ต่างๆ เพื่อสรุปแจ้งฝ่ายบัญชี					ตัวเลขอาจผิดพลาดจากการคำนวณ	คำนวณทบทวนเพื่อลดการผิดพลาด

๙. ผู้รับผิดชอบหลัก แผนการค้าระหว่างประเทศ กองการชาย ฝ่ายการตลาดและการขาย

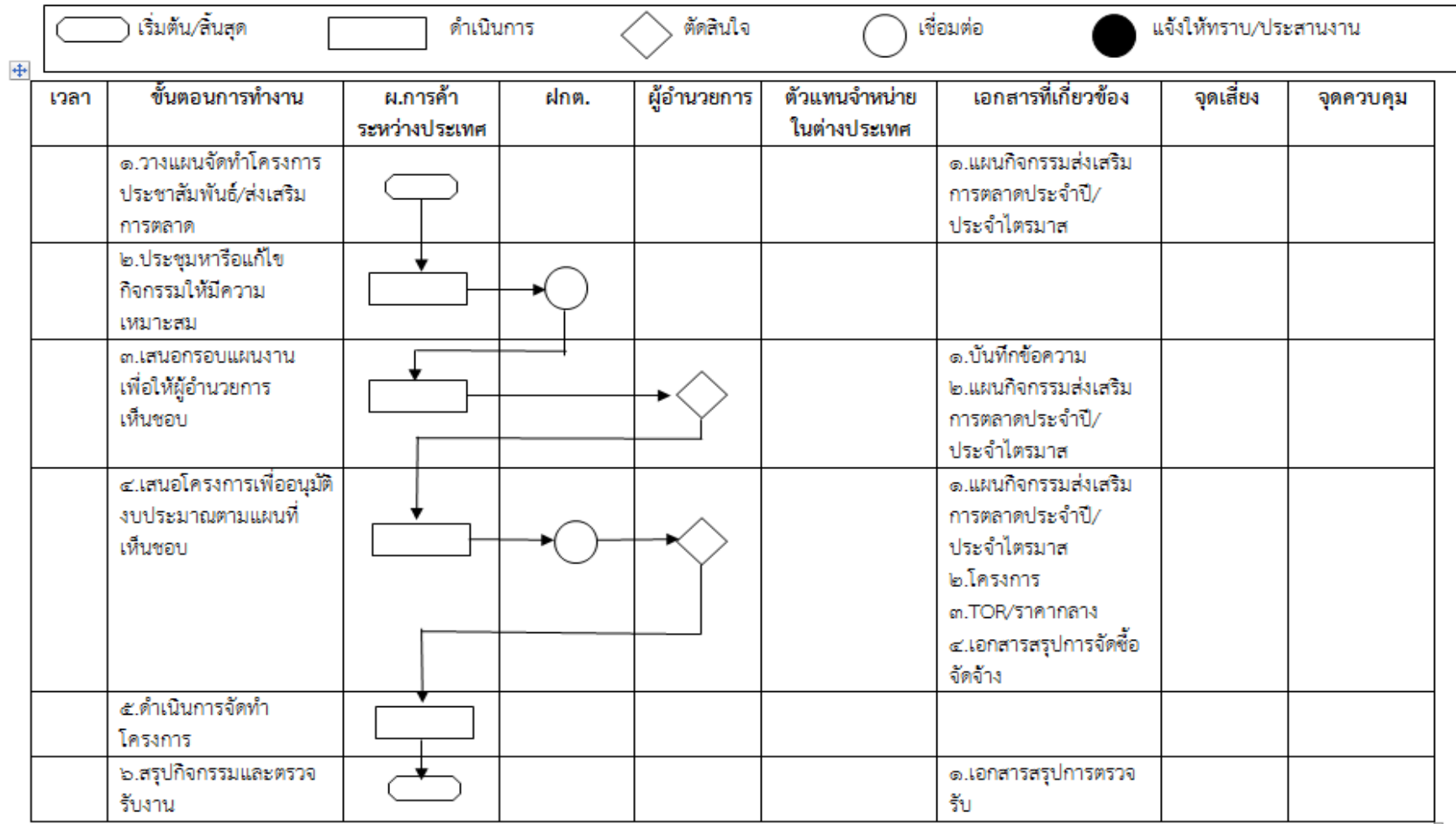
รูปภาพ ๙.๑ ขั้นตอนการเพิ่มผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ

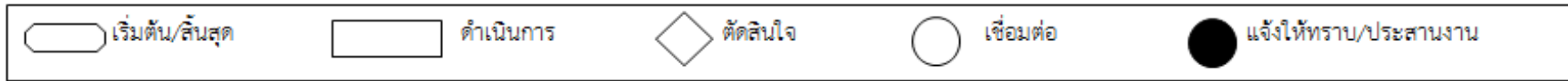


เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ผ.การค้าระหว่างประเทศ	ฝกต.	ผู้อำนวยกา	ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	๑. ผู้ประสงค์เป็นตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศติดต่อขอรับรายละเอียดในการสมัคร	●			○	๑. จดหมายแจ้งความประสงค์เป็นตัวแทนจำหน่าย ๒. สำเนาบัตรประชาชน ๓. สำเนาทะเบียนบ้าน ๔. เอกสารการจดทะเบียนบริษัท ๕. แผนการตลาด ๖. แผนที่ตั้งร้านค้า/สำนักงาน		
	๒. รวบรวมเอกสารเพื่อนัดเจรจาธุรกิจ	□						
	๓. นำเสนอผู้อำนวยกาเพื่อพิจารณาอนุมัติแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายในช่วงทดลอง			◇		๑. บันทึกข้อความขออนุมัติ		
	๔. แจ้งการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายไปยังผู้จัดจำหน่าย, สำนักงานภาคที่เกี่ยวข้อง, ฝ่ายบัญชีและการเงิน	□			●	๑. เอกสารแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายช่วงทดลอง ๒. บันทึกข้อความ		

เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ผ.การค้า ระหว่างประเทศ	ฝกต.	ผู้อำนวยกา การ	ตัวแทนจำหน าย ในต่างประเท ศ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	๕. ทดลองจำหน่ายตาม ระยะเวลาที่ได้ทำการตกลง ไว้							
	๖. ประเมินการทดลอง จำหน่าย					๑. รายงานการประเมิน การทดลองจำหน่าย		
	๗. แจ้งผลการประเมินให้ ผู้อำนวยการพิจารณา					๑. บันทึกข้อความ		
	๘. เมื่อผ่านการทดลอง จำหน่ายจัดทำหนังสือ แต่งตั้งการเป็นตัวแทน จำหน่ายอย่างเป็นทางการ					๑. หนังสือแต่งตั้งเป็น ตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ		
	๙. แจ้งสำนักงานภาคที่ เกี่ยวข้องและฝ่ายบัญชี และการเงิน					๑. บันทึกข้อความ		


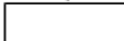





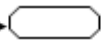
รูปภาพ ๙.๒ ขั้นตอนการจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ต่างๆ





ขั้นตอนการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย



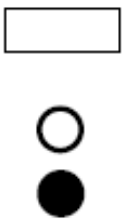


เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	ผ.การค้า ระหว่างประเทศ	ฝกต.	ผู้อำนวยกา ร	ตัวแทนจำหน่าย ในต่างประเทศ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	๑. ทุกๆไตรมาส แผนกจะ ประเมินสถานการณ์เพื่อ ปรับปรุงรายการส่งเสริม การขาย					๑. รายงานยอดจำหน่าย ของตัวแทนจำหน่ายใน ต่างประเทศ ๒. รายงานสถานการณ์ น้ำมันดิบรับเข้า ๓. รายงานสินค้าคงคลัง		
	๒. ปรับปรุงรายการส่งเสริม การขายสำหรับตัวแทน จำหน่ายในแต่ละราย/แต่ ละประเทศ ให้สอดคล้อง กับสถานการณ์							
	๓. เสนอผู้อำนวยกา รเพื่ออนุมัติรายการส่งเสริม การขาย					๑. บันทึกข้อความอนุมัติ		
	๔. แจ้งตัวแทนจำหน่ายและ สำนักงานภาคที่เกี่ยวข้อง	 				๑. บันทึกข้อความแจ้ง สนง.ภาค ๒. หนังสือแจ้งตัวแทน จำหน่าย		

รูปภาพ ๙.๓ ขั้นตอนการจัดการทำส่วนลด/ส่วนแถม



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	แผนกการค้าระหว่างประเทศ	ฝ่ายการตลาดและการขาย	ผู้อำนวยกร	ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1. ทุก 1 ปี ทางแผนกจะประเมินยอดขายของผู้จัดจำหน่ายรายปี (ดูยอดขายที่ผู้จัดจำหน่ายสามารถทำได้ ในปีที่ผ่านมา)					เป้าหมายการจำหน่าย / สัญญาซื้อขาย		
	2. ปรับเพิ่มเป้าหมายการจำหน่ายตามเอกสารสัญญา (เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 8-10)							

	3. เสนอโปรโมชั่นส่วนแถมแบบขั้นบันได ให้ผู้จัดการจำหน่ายเลือกเข้าร่วม					สัญญาซื้อขาย/เสนอแบบฟอร์มในการเลือกโปรโมชั่น		
	4. นำเสนอผู้อำนวยการเพื่อพิจารณาอนุมัติการเข้าร่วมโปรโมชั่น					สัญญาซื้อขาย/เสนอแบบฟอร์มในการเลือกโปรโมชั่น		
	5. เมื่ออนุมัติแล้วทำหนังสือแจ้งผู้จัดการจำหน่าย, สำนักงานภาคที่เกี่ยวข้อง และฝ่ายบัญชี					สัญญาซื้อขาย/เสนอแบบฟอร์มในการเลือกโปรโมชั่น		

๑๐. ผู้รับผิดชอบหลัก แผนกลูกค้าสัมพันธ์ กองการขาย ฝ่ายการตลาดและการขาย

รูปภาพ ๑๐.๑ ขั้นตอนการบริหารจัดการข้อร้องเรียนลูกค้า



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนกลูกค้าสัมพันธ์)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานต่างๆ)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ./ ผช.ผอ. หน.ฝกต.)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานภาค)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1. ผู้บริโภคแจ้งเรื่องร้องเรียน/ Depot/Agent แจ้งเปลี่ยนผลิตภัณฑ์นมเสื่อมคุณภาพ					Fax, Tel, E-mail, จดหมาย, Social media ฯลฯ		
	2. รับเรื่องขอเปลี่ยนผลิตภัณฑ์นมเสื่อมคุณภาพและบันทึกข้อมูล/รายละเอียดของผู้ร้องเรียน เปรียบเทียบความเข้าใจกับผู้ร้องเรียน ในเบื้องต้น					Depot/Agent ทำบันทึกขอเปลี่ยนนมเสีย (แบบฟอร์มรายงานเปลี่ยนผลิตภัณฑ์นมเสีย Depot/Agent)	ระยะเวลาการดำเนินการ	ดำเนินการทันที
	3. เข้าพบผู้ร้องเรียน/เปลี่ยนคืนผลิตภัณฑ์นมและรับผลิตภัณฑ์ที่ขอเปลี่ยน							ภายใน 3 วัน
	4. จัดส่งคืนตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้สำนักงานภาค/ตรวจสอบ							3 วันทำการ
	5. โรงงานทำการตรวจสอบหาสาเหตุและแจ้งกลับ ผ.ลูกค้าสัมพันธ์							7-14 วัน



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนกลูกค้าสัมพันธ์)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานต่างๆ)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ./ ผช.ผอ. หน.ฝกต.)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานภาค)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	6. ทุกสำนักงานภาคสรุปรวบรวมส่งมา ผ.ลูกค้าสัมพันธ์							30 วันทำการ
	7. สรุป/วิเคราะห์ปัญหาที่เกิดเพื่อป้องกันการเกิดซ้ำและรวบรวมสถิติข้อมูลและจัดส่งรายงาน							

รูปภาพ ๑๐.๒ ขั้นตอนการบริหารระบบการให้บริการและสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า

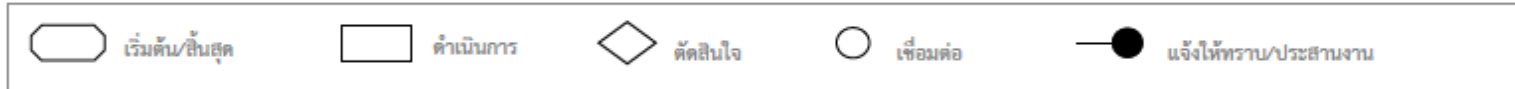


เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนกลูกค้าสัมพันธ์)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานต่างๆ)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รองผอ./ผ.ผ.หน.ฝกต.)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานภาค)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1. รับเรื่องข้อร้องเรียน ติดต่อสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมและข้อมูลขององค์กร					Fax, Tel, E-mail, จดหมาย, Social media ฯลฯ		
	2. สื่อสาร/ประสานงานกับหน่วยงานภายในองค์กร และงานติดตามรับเรื่องข้อร้องเรียนผ่านทุกช่องทาง							
	3. แจ้งผลการตรวจสอบให้ผู้ร้องเรียนทราบถึงสาเหตุของปัญหา							
	4. แนะนำการบริโภคผลิตภัณฑ์นมและการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ให้มีอายุยาวนาน							

รูปภาพ ๑๐.๓ ขั้นตอนงานสารบรรณและเลขานุการ แผนกลูกค้าสัมพันธ์



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนกลูกค้าสัมพันธ์)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานต่างๆ)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ./ผช.ผอ. ทน.ฝกต.)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานภาค)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	1. งานสารบรรณและเลขานุการ					Fax, Tel, E-mail, จดหมาย, Social media ฯลฯ		
	2. งานรับผิดชอบ Call Center รับเรื่องร้องเรียน ติดต่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมและข้อมูลองค์กร							
	3. จัดพิมพ์เอกสาร ภายในและภายนอกหน่วยงาน							
	4. รับ-ส่งเอกสารภายในและภายนอกหน่วยงาน							



เวลา	ขั้นตอนการทำงาน	(แผนกลูกค้าสัมพันธ์)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานต่างๆ)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (ผอ./รอง ผอ./ผช.ผอ. หน.ฝกต.)	ผู้ที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานภาค)	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	จุดเสี่ยง	จุดควบคุม
	5. ควบคุมระบบสารบัญ/ERP							
	6. สรุปและวิเคราะห์ข้อร้องเรียนลูกค้า							
	7. ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย							

ภาคผนวก



ไทย-เดนมาร์ก

“คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และอัตลักษณ์องค์กร”

“Brand Identity Guidelines”



**“คู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์และอัตลักษณ์องค์กร”
“Brand Identity Guidelines”**

การจัดทำคู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์ และอัตลักษณ์ของไทย-เดนมาร์ค ตราสัญลักษณ์ ขององค์กร ถือเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ขององค์กร ที่ปรากฏต่อสาธารณะ เปรียบเสมือนกับกระจกที่สะท้อน ภาพลักษณ์ให้กับองค์กร สร้างความโดดเด่นภาพลักษณ์ตราสินค้าเพิ่มมากขึ้น ตราสัญลักษณ์ที่ดีต้องสะท้อนถึงบุคลิก และลักษณะการทำงานขององค์กร อีกทั้งยังมีส่วนเสริมสร้างวัฒนธรรมที่ดีภายในองค์กร โน้มนำของความเป็นเอกภาพความผูกพันสามัคคีกันในหมู่คณะ นำไปสู่ความรู้สึกรัก และความภาคภูมิใจ ซึ่งหลักการของอัตลักษณ์ขององค์กร Corporate Identity (CI) ใช้เพื่อกำหนดเอกลักษณ์องค์กรที่ชัดเจน และควบคุมการถ่ายทอดภาพลักษณ์ขององค์กรผ่านสื่อต่างๆสู่สาธารณชน ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐาน จะเป็นการสื่อสารถึงจุดยืน บุคลิกภาพและภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อสร้างการรับรู้ ตอกย้ำ ให้ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสัญลักษณ์ และอัตลักษณ์ขององค์กรได้มากที่สุด

การจัดทำคู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์ และอัตลักษณ์ ภายใต้ตราสินค้าไทย-เดนมาร์ค มุ่งหวังที่จะพัฒนาเอกลักษณ์ตราสินค้าในเรื่องของการถ่ายทอดการใช้ตราสัญลักษณ์ เป็นรูปลักษณ์ ภาษาเขียนที่ชัดเจน สละสลวย ตัวอักษร สีประจำองค์กร และการนำไปใช้ในรูปแบบต่างๆ เช่น การใช้งานสำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ การใช้งานสำหรับของที่ระลึก การจัดวางโลโก้กับโครงการหรือแคมเปญประจำปี เป็นต้น นำไปสู่ให้มีความสอดคล้อง และมีมาตรฐานเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ

สารบัญ

ประวัติความเป็นมา	4
พันธกิจในปี พ.ศ. 2564	6
โครงสร้างการใช้ตราสัญลักษณ์	8
เกณฑ์การใช้งานตราสัญลักษณ์	9
องค์ประกอบตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า	10
องค์ประกอบตราสัญลักษณ์หลัก	11
องค์ประกอบตราสัญลักษณ์ของ องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย	12
ตราสัญลักษณ์ตราสินค้า	13
สีอัตลักษณ์ขององค์กร	15
แบบตัวอักษรหลัก	16
ภาพถ่ายและการใช้งาน	18
การวางตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า	21
ข้อกำหนดของสัดส่วนและขนาด	22

การวางคู่ตราสินค้ากับตราสัญลักษณ์อื่น	23
การวางคู่กับตราสัญลักษณ์ของตราสินค้าคู่กับตราสัญลักษณ์อื่น	24
การวางคู่กับตราสัญลักษณ์ของราชการ	25
การใช้ตราสัญลักษณ์พร้อมคำอธิบาย	26
การสะกดชื่อที่ถูกต้องและข้อห้าม	29
ข้อห้ามและการปรับเปลี่ยน	30
การใช้ตราสินค้าที่ถูกต้อง และผิด	31
การใช้ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า	32
วิวัฒนาการตราสัญลักษณ์ไทย-เดนมาร์ค	36
หลักการการกำหนดหมายเลขบาร์โค้ด	37
การคำนวณตัวเลขตรวจสอบ (Check Digit)	38
บาร์โค้ดนม ยู.เอช.ที. ตราไทย-เดนมาร์ค	39
ตารางแสดงเลขบาร์โค้ดกลุ่มผลิตภัณฑ์นมแช่เย็น	40

ประวัติความเป็นมา

เดือนกันยายน ปีพุทธศักราช 2503

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช - รัชกาลที่ 9 และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เสด็จประพาสทวีปยุโรป

ในการเสด็จทรงประทับแรมอยู่ ณ ประเทศเดนมาร์ก ทรงให้ความสนพระทัยเกี่ยวกับกิจการการเลี้ยงโคนมของชาวเดนมาร์กเป็นอย่างมากและกลายเป็นจุดเริ่มต้นความสัมพันธ์ว่าด้วยการร่วมมือด้านวิชาการการเลี้ยงโคนมระหว่างประเทศไทยและประเทศเดนมาร์ก

ก่อนหน้านั้นหนึ่งปี นายนิลส์ กุนน่าส์ ซอนเดอร์กอร์ด ชาวเดนมาร์ก ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสุกร ของ FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) ผู้ซึ่งปฏิบัติงานร่วมกับกรมปศุสัตว์ระหว่างปี พ.ศ. 2498-2502 (ค.ศ. 1955-1959) ได้สังเกตว่าคนไทยไม่รู้จักโคนมและตีมันนมในปริมาณน้อยมาก

หลังจากกลับไปประเทศเดนมาร์กในปี พ.ศ. 2502 นายซอนเดอร์กอร์ดได้จัดทำโครงการฟาร์มโคนมและศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงโคนมในประเทศไทย เสนอต่อ Danish Agricultural Marketing Board และต่อมาเดือนมกราคม พ.ศ. 2504 ได้มีคณะผู้เชี่ยวชาญ ชาวเดนมาร์กได้มาศึกษาสำรวจพื้นที่ในการจัดตั้งฟาร์มโคนมสาธิตและศูนย์ฝึกอบรม ณ อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีซึ่งเป็นสถานที่ที่เป็นหุบเขาสวยงามมีแหล่งน้ำสะอาดและไม่ไกลจาก ตลาดกรุงเทพฯ

วันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2504 ได้ลงนามสัญญาการให้ความร่วมมือช่วยเหลือทางวิชาการการเลี้ยงโคนมระหว่างรัฐบาลเดนมาร์กกับรัฐบาล ไทย โดย Danish Agricultural Marketing Board จัดสรรเงินช่วยเหลือจำนวน 4.33 ล้านโครเนอร์ (หรือประมาณ 23.5 ล้านบาท ในสมัยนั้น) สำหรับดำเนินโครงการเป็นระยะเวลา 8 ปี รัฐบาลเดนมาร์กได้ส่งผู้เชี่ยวชาญมาร่วมดำเนินการในปี พ.ศ. 2509 (ค.ศ. 1966) พร้อมกับสนับสนุนเงินจำนวน 2.87 ล้านโครเนอร์ สำหรับดำเนินงานในช่วง 8 ปี อันเป็นการตอบสนองพระราชปณิธาน และความสนพระทัยในอาชีพการเลี้ยงโคนม หลังจากเสด็จนิวัติ ประเทศไทย



พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช - รัชกาลที่ 9 พร้อมด้วยพระเจ้าเฟรดเดอริกที่ 9 และพระราชินีอินกริด แห่งประเทศเดนมาร์ก ได้ทรงประกอบพิธีเปิดฟาร์มโคนม และศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงโคนมไทย-เดนมาร์ก อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2505 จึงนับได้ว่าเป็นวันที่มีความสำคัญยิ่งในประวัติศาสตร์ของการเลี้ยงโคนมในประเทศไทย ต่อมาในปี พ.ศ. 2514 รัฐบาลไทยได้รับโอนกิจการฟาร์มโคนม และศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงโคนม ไทย-เดนมาร์ก จัดตั้งเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงเกษตรและ สหกรณ์ มีชื่อว่า “องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.)” มีสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 160 ถนนมิตรภาพ อำเภอวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี เพื่อดำเนินบทบาทในการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมและพัฒนาอุตสาหกรรมนม ต่อมารัฐบาลไทยได้กำหนดให้ วันที่ 17 มกราคม ของทุกปีเป็นวันโคนมแห่งชาติ



วิสัยทัศน์

นมแห่งชาติ ภายในปี 2564

พันธกิจ

1. ส่งเสริมการเลี้ยงโคนมให้เป็นอาชีพแก่เกษตรกรไทยอย่างมั่นคงและยั่งยืน
2. พัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมนมให้ครบวงจรและมีมูลค่าเพิ่ม
3. สร้างแหล่งความรู้ด้านกิจการโคนมและอุตสาหกรรมนม
4. มุ่งบริหารจัดการองค์กรให้เป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง ด้วยหลักธรรมาภิบาล

คำนิยาม

“องค์กรแห่งความสุขที่ส่งเสริมและยกระดับความรู้ด้วยคุณภาพระดับมืออาชีพ”

วัฒนธรรมองค์กร

“รัฐและรับผิดชอบ ส่งมอบสิ่งที่มีคุณค่า พัฒนาอย่างต่อเนื่อง เน้นเรื่องธรรมาภิบาล”

เป้าหมาย

1. GROWTH : EBITDA 664 MB
2. SUSTAINABILITY : TOP OF MIND ในอุตสาหกรรมนม
3. LEARNING : ศูนย์กลางข้อมูล และความรู้เรื่องอุตสาหกรรมโคนม
4. PERFORMANCE : รัฐวิสาหกิจระดับ B



ไทย-เดนมาร์ก

พันธกิจในปี พ.ศ. 2564

พันธกิจในปี พ.ศ. 2564

ประสบการณ์ของหน่วยงาน

ไทย-เดนมาร์ก

เป็นตราสินค้าดำเนินงานภายใต้การส่งเสริมกิจการโคนม แห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เป้าหมายหลักคือส่งเสริมให้คนไทยทุกคนได้ดื่มนมโคแท้ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานเพื่อ ให้มีร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง

...ซึ่งองค์กรได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม และวิธีการผลิตนมจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์สูง จากประเทศเดนมาร์ก และภายในองค์กรมีการพัฒนา สร้างสรรค์นวัตกรรมทุกด้านอย่างต่อเนื่อง เช่น การปรับปรุงพันธุ์โคนม การผลิตผลิตภัณฑ์นม อาหารสัตว์ และการจัดจำหน่าย เป็นต้น

วัฒนธรรมและคุณค่าขององค์กร

คือ ดำเนินงานกันด้วยความถ้อยทีถ้อยอาศัย ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

โดยมุ่งเน้นความสุขและผลประโยชน์ของทุกภาคส่วนเป็นสำคัญ ทั้ง ลูกค้า บุคลากรในองค์กร เกษตรกร สหกรณ์ และชาวบ้าน เป็นองค์กรแห่งความสุขและการแบ่งปัน

ความมุ่งหมายพื้นฐานในการจัดตั้งขององค์กรที่จะดำเนินการในระยะยาว

นมแห่งชาติเพื่อคนไทยอันดับ 1 และส่งเสริมอาชีพเลี้ยงโคนมให้ยั่งยืน คู่กับสังคมไทยต่อไป

ภายในปี พ.ศ. 2564 ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์กจะเป็นนมที่คนไทยเลือกดื่มมากที่สุดและเป็นแบรนด์ที่ถูกนึกถึงอยู่ในใจผู้บริโภค 3 อันดับแรก (TOP 3) รวมถึงมียอดขายมากกว่า 10,000 ล้านบาทต่อปี และปรับองค์กรให้เป็น รัฐวิสาหกิจระดับบี หรือเทียบเท่า

ตำแหน่งทางการตลาดของไทย-เดนมาร์ก

ทุกผลิตภัณฑ์จาก ไทย-เดนมาร์ก ผลิตจากนมโคสดแท้ 100% ...ไม่ผสมนมผง เพื่อส่งมอบสุขภาพที่ดีที่สุดให้กับคุณ และคนที่คุณรักควบคู่กับการส่งเสริมอาชีพ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมให้มีความเป็นอยู่ที่ดีตลอดไป



ไทย-เดนมาร์ก

พันธกิจในปี พ.ศ. 2564

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มคนยุคใหม่

โดยเฉพาะคุณแม่ที่ใส่ใจในการเลือกผลิตภัณฑ์นมที่ดีที่สุดให้กับลูกหรือคนในครอบครัวและ วัยรุ่นที่มีความรู้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นมดื่ม

ลักษณะของแบรนด์

ไทย-เดนมาร์ก เป็นแบรนด์ที่ทันสมัย (Modern)

เข้าถึงง่าย (Accessible)

และมีความกระตือรือร้นไม่หยุดนิ่ง (Active)

ที่จะสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ (Innovative)

โน้ตของผลิตภัณฑ์

“ทุกผลิตภัณฑ์จากไทย-เดนมาร์กไม่ผสมนมผง”

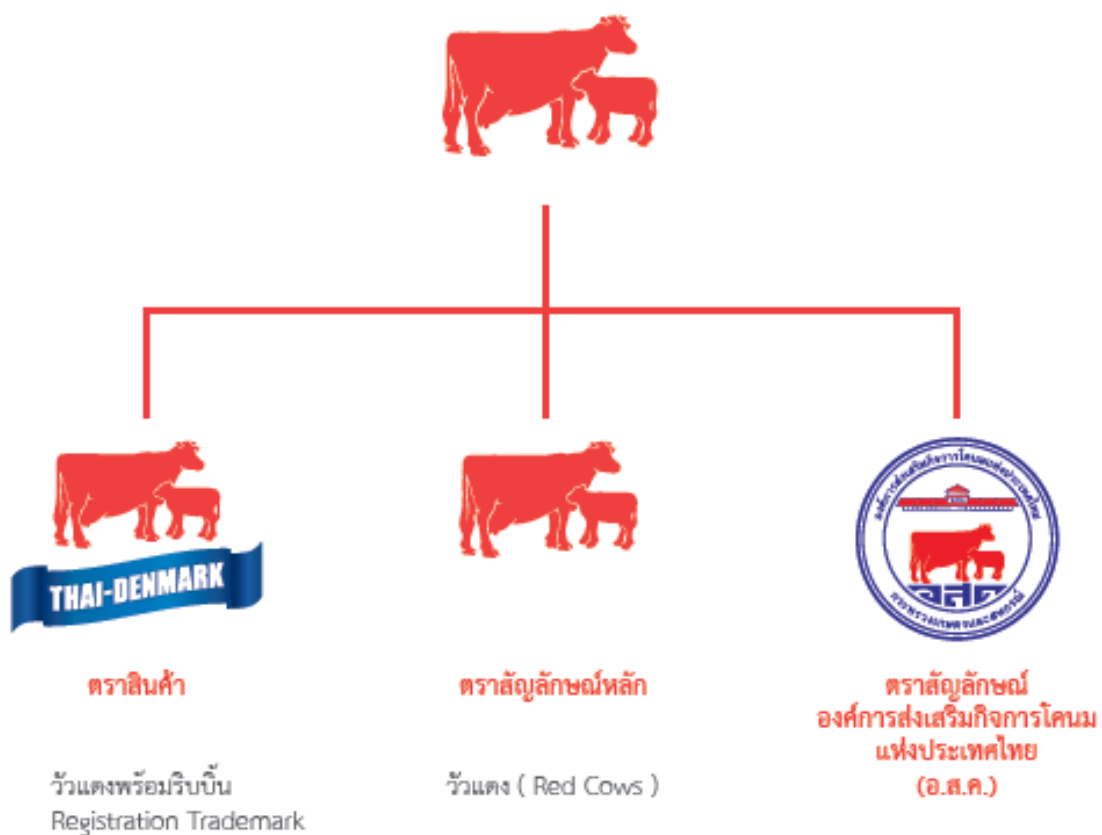
ซึ่งเป็นจุดแข็งที่ทำให้แตกต่างจากยี่ห้ออื่น

ดังนั้นผู้บริโภคจึงได้รับคุณประโยชน์จากนมโคได้มากที่สุด



ไทย-เดนมาร์ก

โครงสร้างการใช้ตราสัญลักษณ์



ไทย-เดนมาร์ก

เกณฑ์การใช้งานตราสัญลักษณ์



ตราสินค้า

1. การใช้สัญลักษณ์ “วัวแดงพร้อมรีบบิ้น” จะใช้สำหรับผลิตภัณฑ์สินค้าเป็นหลัก จะอยู่บนฉลาก บรรจุภัณฑ์ของสินค้าทุกชนิดของ “ไทย-เดนมาร์ก” และสามารถนำไปใช้เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ สินค้าได้ด้วย เช่น เสื้อยืด สื่อโฆษณา วัสดุตกแต่งพื้นที่ขาย เป็นต้น
2. การใช้ตราสัญลักษณ์นี้คือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้า “ไทย-เดนมาร์ก”
3. รีบบิ้นสามารถปรับได้ตามความเหมาะสม

ตราสัญลักษณ์หลัก

1. การใช้ตราสัญลักษณ์หลักของไทย-เดนมาร์ก คือ “วัวแดง” จะใช้เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ “ไทย-เดนมาร์ก”
2. การใช้ตราสัญลักษณ์หลักนี้จะสามารถนำมาใช้ประกอบกับงานออกแบบอื่นๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ ไทย-เดนมาร์ก ในโอกาสต่างๆ เช่น ตราครอบรอบ 55 ปี ฟาร์มโคนม ไทย-เดนมาร์ก



ตราสัญลักษณ์

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.)

จะถูกใช้ในงานราชการและเอกสารราชการเท่านั้น



ไทย-เดนมาร์ก

องค์ประกอบตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า



ตราสินค้า "วัวแดงพร้อมริบบิ้น" ได้มีการเปลี่ยนไปตามความเหมาะสมเพื่อสอดคล้องกับยุคสมัย

อ.ส.ค. ได้ดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ตราไทย-เดนมาร์กทั้งแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษกับสำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เพื่อรับการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายทั่วประเทศไทย ในการทำการตลาด หรือประกาศโฆษณาต่างๆ

สัญลักษณ์ ® (Registration Trademark) เป็นสัญลักษณ์สากลที่ใช้กำกับอยู่ข้างเครื่องหมายการค้า ตราสินค้า โลโก้ เล็ตเตอร์มาร์ค รูปภาพ หรือวลีคำใดๆ ที่ได้รับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้วจากกรมทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งจะได้รับการคุ้มครองทางกฎหมายเต็มที่ซึ่งตราสัญลักษณ์ของตราสินค้านี้ทั้งหมด 2 ภาษาด้วยกันคือ ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์

โดยมีส่วนประกอบของตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า ดังนี้

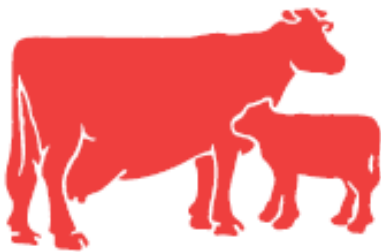
1. วัวแดงสองแม่ลูกหันหน้าเข้าหากัน
2. ริบบิ้น
3. ตัวอักษรคำว่า "THAI-DENMARK"

สำหรับภาษาอังกฤษ และคำว่า "ไทย-เดนมาร์ก" สำหรับภาษาไทย



ไทย-เดนมาร์ก

องค์ประกอบตราสัญลักษณ์หลัก



“วัวแดงสองแม่ลูกหันหน้าเข้าหากัน”

สายสัมพันธ์ที่แม่มีต่อลูก ซึ่งเป็นการส่งต่อความห่วงใย และเอื้ออาทร จากรุ่นสู่รุ่น



ไทย-เดนมาร์ก

องค์ประกอบตราสัญลักษณ์ของ
องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย



ตราสัญลักษณ์ประจำองค์การ ได้เริ่มมีขึ้นในสมัย
ผู้อำนวยการ นายชอด วัฒนสินธุ์ โดยมีความหมาย
ดังนี้

“วัวแดงสองแม่ลูกหันหน้าเข้าหากัน”

สายสัมพันธ์ที่แม่มีต่อลูก ซึ่งเป็นการส่งต่อความห่วงใย
และเอื้ออาทร จากรุ่นสู่รุ่น

“วัวสีแดง”

คือสีของแม่โคลูกโค ซึ่งหมายถึงความเป็นสิริมงคลตาม
อิทธิพลของสีที่นำมา ตั้งแต่ครั้งโบราณ อันจะนำไปสู่โชคลาภ
ความดีงาม ความเจริญ

“อักษร อ.ส.ค.”

เป็นชื่อย่อขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย
ตามพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งองค์การส่งเสริมกิจการโคนม
แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2514

“คอกโค”

เป็นคอกโคนมประวัติศาสตร์คอกแรก ที่พระบาทสมเด็จพระ
พระปรเมนทรมหาอานันทมหิดลฯ รัชกาลที่ 9
และพระเจ้าเฟรเดอริกที่ 9 แห่งประเทศเดนมาร์ก
พระราชทานให้แก่ฟาร์มโคนม ไทย - เดนมาร์ก

“วงกลมที่ล้อมรอบ”

บอกถึงการดำรงคงอยู่อย่างไม่สิ้นสุด ไม่มีจุดสุดท้าย

“สีของดวงตรา”

ดวงตราขององค์การมี 3 สี คือ สีแดง สีขาว และสีน้ำเงิน
ซึ่งเป็นสีของธงไตรรงค์ธงประจำชาติของไทยเพื่อระลึกถึง
พระมหากษัตริย์คุณของพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหา
อานันทมหิดลฯ รัชกาลที่ 9 ที่ทรงให้กำเนิดและพระราชทาน
อาชีพ การเลี้ยงโคนม แก่ปวงพลสกนิกรชาวไทย



สีหลักของตราสัญลักษณ์




ตราสัญลักษณ์ตราสินค้า



สีของตราสัญลักษณ์ตราสินค้า

สีของตราสัญลักษณ์ของตราสินค้าประกอบด้วยสีหลักของตราสินค้า อันได้แก่ สีแดง, สีน้ำเงิน และ สีน้ำเงินแบบไล่สี

การกำหนดค่าสีเพื่อให้ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้าสามารถนำไปใช้ได้ถูกต้อง ทั้งในงานสิ่งพิมพ์ และสำหรับงานอื่นๆโดยใช้ค่าสีของตราสินค้าได้กำหนดไว้ดังนี้

			
c 0 m 90 y 80 k 0	c 90 m 70 y 0 k 0	c 90 m 70 y 0 k 0	c 90 m 70 y 0 k 36
r 239 g 64 b 61	r 41 g 91 b 170		
■EF403D	■205BAA		



การเลือกใช้ตราสัญลักษณ์

ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า

1.



ตราสินค้าสีหลัก

2.



ตราสินค้าสีขาวดำ

3.



ตราสินค้าสีเทา

การเลือกใช้สี

1. อนุญาตให้เลือกใช้สีได้สามแบบสีที่หนึ่งคือสีแดงและน้ำเงินใช้ตัวอักษรสีขาว
2. อีกสีหนึ่งคือขาวดำ (ใช้สีดำ K100)
3. สีสุดท้ายคือสีเทา (ใช้เทาอ่อน K80) สำหรับวัวและใช้ สีเทาเข้ม (K90) สำหรับรีบบีน

*การเลือกใช้ตราสัญลักษณ์ ขึ้นอยู่กับโอกาสและความเหมาะสม



ชุดสีหลัก - รอง

สีอัตลักษณ์ขององค์กร

สีหลัก

c 0	r 239	#EF403D
m 90	g 64	
y 80	b 61	
k 0		

c 90	r 41	#295BAA
m 70	g 91	
y 0	b 170	
k 0		

สีรอง

สีเทาใช้กับตัวอักษร
เป็นหลัก

c 0	r 255	#FFFFFF
m 0	g 255	
y 0	b 255	
k 0		

c 0	r 88	#585858
m 0	g 88	
y 0	b 91	
k 80		

c 0	r 0	#000000
m 0	g 0	
y 0	b 0	
k 100		

ชุดสีของตราสัญลักษณ์

สีหลักของตราสัญลักษณ์เป็นสีแดง และน้ำเงิน และสีรองของตราสัญลักษณ์เป็นสีขาวดำ และสีเทา โดยจะต้องเป็นสีสำคัญที่นำมาใช้ทุกครั้งเมื่อออกแบบใช้กับสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์

ใช้สีแดง และน้ำเงินในช่องทางการสื่อสารทุกช่องทางที่ใช้สีกันได้ สีในชุดสีหลักจะต้องกันพื้นที่หรือนำไปใช้งานมากกว่าสีอื่นที่ปรากฏอยู่ในสื่อ



ภาพถ่าย

ภาพถ่ายและการใช้งาน



ภาพถ่าย

ภาพถ่ายช่วยสร้างความประทับใจได้มากที่สุดตั้งแต่ครั้งแรกที่เห็น เพียงแวบแรกก็เห็น ภาพก็สามารถสร้างความเชื่อมโยงถึงจุดใจและเริ่มบอกเล่าเรื่องราวของตราสินค้าได้ ภาพแต่ละภาพที่ปรากฏในช่องทางการสื่อสารทุกรูปแบบควรจะต้องผ่านการคัดสรรอย่างพิถีพิถันเช่นเดียวกับการเลือกใช้คำ เพราะทั้งหมดนี้ล้วนสะท้อนอัตลักษณ์ของไทย-เดนมาร์ค เราจะรักษามาตรฐานระดับสูงและเลือกรูปภาพอย่างพิถีพิถันให้เหมาะสมกับตราสินค้า มุ่งหน้าเป็นผู้นำเหนือตราสินค้าอื่นๆ



ภาพถ่าย

ภาพถ่ายและการใช้งาน



ภาพถ่าย - แนวที่ควรเลือกใช้

1. ภาพเชิงบวก ความสุข
2. สุภาพและอ่อนโยน
3. การนำเสนอความเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
4. สะอาด ไม่ขัดต่อการเจริญเติบโตให้ดื่มกิน
5. เปี่ยมความหวังและอบอุ่น
6. สื่อถึงความเป็นชุมชนเกษตรกรไทย
7. สื่อถึงความเป็นมิตร จริงใจ
8. สามารถสื่อสารใจความที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อได้



ภาพถ่าย

ภาพถ่ายและการใช้งาน

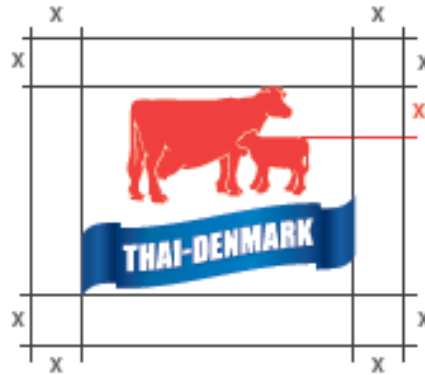
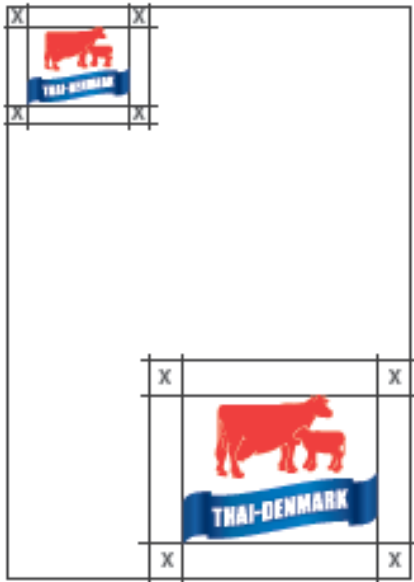


ภาพถ่าย - แนวที่ควรหลีกเลี่ยง

1. หมิ่นเกียรติ ตูถูก
2. ภาพเจ็บลบ ความเศร้า
3. ภาพเลือน ไม่มีโฟกัส
4. บิดเบือน แสงสีส้ม
5. สกปรก ไม่มีสุขอนามัย

ข้อกำหนดในการเว้นระยะห่าง

การวางตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า

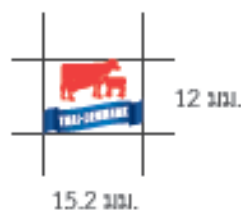


ข้อกำหนดการเว้นระยะห่าง

การเว้นระยะห่างพื้นที่รอบตราสัญลักษณ์ให้พิจารณาจากระยะห่างจากคางของแม่วัวจนถึงหลังของลูกวัว ห้ามไม่ให้องค์ประกอบศิลป์ ตัวอักษรหรือรูปภาพใดๆ เข้ามาชิดตราสัญลักษณ์เกินกว่าระยะห่างดังกล่าว (ระยะห่างกว่ากับ) โดยระยะห่างนั้นจะมีขนาดเท่าใดขึ้นอยู่กับระยะห่างของตราสัญลักษณ์รูปวัวแดงสองตัวนั้นกว้างเพียงใด

สัดส่วนและขนาดของตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า

ข้อกำหนดของสัดส่วนและขนาด



สัดส่วน

วิวสีแดงและตัวอักษรจะต้องมีสัดส่วนตรงตามตราสัญลักษณ์ต้นฉบับทุกครั้งที่ใช้ให้ใช้แบบตราสัญลักษณ์ที่อนุญาตเท่านั้น และใช้ไฟล์เวกเตอร์เสมอเมื่อสั่งพิมพ์ ห้ามสร้างตราสัญลักษณ์ขึ้นใหม่ด้วยตนเองแต่หากต้องการปรับขนาดตราสัญลักษณ์ให้ย่อยขยายที่มุมของตราสัญลักษณ์เพื่อปรับความสูงและความกว้างให้สมดุลกัน เพื่อให้ตราสัญลักษณ์รูปวัวมีสัดส่วนเต็ม ให้กดปุ่ม Shift ขณะลากที่มุมตราสัญลักษณ์ทุกครั้งที่จะเพิ่ม หรือลดขนาด

ขนาดเล็กสุดของตราสัญลักษณ์

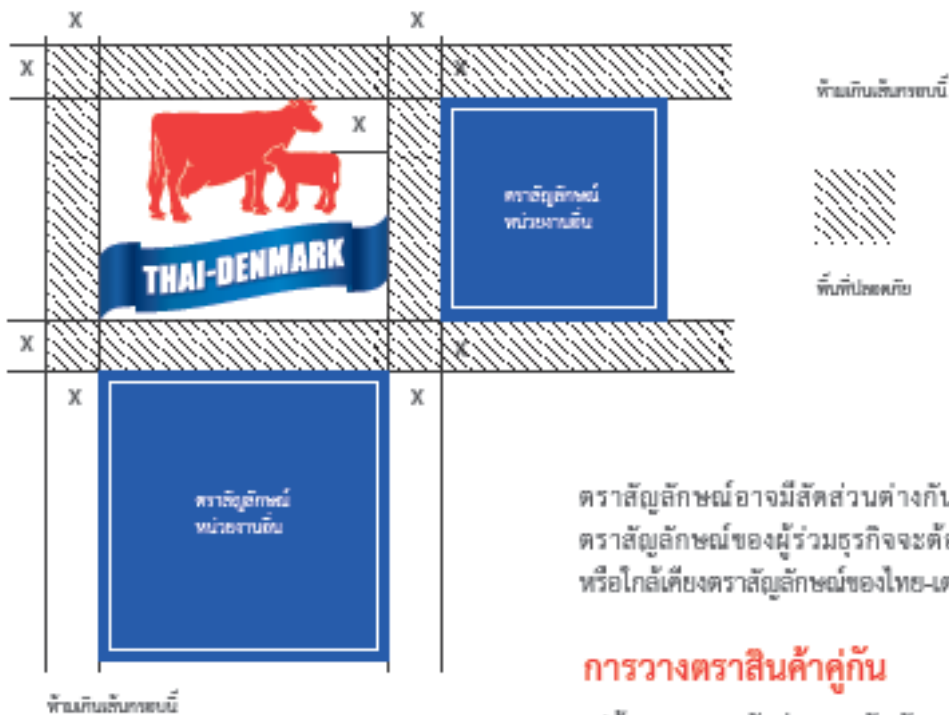
ตราสัญลักษณ์รูปวัวไม่ควรมีขนาดเล็กเกิน 15.2 X 12 มม. ไม่ว่าจะจัดพิมพ์บนวัสดุใดก็ตาม หรือมีขนาดพิกเซลไม่ต่ำกว่า 58 พิกเซล x 45 พิกเซล เมื่อนำไปใช้บนหน้าจอ



การวางตราสัญลักษณ์ของตราสินค้าคู่กัน

การวางคู่ตราสินค้ากับตราสัญลักษณ์อื่น

การเว้นระยะห่างระหว่างตราสัญลักษณ์
และตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานอื่น
(x)



ตราสัญลักษณ์อาจมีสัดส่วนต่างกันได้ แต่ขนาด
ตราสัญลักษณ์ของผู้ร่วมธุรกิจจะต้องมีขนาดเท่า
หรือใกล้เคียงตราสัญลักษณ์ของไทย-เดนมาร์คเท่านั้น

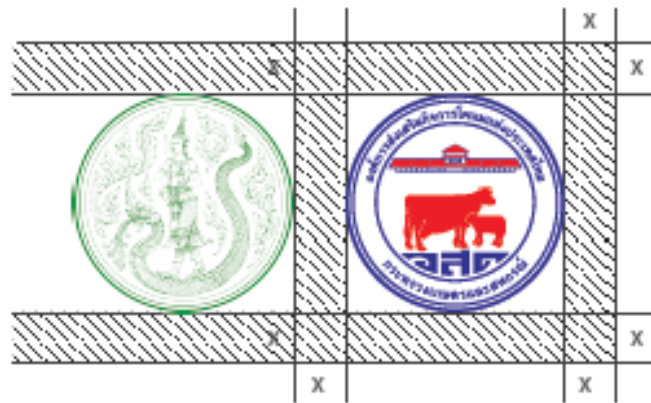
การวางตราสินค้าคู่กัน

รูปด้านบนแสดงสัดส่วนตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า
ไทย-เดนมาร์ค และตรา สัญลักษณ์ตราสินค้า
ของผู้ร่วมธุรกิจเมื่อนำมาวางคู่กัน โดยกำหนดพื้นที่
สำหรับตราสัญลักษณ์ของผู้ร่วมธุรกิจ ไว้เพียงคร่าวๆ
เท่านั้นเนื่องจากตราสัญลักษณ์ ของผู้ ร่วมธุรกิจแต่ละราย
มีสัดส่วนไม่เหมือนกัน ตราสัญลักษณ์ของผู้ร่วมธุรกิจ
ห้ามสูงกว่าตรา สัญลักษณ์ของ ไทย-เดนมาร์ค
พื้นที่ปลอดภัยระบุไว้ ตามตัวอย่างในรูป แต่สำหรับ
ตราสัญลักษณ์ของผู้ร่วม ธุรกิจ / ซัพพลายเออร์นั้น
ให้ปฏิบัติ ตามข้อกำหนด เรื่องพื้นที่ ปลอดภัย สี
และการใช้พื้นหลัง

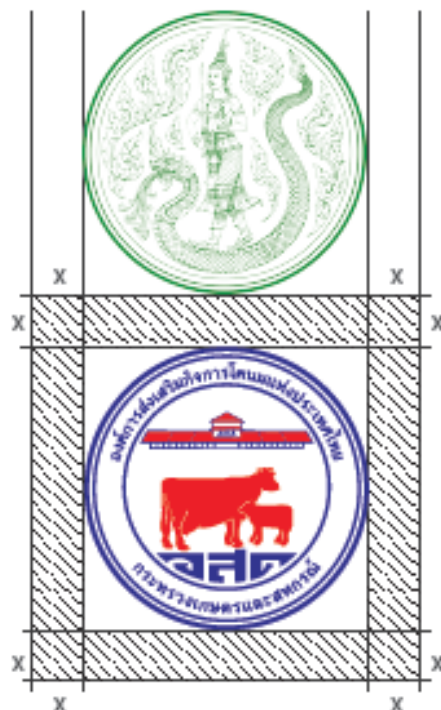


ตัวอย่างการวางตราสัญลักษณ์ของ อ.ส.ค

การวางคู่กับตราสัญลักษณ์ของราชการ



แนวนอน



แนวตั้ง



การใช้ตราสัญลักษณ์พร้อมคำอธิบาย

ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า



การใช้ตราสัญลักษณ์พร้อมคำอธิบายมี
การแบ่งสัดส่วนและระยะห่างระหว่าง
ตราสัญลักษณ์และเนื้อหาต่าง ๆ เพื่อ
ลำดับความสำคัญของเนื้อหาดังนี้

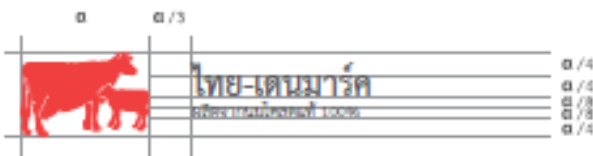


การใช้ตราสัญลักษณ์พร้อมคำอธิบาย

ตราสัญลักษณ์หลัก



การใช้ตราสัญลักษณ์พร้อมคำอธิบายมี
การแบ่งสัดส่วนและระยะห่างระหว่าง
ตราสัญลักษณ์และเนื้อหาต่าง ๆ เพื่อ
ลำดับความสำคัญของเนื้อหา ดังนี้

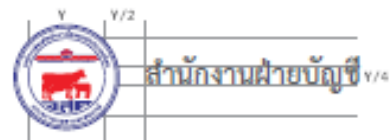


การใช้ตราสัญลักษณ์พร้อมคำอธิบาย

ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า



การใช้ตราสัญลักษณ์พร้อมคำอธิบายมี
การแบ่งสัดส่วนและระยะห่างระหว่าง
ตราสัญลักษณ์และเนื้อหาต่าง ๆ เพื่อ
ลำดับความสำคัญของเนื้อหา ดังนี้



การสะกดชื่อตราสินค้า

การสะกดชื่อที่ถูกต้องและข้อห้าม



การสะกดชื่อที่ถูกต้อง

- ✓ การสะกดชื่อ “ไทย-เดนมาร์ก” (ภาษาไทย)
- ✓ “THAI-DENMARK” (ภาษาอังกฤษ)
- ✓ “Thai-Denmark” (ภาษาอังกฤษ)

การสะกดชื่อที่ไม่ถูกต้อง

- ✗ ไทย เดนมาร์ก (ไม่มีขีด)
- ✗ ไทย-เดนมาร์ก (สะกดไม่ตรงกับชื่อแบรนด์)
- ✗ ไทย เดนมาร์ก (สะกดผิดและไม่มีขีด)
- ✗ Thai – Denmark (เว้นวรรคตรงขีด)
- ✗ thai-denmark (ตัวเล็กหมด)
- ✗ tHAI-Denmark (ตัวอักษรไม่เรียบร้อย)
- ✗ Thai-Denish (ชื่อสะกดผิด – ชื่อเก่า)
- ✗ Thai Denmark (ไม่มีขีด)



การใช้ตราสินค้าที่ผิด

ข้อห้ามและการปรับเปลี่ยน



1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



10.



11.



12.

การใช้งานตราสัญลักษณ์ที่ผิด

1. ห้ามไม่ให้เปลี่ยนแปลงตราสัญลักษณ์ของไทย-เดนมาร์ก ไม่ว่ารูปแบบใดก็ตาม
2. ห้ามทำเป็นภาพเคลื่อนไหว แดงสี ตะแคง เอียงหรือใช้ แอปพลิเคชันแต่งตราสัญลักษณ์
3. ห้ามสร้างตราสัญลักษณ์เอง เปลี่ยนแปลงแบบอักษร เปลี่ยนขนาดหรือสัดส่วนเป็นอันขาด
4. ห้ามใส่ตราสัญลักษณ์ของตนเองหรือเปลี่ยนแปลงระยะห่างระหว่างตัวและริบบิ้น

ข้อห้ามการปรับเปลี่ยน

1. ห้ามขยับคำว่า “ไทย-เดนมาร์ก”
2. ห้ามลบคำว่า “ไทย-เดนมาร์ก”
3. ห้ามใช้เอฟเฟกต์แต่งรูป
4. ห้ามตะแคงตราสินค้า
5. ห้ามปรับขนาดตราสินค้าจนผิดสัดส่วน กว้างกว่า สูงกว่า แบนกว่าหรือหนากว่าสัดส่วนที่อนุญาต
6. ห้ามเพิ่มหรือลดแสงเงาตราสินค้า
7. ห้ามเอียงหรือทำตราสินค้าเป็นรูปสามมิติไม่ว่ารูปแบบใดก็ตาม
8. ห้ามนำตราสินค้ามาทำลวดลายหรือแต่งเติมพื้นผิว
9. ห้ามเปลี่ยนค่าความโปร่งแสงทึบแสงของตราสินค้า
10. ห้ามเปลี่ยนสีตราสินค้า
11. ห้ามตัดหรือยืดขนาดริบบิ้น
12. ห้ามใช้ตราสินค้าสีแดงและน้ำเงินบนพื้นหลังสีแดงหรือน้ำเงิน ให้ใช้ตราสินค้าสีขาวดำแทน



ตัวอย่างการใช้ตราสินค้าที่ถูก และผิด

ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้า



เว้นระยะห่างน้อยเกินไป



ใช้แต่ส่วนริบิ้น



ย้ายตำแหน่งวัวแดง และริบิ้น



เมื่อเสกักกอบอยู่เลขยกแสนธนา
วัวแดงถูกส่วนอื่นทับ



ตัวอย่างการวางตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์

การใช้ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์



รสจืด



พรีอิมเมียม



รสหวาน



รสช็อกโกแลต



กลิ่นสตรอเบอรี่



กลิ่นมะม่วง



กลิ่นส้ม



กลิ่นส้มปราช

ข้อกำหนดการใช้ตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์

เงื่อนไขในการใช้ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์นม และน้ำดื่ม ที่จะใช้ตราสัญลักษณ์ที่เป็นภาษาอังกฤษ และถือว่าตราสัญลักษณ์นี้เป็นตราสัญลักษณ์เฉพาะ ซึ่งจะมีข้อยกเว้นจากการใช้ตราสัญลักษณ์ทั่วไปดังต่อไปนี้

1. ภาษาไทยกำกับ

การใช้ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้าภาษาอังกฤษจะมีคำอ่านภาษาไทยคำว่า “ไทย-เดนมาร์ก” กำกับอยู่ด้านล่างขนานไปกับริบบิ้น

2. การเว้นระยะห่าง

การใช้ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้าภาษาอังกฤษจะมีการเว้นระยะห่างตามนี้เท่านั้น

การใช้ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้าลักษณะนี้จะใช้บนบรรจุภัณฑ์ นมยูเอชที นมพาสเจอร์ไรส์ ไอศกรีม โยเกิร์ต น้ำดื่ม เป็นต้น



ตัวอย่างการวางตราสินค้าสำหรับสื่อประชาสัมพันธ์

การใช้ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้าในงานสำนักงาน, ชุดพนักงาน, แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์



ตัวอย่างการวางตราสินค้าสำหรับของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์อื่นๆ

การใช้ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้าบนของที่ระลึก



ตัวอย่างการวางตราสินค้าสำหรับเว็บไซต์

การใช้ตราสัญลักษณ์ของตราสินค้าบนเว็บไซต์



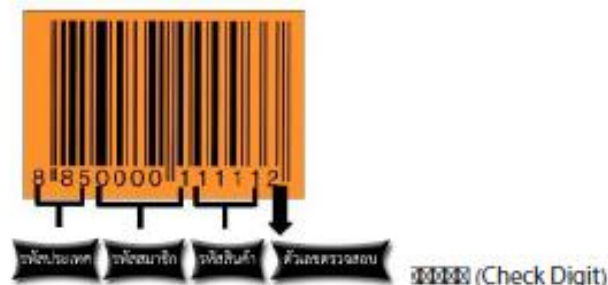
วิวัฒนาการตราสัญลักษณ์ไทย-เดนมาร์ก

พ.ศ. 2519 - พ.ศ. 2561 เป็นต้นไป



การคำนวณตัวเลขตรวจสอบ (Check Digit)

เลขตรวจสอบ (Check Digit) เป็นหมายเลขหลักสุดท้ายที่วางอยู่ในตำแหน่งขวาสุดของชุดตัวเลขบาร์โค้ด และ "Check Digit" นี้เกิดขึ้นจากการคำนวณเท่านั้น ซึ่งจะไม่สามารถระบุกำหนดค่าตัวเลขนี้เองได้ เนื่องจากหากมีการระบุให้หลักสุดท้ายเป็นเลข 9 หรือเลขอื่นตามที่ต้องการนั้น ทั้งๆ ที่ Check Digit ที่คำนวณออกมาไม่ใช่เลขนั้น ก็จะมีปัญหาเกิดขึ้นทันที คือ เครื่องสแกนเนอร์ จะไม่สามารถอ่านค่าสัญลักษณ์บาร์โค้ดนั้นได้



EAN-13 (European Article Numbering international retail product code) เป็นแบบบาร์โค้ดที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดในโลก โดยบาร์โค้ดประเภทนี้จะมีลักษณะเฉพาะของชุดตัวเลขจำนวน 13 หลัก ซึ่งมีความหมายดังนี้

- * 3 หลักแรก คือ รหัสของประเทศที่กำหนดขึ้นเพื่อให้ผู้ผลิตได้ทำการลงทะเบียนได้ทำการผลิตจากประเทศไทย
- * 4 หลักถัดมา คือ รหัสโรงงานที่ผลิต
- * 5 หลักถัดมา คือ รหัสของสินค้า
- * ตัวเลขในหลักสุดท้าย จะเป็นตัวเลขตรวจสอบความถูกต้องของบาร์โค้ด (Check digit)

การคำนวณตัวเลขตรวจสอบความถูกต้องของบาร์โค้ดแบบ EAN-13 (Check digit Calculation)

- * นำตัวเลขในตำแหน่งคู่ (หลักที่ 2,4,6,8,10,12) มารวมกัน แล้วคูณด้วย 3
- * นำตัวเลขในตำแหน่งคี่ (หลักที่ 1,3,5,7,9,11) มารวมกัน
- * นำผลลัพธ์จากข้อ 1 และ 2 มารวมกัน
- * นำผลลัพธ์ที่ได้จากข้อ 3 ทำการ MOD ด้วย 10 จะได้เป็นตัวเลข (Check digit) ที่จะต้องแสดงในหลักที่ 13
- * นำผลลัพธ์ เศษ ที่หารได้ในข้อ 4 ไปลบออกจาก 10 จะได้ $10 - \dots =$

บาร์โค้ดนม ยู.เอช.ที. ตราไทย-เดนมาร์ก

ชนิดผลิตภัณฑ์	ชื่อผลิตภัณฑ์ภาษาไทย	ชื่อผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษ	ประเภท	Barcode				
				กล่อง	Strak Film Pack 3l	Strak Film Pack 6l	ถ้วย(13 ซัก)	ถ้วย(14 ซัก)
UHT 12x250 ml	นมยู.เอช.ที.	UHT Milk	นม	8852537 01253			8852537 01224	885 2537 0125 4
	นมยู.เอช.ที.รสช็อคโกแลต	UHT Sweetened Flavoured Milk	รสช็อค	8852537 01254			8852537 01221	885 2537 0125 3
	นมยู.เอช.ที.รสช็อคโกแลตเข้มข้น	UHT Chocolate Flavoured Milk	รสช็อค	8852537 01251			8852537 01226	885 2537 0125 8
	นมยู.เอช.ที.รสผลไม้รสเข้มข้น	UHT Strawberry Flavoured Milk	รสผลไม้	8852537 01258			8852537 01225	885 2537 0125 4
UHT 3x250 ml	นมยู.เอช.ที.	UHT Milk	นม	8852537 01253	8 85 2537 01291	8852537 01260		885 2537 0126 8
	นมยู.เอช.ที.รสช็อคโกแลต	UHT Sweetened Flavoured Milk	รสช็อค	8852537 01254	8 85 2537 01298	8852537 01269		885 2537 0126 6
	นมยู.เอช.ที.รสช็อคโกแลตเข้มข้น	UHT Chocolate Flavoured Milk	รสช็อค	8852537 01251	8 85 2537 01329	8852537 01266		885 2537 0126 7
	นมยู.เอช.ที.รสผลไม้รสเข้มข้น	UHT Strawberry Flavoured Milk	รสผลไม้	8852537 01258		8852537 01263		885 2537 0126 4
UHT 3x250 ml	นมยู.เอช.ที.	UHT Milk	นม	8852537 01158		8852537 01160		885 2537 0116 4
	นมยู.เอช.ที.รสช็อคโกแลต	UHT Sweetened Flavoured Milk	รสช็อค	8852537 01213		8852537 01160		885 2537 01216 3
	นมยู.เอช.ที.รสช็อคโกแลตเข้มข้น	UHT Chocolate Flavoured Milk	รสช็อค	8852537 01312		8852537 01167		885 2537 01316 8
	นมรสผลไม้รสเข้มข้น ยู.เอช.ที.	UHT Low Fat Milk	รสผลไม้	8852537 01316		8852537 01361		885 2537 01316 2
UHT 8x250 ml	นมยู.เอช.ที.	UHT Milk	นม	8852537 01158		8852537 01160		885 2537 0116 4
	นมยู.เอช.ที.รสช็อคโกแลต	UHT Sweetened Flavoured Milk	รสช็อค	8852537 01213		8852537 01260		885 2537 01216 8
	นมยู.เอช.ที.รสช็อคโกแลตเข้มข้น	UHT Chocolate Flavoured Milk	รสช็อค	8852537 01312		8852537 01367		885 2537 01316 5
	นมรสผลไม้รสเข้มข้น ยู.เอช.ที.	UHT Low Fat Milk	รสผลไม้	8852537 01316		8852537 01361		885 2537 01316 9
UHT 8x250 ml	นมยู.เอช.ที.	UHT Milk	นม	8852537 01158		8852537 01360		885 2537 01316 8
	นมยู.เอช.ที.รสช็อคโกแลต	UHT Sweetened Flavoured Milk	รสช็อค	8852537 01213		8852537 01367		885 2537 01316 5
	นมยู.เอช.ที.รสช็อคโกแลตเข้มข้น	UHT Chocolate Flavoured Milk	รสช็อค	8852537 01312		8852537 01361		885 2537 01316 9
	นมรสผลไม้รสเข้มข้น ยู.เอช.ที.	UHT Strawberry Flavoured Milk	รสผลไม้	8852537 01319		8852537 01360		885 2537 01316 2
UHT 12x125 ml	นมยู.เอช.ที.	UHT Milk	นม	8852537 01154		8852537 01160		885 2537 0115 4
	นมยู.เอช.ที.รสช็อคโกแลต	UHT Sweetened Flavoured Milk	รสช็อค	8852537 01251		8852537 01266		885 2537 0125 3
	นมยู.เอช.ที.รสช็อคโกแลตเข้มข้น	UHT Chocolate Flavoured Milk	รสช็อค	8852537 01358		8852537 01360		885 2537 0135 8
	นมยู.เอช.ที.รสผลไม้รสเข้มข้น	UHT Strawberry Flavoured Milk	รสผลไม้	8852537 01453		8852537 01450		885 2537 0145 2
UHT 8x125 ml	นมยู.เอช.ที.	UHT Milk	นม	8852537 01154		8852537 01160		885 2537 01156 7
	นมยู.เอช.ที.รสช็อคโกแลต	UHT Sweetened Flavoured Milk	รสช็อค	8852537 01251		8852537 01266		885 2537 01216 4
	นมยู.เอช.ที.รสช็อคโกแลตเข้มข้น	UHT Chocolate Flavoured Milk	รสช็อค	8852537 01358		8852537 01360		885 2537 01316 3
	นมยู.เอช.ที.รสผลไม้รสเข้มข้น	UHT Strawberry Flavoured Milk	รสผลไม้	8852537 01453		8852537 01360		885 2537 01416 8
UHT 125 ml	นมยู.เอช.ที.รสผลไม้รสเข้มข้น	UHT Drilling Yogurt Strawberry Flavoured	รสผลไม้	8852537 101512		8852537 10167		885 2537 10156 5
	โยเกิร์ตรสผลไม้รสเข้มข้น	UHT Drilling Yogurt Raspberry Flavoured	รสผลไม้	8852537 102519		8852537 10254		885 2537 10256 2
	นมยู.เอช.ที.รสผลไม้รสเข้มข้น	UHT Drilling Yogurt Orange Flavoured	รสผลไม้	8852537 103016		8852537 10301		885 2537 10306 9
	นมยู.เอช.ที.รสผลไม้รสเข้มข้น	UHT Drilling Yogurt Lemon Flavoured	รสผลไม้	8852537 104013		8852537 10406		885 2537 10406 6
UHT 200 ml	นมยู.เอช.ที.รสผลไม้รสเข้มข้น	UHT Drilling Yogurt Strawberry Flavoured	รสผลไม้	8852537 101116	8852537 101130	8852537 101161		885 2537 10116 2
	โยเกิร์ตรสผลไม้รสเข้มข้น	UHT Drilling Yogurt Raspberry Flavoured	รสผลไม้	8852537 102113	8852537 102137	8852537 102168		885 2537 10216 9
	นมยู.เอช.ที.รสผลไม้รสเข้มข้น	UHT Drilling Yogurt Orange Flavoured	รสผลไม้	8852537 103013	8852537 103134	8852537 103165		885 2537 10306 6
	นมยู.เอช.ที.รสผลไม้รสเข้มข้น	UHT Drilling Yogurt Lemon Flavoured	รสผลไม้	8852537 104017	8852537 104131	8852537 104162		885 2537 10406 5
UHT 125 ml	นมรสผลไม้รสเข้มข้น ยู.เอช.ที. (นมรสผลไม้รสเข้มข้น 885)	UHT Plain Flavoured Milk Product TheNestlé 8850 brand	นม	8852537 121510	8852537 121540	8852537 12156 5		4 8852537 12156 5
	นมรสผลไม้รสเข้มข้น ยู.เอช.ที. (นมรสผลไม้รสเข้มข้น 885)	UHT Plain Flavoured Milk Product TheNestlé 8850 brand	นม	8852537 121114	8852537 121145	8852537 121169		5 8852537 12116 0

ตารางแสดงเลขบาร์โค้ดกลุ่มผลิตภัณฑ์นมแช่เย็น

ตราไทย-เดนมาร์ก (นมพาสเจอร์ไรส์/นมเปรี้ยว/โยเกิร์ต)

ตารางแสดงเลขบาร์โค้ดกลุ่มผลิตภัณฑ์นมแช่เย็น ตราไทย-เดนมาร์ก (นมพาสเจอร์ไรส์/นมเปรี้ยว/โยเกิร์ต)					
ชนิดผลิตภัณฑ์	รสชาติ	ขนาด	Product name		Barcode
			ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ	
นมพาสเจอร์ไรส์ (บรรจุถุง) - สาคู ตามส.ส.ท.ภาคกลาง	สด	200 mL	นมสดพาสเจอร์ไรส์	Pasteurized Fresh Milk	885 2537 02111 7
	รสหวาน		นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสหวาน	Pasteurized Sweetened Flavoured Milk	885 2537 02211 4
	รสช็อกโกแลต		นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสช็อกโกแลต	Pasteurized Chocolate Flavoured Milk	885 2537 02311 1
นมพาสเจอร์ไรส์ (บรรจุถุง) - สาคู ตามส.ส.ท.ภาคเหนือ ตอนบน	สด	150 mL	นมสดพาสเจอร์ไรส์	Pasteurized Fresh Milk	885 2537 02141 4
	รสหวาน		นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสหวาน	Pasteurized Sweetened Flavoured Milk	885 2537 02241 1
	รสช็อกโกแลต		นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสช็อกโกแลต	Pasteurized Chocolate Flavoured Milk	885 2537 02341 8
นมพาสเจอร์ไรส์ (บรรจุถุง)	สด	1,000 mL	นมสดพาสเจอร์ไรส์	Pasteurized Fresh Milk	885 2537 02121 6
	รสหวาน		นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสหวาน	Pasteurized Sweetened Flavoured Milk	885 2537 02221 5
	รสช็อกโกแลต		นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสช็อกโกแลต	Pasteurized Chocolate Flavoured Milk	885 2537 02321 0
นมพาสเจอร์ไรส์ (บรรจุขวด)	สด	800 mL	นมสดพาสเจอร์ไรส์	Pasteurized Fresh Milk	885 2537 03131 4
	รสหวาน		นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสหวาน	Pasteurized Sweetened Flavoured Milk	885 2537 03231 1
	รสช็อกโกแลต		นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสช็อกโกแลต	Pasteurized Chocolate Flavoured Milk	885 2537 03331 8
	รสสตรอเบอร์รี่		นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสสตรอเบอร์รี่	Pasteurized Strawberry Flavoured Milk	885 2537 03431 5
	รสพร้อมไขมัน		นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ พร้อมไขมัน	Pasteurized Low fat Milk	885 2537 03531 2
	รสกาแฟ		นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสกาแฟ	Pasteurized Coffee Flavoured Milk	885 2537 03631 9
	สด	180 mL	นมสดพาสเจอร์ไรส์	Pasteurized Fresh Milk	885 2537 03141 5
	รสหวาน		นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสหวาน	Pasteurized Sweetened Flavoured Milk	885 2537 03241 0
	รสช็อกโกแลต		นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสช็อกโกแลต	Pasteurized Chocolate Flavoured Milk	885 2537 03341 7
	รสสตรอเบอร์รี่		นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสสตรอเบอร์รี่	Pasteurized Strawberry Flavoured Milk	885 2537 03441 4
รสพร้อมไขมัน	นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ พร้อมไขมัน	Pasteurized Low fat Milk	885 2537 03541 1		
รสกุหลาบ	นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสกุหลาบ	Pasteurized Rose Milk	885 2537 03641 8		
รสกล้วย	นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสกล้วยหอม	Pasteurized Banana Flavoured Milk	885 2537 03741 5		
รสกาแฟ	นมเปรี้ยวรส พาสเจอร์ไรส์ รสกาแฟ	Pasteurized Coffee Flavoured Milk	885 2537 03841 2		



ตารางแสดงเลขบาร์โค้ดกลุ่มผลิตภัณฑ์นมแช่เย็น

ตราไทย-เดนมาร์ก (นมพาสเจอร์ไรส์/นมเปรี้ยว/โยเกิร์ต)

นมพาสเจอร์ไรส์ (บรรจุขวด)	รสจืด	850 mL	นมพาสเจอร์ไรส์	Pasteurized Fresh Milk	885 2537 05151 2
	รสหวาน		นมปรุงแต่ง พาสเจอร์ไรส์ รสหวาน	Pasteurized Sweetened Flavoured Milk	885 2537 05251 9
	รสช็อกโกแลต		นมปรุงแต่ง พาสเจอร์ไรส์ รสช็อกโกแลต	Pasteurized Chocolate Flavoured Milk	885 2537 05351 6
	รสจืด	1,000 mL	นมพาสเจอร์ไรส์	Pasteurized Fresh Milk	885 2537 05121 5
	รสหวาน		นมปรุงแต่ง พาสเจอร์ไรส์ รสหวาน	Pasteurized Sweetened Flavoured Milk	885 2537 05221 2
	รสช็อกโกแลต		นมปรุงแต่ง พาสเจอร์ไรส์ รสช็อกโกแลต	Pasteurized Chocolate Flavoured Milk	885 2537 05321 9
	รสจืด	2,000 mL	นมพาสเจอร์ไรส์	Pasteurized Fresh Milk	885 2537 05141 1
	รสหวาน		นมปรุงแต่ง พาสเจอร์ไรส์ รสหวาน	Pasteurized Sweetened Flavoured Milk	885 2537 05241 8
	รสช็อกโกแลต		นมปรุงแต่ง พาสเจอร์ไรส์ รสช็อกโกแลต	Pasteurized Chocolate Flavoured Milk	885 2537 05341 5
รสจืด	5,000 mL	นมพาสเจอร์ไรส์	Pasteurized Fresh Milk	885 2537 05171 0	
รสหวาน		นมปรุงแต่ง พาสเจอร์ไรส์ รสหวาน	Pasteurized Sweetened Flavoured Milk	885 2537 05271 7	
รสช็อกโกแลต		นมปรุงแต่ง พาสเจอร์ไรส์ รสช็อกโกแลต	Pasteurized Chocolate Flavoured Milk	885 2537 05371 4	
นมเปรี้ยวรสผลไม้ (บรรจุถุง)	รสสตรอเบอรี่	150 mL	โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสสตรอเบอรี่	DRINKING YOGHURT STRAWBERRY FLAVOUR	885 2537 04111 5
	รสสับปะรด		โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสสับปะรด	DRINKING YOGHURT PINEAPPLE FLAVOUR	885 2537 04211 2
	รสส้ม		โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสส้ม	DRINKING YOGHURT ORANGE FLAVOUR	885 2537 04311 9
	รสเลมอน		โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสเลมอน	DRINKING YOGHURT LEMON FLAVOUR	885 2537 04411 6
โยเกิร์ตพร้อมดื่ม (บรรจุขวด)	รสสตรอเบอรี่	100 mL	โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสสตรอเบอรี่	DRINKING YOGHURT STRAWBERRY FLAVOUR	885 2537 05141 1
	รสสับปะรด		โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสสับปะรด	DRINKING YOGHURT PINEAPPLE FLAVOUR	885 2537 05241 8
	รสส้ม		โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสส้ม	DRINKING YOGHURT ORANGE FLAVOUR	885 2537 05341 5
	รสเลมอน		โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสเลมอน	DRINKING YOGHURT LEMON FLAVOUR	885 2537 05441 2
	รสสตรอเบอรี่	180 mL	โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสสตรอเบอรี่	DRINKING YOGHURT STRAWBERRY FLAVOUR	885 2537 05131 2
	รสสับปะรด		โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสสับปะรด	DRINKING YOGHURT PINEAPPLE FLAVOUR	885 2537 05231 9
	รสส้ม		โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสส้ม	DRINKING YOGHURT ORANGE FLAVOUR	885 2537 05331 6
	รสเลมอน		โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสเลมอน	DRINKING YOGHURT LEMON FLAVOUR	885 2537 05431 3
	รสสตรอเบอรี่	300 mL	โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสสตรอเบอรี่	DRINKING YOGHURT STRAWBERRY FLAVOUR	885 2537 05121 3
	รสสับปะรด		โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสสับปะรด	DRINKING YOGHURT PINEAPPLE FLAVOUR	885 2537 05221 0
	รสส้ม		โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสส้ม	DRINKING YOGHURT ORANGE FLAVOUR	885 2537 05321 7
	รสเลมอน		โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสเลมอน	DRINKING YOGHURT LEMON FLAVOUR	885 2537 05421 4



ตารางแสดงเลขบาร์โค้ดกลุ่มผลิตภัณฑ์นมแช่เย็น

ตราไทย-เดนมาร์ก (นมพาสเจอร์ไรส์/นมเปรี้ยว/โยเกิร์ต/ไอศกรีม/นมออร์แกนิก)

ตารางแสดงเลขบาร์โค้ดกลุ่มผลิตภัณฑ์นมแช่เย็น ตราไทย-เดนมาร์ก (นมพาสเจอร์ไรส์/นมเปรี้ยว/โยเกิร์ต/ไอศกรีม/นมออร์แกนิก)					
ชนิดผลิตภัณฑ์	รสชาติ	ขนาด	Product name		Barcode
			ภาษาไทย	ภาษาอังกฤษ	
โยเกิร์ตพร้อมดื่ม (บรรจุขวด)	รสสตรอเบอร์รี่	850 ml.	โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสสตรอเบอร์รี่	DRINKING YOGHURT STRAWBERRY FLAVOUR	885 2537 05151 4
			โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสพิñaปเปิ้ล	DRINKING YOGHURT PINEAPPLE FLAVOUR	885 2537 05251 1
			โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสส้ม	DRINKING YOGHURT ORANGE FLAVOUR	885 2537 05351 7
			โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสเลมอน	DRINKING YOGHURT LEMON FLAVOUR	885 2537 05451 0
	รสสตรอเบอร์รี่	2,000 ml.	โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสสตรอเบอร์รี่	DRINKING YOGHURT STRAWBERRY FLAVOUR	885 2537 05161 3
			โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสพิñaปเปิ้ล	DRINKING YOGHURT PINEAPPLE FLAVOUR	885 2537 05261 0
			โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสส้ม	DRINKING YOGHURT ORANGE FLAVOUR	885 2537 05361 6
			โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสเลมอน	DRINKING YOGHURT LEMON FLAVOUR	885 2537 05461 9
	รสสตรอเบอร์รี่	5,000 ml.	โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสสตรอเบอร์รี่	DRINKING YOGHURT STRAWBERRY FLAVOUR	885 2537 05171 2
			โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสพิñaปเปิ้ล	DRINKING YOGHURT PINEAPPLE FLAVOUR	885 2537 05271 9
			โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสส้ม	DRINKING YOGHURT ORANGE FLAVOUR	885 2537 05371 5
			โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสเลมอน	DRINKING YOGHURT LEMON FLAVOUR	885 2537 05471 8
โยเกิร์ต (บรรจุซอง)	รสธรรมชาติ	120 g.	โยเกิร์ตธรรมชาติ	PLAIN YOGHURT	885 2537 07121 1
	รสสตรอเบอร์รี่		โยเกิร์ตผสมแยมรสสตรอเบอร์รี่	YOGHURT WITH STRAWBERRY JAM	885 2537 07421 2
	รสผลไม้รวม		โยเกิร์ตผสมแยมรสผลไม้รวม	YOGHURT WITH MIXED FRUIT JAM	885 2537 07521 9
	รสลูกชิด		โยเกิร์ตผสมลูกชิด	YOGHURT WITH SUGAR PALM	885 2537 07321 5
	รสมะขี้เือง		โยเกิร์ตผสมมะขี้เือง	YOGHURT WITH MANGANG	885 2537 07621 6
	รสว่านหางจระเข้		โยเกิร์ตว่านหางจระเข้	YOGHURT WITH ALOE VERA	885 2537 07721 3
ไอศกรีม	รสวานิลลา	90 g.	ไอศกรีมรสวานิลลา	Milk Ice Cream □	885 2537 11111 5
	รสถั่วดำ		ไอศกรีมรสถั่วดำ	Ice Cream Black Sesame Flavored Milk □	885 2537 11211 2
	รสช็อกโกแลต		ไอศกรีมรสช็อกโกแลต	Ice Cream Chocolate Flavored Milk	885 2537 11311 9
	รสสตรอเบอร์รี่		ไอศกรีมรสสตรอเบอร์รี่	Ice Cream Strawberry Flavored Milk	885 2537 11411 6
	รสมะม่วง		ไอศกรีมรสมะม่วง	Ice Cream Mango Flavored Milk	885 2537 11511 3
	รสทุเรียน		ไอศกรีมรสทุเรียน	Ice Cream Mango Flavored Milk	885 2537 11611 0
นมออร์แกนิก	ชนิด	150 มล.	น้ำนมพาสเจอร์ไรส์ ชนิด (ตราไทย-เดนมาร์ก นอร์แกนิก)	Pasteurized Milk (Thal - Denmark - Organic Brand)	885 2537 12711 6
		200 มล.			885 2537 12721 5
		250 มล.			885 2537 12731 4
		1,000 มล.			885 2537 12761 3
น้ำดื่ม		350 มล.	น้ำดื่ม ตราไทย-เดนมาร์ก	Drinking Water (Thal - Denmark Brand)	885 2537 09111 0
		350 มล.*12 ขวด			885 2537 09112 7
		600 มล.			885 2537 09121 9
		600 มล.*12 ขวด			885 2537 09122 6





คู่มือการจำหน่ายสินค้า

ปีงบประมาณ ๒๕๖๑

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยผู้อำนวยการ(น.ส.อรนุช จิราพัฒนานุรักษ์)

คณะผู้จัดทำ

นางสาววาสนา กาญจนนท์ นักวิชาการ ๗ ฝ่ายอำนวยการ

นายเจระวัฒน์ ยิ่งสวัสดิ์ นักวิชาการ ๗ ฝ่ายอำนวยการ

ฝ่ายการตลาดและการขาย

กองการตลาดและการขาย สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคทุกภาค

บทนำ

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) ได้กำหนดแผนวิสาหกิจฉบับปี ๒๕๖๐-๒๕๖๔ และมีวิสัยทัศน์ “นมแห่งชาติ” ภายในปี ๒๕๖๔ ในพันธกิจที่ ๔ มุ่งบริหารจัดการองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง (HPO) ด้วยหลักธรรมาภิบาล กระบวนการภายในการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพ

การที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้นได้นั้น เครื่องมือหรือกระบวนการ ที่ต้องยึดถือปฏิบัติที่ต้องใช้ในการควบคุมภายในองค์กร ประกอบกับฝ่ายตรวจสอบและประเมินระบบงานต้องมีข้อเสนอแนะให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการทำงานให้เป็นรูปธรรม สามารถทวนสอบและอธิบายขั้นตอนการทำงานได้อย่างเป็นระบบ และชัดเจน

การจัดทำคู่มือการจำหน่ายสินค้าภายในประเทศและต่างประเทศฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นแนวทางและหลักในการทำงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการตลาดและการขายรวมทั้งผู้เกี่ยวข้องทุกหน่วยงานมีความเข้าใจถึงขั้นตอน กระบวนการทำงาน การจำหน่ายสินค้าได้อย่างถูกต้อง ลดระยะเวลาในการทำงาน สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น และเป็นประโยชน์แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ทำให้บุคลากร มีประสิทธิภาพในการทำงานยิ่งขึ้น อันจะส่งผลให้เกิดประสิทธิผลต่อองค์กร

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยผู้อำนวยการ(น.ส.อรนุช จิราพัฒนานุรักษ์)

คณะผู้จัดทำ

นางสาววาสนา กาญจนนท์ นักวิชาการ ๗ ฝ่ายอำนวยการ

นายเจระวัฒน์ ยิ่งสวัสดิ์ นักวิชาการ ๗ ฝ่ายอำนวยการ

ฝ่ายการตลาดและการขาย

กองการตลาดและการขาย สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคทุกภาค

โทรศัพท์ ๐-๒๒๗๙-๘๖๒๒-๓,

๐-๓๖๓๔-๑๕๕๕

โทรสาร ๐-๒๒๗๙-๘๖๒๔,๐-๓๖๓๔-๑๕๕๕

E-Mail : marketing.bkk@dpo.go.th

marketing.ml@dpo.go.th

sales@dpo.go.th

คำนิยาม

๑. อ.ส.ค. หมายถึง องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย
๒. สำนักงานภาค หมายถึง สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคทุกภาค/โรงงานผลิตนม อ.ส.ค.ทุกแห่ง
๓. สิ้นค้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์นมทุกชนิด และน้ำดื่มที่ผลิตโดยสำนักงาน อ.ส.ค.ภาค และหมายรวมถึงผลิตภัณฑ์ของ อ.ส.ค.ที่จ้างให้ผู้ประกอบการอื่นผลิต
๔. ตัวแทนจำหน่าย หมายถึง บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญ และหรือนิติบุคคล อื่น ๆ เช่น สหกรณ์ร้านค้า เป็นต้น

สารบัญ

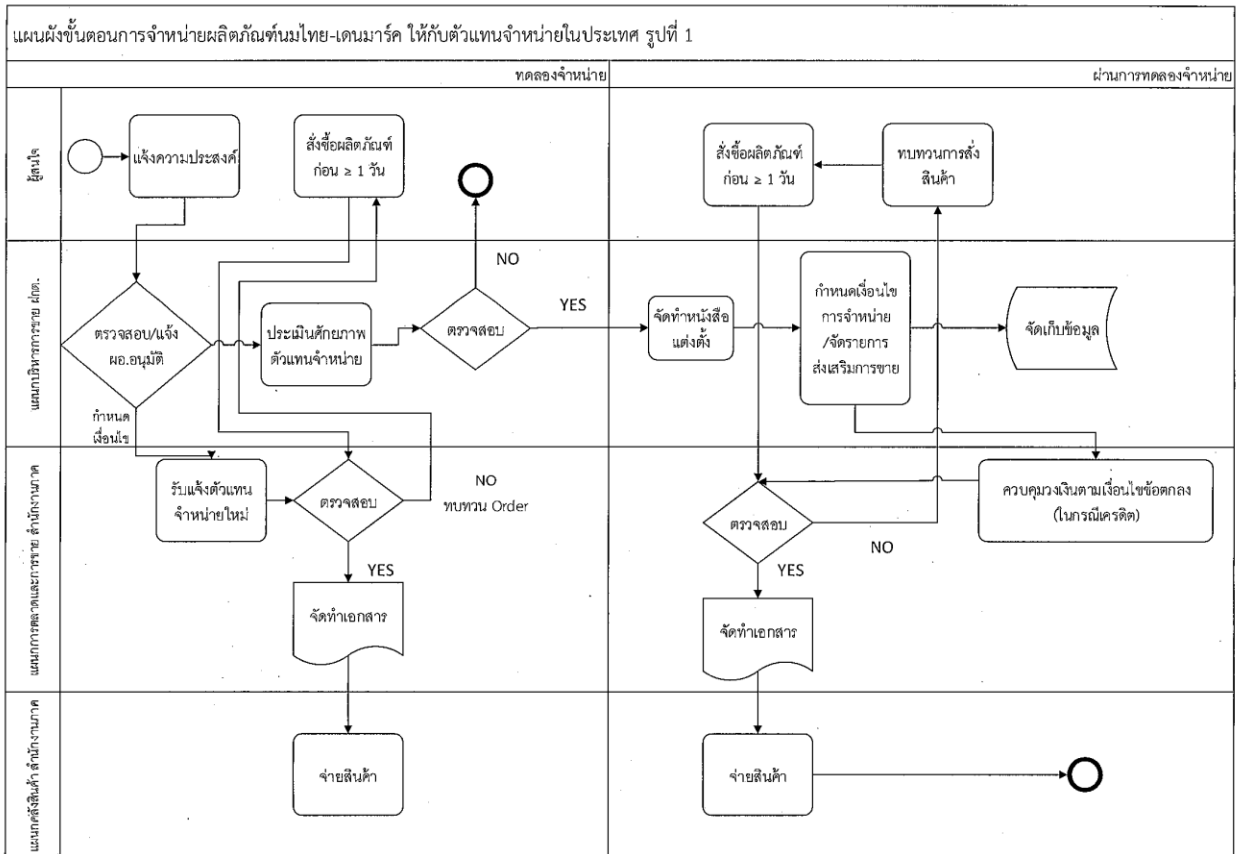
	หน้า
ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที. ไทย-เดนมาร์ค ให้ตัวแทนจำหน่ายในประเทศ	๕
ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมช่องทางพิเศษ (หน่วยงานภาครัฐและองค์กร)	๙
ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็น (นมพาสเจอร์ไรส์, โยเกิร์ต, ไอศกรีม และน้ำดื่ม)	๑๒
ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ให้กับ Modern Trade	๑๕
ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ให้กับตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ	๑๘
ภาคผนวก	๒๒-๔๕

๑. ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที. ไทย-เดนมาร์ค ให้ตัวแทนจำหน่ายในประเทศ

ลำดับ	ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เอกสาร
๑	ผู้สนใจ	๑.๑ ผู้สนใจทำหนังสือถึงผู้อำนวยการ แจ้งความประสงค์ ขอสมัครเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศ โดยระบุเป้าหมายการจำหน่าย พื้นที่จำหน่ายให้ชัดเจน	-หนังสือผู้สนใจ/ลูกค้า -สำเนาบัตรประชาชน -สำเนาทะเบียนบ้าน -เอกสารการจดทะเบียนบริษัท หรือเอกสารที่เกี่ยวข้อง -แผนที่ตั้งร้านค้า -เอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
	สำนักงานภาคหรือฝ่าย อำนาจการ หรือฝ่าย การตลาดและการขาย	๑.๒ กรณีผู้สนใจส่งเรื่องถึงผู้อำนวยการ ให้ฝ่ายอำนาจการพิจารณาส่งเรื่องให้สำนักงานภาคหรือฝ่ายการตลาดและการขายที่เกี่ยวข้อง - สำนักงานภาค รับเรื่องจากฝ่ายอำนาจการหรือรับเรื่องจากผู้สนใจโดยตรง ประสานงานกับผู้สนใจ ตรวจสอบ ฯลฯ สรุปเรื่องเสนอผู้อำนวยการผ่านฝ่ายการตลาดและการขาย	
	แผนกบริหารการขาย	๑.๓ สรุปเสนอผู้อำนวยการพิจารณาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเพื่อทดลองจำหน่าย โดยมียอดจำหน่ายขั้นต่ำ และระยะเวลาการทดลองจำหน่ายตามที่ตกลงกับตัวแทนจำหน่ายไว้	-หนังสือแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในช่วงทดลองจำหน่าย โดยมีผู้อำนวยการอ.ส.ค.เป็นผู้ลงนาม , โครงสร้างราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมในประเทศ
	แผนกบริหารการขาย	๑.๔ แจ้งสำนักงานอ.ส.ค.ภาคที่เกี่ยวข้องในการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายรายใหม่ เพื่อทดลองจำหน่ายสินค้า	-บันทึกข้อความแจ้งสำนักงานอ.ส.ค. ภาคที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งแนบโครงสร้างราคาจำหน่าย
	ตัวแทนจำหน่าย	๑.๕ ตัวแทนจำหน่ายสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นมไทย – เดนมาร์ค ตามขั้นตอนรายการลำดับที่ ๒ และ ๓	- เอกสารตามขั้นตอนรายการลำดับที่ ๒ และ ๓
	แผนกบริหารการขาย	๑.๖ ประเมินศักยภาพของตัวแทนจำหน่าย ตามยอดจำหน่ายขั้นต่ำที่ตกลงไว้	- รายงานผลการประเมินโดยเรียนผู้อำนวยการอ.ส.ค.และสำเนาถึงสำนักงานอ.ส.ค.ภาคที่เกี่ยวข้อง
	ฝ่ายการตลาดและการขาย	๑.๗ กรณีตัวแทนจำหน่ายผ่านการประเมินทดลองจำหน่ายแล้ว แผนกบริหารการขาย จัดทำสัญญาซื้อขาย หรือหนังสือแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย	- กรณีทำสัญญาซื้อขายต้นฉบับจัดเก็บไว้กับกองกฎหมาย ผทบ. และสำเนาให้แก่ฝ่ายการตลาดและการขาย และสำนักงานภาคที่เกี่ยวข้อง - จัดส่งคู่มือบัญชีสัญญาซื้อขายให้แก่ตัวแทนจำหน่าย
	ฝ่ายการตลาดและการขาย	๑.๘ แจ้งบันทึกอนุมัติ พร้อมหนังสือแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย ให้สำนักงานภาค ดูแลตัวแทนจำหน่ายต่อไป	สัญญาซื้อขายผลิตภัณฑ์นม

ลำดับ	ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เอกสาร
๒	ตัวแทนจำหน่าย	๒.๑ ส่งแผนการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นมประจำเดือนให้สำนักงานภาคที่เกี่ยวข้อง ไม่น้อยกว่า ๑ วัน ก่อนรับสินค้า ๒.๒ สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบปริมาณสินค้าคงคลังแล้วแจ้งตัวแทนจำหน่าย	- รายการส่งเสริมการขาย โดยจัดส่งให้ตัวแทนจำหน่ายและสำนักงานอ.ส.ค.ภาคที่เกี่ยวข้อง -ผ่านการสั่งซื้อของตัวแทนจำหน่าย -ใบแจ้งแผนการรับสินค้า -ใบสั่งซื้อสินค้าของบริษัทฯ
๓	ตัวแทนจำหน่าย	๓ กรณีชำระเงิน ๓.๑ เงินสดชำระค่าผลิตภัณฑ์นมก่อนรับสินค้า โดยโอนเงินให้สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค ที่ทำการซื้อขาย ๓.๒ กรณีเครดิต สามารถสั่งซื้อตามแผนและขอรับสินค้าได้ที่สำนักงานภาค ตามข้อตกลงกับ อ.ส.ค.	- หลักฐานการชำระเงินจากธนาคาร -หลักประกันการซื้อขาย หรือสัญญาซื้อขายผลิตภัณฑ์นม
๔	สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค แผนการตลาดและการขาย แผนกบัญชีและการเงินหรือแผนการตลาดและการขายที่ได้รับอนุมัติให้จำหน่ายผลิตภัณฑ์นมในวันหยุด	หลังจากรับหลักฐานการชำระเงินจากตัวแทนจำหน่ายแล้ว สำนักงานภาค จะทำการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม ดังนี้ ๔.๑ รับใบสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นมของตัวแทนจำหน่าย ๔.๒ ออกใบกำกับภาษี/ใบส่งของ - ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ - สีขาวหนา สำหรับลูกค้า - สีชมพู สำหรับคลังสินค้า - สีเหลือง สำหรับคลังสินค้า - สีฟ้า สำหรับแผนกบัญชีออกใบเสร็จรับเงิน - สีเขียว สำหรับแผนกการตลาดและการขายทำรายงาน - สีขาวแผนกการตลาด ต้นซั้วเก็บไว้เป็นหลักฐาน ๔.๓ ออกใบเสร็จรับเงิน หรือใบกำกับภาษี/ใบเสร็จรับเงิน - แผนกบัญชีและการเงิน ออกใบเสร็จรับเงิน - แผนกการตลาดและการขาย ออกใบกำกับภาษี/ใบเสร็จรับเงิน - ใบกำกับภาษี/ใบเสร็จรับเงิน - สีขาวต้นฉบับ สำหรับลูกค้า - สีเขียว สำหรับคลังสินค้า - สีเหลือง สำหรับคลังสินค้า - สีฟ้า สำหรับแผนกบัญชีและการเงิน เพื่อบันทึกภาษี - สีขาวใบสุดท้าย สำหรับแผนกบัญชีและการเงินเก็บเป็นหลักฐาน ๔.๔ ออกใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม ใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นมจากระบบ ERP ให้ตัวแทนจำหน่าย โดยไม่ระบุราคาสินค้า เพื่อจัดส่งให้แผนกคลังสินค้า เพื่อจ่ายสินค้าให้ตัวแทนจำหน่ายเก็บไว้เป็นหลักฐานให้แผนกการตลาดและการขาย	- ใบส่งผลิตภัณฑ์นม - ใบกำกับภาษี/ใบเสร็จรับเงิน - ใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม - ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ - ใบเสร็จรับเงิน - ใบกำกับภาษี/ใบเสร็จรับเงิน - ใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม

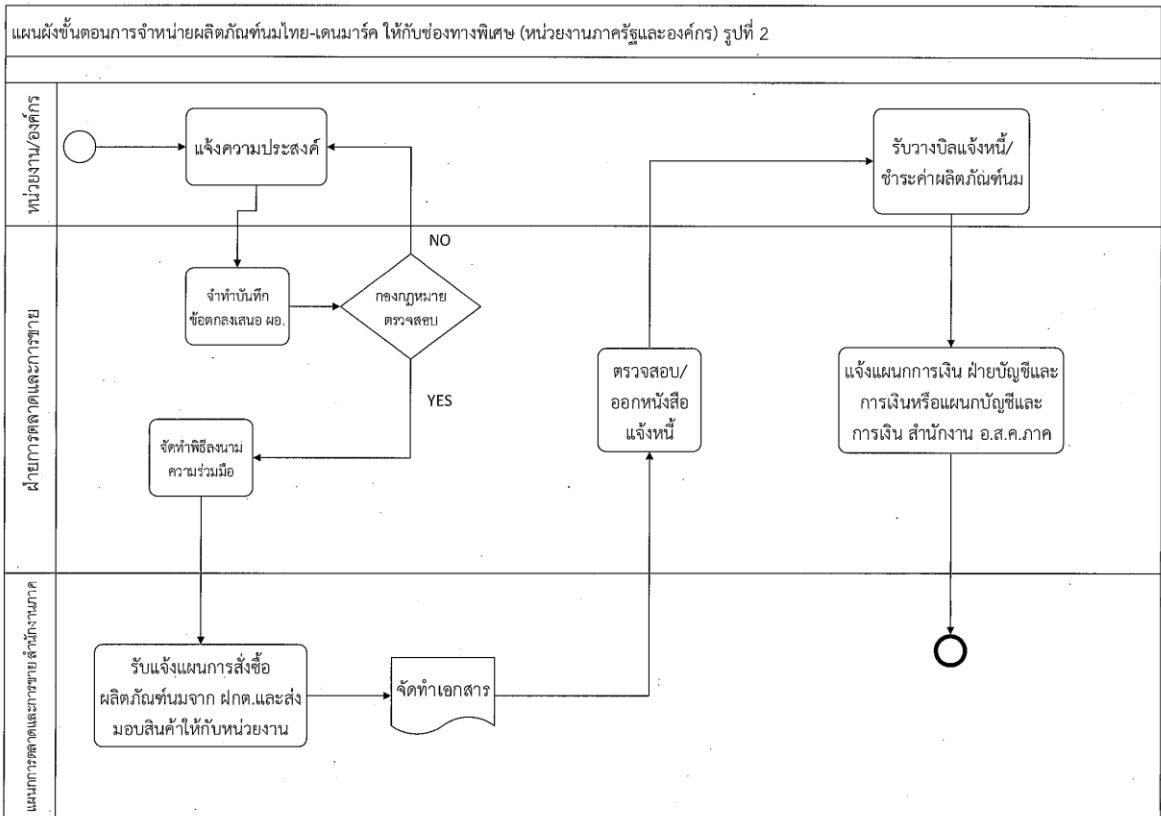
ลำดับ	ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เอกสาร
๕	แผนกคลังสินค้า	๕.๑ การจ่ายผลิตภัณฑ์นม ตามใบสั่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม ๕.๒ จัดทำรายงานสต็อกสินค้า	- ใบยืนยันการส่งจ่าย
๖	แผนกการตลาดและการขาย	๖.๑ ปิดยอดจำหน่ายประจำเดือน ๖.๒ สรุปยอดการจำหน่าย พร้อมจ่ายส่วนแถมทุกเดือน ทั้งนี้ต้องไม่เกินเดือนถัดไป	- รายงานการจำหน่ายประจำเดือน



๒. ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมช่องทางพิเศษ (หน่วยงานภาครัฐ/องค์กร)

ลำดับ	ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เอกสาร
๑	หน่วยงานภาครัฐ/ องค์กร	หน่วยงานภาครัฐ/องค์กร แจ้งความประสงค์ขอทำความ ร่วมมือกับ อ.ส.ค.	-หนังสือจากหน่วยงาน ภาครัฐ/องค์กร
๒	ฝ่ายการตลาดและ การขาย กองกฎหมาย	๒.๑ จัดทำเรื่องขออนุมัติและทำบันทึกข้อตกลงระหว่าง หน่วยงานภาครัฐ/องค์กร (MOU) เสนอผู้อำนวยการลงนาม โดยผ่านกองกฎหมาย ๒.๒ กองกฎหมาย ตรวจสอบเอกสารต่าง ๆ ก่อนนำเสนอ ผู้อำนวยการเห็นชอบและหรือลงนาม	-บันทึกสรุปเสนอขออนุมัติ -บันทึกข้อตกลงระหว่าง อ.ส.ค.กับหน่วยงานภาครัฐ/ องค์กร
๓	ฝ่ายการตลาดและการ ขาย	๓.๑ ทำหนังสือแจ้งกิจกรรม ความร่วมมือตามข้อตกลง ๓.๒ จัดทำพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงระหว่างหน่วยงาน ภาครัฐ/องค์กรพร้อมแจ้งกำหนดการเสนอ ผู้อำนวยการ ร่วมพิธีลงนาม -ต้นฉบับ ส่งหน่วยงานภาครัฐ/องค์กร -คู่มือ ส่งกองกฎหมาย -สำเนา ส่งฝ่ายการตลาดและการขาย และหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง	-หนังสือแจ้งหน่วยงาน -บันทึกข้อตกลงระหว่าง อ.ส.ค.กับหน่วยงานภาครัฐ/ องค์กร
๔	ฝ่ายการตลาดและการ ขาย/ สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค	หน่วยงานภาครัฐ/องค์กร แจ้งแผนการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นม มาที่แผนกบริหารการขาย ฝ่ายการตลาดและการขาย หรือ สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค	- ใบแจ้งแผนการรับ ผลิตภัณฑ์นม
๕	สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค	๑. รับใบสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นมจาก ฝ่ายการตลาดและการขาย ๒. ส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นมให้กับผู้รับจ้างขนส่ง แต่ละภาค/ พื้นที่ตามใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม ๓. ออกใบกำกับภาษี/ใบส่งของ ตามใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม ๔. สำนักงาน อ.ส.ค.ภาค รวบรวมใบกำกับภาษี/ใบส่งของ จากผู้รับจ้างขนส่ง ส่งให้ฝ่ายการตลาดและการขาย	- ใบสั่งซื้อ - ใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม - ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ
๖	ฝ่ายการตลาดและการ ขาย	ออกหนังสือแจ้งหนี้ ค่าผลิตภัณฑ์นมหน่วยงานภาครัฐ/ องค์กร ประจำเดือน	-ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ

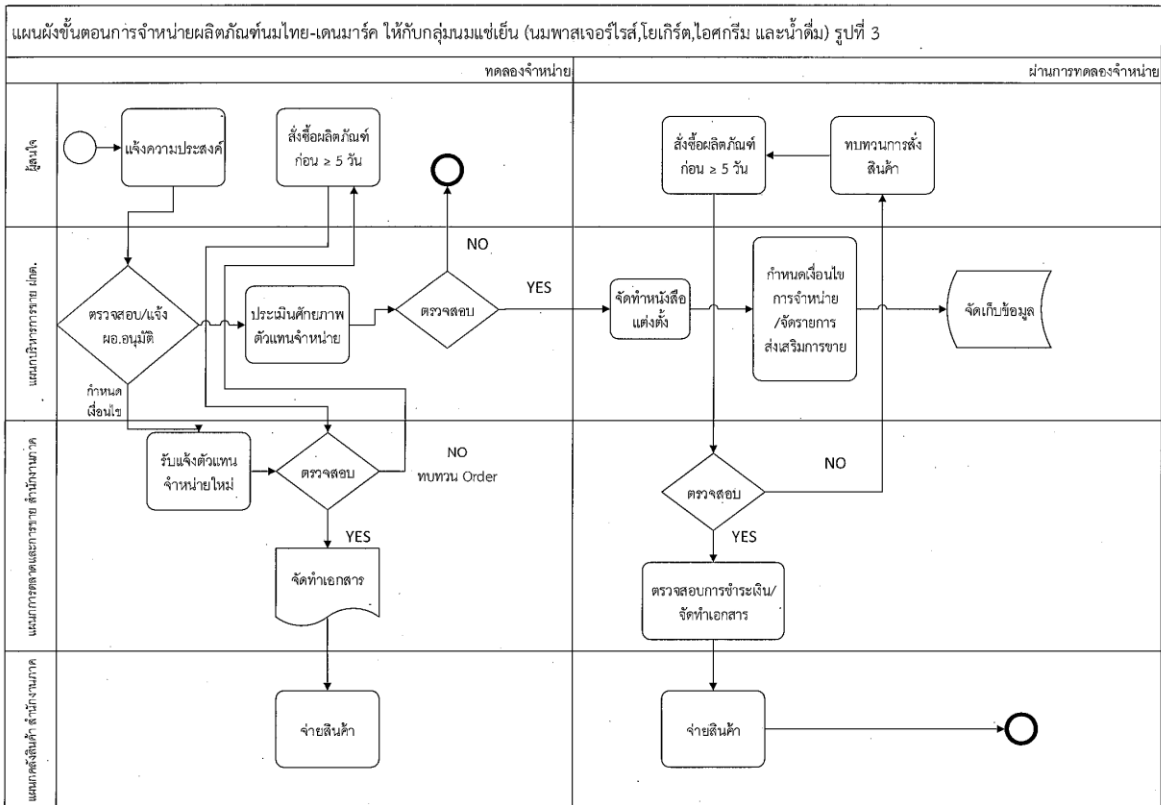
ลำดับ	ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เอกสาร
๗	หน่วยงานภาครัฐ/ องค์กร	หน่วยงานภาครัฐ/องค์กร ดำเนินการ ๑. รับวางบิลแจ้งหนี้ ประจำเดือน ๒. จ่ายชำระค่าผลิตภัณฑ์นม เป็นเงินสด/เช็ค ประจำเดือน / เข้าบัญชี อ.ส.ค. ๓. แจ้ง อ.ส.ค. ทราบ	- สำเนาใบนำฝากเงิน
๘	ฝ่ายบัญชีและการเงิน สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ / ฝ่ายการตลาดและการ ขาย	๑. แจ้งแผนการเงิน ฝ่ายบัญชีและการเงินหรือแผนกบัญชี และการเงิน สำนักงานอ.ส.ค.ภาค ๒. ส่งใบเสร็จรับเงินให้กับหน่วยงานภาครัฐ/องค์กร ๓. สรุปรายงานประจำเดือน	- ใบเสร็จรับเงิน - รายงานการจำหน่าย ประจำเดือน



๓. ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มนมแช่เย็น (นมพาสเจอร์ไรส์, โยเกิร์ต, ไอศกรีม และน้ำดื่ม)

ลำดับ	ผู้ดำเนินการ	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เอกสาร
	ผู้สนใจ	๑.๑ ผู้สนใจทำหนังสือถึงผู้อำนวยการ แจ้งความประสงค์ ขอสมัครเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศ โดยระบุเป้าหมายการจำหน่าย พื้นที่จำหน่ายให้ชัดเจน	-หนังสือผู้สนใจ/ลูกค้า -สำเนาบัตรประชาชน -สำเนาทะเบียนบ้าน -เอกสารการจดทะเบียนบริษัทหรือเอกสารที่เกี่ยวข้อง -แผนที่ตั้งร้านค้า -เอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
	แผนกบริหารการขาย	๑.๒ จัดทำบันทึกขอแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเพื่อทดลองจำหน่าย โดยมียอดจำหน่ายขั้นต่ำ และระยะเวลาการทดลองจำหน่ายตามที่ตกลงกับ ตัวแทนจำหน่ายไว้ เสนอผู้อำนวยการอนุมัติ	-บันทึกขออนุมัติแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในช่วงทดลองจำหน่าย -โครงสร้างราคาจำหน่ายกลุ่มนมแช่เย็น
	แผนกบริหารการขาย	๑.๓ แจ้งสำนักงาน อ.ส.ค.ภาคที่เกี่ยวข้องในการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายรายใหม่ เพื่อทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม เป้าหมาย พื้นที่ของตัวแทนจำหน่าย	-บันทึกแจ้งสำนักงาน อ.ส.ค. ภาคที่เกี่ยวข้อง -โครงสร้างราคาจำหน่าย
	ตัวแทนจำหน่าย	๑.๔ ตัวแทนจำหน่ายสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นมตามขั้นตอนรายการลำดับที่ ๒ และ ๓	
	ฝ่ายการตลาดและการขาย / สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค	๑.๕ ทำบันทึกเรื่องสรุปประเมินแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายและเป้าหมายรายปี มาที่ฝ่ายการตลาดและการขาย	-สำเนาส่งให้ทุกสำนักงานภาคที่เกี่ยวข้อง
	แผนกบริหารการขาย / สำนักงาน อ.ส.ค.ภาค	๑.๖ แผนกบริหารการขายประเมินศักยภาพของตัวแทนจำหน่าย ตามยอดจำหน่ายขั้นต่ำที่ตกลงไว้	
	ฝ่ายการตลาดและการขาย	๑.๗ กรณีตัวแทนจำหน่ายผ่านการประเมินช่วงทดลองจำหน่ายแล้ว แผนกบริหารการขายสรุปเสนอผู้อำนวยการ ขอแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายกลุ่มนมแช่เย็นในประเทศ	-แผนการสั่งซื้อของตัวแทนจำหน่าย/ ใบแจ้งแผนการรับผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์ -ใบสั่งซื้อของตัวแทนจำหน่าย
	ฝ่ายการตลาดและการขาย	๑.๘ แจ้งบันทึกอนุมัติ และหนังสือแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย แจ้งให้สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค ดูแลตัวแทนจำหน่ายแต่ละภาคตามที่ตกลง กับ อ.ส.ค.	- บันทึกอนุมัติ - หนังสือแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย

ลำดับ	ผู้ดำเนินการ	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เอกสาร
๒	ตัวแทนจำหน่าย	๒.๑ ส่งแผนการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นม ให้สำนักงานภาคที่เกี่ยวข้องก่อนอย่างน้อย ๕ วัน ๒.๒ การชำระเงินต้องชำระเงินก่อนรับผลิตภัณฑ์นม	- ใบสั่งซื้อสินค้าของตัวแทนจำหน่าย
๓	สำนักงานอ.ส.ค.ภาค แผนกการตลาดฯ	๓.๑ รับแผนการส่งผลิตภัณฑ์นม และวางแผนการผลิต ออกใบส่งผลิตภัณฑ์นมส่งให้แผนกวางแผนการผลิต ๓.๒ ออกใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นมให้ตัวแทนจำหน่าย โดยไม่ระบุราคาสินค้า ออกจากระบบ ERP	- ใบสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นม - ใบส่งจ่าย
๔	สำนักงานภาค แผนกการตลาด / แผนกบัญชี	๔.๑ ออกใบกำกับภาษี/ใบส่งของ ให้บริษัทฯ ตามใบส่งสินค้า - ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ - <u>สืขวหนา</u> สำหรับแผนกบัญชีและการเงิน (ตั้งหนี้) - <u>สืขมพู</u> สำหรับตัวแทนจำหน่าย(ลูกค้า) - <u>สืเขียว</u> สำหรับแผนกการตลาดและการขาย เพื่อจัดทำรายงาน - <u>สืเหลือง</u> สำหรับแผนกคลังสินค้า เพื่อตัดสต็อก สินค้า - <u>สืฟ้า</u> สำหรับแผนกบัญชีและการเงิน เพื่อบันทึกภาษี - <u>ต้นขั้ว</u> เก็บเป็นหลักฐาน	- ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ
๕	ตัวแทนจำหน่าย	๕.๑ ชำระเงิน ๕.๒ นำใบส่งจ่ายไปรับสินค้าที่แผนกคลังสินค้า	- ใบเสร็จรับเงิน
๖	สำนักงานภาค แผนกบัญชีและ การเงิน	๖.๑ รับชำระเงิน ๖.๒ ออกใบเสร็จรับเงิน เพื่อรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์	- สำเนาใบเสร็จรับเงิน
๗	ฝ่ายการตลาดและ การขาย	๗.๑ สรุปรายงานการจำหน่ายจากภาค ดึงข้อมูลจากระบบ ERP ทุกวันที่ ๑๕ ของเดือนจัดทำวาระประชุมคณะกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมทุกเดือน	- รายงานการจำหน่ายประจำเดือน ดึงจากระบบ ERP - ประชุมคณะกรรมการวางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม

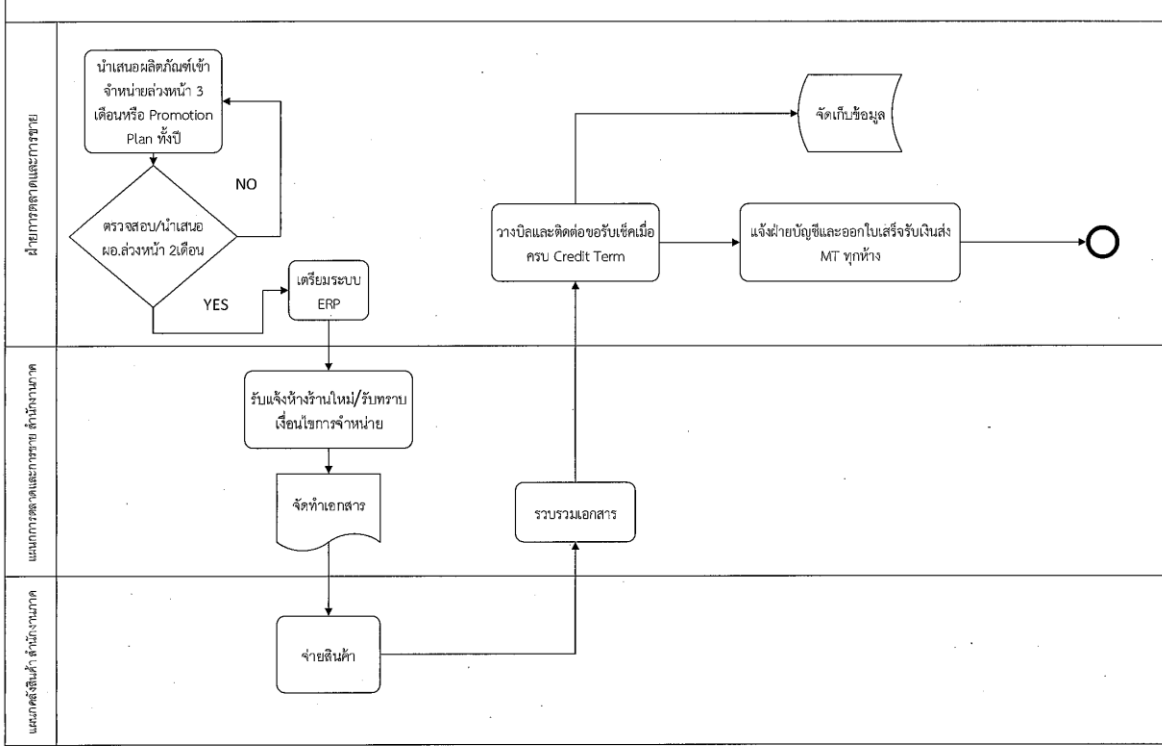


4. ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ค ให้กับ Modern Trade

ลำดับ	ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เอกสาร
๑	ฝ่ายการตลาดและการขาย	๑.๑ นำเสนอผลิตภัณฑ์เข้าจำหน่าย ล่วงหน้า ๓ เดือน หรือทำ promotion plan ทั้งปี	- Period ในการกำหนดการจัดโปรโมชั่นของห้างต่างๆ - เอกสารการนำเสนอสินค้าเข้าจำหน่าย
๒	ฝ่ายการตลาดและการขาย	๒.๑ ขออนุมัติการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าจำหน่ายต่อผู้อำนวยการอ.ส.ค. ล่วงหน้า ๒ เดือน	- บันทึกข้อความอนุมัติหลักการ - เอกสารยืนยันการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมเพื่อแจ้งMT
๓	แผนกขายกรุงเทพฯและปริมณฑล/สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค	๓.๑ ประสานงานแจ้งสำนักงานภาคฯ ต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อเตรียมกำหนดราคาในระบบERP,ผลิตภัณฑ์ล่วงหน้าให้เพียงพอต่อการจัดจำหน่าย	- บันทึกข้อความแจ้งสำนักงานอ.ส.ค. ภาคที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งแนบบันทึกข้อความที่ได้รับอนุมัติจากผู้อำนวยการ
๔	สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค แผนกการตลาดและการขาย	๔.๑ เข้าเว็บไซต์ของทางMTเพื่อปริ้นท์ใบสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นม ๔.๒ ออกใบกำกับภาษี/ใบส่งของ,ใบส่งจ่าย ตามใบสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นม <u>ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ</u> - <u>สีขาวหนา</u> สำหรับตัวแทนจำหน่าย(ลูกค้า) - <u>สีชมพู</u> สำหรับแผนกคลังสินค้า - <u>สีเหลือง</u> สำหรับแผนกคลังสินค้า - <u>สีเขียว</u> สำหรับแผนกขายกรุงเทพฯและปริมณฑล - <u>สีฟ้า</u> สำหรับแผนกบัญชีฯเก็บเป็นหลักฐาน - <u>สีขาว</u> แผนกการตลาดและการขาย เก็บเป็นหลักฐาน <u>ใบส่งจ่าย</u> - <u>ต้นฉบับ</u> สำหรับแผนกคลังสินค้า - <u>สำเนาใบที่๑</u> สำหรับแผนกคลังสินค้า(โกดัง) - <u>สำเนาใบที่๒</u> สำหรับ รปภ.	- ใบสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นม - ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ - ใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม
๕	สำนักงาน อ.ส.ค. ภาค แผนกคลังสินค้า	๕.๑. จ่ายผลิตภัณฑ์นม ตามใบกำกับภาษี/ใบส่งของ,ใบส่งจ่าย ๕.๒. จัดทำรายงานสต็อกสินค้า ตามใบกำกับภาษี/ใบส่งของ, ใบส่งจ่าย	

ลำดับ	ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เอกสาร
๖	แผนกขายกรุงเทพฯ และปริมณฑล	เมื่อสำนักงานภาคจัดส่งผลิตภัณฑ์นมให้ MT แล้ว สำนักงานภาค จะจัดส่งเอกสารการส่งของให้กับแผนกขายกรุงเทพฯ เพื่อไว้ใช้เป็นหลักฐานในการวางบิล	- สำเนาใบกำกับภาษี/ใบส่งของ(สีเขียว)
๗	แผนกขายกรุงเทพฯ และปริมณฑล	เมื่อครบ Credit term ของ MT แผนกขายกรุงเทพฯ จะติดต่อขอรับเช็ค และตัวแทนจำหน่ายจะโอนเงินเข้าบัญชี อ.ส.ค. *กรณีรับเช็ค นำเช็คเข้าบัญชี อ.ส.ค.	- เอกสารรายละเอียดการโอนเงินของห้าง
๘	แผนกขายกรุงเทพฯ และปริมณฑล/ฝ่ายบัญชี	๘.๑ ทำรายงานรายได้จาก MT ต่างๆ เพื่อแจ้งฝ่ายบัญชี สรุปเงินรายได้ของ อ.ส.ค. และดำเนินการออกใบเสร็จรับเงินและใบหักภาษี ณ ที่จ่าย เพื่อนำส่งให้ตัวแทนจำหน่าย MT ต่างๆ	- ใบเสร็จรับเงิน - ใบหักภาษี ณ ที่จ่าย

แผนผังขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก ให้กับ Modern trade รูปที่ 4

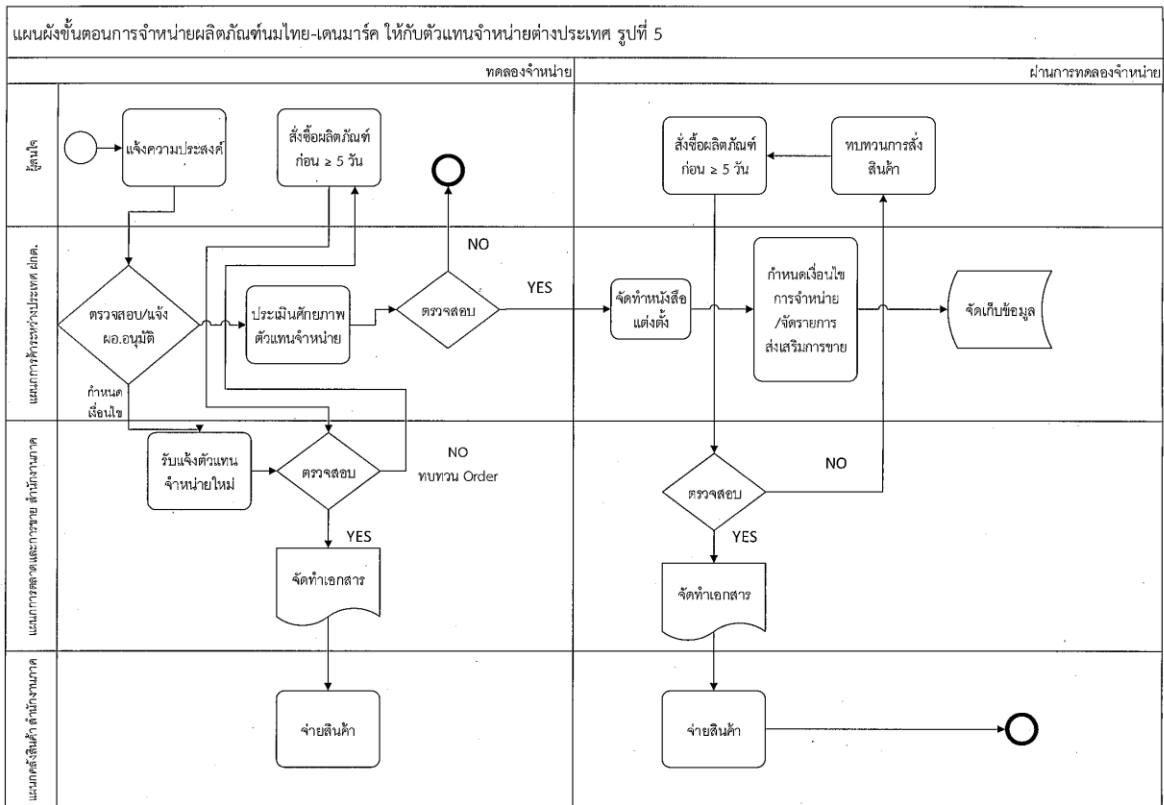


๕. ขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก ให้กับตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ

ลำดับ	ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เอกสาร
๑	ผู้สนใจ	๑.๑ ผู้สนใจทำหนังสือถึงผู้อำนวยการ แจ้งความประสงค์ ขอสมัครเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศ โดยระบุเป้าหมายการจำหน่าย พื้นที่จำหน่ายให้ชัดเจน ๑.๒ อ.ส.ค.จัดทำเอกสารประกอบการส่งออก	- หนังสือผู้สนใจ/ลูกค้า - สำเนาบัตรประชาชน - สำเนาทะเบียนบ้าน - เอกสารการจดทะเบียนบริษัท หรือเอกสารที่เกี่ยวข้อง - แผนที่ตั้งร้านค้า - เอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
	แผนการค้าระหว่างประเทศ	๑.๒ เสนอผู้อำนวยการอนุมัติและ จัดทำหนังสือแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเพื่อทดลองจำหน่าย โดยมียอดจำหน่ายขั้นต่ำ และระยะเวลาการทดลองจำหน่ายตามที่ตกลงกับตัวแทนจำหน่ายไว้	- หนังสือแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในช่วงทดลองจำหน่าย โดยมีผู้อำนวยการอ.ส.ค.เป็นผู้ลงนาม, โคร่งสร้างราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมในต่างประเทศ
	แผนการค้าระหว่างประเทศ	๑.๓ แจ้งสำนักงานอ.ส.ค.ภาคที่เกี่ยวข้องในการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายรายใหม่ เพื่อทดลองจำหน่ายสินค้า	- บันทึกข้อความแจ้งสำนักงานอ.ส.ค. ภาคที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งแนบโครงสร้างราคาจำหน่าย
	ตัวแทนจำหน่าย	๑.๔ ตัวแทนจำหน่ายสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นมไทย - เดนมาร์กตามขั้นตอนรายการลำดับที่ ๒ และ ๓	- เอกสารตามขั้นตอนรายการลำดับที่ ๒ และ ๓
	แผนการค้าระหว่างประเทศ	๑.๕ ประเมินศักยภาพของตัวแทนจำหน่าย ตามที่ตกลงไว้กับอ.ส.ค.ตามหนังสือแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในช่วงทดลองจำหน่าย	- รายงานผลการประเมินโดยเรียนผู้อำนวยการอ.ส.ค.และสำเนาถึงสำนักงานอ.ส.ค.ภาคที่เกี่ยวข้อง
	แผนการค้าระหว่างประเทศ	๑.๖ กรณีตัวแทนจำหน่ายผ่านการประเมินช่วงทดลองจำหน่ายแล้ว แผนการค้าระหว่างประเทศจัดทำสัญญาซื้อขาย กับตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ	- สัญญาซื้อขายต้นฉบับ โดยจัดเก็บไว้กับกองกฎหมาย ผทบ. และถ่ายเอกสารสำเนาให้แก่แผนการค้าระหว่างประเทศและสำนักงานภาคที่เกี่ยวข้อง
		๑.๗ หนังสือแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย	- จัดส่งคู่มือสัญญาซื้อขายให้แก่ตัวแทนจำหน่าย
	แผนการค้าระหว่างประเทศ	๑.๘ จัดรายการส่งเสริมการขายต่างประเทศ	- รายการส่งเสริมการขาย โดยจัดส่งให้ตัวแทนจำหน่ายและสำนักงานอ.ส.ค.ภาคที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เอกสาร
๒	ตัวแทนจำหน่าย สำนักงานอ.ส.ค. ภาคที่เกี่ยวข้อง	๒.๑ ส่งแผนการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นมประจำเดือน/งวดให้สำนักงานภาคที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย ๕ วันก่อนชำระเงิน ๒.๒ ตรวจสอบปริมาณสินค้าคงคลังแล้วแจ้งต่อตัวแทนจำหน่าย	- แผนการสั่งซื้อของบริษัทตัวแทนจำหน่าย - ใบแจ้งแผนการรับผลิตภัณฑ์นม - ใบสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นมของบริษัทฯ
๓	ตัวแทนจำหน่าย	- ชำระค่าผลิตภัณฑ์นมก่อนรับสินค้า โดยโอนเงินให้สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคที่ทำการซื้อขาย	- หลักฐานการชำระเงินจากธนาคาร
๔	สำนักงานอ.ส.ค. ภาคที่เกี่ยวข้อง	หลังจากรับหลักฐานการชำระเงินจากตัวแทนจำหน่ายแล้ว สำนักงานภาคจะทำการจำหน่ายสินค้าดังนี้ ๔.๑ ใบสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นม ๔.๒ ออกใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นมจากระบบ ERP ให้บริษัทฯ โดยไม่ระบุราคาสินค้า เพื่อจัดส่งให้แผนกคลังสินค้า - ออกใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม (ออกเป็นชุด เรียงเลขที่) - <u>ต้นฉบับ</u> สำหรับตัวแทนจำหน่าย(ลูกค้า) - <u>สำเนาที่ ๑</u> สำหรับแผนกคลังสินค้า เพื่อจ่ายสินค้า - <u>สำเนาที่ ๒</u> สำหรับบริษัทฯ เพื่อเป็นหลักฐานตรวจสอบ - <u>สำเนาที่ ๓</u> สำหรับแผนกการตลาดและการขาย ๔.๓ สรุปใบกำกับภาษี/ใบส่งของ ให้บริษัทฯ ตามใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม ๔.๓.๑ กรณีตัวแทนจำหน่ายต้องการเอกสาร Form D <u>ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ</u> - <u>สีขาว</u> สำหรับตัวแทนจำหน่าย(ลูกค้า) - <u>สีชมพู</u> สำหรับคลังสินค้า - <u>สีเหลือง</u> สำหรับคลังสินค้า - <u>สีเขียว</u> สำหรับแผนกการตลาดและการขายออกใบเสร็จรับเงิน - <u>สีฟ้า</u> สำหรับแผนกบัญชีทำรายงาน - <u>สีขาวแผนกขาย</u> แผนกการตลาดและการขายเก็บเป็นหลักฐาน ๔.๓.๒ <u>ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ</u> - <u>สีขาว</u> สำหรับตัวแทนจำหน่าย(ลูกค้า) - <u>สีชมพู</u> สำหรับคลังสินค้า - <u>สีเหลือง</u> สำหรับคลังสินค้า - <u>สีเขียว</u> สำหรับแผนกการตลาดและการขายออกใบเสร็จรับเงิน - <u>สีฟ้า</u> สำหรับแผนกบัญชีทำรายงาน - <u>สีขาวแผนกขาย</u> แผนกการตลาดและการขายเก็บเป็นหลักฐาน	- ใบสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นมของบริษัท/หจก. - ใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม - ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ - Packing List - Commercial Invoice - ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ - Packing List

ลำดับ	ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เอกสาร
๕	แผนกคลังสินค้า สำนักงานอ.ส.ค. ภาคที่เกี่ยวข้อง	๕.๑ การจ่ายผลิตภัณฑ์นม ตามใบสั่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม ๕.๒ จัดทำรายงานสินค้าคงคลัง	- ใบยืนยันการสั่งจ่าย
๖	แผนกการค้า ระหว่างประเทศ	๖.๑ ติดตามข้อมูลการจำหน่ายสินค้าจากระบบ ERP ๖.๒ รวบรวมใบสินค้าขาออกไว้เป็นหลักฐานการส่งออก ๖.๓ รายงานยอดจำหน่าย และส่วนแถมที่ตัวแทนจำหน่ายได้รับเพื่อ เสนอให้ผู้อำนวยความสะดวก และรายงานให้สำนักงานอ.ส.ค. ที่เกี่ยวข้องจ่ายส่วนแถมผลิตภัณฑ์นมต่อไป จ่ายส่วนแถมไม่เกินเดือน ถัดไป	



ภาคผนวก

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมต่างประเทศ

๑. ขั้นตอนการขอเอกสารประกอบการส่งออกต่างประเทศ

ประกอบด้วยเอกสารของกรมศุลกากรและเอกสารกรมการค้าต่างประเทศ

๑.๑ เอกสารเกี่ยวกับกรมศุลกากร เพื่อประกอบใบขนสินค้าขาออกโดย ผ.อ.มอบอำนาจให้ สนง.ภาคฯ ที่ จำหน่ายติดต่อด้านศุลกากรมีเอกสารดังนี้

- ๑) หนังสือแบบคำขอลงทะเบียนผู้ผ่านพิธีการศุลกากร
- ๒) สำเนาบัตรประชาชน , สำเนาทะเบียนบ้าน ผู้มีอำนาจ(ผู้อำนวยการ)
- ๓) สำเนาบัตรประชาชน , สำเนาทะเบียนบ้านพนักงานส่วนที่เกี่ยวข้อง ใช้ยิงใบขนขาออก
- ๔) ภ.พ.๒๐
- ๕) พระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง อ.ส.ค.

นำเอกสารทั้งหมดยื่นที่ด่านศุลกากร ด่านศุลกากรจะมีการศีก์ข้อมูลเข้าระบบ

เมื่อตัวแทนจำหน่ายดำเนินการขนสินค้าขาออกสามารถยิงใบขนสินค้าได้ที่ด่านศุลกากร จะเป็นชื่อของ อ.ส.ค. ที่ออกไปกำกับฯ ขายสินค้าให้แก่ตัวแทนจำหน่าย และได้ใบขนสินค้าขาออก เพื่อนำไป **ส่งแผนกการค้าต่างประเทศ ฝ่ายการตลาดและการขาย** เพื่อเป็นหลักฐานการส่งออก (ตัวอย่างเอกสารตามที่แนบด้านหลัง)

๑.๒ . เอกสารเกี่ยวกับกรมการค้าต่างประเทศ เพื่อจัดทำบัตรผู้ส่งออกโดย แผนกการค้าระหว่างประเทศ เป็นผู้ดำเนินการขอบัตรผู้ส่งออก (กรณีลูกค้าขอ Form D) ตามขั้นตอนด้านล่าง

การลงทะเบียนผู้ประกอบการ เพื่อขอ User Name กลาง และการทำบัตรประจำตัวผู้ส่งออก-นำเข้าสินค้า/บัตรประจำตัวผู้รับมอบ

ในการติดต่อกรมการค้าต่างประเทศ เพื่อขอใบอนุญาตและหนังสือรับรองการส่งออก-นำเข้าสินค้า ผู้ประกอบการส่งออก-นำเข้าจะต้องปฏิบัติตามระเบียบ ประกาศที่กรมการค้าต่างประเทศและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กำหนดไว้ให้ครบถ้วน เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก ลดจำนวนเอกสาร และลดขั้นตอนในการติดต่อราชการ กรมการค้าต่างประเทศ จึงกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการให้ผู้ประกอบการลงทะเบียนผู้ประกอบการ (Registration Database) เพื่อขอใช้งาน User Name กลางนี้ร่วมกับ บริการ และ/หรือ ระบบงานต่างๆ ของกรมการค้าต่างประเทศ โดยมีคำแนะนำในการเตรียมเอกสารและปฏิบัติตามขั้นตอน ดังนี้.-

๑. ผู้ประกอบการส่งออก-นำเข้า และผู้รับมอบอำนาจ ต้องลงทะเบียนผู้ประกอบการ ทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์กรมการค้าต่างประเทศ <http://www.dft.go.th> ส่งข้อมูลไปยังระบบฯ ของกรมการค้าต่างประเทศ
๒. ผู้ประกอบการส่งออก-นำเข้า/ผู้รับมอบอำนาจ กรอกข้อมูลคำร้องขอมีบัตรประจำตัวผู้ส่งออก-นำเข้า (แบบ บก.๑) และ/หรือบัตรประจำตัวผู้รับมอบอำนาจ (แบบ บก.๑/๑) ในระบบคอมพิวเตอร์ผ่าน Internet : เว็บไซต์กรมการค้าต่างประเทศ บันทึกส่งข้อมูลไปยังระบบฯกรมการค้าต่างประเทศ
๓. ผู้ประกอบการส่งออก-นำเข้าและ/หรือผู้รับมอบอำนาจ ต้องยื่นคำร้องขอมีบัตรประจำตัวด้วยตนเอง ลงลายมือชื่อและ/หรือตราประทับของบริษัท/ห้าง/ร้าน ในคำร้องขอมีบัตรประจำตัวฯ ต่อหน้าเจ้าหน้าที่งานทะเบียน พร้อมแสดงเอกสารประกอบคำขอที่กรมการค้าต่างประเทศกำหนด
๔. กรณีผู้ประกอบการส่งออก-นำเข้า มอบอำนาจให้บุคคลอื่นยื่นคำร้องขอมีบัตรประจำตัวส่งออก-นำเข้าและ/หรือบัตรประจำตัวผู้รับมอบอำนาจ ให้ทำหนังสือมอบอำนาจให้ยื่นคำร้องขอมีบัตรประจำตัวฯ (แบบ บก.๒) และหนังสือรับรองลายมือชื่อผู้มอบอำนาจ(แบบ บก.๓) รับรองโดยนายความที่เป็นสมาชิกสภาทนายความ/สมาชิกสามัญ/วิสามัญแห่งเนติบัณฑิตยสภา

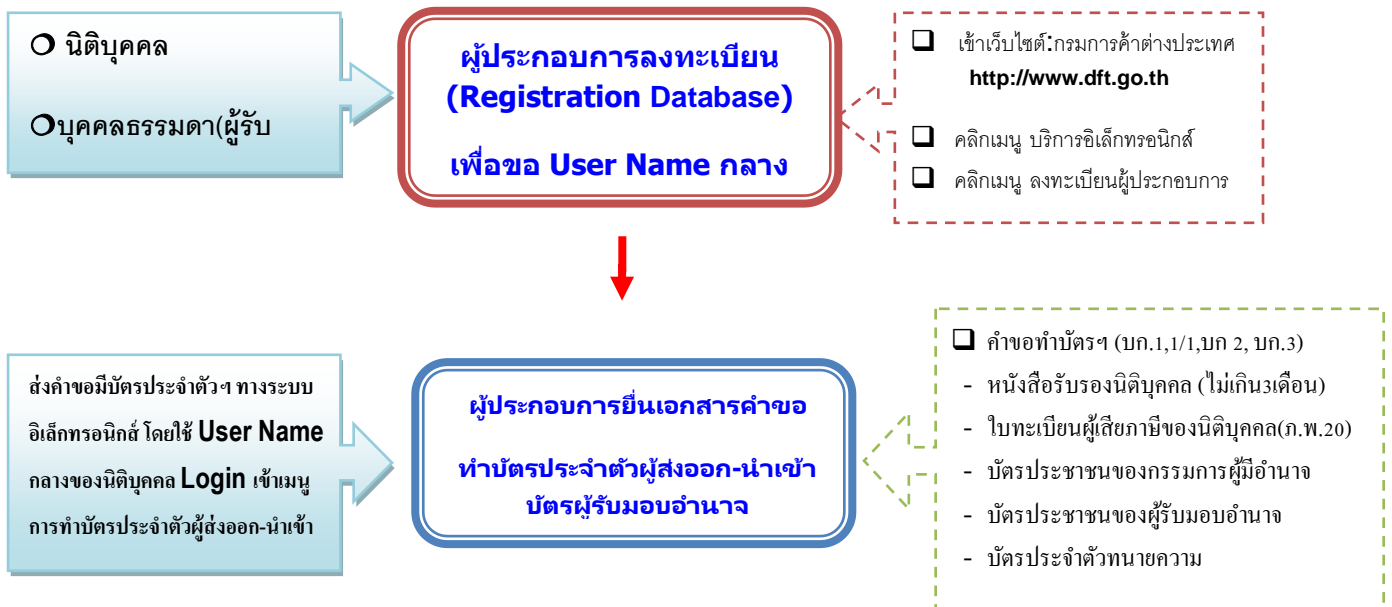
หลักฐานเอกสารประกอบที่ต้องแสดงต่อกรมการค้าต่างประเทศ

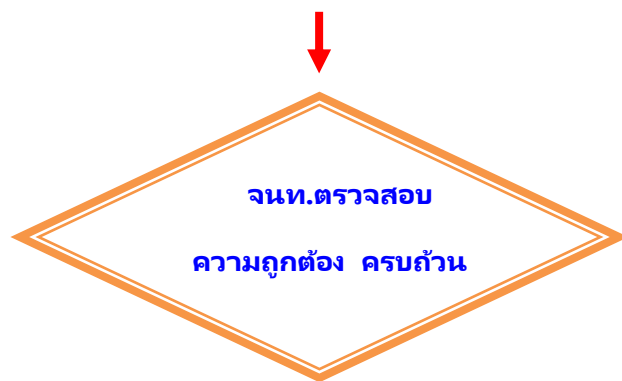
1. สำเนาบัตรประชาชน/หนังสือเดินทาง/หนังสืออนุญาตให้ทำงานในประเทศไทย
2. สำเนาหนังสือรับรองนิติบุคคล ที่ออกโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (ออกให้ไม่เกิน 3 เดือน) หรือสำเนาทะเบียนการค้าที่ออกโดยหน่วยงานอื่นๆของรัฐ
3. สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มของนิติบุคคล (ภ.พ.20 หรืออื่นๆ)
4. สำเนาบัตรประจำตัวนายความที่เป็นสมาชิกสภาทนายความ/สมาชิกสามัญ/วิสามัญแห่งเนติบัณฑิตสภา (ประเภทระบุวันหมดอายุ)

📄 สำเนาเอกสารประกอบคำร้องขอมีบัตรประจำตัวฯ ลงลายมือชื่อรับรองสำเนาถูกต้องทุกฉบับ และประทับตราสำคัญ

กระบวนการลงทะเบียน ผู้ประกอบการ (Registration Database)

และการยื่นทำบัตรประจำตัวผู้ส่งออกนำเข้า/บัตรผู้รับมอบอำนาจ





วิธีการลงทะเบียนผู้ประกอบการ (Registration Database)

เพื่อขอ User Name กลาง (กรณีที่คุณผู้ประกอบการ/ผู้รับมอบอำนาจ ยังไม่เคยลงทะเบียน)

1. เข้าสู่เว็บไซต์กรมการค้าต่างประเทศ <http://www.dft.go.th>
2. คลิกที่ >> บริการอิเล็กทรอนิกส์
3. คลิกที่ >> ระบบลงทะเบียนผู้ประกอบการ
4. คลิกที่เมนู >> ลงทะเบียนขอ User Name กลาง
5. คลิกเลือกประเภทการลงทะเบียน
 - นิติบุคคล (บริษัท/ห้าง/ร้าน)
 - บุคคลธรรมดา (ผู้รับมอบอำนาจ)

โดยกำหนด User Name และ Password ด้วยตนเอง และต้องจำให้ได้หรือจดบันทึกไว้กับลิ้มการลงทะเบียน (Registration Database) ครั้งเดียวเท่านั้น ระบบไม่ให้ลงซ้ำ (ไม่ต้องสั่งพิมพ์เอกสาร)

วิธีการทำบัตรประจำตัวผู้ส่งออก-นำเข้าสินค้า/บัตรประจำตัวผู้รับมอบอำนาจ

1. เข้าสู่เว็บไซต์กรมการค้าต่างประเทศ <http://www.dft.go.th>
2. คลิกที่ >> บริการอิเล็กทรอนิกส์
3. คลิกที่ >> ระบบลงทะเบียนผู้ประกอบการ
4. คลิกคำว่า Login แล้วกรอก User Name : Security Code : Password: ของนิติบุคคล
5. คลิกที่เมนู >> บริการที่เกี่ยวข้องกับ User Name กลาง >> ทำบัตรประจำตัวผู้ส่งออก-นำเข้า

บันทึกส่งคำขอทำบัตรฯ แล้วสั่งพิมพ์คำขอ(แบบ บก.1,บก.2,บก.3)และแนบเอกสารหลักฐานประกอบคำขอนำไปยื่นที่กรมการค้าต่างประเทศ

ยื่นคำร้องขอมีบัตรประจำตัวผู้ส่งออก-นำเข้าและบัตรประจำตัวผู้รับมอบอำนาจ

ได้ที่กรมการค้าต่างประเทศ สำนักบริการการค้าต่างประเทศ กลุ่มงานทะเบียนและข้อมูล ชั้น 4

สอบถามเพิ่มเติมโทร. 0 2547 4754 , 0 2547 4829 , 0 2547 4837 e-mail: eximdft@moc.go.th

เมื่อลงทะเบียนแล้วเสร็จจะได้เลขบัตรผู้ส่งออก ของผู้รับมอบอำนาจ จาก ผู้อำนวยการ

2.2 กรณีลูกค้าขอ Form D (เป็นบางครั้งไม่ขอทุกครั้ง)

หลังออกเอกสารตามข้อ 2.1 ต้องทำเอกสารเพิ่มดังนี้

ขั้นตอนการออกเอกสาร Form D (ตัวอย่างเอกสารประกอบการขอตามเอกสารแนบ)

1. เมื่อตัวแทนจำหน่ายสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ สนง.ภาคที่จัดส่งจัดทำเอกสาร ดังนี้

1.1 Commercial Invoice

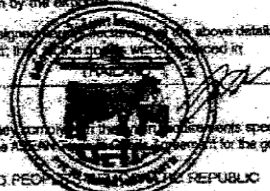

1.2 Packing list

จัดส่งเอกสารให้ตัวแทนจำหน่าย ตัวแทนจำหน่ายจะส่งเอกสาร Truck Bill กลับมายัง สนง.ภาค

2. เมื่อได้เอกสาร Commercial Invoice ,Packing list ,Truck Bill นำเอกสาร คีย์เข้าระบบกรมการค้าต่างประเทศเพื่อจะได้เลข Form D เมื่อได้เลขนำส่ง Shipping ของตัวแทนจำหน่าย เพื่อ Print เอกสารออกที่ด่านขาออก

หมายเหตุ เอกสารการขอ Form D จัดทำเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 1 ชุด แยกต่างหากจากการจำหน่ายเพื่อใช้กับกรมการค้าต่างประเทศ

ORIGINAL

1. Goods consigned from (Exporter's business name, address, country) DAIRY FARMING PROMOTION ORGANIZATION OF THAILAND 344 344 MOO 15, TA-PHRA, KOSUMPHISAL TA-PHRA, MUEANG, KHONKAEN 42000 THAILAND TEL: 043-349784,043-251381 FAX: 043-349740,043-251381 TAX ID: 094100237931		Reference No. ID2014-0217807 ASEAN TRADE IN GOODS AGREEMENT/ ASEAN INDUSTRIAL COOPERATION SCHEME CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined Declaration and Certificate) FORM D THAILAND Issued in: _____ (Country) See Overleaf Notes			
2. Goods consigned to (Consignee's name, address, country) BENG LUXAY TRADING IMP - EXP CO., LTD BAN DONGNASKH NERTH, SEE KOD TA BONG DISTRICT, VIENTIANE LAO P.D.R. TEL: +856 21 212 230 FAX: +856 21 415 433 ON BEHALF OF		4. For Official Use <input type="checkbox"/> Preferential Treatment Given Under ASEAN Trade in Goods Agreement <input type="checkbox"/> Preferential Treatment Given Under ASEAN Industrial Cooperation Scheme <input type="checkbox"/> Preferential Treatment Not Given (Please state reason/s)			
3. Means of transport and route (as far as known) BY TRUCK Departure date 17/09/2014 Vessel's name / Aircraft etc. 3 TRUCKS Port of Discharge THANALEANG, LAO PDR.		Signature of Authorized Signatory of the Importing Country			
5. Item number	6. Marks and numbers on packages	7. Number and type of packages, description of goods (including quantity where appropriate and HS number of the importing country)	8. Origin criterion (see Overleaf Annex)	9. Gross weight or other quantity and value (FOB) where RVC is applied	10. Number and date of invoices
1	Thai - Danish OHT Milk	HS CODE: 04062009 UHT MILK (THAI DANISH BRAND) - SIZE 200 CC (1 X 36) 3,580 CTNS - SIZE 250 CC (1 X 36) 7,600 CTNS	"WCO"	86,061.12 KGM	102557 15/09/2014
2		HS CODE: 04051019 UHT MILK (YOGHURT) THAI DANISH BRAND - SIZE 200 CC (1 X 36) 1,540 CTNS TOTAL ELEVEN THOUSAND ONE HUNDRED TWENTY TWO (11,122) CTNS TOTAL THIRTY ONE THOUSAND EIGHT HUNDRED EIGHTY ONE POINT NINE ZERO (31,881.90) LBS	"WCO"	4,580.00 KGM 103,471.12 KGM	
11. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statement are correct, and that the goods are of the origin specified for these goods in the Certificate of Origin for the goods exported to  LAO PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC (Importing Country) KHON KAEN 30200-15/09/2014 Place and date, signature of authorized signatory		12. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.  KHON KAEN 30200-15/09/2014 Boonthom P. MR. BOONTHOM PRAWLANG Place and date, signature and stamp of certifying authority			
13. <input type="checkbox"/> Third Country Involving <input type="checkbox"/> Accumulation <input type="checkbox"/> Back-to-Back CO <input type="checkbox"/> Partial Cumulation		<input type="checkbox"/> Exclusion <input type="checkbox"/> De Minimis <input type="checkbox"/> Issued Retroactively			

เดิม: พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติชนิดที่ 3, พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติชนิดที่ 4, พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติชนิดที่ 5, พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติชนิดที่ 6, พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติชนิดที่ 7

ปี	ชนิด	042004	042005	042006	042007	042008	042009	042010	042011	รวม	ปีก่อน
ปี	ชนิด	ไร่	ไร่	ไร่	ไร่	ไร่	ไร่	ไร่	ไร่	ไร่	ไร่
รวม (รวม)	ไร่	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	11,511	2,050	78	672	235	-	-	-	14,546	2,909.14
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	30,673	3,851	131	-	300	-	-	-	34,955	6,297.37
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	7,865	1,000	53	-	300	-	-	-	9,239	1,662.94
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	30,520	4,610	187	-	300	-	-	-	35,616	6,410.94
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	8,973	2,361	44	-	300	-	-	-	12,678	2,282.09
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	10,693	3,704	44	-	300	-	-	-	14,941	2,639.33
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	2,473	35	-	-	-	-	-	-	2,508	5,016.00
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	-	-	1,332	1,200	2,228	-	-	-	4,752	4,752.00
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	3,748	280	-	-	-	206	-	-	4,333	4,335.09
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	3,355	595	20	-	500	-	-	-	4,443	889.50
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	8,170	583	186	70	570	-	-	-	10,579	1,057.85
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	8,295	583	186	70	570	-	-	-	9,704	970.35
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	8,920	583	186	70	570	-	-	-	10,329	1,032.85
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	8,670	583	186	70	570	-	-	-	10,079	1,007.85
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	8,890	293	-	-	500	-	-	-	9,683	1,742.88
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	7,993	293	-	-	500	-	-	-	8,786	1,581.42
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	8,618	293	-	-	500	-	-	-	10,411	1,873.92
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	8,493	293	-	-	500	-	-	-	9,286	1,671.42
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	24,631	729	171	-	500	-	-	-	26,031	3,123.72
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	29,598	685	136	-	500	-	-	-	22,219	2,688.32
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	18,444	331	93	-	500	-	-	-	11,368	1,364.15
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	28,732	752	312	-	-	-	-	-	29,855	3,582.64
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	7,525	655	104	-	500	-	-	-	8,785	1,054.15
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	7,348	1,321	80	-	2,000	-	-	-	10,728	1,267.37
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	-	-	13	-	16	-	-	-	29	145
ชนิดที่ 3 (รวม) 200 ไร่	ไร่	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

วันที่ ๑๕/๒/๖๑
 นายสมชาย ใจดี
 ผู้อำนวยการส่วนส่งเสริมการเกษตร
 กรมส่งเสริมการเกษตร
 ๑๑๕ - ๗ ๒๒ ๒๕๖๑
 โทร ๐๒๖ ๕๑๑๒๒๒
 โทร ๐๒๖ ๕๑๑๒๒๒

ปรับปรุงครั้งที่ 2 14 กันยายน

รายละเอียดแผนการส่งจองผลิตภัณฑ์นมยู.เอช.ที. ประจำวันที่ 14 ก.พ. 2561

รายการ		แม่โคโคร	บิกซี	บ. คีลา	บ.พี.เอ็ม.	ร้านสหกรณ์	รวมทั้งสิ้น	คิดเป็นบาท
250 ซี.ซี (1*12)	จืด	7,445				600	8,045	25.14
	หวาน	3,405				100	3,505	10.95
	ช็อคช่า					100	100	0.31
250 ซี.ซี (1*36)	จืด	500					500	4.55
	หวาน	140					140	1.27
	ช็อคช่า	210					210	1.91
200 ซี.ซี (1*36)	จืด	4,682	3,500	7,200	7,000	200	22,582	205.29
	หวาน						-	-
	ช็อคช่า	930		1,000		100	2,030	18.45
	จืดพร้อม	60				100	160	1.19
125 ซี.ซี.(1*48)	จืด	1,203		1,000		100	2,303	19.19
	หวาน	140		2,000		100	2,240	18.67
	ช็อคช่า	140				100	240	2.00
	สตอว์						-	-
	จืดคืดดี	90				100	190	1.58
							310.51	

แผนจัดสรรงบประมาณประจำปี
บริษัท ปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย จำกัด ๑๙๙๑ จำกัด

1002-126-876 บาท

รับสิ้นสัปดาห์ที่ 1-2 กุมภาพันธ์ 2561

ปี เดือน ปี	หน่วย	ปีโอนพันบิล		รวม	รวมทั้งสิ้น	ราคา บาท	จำนวนเงิน
		ตั้งรับ	โอน				
สหภาพปิโตรเลียม 2000 ซี.ซี.	บิล	935	126	1,061	1,061	80.00	74,800.00
น้ำมันดิบ 200 ซี.ซี.	บาท	2,050	500	2,550	2,550	30.00	61,500.00
สหภาพปิโตรเลียม 200 ซี.ซี. (ดู)							
จืด (200 ซี.ซี.)	ดู	4,700	1,175	5,875	5,875	5.81	27,307.00
หวาน (200 ซี.ซี.)	ดู					6.10	
สีน้ำตาล (200 ซี.ซี.)	ดู					6.10	
สหภาพน้ำมัน 100 ซี.ซี.							
รสหวาน (100 ซี.ซี.)	บาท	7,500	1,875	9,375	9,375	3.71	27,825.00
สีน้ำตาล (100 ซี.ซี.)	บาท	6,800	1,700	8,500	8,500	3.71	25,278.00
ส้ม (100 ซี.ซี.)	บาท	7,300	1,825	9,125	9,125	3.71	27,083.00
รสหวาน (100 ซี.ซี.)	บาท	7,100	1,775	8,875	8,875	3.71	26,341.00
สหภาพน้ำมัน 180 ซี.ซี.							
รสหวาน (180 ซี.ซี.)	บาท	4,800	1,200	6,000	6,000	6.45	30,960.00
สีน้ำตาล (180 ซี.ซี.)	บาท	3,900	975	4,875	4,875	6.45	25,155.00
ส้ม (180 ซี.ซี.)	บาท	5,200	1,300	6,500	6,500	6.45	33,540.00
รสหวาน (180 ซี.ซี.)	บาท	4,160	1,025	5,185	5,185	6.45	26,832.00
รสจืด (ดูใหญ่) 1000 ซี.ซี.	ดู	2,300	575	2,875	2,875	28.75	66,125.00
สหภาพปิโตรเลียม 180 ซี.ซี. (บาท)							
จืด (180 ซี.ซี.)	บาท	17,000	4,250	21,250	21,250	7.19	122,230.00
หวาน (180 ซี.ซี.)	บาท	6,200	1,550	7,750	7,750	7.38	45,756.00
สีน้ำตาล (180 ซี.ซี.)	บาท	17,700	4,425	22,125	22,125	7.38	130,626.00
รสหวาน (180 ซี.ซี.)	บาท	6,200	1,550	7,750	7,750	7.38	45,756.00
รสจืด (180 ซี.ซี.)	บาท	8,200	2,050	10,250	10,250	7.38	60,516.00
โซลาร์ 120 ซี.ซี. (น้ำ)							
รสหวาน (120 ซี.ซี.) **	น้ำ	10,000	2,500	12,500	12,500	7.74	77,400.00
ดูจืด (120 ซี.ซี.)	น้ำ	8,100	2,025	10,125	10,125	7.74	62,694.00
รสหวาน (120 ซี.ซี.)	น้ำ	5,200	1,300	6,500	6,500	7.74	40,248.00
โซลาร์รสหวาน (120 ซี.ซี.) **	น้ำ	10,230	2,550	12,780	12,780	7.74	79,180.20
โซลาร์รสจืด (120 ซี.ซี.)	น้ำ	3,700	925	4,625	4,625	7.74	28,638.00
โซลาร์รสหวาน (120 ซี.ซี.)	น้ำ	5,350	1,325	6,675	6,675	7.74	41,409.00
มูลค่าเงินค่า							835,187.20
ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%							58,463.10
รวมเงิน							893,650.30
มูลค่าเงินค่าไม่ภาษี							351,962.00
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น							1,245,612.30

115 หมู่ 5 ตำบลแกใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์

๒๕๖๖/๖๖

ใบสั่งซื้อ

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0325537000064

สำนักงานใหญ่

ผู้จำหน่าย PM00000016

เลขที่ใบสั่งซื้อ

PO0022770

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.)

วันที่

14/02/61

160 ถ.มิตรภาพ ต.มิตรภาพ อ.ขามเฒ่า

จ.สุรินทร์

วันที่รับของ

14/02/61

โทร. 036-909724 FAX 036-909737

เครดิต

0 วัน

หมายเหตุ

ขนส่งโดย

รถบรรทุก

No.	รหัสสินค้า/รายละเอียด	จำนวน	หน่วยละ	จำนวนเงิน
1	061602 นมไทยเดนมาร์ครสจืด (36*200ซีซี)	7,000 ลัง*36	298.00	2,086,000.
หมายเหตุ		รวมเป็นเงิน		2,086,000.
		หักส่วนลด		0.
		จำนวนเงินหลังหักส่วนลด		2,086,000.
		จำนวนภาษีมูลค่าเพิ่ม	0.00%	0.
(สองล้านแปดหมื่นหกพันบาทถ้วน).		จำนวนเงินรวมทั้งสิ้น		2,086,000.
	ผู้สั่งซื้อ	ผู้อนุมัติ		

14 กุมภาพันธ์ 2561

เรียน คุณดุษฎี

เรื่อง ขอรับสินค้าจากยอดซื้อ (PO22770)

บริษัท พี.เอ็ม.(1994) จำกัด ขอรับสินค้าจากยอดซื้อนมวัวแดง รายละเอียด ดังนี้

ทะเบียน 70-1933/1934

รสจืด ขนาด 200 มล.

จำนวน 2,910 หีบ

ทะเบียน 70-2091/2171

รสจืด ขนาด 200 มล.

จำนวน 3,530 หีบ

ฝาก

รสจืด ขนาด 200 มล.

จำนวน 560 หีบ

ดาวออกช่าง

ขอบคุณค่ะ

อริศรา ระวังนาม

แผนกจัดซื้อพี.เอ็ม



(OM-R01)

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย
ใบสั่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม

จ่ายให้แก่ บริษัท ที.เอ็ม. (1994) จำกัด (สำนักงานใหญ่)
ที่อยู่ เลขที่ 45 หมู่ที่ 5 ตำบลแกใหญ่ อำเภอเมือง สุรินทร์, 32000, TH
Ship to เลขที่ 45 หมู่ที่ 5 ตำบลแกใหญ่ อำเภอเมือง สุรินทร์, 32000, TH
คลังสินค้า FG2-ML1 - คลัง 2 สทก.1 สินค้าพร้อมจำหน่าย

วันที่ 14/02/2561
เลขที่ใบรับคำสั่งซื้อ 261005566
Pick Batch 502866

เอกสารอ้างอิง
ใบกำกับภาษี NO014724M

รถขนส่งหมายเลขทะเบียน
70-2091,2171 สร.

ลำดับ	รหัสสินค้า	ผลิตภัณฑ์	หน่วยบรรจุ	จำนวนขาย	จำนวนนม	จำนวนจ่ายจริง	หมายเหตุ
2	FG11UHTDS02006D30 1FH Lot No. 20181210-MLCB	นม ยู เอช ที 200 มล. 1*36 รสจืด	D3	3,530			Locator FG2-ML1-พร้อมขาย

การตรวจสอบสภาพรถขนส่งผลิตภัณฑ์นม ยู.เอช.ที.

1. ประเภทรถบรรทุก 4 ล้อ 6 ล้อ
 10 ล้อ รถพ่วง
 รถเทเลคร์ อื่นๆ.....
 อื่นๆ.....

2. ความสะอาดรถ สะอาด ต้องแก้ไข.....

3. สภาพรถบรรทุก ดี ต้องแก้ไข.....

4. ผู้ขับขี่รถ ดี ต้องแก้ไข.....

วันที่ _____
ผู้สั่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม
แผนกการตลาดและการขาย

วันที่ _____
ผู้จ่ายผลิตภัณฑ์นม

วันที่ _____
ผู้รับมอบผลิตภัณฑ์นม/พชร.

อ.ส.ค. ชีพให้

หน้า ๓๖



(CM-881)

อภินิหารส่งเสริมกิจการโคกหนองนาประเทศไทย
ใบสั่งจ่ายผลิตภัณฑ์

ขอใบเบิก บริษัท ปิโอสันพันธ์มิตรร่วมค้า 999 จำกัด(สำนักงานใหญ่)
ที่อยู่ 129/25 ม.1 อ.สิงห์บุรี-อ.ทพบุรี ต.บางน้อย อ.เมือง สิงห์บุรี, 16000, TH
Ship to 129/25 ม.1 อ.สิงห์บุรี-อ.ทพบุรี ต.บางน้อย อ.เมือง สิงห์บุรี, 16000, TH
คลังสินค้า FG2-COL - ทองเย็น

วันที่ 02/02/2561
เลขที่ใบรับคำสั่งซื้อ 261005031
Pick Batch 496962

เอกสารอ้างอิง
ใบกำกับภาษี NO014169M

รายนามผู้จำหน่ายเลขทะเบียน

ลำดับ	รหัสสินค้า	ผลิตภัณฑ์	หน่วย บรรจุ	จำนวน สุทธิ	จำนวน ตาม	จำนวน จ่ายจริง	หมายเหตุ
1	FG31PRTD001800B00 2SW Lot No. 20180217-ml	นมพาสเจอร์ไรส์ 180 มล. รสหวาน	Bo	6,200			Locator FG2-COOL
2	FG31PRTD001800B00 2SW Lot No. 20180217-ml	นมพาสเจอร์ไรส์ 180 มล. รสหวาน	Bo	1,550			Locator FG2-COOL
3	FG31PRTD001800B00 3CH Lot No. 20180217-ml	นมพาสเจอร์ไรส์ 180 มล. รสช็อกโกแลต	Bo	17,700			Locator FG2-COOL
4	FG31PRTD001800B00 3CH Lot No. 20180217-ml	นมพาสเจอร์ไรส์ 180 มล. รสช็อกโกแลต	Bo	4,425			Locator FG2-COOL
5	FG31PRTD001800B01 9CO Lot No. 20180217-ML	นมพาสเจอร์ไรส์ 180 มล. รสกาแฟ	Bo	6,200			Locator FG2-COOL
6	FG31PRTD001800B01 9CO Lot No. 20180217-ML	นมพาสเจอร์ไรส์ 180 มล. รสกาแฟ	Bo	1,550			Locator FG2-COOL
7	FG31PRTD001800B00 4ST Lot No.	นมพาสเจอร์ไรส์ 180 มล. รสสตรอเบอร์รี่	Bo	8,200			Locator

วันที่
ผู้สั่งจ่ายผลิตภัณฑ์
แผนกการควบคุมและการขาย

วันที่
ผู้จ่ายผลิตภัณฑ์

วันที่
ผู้รับมอบผลิตภัณฑ์/พกร.

เลิกส่ง

หน้า ๓๗



(004-001)

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย
ใบส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม

	20180217-ml					FG2-COOL
8	FG31PKTD001800800 45T Lot No. 20180217-ml	นมพาสเจอร์ไรส์ 180 มล. รสสตรอเบอร์รี่	Bo		2,050	Locator FG2-COOL

ตัวอย่าง

วันที่
ผู้ส่งจ่ายผลิตภัณฑ์นม
หน่วยงานผลิตและกระจาย

วันที่
ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์นม

วันที่
ผู้รับมอบสิทธิ์นม/พร.

160/1 ถ.มิตรภาพ ต.มิตรภาพ อ.ม่วงเหล็ก จ.สระบุรี 18180
 โทร. 036-909723, 036-909724 แฟกซ์ 036-909737
 เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0994000237031
 สาขาที่ 00008



160/1 Mitraparp Highway, Muaglek, Saraburi 18180 T
 Tel. 036-909723, 036-909724 Fax. 036-909737
 Tax Id. : 0994000237031
 Branch 00008

ผู้ซื้อ

เลขที่/No. ML 00064

วันที่/Date 10/02/2561

FJ-DPO-113 REV : 00
 ISSUE DATE : 10/3/49

ใบกำกับภาษี/ใบเสร็จรับเงิน
TAX INVOICE/RECEIPT

นามผู้ซื้อ บริษัท ศิลปกรรมขนส่ง จำกัด (สำนักงานใหญ่)
 710 ถ.พื้กกลาง ต.ในเมือง อ.เมือง นครราชสีมา 30000
 ที่อยู่ เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0305540000881
 ได้ชำระค่าผลิตภัณฑ์เรียบร้อยแล้วไปให้กับ อ.ส.ค. โดยถูกต้องและครบถ้วน 281006402

รายการ Description	จำนวน Quantity	แบบ Free	ราคาหน่วยละ Unit Price	จำนวนเงิน Amount
1 นม ยู เอช ที 200 มล. 1*36 รสจืด	1,800 หีบ		298.00	536,400.00
2 นม ยู เอช ที 200 มล. 1*36 รสจืด	1,800 หีบ		298.00	536,400.00
3 นม ยู เอช ที 200 มล. 1*36 รสจืด	1,800 หีบ		298.00	536,400.00
4 นม ยู เอช ที 200 มล. 1*36 รสจืด	1,800 หีบ		298.00	536,400.00
หมายเหตุ : การชำระเงินตามเช็คธนาคารเมื่อ อ.ส.ค. ได้เรียกเก็บเงินตามเช็คเรียบร้อยแล้ว			มูลค่าสินค้า Value	2,145,600.00
			ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% Vat 7%	0.00
จำนวนเงินสองล้านหนึ่งแสนสี่พันห้าร้อยบาทถ้วน (ตัวอักษร)			รวมเงิน Sub Total	2,145,600.00

คำอธิบาย

ชำระโดย เงินสด อื่นๆ เช็คธนาคาร สาขา นครราชสีมา เลขที่ 00522901 วันที่ 27/3/51
 ผู้รับเงิน/CASHIER

ผู้ส่งสินค้า/Delivered By วันที่/Date
 ผู้รับสินค้า/Received By วันที่/Date
 ทะเบียนรถ/Plate No.
 พนักงานขับรถ/Driver วันที่/Date

1 ถ.มิตรภาพ ต.มิตรภาพ อ.มวกเหล็ก จ.สระบุรี 18180
 (036) 909-726, 909-892, 909-890
 เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0994000237031
 ที่ 00008



160/1 Mitraparp Highway, Muaglek, Saraburi 18180 Thailand
 Tel. (036) 909-726, 909-892, 909-890
 Tax Id. : 0994000237031
 Branch 00008

ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ
 TAX INVOICE/DELIVERY ORDER

ใบแจ้งหนี้

J-112 REV : 00
 DATE : 10/3/49

ผู้ซื้อ/Customer Name บริษัท พี.เอ็ม. (1994) จำกัด (สำนักงานใหญ่)
 /Address เลขที่ 45 หมู่ที่ 5 ตำบลแก่งใหญ่ อำเภอเมือง สุรินทร์ 32000
 เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0325537000064
 ชื่อเลขที่/P/O No. 001 261005566

เลขที่ใบกำกับ/Invoice No. ML 014724
 วันที่/Date 14/02/2561
 เงื่อนไขการชำระเงิน เงินสด วัน
 Payment Term Day
 ครบกำหนดวันที่/Due Date 14/02/2561

รายการ Description	จำนวน Quantity	รวม Free	ราคาหน่วยละ Unit Price	จำนวนเงิน Amount
นม ยู เลขที่ 200 มล. 1*36 รสจืด	2,910 ขัน		298.00	867,180.00
นม ยู เลขที่ 200 มล. 1*36 รสจืด	3,530 ขัน		298.00	1,051,940.00
นม ยู เลขที่ 200 มล. 1*36 รสจืด	560 ขัน		298.00	166,880.00
				2,086,000.00
มูลค่าสินค้า/ Value				0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% /Vat 7%				2,086,000.00
รวมเงิน/Sub Total				

เงิน (สองล้านแปดหมื่นหกพันบาทถ้วน)
 อักษร) บาท/Baht

ผู้ส่งสินค้า (Delivered By)
 วันที่/Date

ได้รับสินค้าตามรายการข้างบนถูกต้อง และครบถ้วนเรียบร้อย
 ผู้รับสินค้า (Received By)
 วันที่/Date

70-2091 2171 สร.ฝาก, 70-1933, 1934 สร.
 ทะเบียนรถ
 Plate No.
 พนักงานขับรถ
 Driver
 วันที่/Date

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.)
 160/1 ถ.มิตรภาพ ต.มิตรภาพ อ.มวกเหล็ก จ.สระบุรี 18180
 โทร. (036) 909-725, 909-723, 909-724
 เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 0994000237031
 สาขาที่ 00008



DAIRY FARMING PROMOTION ORGANIZATION OF THAILAND (DFTO)
 160/1 Mitraparp Highway, Muaglek, Saraburi 18180 Tha
 Tel. 66 (0) 36 909-725, 909-723, 909-724
 Tax Id. : 0994000237031
 Branch 00008

FM-DPO-111 REV : 00
 ISSUE DATE : 10/3/18

ใบเสร็จรับเงิน/RECEIPT

เลขที่/No. ML 005251

อ.ส.ท.ได้รับเงิน จาก บริษัท ศิลาบริการขนส่ง จำกัด (สำนักงานใหญ่)
 ที่อยู่ 710 ถนนหาคาสง ต.ในเมือง นครราชสีมา 30000

วันที่/Date 08 กุมภาพันธ์ 25

ลำดับที่	รายละเอียด	อ้างอิง	วันที่	จำนวนเงิน (บาท)
1	รับชำระค่ารถลากัดคานนม ML014570 - 571			2,228,02

หมายเหตุ - ใบเสร็จรับเงินจะสมบูรณ์ต้องมีลายมือชื่อผู้ได้รับมอบอำนาจและรับเงิน
 - ในกรณีที่มีจำนวนเงินเป็นหลายรายการ ใบเสร็จรับเงินจะสมบูรณ์ต้องมีตราสารหนี้ที่กำกับเงินที่มอบมอบด้วยเท่านั้น

รวมเงิน 2,228,02

โดยเงินสด อื่นๆ

เช็คธนาคาร ไทยพาณิชย์ สาขา นครราชสีมา เลขที่ 00522899 ลงวันที่ 25/03/18

จำนวนเงิน (สองล้านสองแสนสองหมื่นแปดพันยี่สิบห้าบาทถ้วน) ใจไว้เรียบร้อยแล้ว

ผู้รับเงิน นางสาวสมจิตร ศรีนิ่ม ผู้รับมอบอำนาจ

นางทัศนีย์ ชื่นบัวทอง นางสาวสมจิตร ศรีนิ่ม



องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

(INV-R05)

45

ใบยืนยันการจ่ายผลิตภัณฑ์/ใบขนสินค้า

คลังสินค้า FG2-ML1 : คลัง 2 สกท.1
สินค้าพร้อมจำหน่าย
ขายให้แก่ บริษัท ศิลาบริการขนส่ง จำกัด
(สำนักงานใหญ่)
ที่อยู่ 710 ถ.กีฬากลาง ต.ในเมือง อ.เมือง
นครราชสีมา-30000, TH

วันที่ 05/02/2561
เลขที่ใบรับคำสั่งซื้อ 261005091
Order Status Shipped
Ship Confirm Date 05/02/2561

เอกสารอ้างอิง
ใบกำกับภาษี
เลขที่ NO014417M ลงวันที่ 05/02/2561

รชนสงหมายเลขทะเบียน
72-3634,63-2276นม.

ลำดับ	รหัสสินค้า	ผลิตภัณฑ์	หน่วย ขาย	จำนวน ขาย	จำนวน นม	หน่วย ขายจริง	จำนวน จ่ายจริง	หมายเหตุ
3	FG11UHTDS020060301 FH	นม ยู เอช ที 200 มล. 1*36 รรจัด	D3	1,800.00		D3	1,800.00	
		20181129-MLCB					1,800.00	FG2-ML1-พร้อมขาย
4	FG11UHTDS020060301 FH	นม ยู เอช ที 200 มล. 1*36 รรจัด	D3	1,800.00		D3	1,800.00	
		20181129-MLCB					1,321.00	FG2-ML1-พร้อมขาย
		20181130-MLCB					479.00	FG2-ML1-พร้อมขาย

วันที่.....
ผู้ส่งจ่ายผลิตภัณฑ์

วันที่ 5 กพ 61
ผู้จ่ายผลิตภัณฑ์นม
นมสกทคลังสินค้า

วันที่.....
ผู้รับมอบผลิตภัณฑ์นม/พร.



ประกาศองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย เรื่อง แนวปฏิบัติในการจัดการซื้อร้องเรียน

เพื่อให้การปฏิบัติงานเกี่ยวกับการจัดการซื้อร้องเรียน ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ของผู้รับบริการ หรือผู้มีส่วนได้เสีย เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล แสดงถึงความโปร่งใส ถูกต้องตามหลักคุณธรรมจริยธรรม และเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของ อ.ส.ค. ให้ผู้รับบริการมีส่วนร่วมในกระบวนการ และสนองตอบความต้องการ ของผู้รับบริการอย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินคุณธรรม และความโปร่งใสในการดำเนินงาน ของหน่วยงานภาครัฐ

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๓ แห่งพระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง อ.ส.ค. พ.ศ. ๒๕๓๔ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ผู้อำนวยการองค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทยจึงกำหนดแนวปฏิบัติในการจัดการ ซื้อร้องเรียนและประกาศให้ทราบทั่วกัน ดังนี้

๑. โนประกาศนี้

“ซื้อร้องเรียน” หมายความว่า เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการของ อ.ส.ค. ทั้งในเรื่องของ ความบกพร่องของการปฏิบัติงาน คุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ของ อ.ส.ค. ความล่าช้าในการดำเนินงาน ความไม่โปร่งใสและความไม่เหมาะสมของการปฏิบัติงานหรือการจัดซื้อจัดจ้าง ความไม่มีคุณธรรมจริยธรรมของ พนักงาน อ.ส.ค. รวมทั้งเรื่องที่ได้รับร้องเรียนจากศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย สำนักงานคณะกรรมการ ป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน สำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดินหรือ หน่วยงานอื่นของรัฐ ตลอดจนข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น คำชมเชย ซื้อร้องเรียนที่หน่วยงานของรัฐ หรือเอกชน ที่ส่งให้ อ.ส.ค.

“ผู้ร้องเรียน” หมายความว่า ผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้เสีย ประชาชน เกษตรกร ผู้ประกอบการ หน่วยงานอื่นของรัฐ ข้าราชการหรือพนักงาน อ.ส.ค.

“ศูนย์รับซื้อร้องเรียน” หมายความว่า ศูนย์รับซื้อร้องเรียนของ อ.ส.ค.

๒. ให้มีคณะทำงานการจัดการซื้อร้องเรียน อ.ส.ค. ประกอบด้วย รองผู้อำนวยการ อ.ส.ค. หรือ ผู้ช่วยผู้อำนวยการ อ.ส.ค. ที่ได้รับมอบหมายจากผู้อำนวยการ เป็นประธานคณะทำงาน หัวหน้าฝ่ายอำนาจการ หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย หัวหน้ากองประชาสัมพันธ์และความปลอดภัยในการทำงาน หัวหน้ากอง การขาย หัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์ เป็นคณะทำงาน และนักวิชาการเผยแพร่ ๕ แผนกประชาสัมพันธ์ ฝ่ายอำนาจการ เป็นคณะทำงานและเลขานุการ

๓. ให้คณะทำงานการจัดการซื้อร้องเรียน อ.ส.ค. มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

- ๓.๑ ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการซื้อร้องเรียน กำกับดูแลการดำเนินงาน ของศูนย์รับซื้อร้องเรียน
- ๓.๒ ศึกษาวิเคราะห์ซื้อร้องเรียน ข้อคิดเห็น พร้อมทั้งข้อเสนอแนะแนวทางเพื่อให้ซื้อร้องเรียน ได้รับการจัดการอย่างเป็นระบบ
- ๓.๓ เรียกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมาให้ข้อมูล หรือส่งเอกสารต่อคณะทำงานการจัดการซื้อร้องเรียน อ.ส.ค.

- ๓.๔ ปฏิบัติการอื่นใดเพื่อให้เป็นไปตามระเบียบนี้ หรือตามที่ได้รับมอบหมาย
๔. ให้มีศูนย์รับข้อร้องเรียนตั้งอยู่ที่ องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย เลขที่ ๑๐๑ ถนนย่านพหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐ โดยมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้
- ๔.๑ พิจารณาข้อร้องเรียนและส่งเรื่องให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริง หรือแก้ไขปัญหาความเดือดร้อน
- ๔.๒ กำกับดูแลและติดตามการดำเนินการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนจนกว่าจะได้ข้อยุติและรายงานให้ผู้อำนวยการทราบ
- ๔.๓ ให้หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์เป็นผู้จัดการศูนย์รับข้อร้องเรียน
- ๔.๔ ให้นำวิชาการเผยแพร่ แผนกประชาสัมพันธ์ กองประชาสัมพันธ์และความปลอดภัยในการทำงาน ฝ่ายอำนวยการ เป็นเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์รับข้อร้องเรียน
๕. ผู้ร้องเรียนสามารถเสนอข้อร้องเรียนได้ตามช่องทาง ดังต่อไปนี้
- ๕.๑ หมายเลขโทรศัพท์ ๐๒-๒๗๙๘๖๒๒ โทรสาร ๐๒-๒๗๙๘๖๐๑
- ๕.๒ จดหมายเจ้าหน้าที่ของถึง ศูนย์รับข้อร้องเรียน อ.ส.ค. เลขที่ ๑๐๑ ถนนย่านพหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐
- ๕.๓ เว็บไซต์ของ อ.ส.ค. www.dpo.go.th/ศูนย์รับข้อร้องเรียน หรือทางหมายเลขไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ complaint.c@dpo.go.th
- ๕.๔ ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน/ข้อคิดเห็น ตั้งอยู่ที่ สำนักงาน อ.ส.ค. กรุงเทพฯ เลขที่ ๑๐๑ ถนนย่านพหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐
- ๕.๕ ยื่นข้อร้องเรียนด้วยตนเองที่ศูนย์รับข้อร้องเรียน
๖. ข้อร้องเรียนที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ อาจไม่รับไว้พิจารณา
- ๖.๑ ไม่ระบุ ชื่อ-นามสกุล และสถานที่อยู่หรือสถานประกอบการที่สามารถติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมหรือแจ้งผลการดำเนินงานได้
- ๖.๒ ไม่ระบุ ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่ง หน่วยงานของเจ้าหน้าที่ที่ถูกร้องเรียน
- ๖.๓ ไม่ระบุพฤติกรรมเจ้าหน้าที่ผู้ถูกร้องเรียนและพยานหลักฐาน เพียงพอที่จะสามารถตรวจสอบได้ หรือมีลักษณะเป็นบัตรสันทัด
๗. เมื่อได้รับข้อร้องเรียนให้เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ดำเนินการ ดังนี้
- ๗.๑ ลงทะเบียนเป็นหลักฐาน
- ๗.๒ ถ้าผู้ร้องเรียนระบุชื่อ-นามสกุล และที่อยู่สามารถติดต่อได้ ให้แจ้งตอบรับผู้ร้องเรียนเบื้องต้นเพื่อรับทราบ หากผู้ร้องเรียนต้องการปกปิดชื่อ-นามสกุล หรือข้อมูลของตน ให้ศูนย์รับข้อร้องเรียนปกปิดข้อมูลของผู้ร้องไว้เป็นความลับ
- ๗.๓ ให้ศูนย์รับข้อร้องเรียนส่งเรื่องให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริง หรือแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนตามความเหมาะสม
- ๗.๔ ติดตามความคืบหน้าทุก ๑๕ วัน จนกว่าจะได้ข้อยุติ
- ๗.๕ ทำรายงานสรุปการดำเนินงานเสนอผู้อำนวยการ อ.ส.ค. ภายในวันที่ ๑๕ ของเดือนถัดไป

๗.๖ จัดทำรายงานผลการดำเนินงานการจัดการข้อร้องเรียนประจำปี เสนอผู้อำนวยการ และฝ่ายนโยบายและแผน เพื่อนำเสนอคณะกรรมการบริหารงาน อ.ส.ค. ในภาพรวมทุกสิ้นปีงบประมาณ ผ่านประธานคณะกรรมการจัดการข้อร้องเรียน อ.ส.ค. อย่างน้อยประกอบด้วยผลการวิเคราะห์ข้อร้องเรียน หรือข้อคิดเห็นเพื่อปรับปรุงพัฒนากระบวนการให้บริการ หรือการดำเนินงานของ อ.ส.ค. ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

๘. ในกรณีที่หน่วยงานอื่นได้รับข้อร้องเรียน ให้ดำเนินการตาม ๗.๑ - ๗.๔ และส่งสำเนาเรื่องให้ศูนย์รับข้อร้องเรียนเพื่อดำเนินการตามประกาศนี้

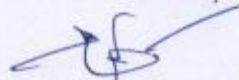
๙. กรณีหน่วยงานที่ได้รับข้อร้องเรียนนั้นเป็นหน่วยงานที่ถูกร้องเรียนโดยตรง ให้หน่วยงานนั้นดำเนินการตาม ๗.๑ - ๗.๒ พร้อมทั้งตรวจสอบข้อเท็จจริงหรือแก้ไขปัญหาคความเดือดร้อนตามความเหมาะสมจนกว่าจะได้ข้อยุติ และส่งสำเนาให้ศูนย์รับข้อร้องเรียน

๑๐. ให้หน่วยงานที่ได้รับข้อร้องเรียนดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงหรือแก้ไขปัญหาคความเหมาะสม โดยต้องดำเนินการให้ยุติภายใน ๑๕ วัน นับตั้งแต่วันรับเรื่องร้องเรียน หากไม่สามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในกำหนดเวลา ให้หัวหน้าหน่วยงานรายงานพร้อมทั้งเหตุผลต่อคณะกรรมการจัดการข้อร้องเรียนเพื่อพิจารณาตามความเหมาะสม

๑๑. ในการดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงให้ปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ร้องเรียน ผู้ให้ข้อมูลหรือพยานไว้เป็นความลับ และให้การคุ้มครองตามควรแก่กรณี อย่าให้ผู้ร้องเรียน ผู้ให้ข้อมูล หรือพยานได้รับภัยหรือความไม่เป็นธรรมจากการร้องเรียนหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับการร้องเรียน

๑๒. การใดที่ดำเนินการอยู่ก่อนมีประกาศฉบับนี้ ให้ดำเนินการต่อไปจนกว่าจะแล้วเสร็จ ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๖๑



(นายณรงค์ฤทธิ์ วงศ์สุวรรณ)

ผู้อำนวยการ

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย

คู่มือการจัดการซื้อร้องเรียน ลูกค้านมไทย-เดนมาร์ก

จัดทำโดย

แผนกลูกค้าสัมพันธ์ กองการขาย

ฝ่ายการตลาดและการขาย

คำนำ

คู่มือการจัดการซื้อร้องเรียนของลูกค้า เป็นการจัดการซื้อร้องเรียนของการสื่อสาร การรับข้อคิดเห็น การติดตาม การตอบรับ การตรวจสอบและตอบสนองซื้อร้องเรียนจากช่องทางต่างๆ การวิเคราะห์ระดับซื้อร้องเรียน การแจ้งกลับผู้ร้องเรียน การประสานข้อมูลผู้บริโภคนมไทย-เดนมาร์ก การประสานหน่วยงานภายนอก การติดตามผลการแก้ไข/ปรับปรุง ในการแจ้งกลับให้ผู้ร้องเรียนทราบ และการรายงานผลการจัดการซื้อร้องเรียน เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติงานและบรรเทาความเดือดร้อนให้กับ ผู้บริโภคนมไทย-เดนมาร์ก และเป็น การรับผิดชอบต่อลูกค้าในการให้ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น สร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า และภาพลักษณ์ขององค์กร

ทั้งนี้ฝ่ายการตลาดและการขาย หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์อย่างสูงสุดต่อ อ.ส.ค.ทุกท่าน เพื่อนำมาใช้กับงานให้เกิดประสิทธิภาพ และบรรลุผลสำเร็จขององค์กรต่อไป

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
๑. คู่มือการจัดการซื้อร้องเรียนของลูกค้าในมไทย-เดนมาร์ค	๑-๒
๒. ขั้นตอนการบริหารจัดการซื้อร้องเรียนของลูกค้า	๓-๔
๓. ขั้นตอนการจัดการซื้อร้องเรียนแบ่งตามระดับความรุนแรง	๕
๔. เกณฑ์การให้คะแนนการรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ	๖-๗
๕. ขั้นตอนการบริหารจัดการซื้อร้องเรียนลูกค้า	๘
๖. หลักเกณฑ์การเปลี่ยนนมเสื่อมคุณภาพลูกค้าก่อนวันหมดอายุ และการจัดตั้งหน่วย CUSTOMER SERVICE	๙-๑๐
๗. ลูกค้าร้องเรียนผ่านทางแผนกลูกค้าสัมพันธ์	๑๑
๘. ขั้นตอนการเปลี่ยนนมเสื่อมคุณภาพ	๑๒
๙. การเบิกผลิตภัณธ์นมเพื่อเปลี่ยนคืนลูกค้า	๑๓
๑๐. ภาคผนวก	
เอกสารแนบ ๑ เอกสารประกอบ ๑ ใบรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ	๑๔
เอกสารแนบ ๒ เอกสารประกอบ ๒ รายงานผลตรวจผลิตภัณธ์นมของลูกค้า	๑๕

คู่มือการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าในไทย-เดนมาร์ก

๓. วัตถุประสงค์

- ๓.๑ เพื่อให้บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบด้านการดำเนินการจัดการข้อร้องเรียนขององค์กรใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน และดำเนินการแก้ไขปัญหาตามข้อร้องเรียนในทุกช่องทาง โดยกระบวนการและวิธีการดำเนินงานต้องเป็นไปทางทิศเดียวกัน
- ๓.๒ เพื่อให้มั่นใจว่า ได้มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดระเบียบ หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียน ที่กำหนดไว้อย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ
- ๓.๓ เพื่อเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคในไทย-เดนมาร์ก ได้ทราบถึงกระบวนการจัดการ ข้อร้องเรียนให้สามารถเข้าใจ และใช้ประโยชน์จากกระบวนการที่มีอยู่ตรงกับความต้องการ

๒. ขอบเขต

คู่มือนี้ครอบคลุมขั้นตอนการจัดการข้อร้องเรียนของการสื่อสาร การรับข้อคิดเห็น การติดตาม การตอบรับ การตรวจสอบและตอบสนองข้อร้องเรียนจากช่องทางต่างๆ การวิเคราะห์ ระดับข้อร้องเรียน การแจ้งกลับผู้ร้องเรียนการประสานข้อมูลผู้บริโภคในไทย-เดนมาร์ก การประสานหน่วยงานภายนอก การติดตามผลการแก้ไข/ปรับปรุง เพื่อแจ้งกลับให้ผู้ร้องเรียนทราบและการรายงานผลการจัดการข้อร้องเรียนตามลำดับขั้น

คำจำกัดความการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า

การจัดการ หรือ Management หมายถึง กระบวนการทำงานหรือกิจกรรมที่กลุ่มบุคคลในองค์กร ร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแนวทางที่กำหนดไว้ ๕ ขั้นตอนประกอบด้วย การวางแผน การจัดการ องค์กร การบังคับบัญชาสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม

ข้อร้องเรียน หมายถึง คำร้องเรียนจาก ลูกค้า ที่ไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการหรือความพึงพอใจ และแจ้งขอให้ตรวจสอบแก้ไข

ลูกค้า หมายถึง คนที่ซื้อสินค้า/บริการ/ สิ่งของ และจ่ายเงินให้เป็นค่าตอบแทน

การแบ่งประเภทของลูกค้า

๑. **ลูกค้าภายใน (Internal customer)** หมายถึง ผู้ที่รับผลงานของกันและกันในระบบการผลิต ขั้นตอนต่างๆ ซึ่งหมายถึงคนทำงานในหน่วยงานหรือองค์กรเดียวกัน
๒. **ลูกค้าภายนอก (External customer)** คือบุคคลที่รับผลงานจากหน่วยงานองค์กร เป็นบุคคลภายนอกที่ถือเป็นลูกค้าอย่างแท้จริงของหน่วยงาน เป็นคนสำคัญที่จะตัดสินว่าผลงานของ หน่วยงานมีคุณภาพหรือไม่ จึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอดของหน่วยงาน ลูกค้าภายนอกยังแบ่ง ออกได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ

/๒.๑ ลูกค้า...

๒.๑ **ลูกค้าทางตรง (Direct customer)** เป็นคนหลักที่จะได้รับผลงานโดยตรง ได้รับผลประโยชน์อย่างแท้จริง เป็นบุคคลที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยบ่งชี้ความสำเร็จหรือคุณภาพที่แท้จริงของหน่วยงานนั้น การที่หน่วยงานสามารถบอกได้ว่าใครเป็นลูกค้าทางตรงเป็นสิ่งสำคัญมาก

๒.๒ **ลูกค้าทางอ้อม (Indirect customer)** เป็นลูกค้าที่รับผลงานจากผู้ให้บริการหรือผู้ส่งมอบสินค้า แต่เป็นตัวกลางเพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดีกว่าที่จะเกิดแก่ลูกค้าทางตรง ส่วนใหญ่แล้วลูกค้าทางอ้อมมักจะไม่ค่อยชอบสินค้าหรือบริการที่ได้รับหรือไม่ได้เห็นประโยชน์หรือไม่ต้องการสินค้าหรือบริการนั้นๆ แต่จำเป็นต้องรับเพื่อประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้าที่แท้จริงคือลูกค้าทางตรง

๓. ขั้นตอนการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า หมายถึง กระบวนการทำงานหรือกิจกรรมที่กลุ่มบุคคลในองค์กร ร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแนวทางที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย การบังคับบัญชาสั่งการ การประสานงาน และการควบคุมคำร้องเรียนจาก ลูกค้า/คนที่ไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการ หรือความพึงพอใจ จากคนที่ซื้อสินค้าเรา สินค้า/บริการ/ สิ่งของและจ่ายเงินให้เป็นค่าตอบแทน

๓.๑ การรับข้อร้องเรียนของผู้บริโภค/ลูกค้า โดยผ่าน (call center) และมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับการ เข้าพบ สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภค/ลูกค้า เกิดความพึงพอใจมากที่สุด

๓.๒ ข้อคิดเห็น หมายถึง ความคิดเห็น โดยรวมถึงข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน

๓.๓ ข้อเสนอแนะ หมายถึง การบอกกล่าวหรือเสนอเรื่องราวในเชิงสร้างสรรค์ คำชม หรือคำแนะนำต่างๆ

๓.๔ ข้อร้องเรียน หมายถึง การแสดงเจตนาารมณ์ การใช้สิทธิเพื่อแจ้งความเสียหาย หรือสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ที่เกิดขึ้นกับลูกค้าหรือผู้บริโภค และบุคคลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๓.๕ **ระดับข้อร้องเรียน** เป็นการจำแนกความสำคัญข้อร้องเรียนในข้อร้องเรียนออกเป็น ๕ ระดับ ดังนี้
ระดับที่ ๑ ข้อร้องเรียนที่มีความรุนแรง ซึ่งข้อร้องเรียนในข้อนี้รุนแรงมากซึ่งลูกค้าไม่พอใจ ผ่านหน่วยงาน ต่างๆ เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด(สสจ.) หรือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค(สคบ.) หรือ หน่วยงานอื่นๆ จนถึงมีการดำเนินคดีในศาล

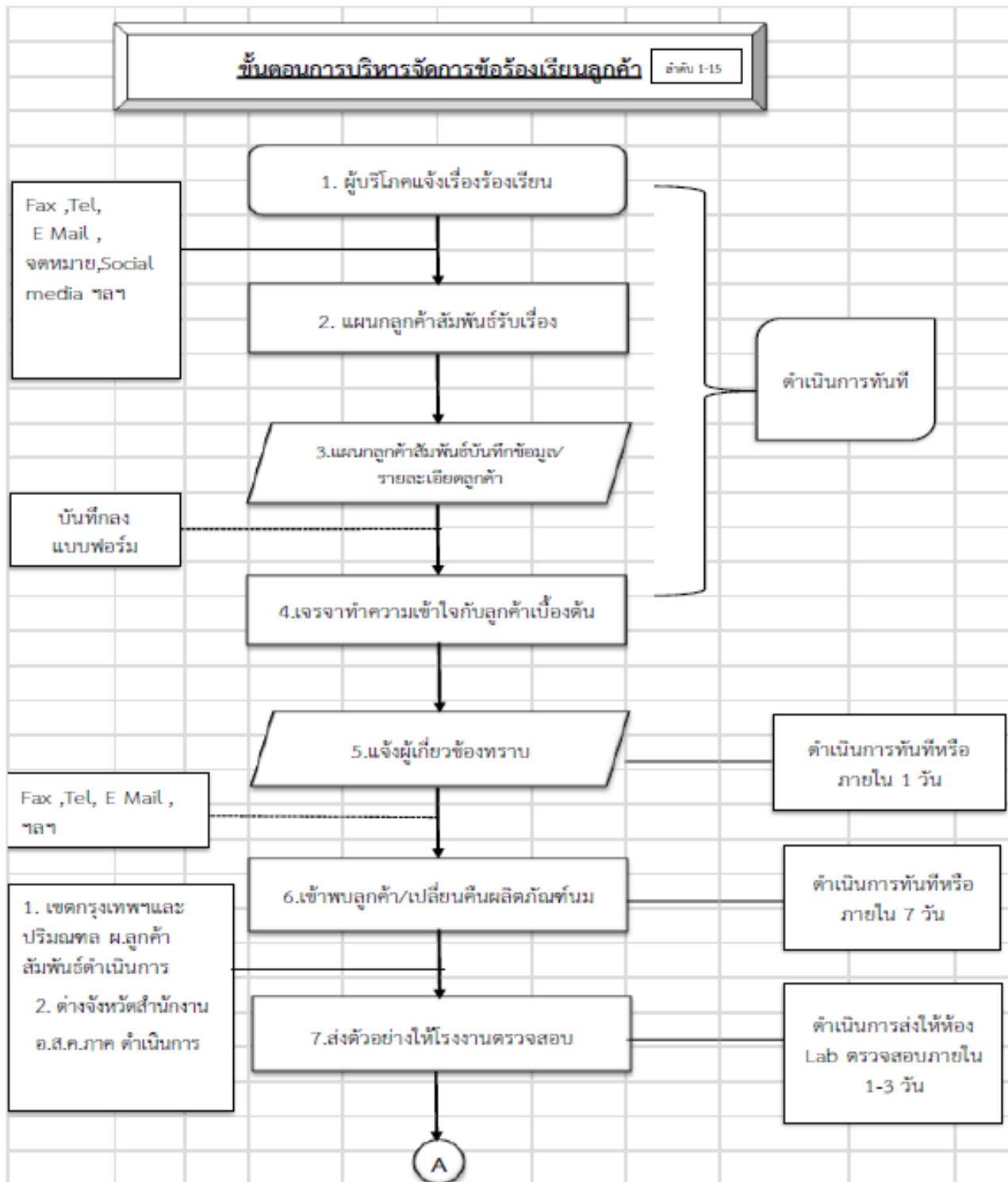
ระดับที่ ๒ ข้อร้องเรียนที่มีความถี่สูง ข้อร้องเรียนในระยะเวลาต่อเนื่อง จนถึงขั้นเรียกค่าใช้จ่าย เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด(สสจ.) หรือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค(สคบ.) หรือหน่วยงาน อื่นๆ แต่ประนีประนอมกันได้

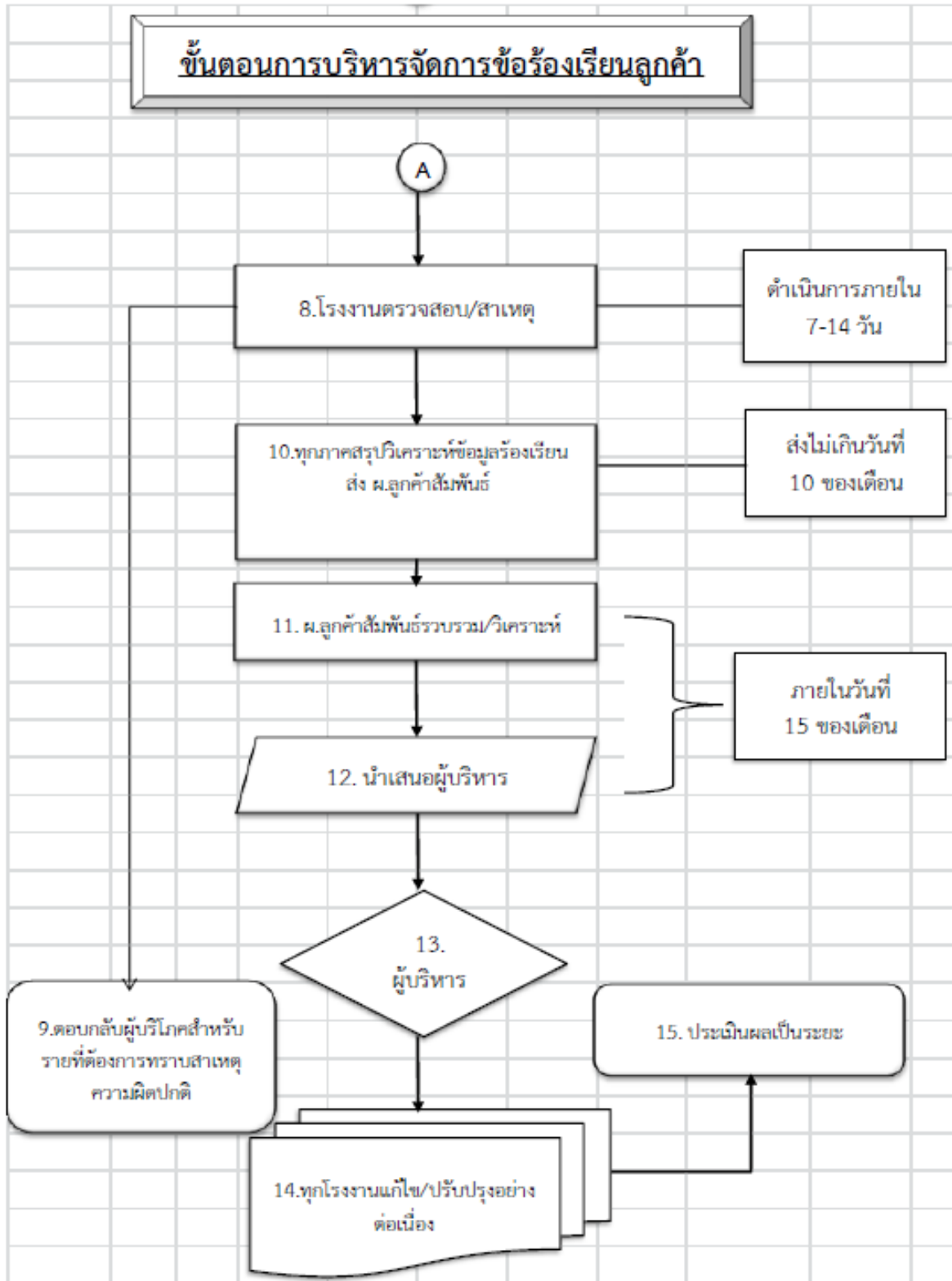
ระดับที่ ๓ ข้อร้องเรียนที่มีความรุนแรงและมีความถี่สูงผ่านช่องทางต่างๆ ไม่ถือเป็นค่าเสียหาย แต่เป็น การชดเชยคำรักษาพยาบาลตามตกลงกัน

ระดับที่ ๔ ข้อร้องเรียน ที่ผ่านตามช่องทางต่างๆ แต่ไม่รุนแรงเป็นการแจ้งต่อ แต่สามารถแก้ข้อร้องเรียน ได้ ในกำหนดเวลา

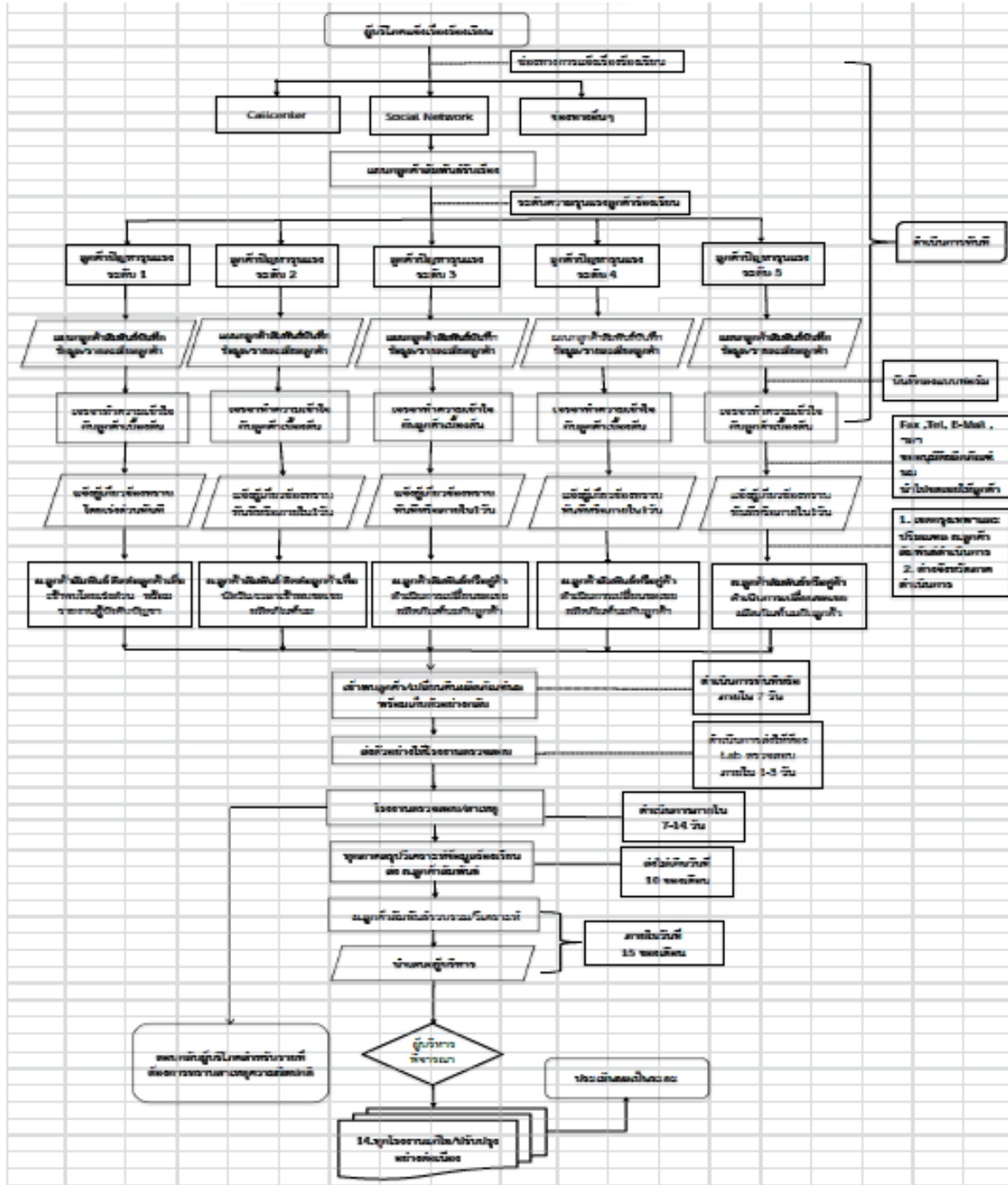
ระดับที่ ๕ เสนอข้อคิดเห็น แจ้งให้ทราบเพื่อปรับปรุงแก้ไข

/๓.ขั้นตอนการ...





ขั้นตอนการจัดการข้อร้องเรียนแบ่งตามระดับความรุนแรง (ระดับที่ ๑-๕)



๓.๖ ระดับความรวดเร็วในการตอบสนองข้อคิดเห็นลูกค้าหรือผู้บริโภค หมายถึง เกมส์การประเมินระดับความรวดเร็วในการตอบสนอง โดยดูจากระดับความรุนแรงของอุบัติการณ์ข้อคิดเห็นลูกค้าหรือผู้บริโภค ดังนี้

ระดับความรุนแรง	ความหมาย	ระดับความรวดเร็วในการตอบสนองผู้บริโภค
๕	เสนอข้อคิดเห็น แจ้งให้ทราบเพื่อปรับปรุงแก้ไข	ภายใน ๗ วัน
๔	ข้อร้องเรียน ที่ผ่านตามช่องทางต่างๆ แต่ไม่รุนแรงเป็นการแจ้งต่อ แต่สามารถแก้ข้อร้องเรียนได้ ในกำหนดเวลา	ภายใน ๖ วัน
๓	ข้อร้องเรียนที่มีความรุนแรงและมีความถี่สูงผ่านช่องทางต่างๆ ไม่ถือเป็นค่าเสียหาย แต่เป็นการชดเชยค่ารักษาพยาบาลตามตกลงกัน	ภายใน ๕ วัน
๒	ข้อร้องเรียนที่มีความถี่สูง ข้อร้องเรียนในระยะเวลาต่อเนื่อง จนถึงขั้นเรียกค่าใช้จ่าย ผ่านหน่วยงานต่างๆ เช่น สสจ. หรือ สคบ. หรือหน่วยงานอื่นๆ แต่มีการประนีประนอมกันได้	ภายใน ๓ วัน
๑	ข้อร้องเรียนที่มีความรุนแรง ซึ่งข้อร้องเรียนในข้อนี้รุนแรงมากซึ่งลูกค้าไม่พอใจ ผ่านหน่วยงานต่างๆ เช่น สสจ. หรือ สคบ. หรือหน่วยงานอื่นๆ จนถึงมีการดำเนินคดีในศาล	ภายใน ๓-๒ วัน

๓.๗ การสื่อสาร หมายถึง การติดต่อ การแจ้งข้อมูล การแสดงเจตนาหรือผลการดำเนินการให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคทราบผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โทรศัพท์ Email Website และสื่ออื่นๆ เป็นต้น

๓.๘ การรับข้อคิดเห็น หมายถึง การเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปแสดงความคิดเห็นตามสิทธิอย่างเสรีผ่านช่องทาง ตามสื่อต่างๆ เช่นตัวรับข้อคิดเห็น หนังสือ โทรศัพท์ โทรสาร Email website สื่อสารมวลชนหรือช่องทางอื่นๆ

๓.๙ การปิดข้อคิดเห็น หมายถึง การสิ้นสุดการดำเนินการในข้อคิดเห็น

๓.๑๐ การรายงานผล หมายถึง เสนอผลการดำเนินการต่อข้อคิดเห็นนั้นๆ

เกณฑ์การให้คะแนนการรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ และการประเมินความพึงพอใจ

ส่วนที่ ๑ รับเรื่อง

- ระดับ ๕ นับจากวันรับเรื่องและแจ้งข้อมูลไป ภายใน ๑ วัน
- ระดับ ๔ นับจากวันรับเรื่องและแจ้งข้อมูลไป ภายใน ๒ วัน
- ระดับ ๓ นับจากวันรับเรื่องและแจ้งข้อมูลไป ภายใน ๓ วัน
- ระดับ ๒ นับจากวันรับเรื่องและแจ้งข้อมูลไป ภายใน ๔ วัน
- ระดับ ๑ นับจากวันรับเรื่องและแจ้งข้อมูลไป ภายใน ๕ วัน

คะแนนที่ได้

- ๕
- ๔
- ๓
- ๒
- ๑

ส่วนที่ ๒ การนัดหมายลูกค้า

- ระดับ ๕ รับเรื่องนัดลูกค้าเข้าพบไม่เกิน ๓ วัน
- ระดับ ๔ รับเรื่องนัดลูกค้าเข้าพบไม่เกิน ๔ วัน
- ระดับ ๓ รับเรื่องนัดลูกค้าเข้าพบไม่เกิน ๕ วัน
- ระดับ ๒ รับเรื่องนัดลูกค้าเข้าพบไม่เกิน ๖ วัน
- ระดับ ๑ รับเรื่องนัดลูกค้าเข้าพบไม่เกิน ๗ วัน

คะแนนที่ได้

- ๕
- ๔
- ๓
- ๒
- ๑

ส่วนที่ ๓ การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

- ระดับ ๕ ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด
- ระดับ ๔ ลูกค้าพึงพอใจมาก
- ระดับ ๓ ลูกค้าพึงพอใจปานกลาง
- ระดับ ๒ ลูกค้าพึงพอใจน้อย
- ระดับ ๑ ลูกค้าพึงพอใจน้อยสุด

คะแนนที่ได้

- ๕
- ๔
- ๓
- ๒
- ๑

<u>เกณฑ์การให้คะแนนรายงานผลการตรวจนมลูกค้าร้องเรียน</u>		คะแนนที่ได้
ระดับ ๕ นับจากวันรับเรื่องและรายงานผลการตรวจ COA	ภายใน ๓ วัน	๕
ระดับ ๔ นับจากวันรับเรื่องและรายงานผลการตรวจ COA	ภายใน ๔ วัน	๔
ระดับ ๓ นับจากวันรับเรื่องและรายงานผลการตรวจ COA	ภายใน ๕ วัน	๓
ระดับ ๒ นับจากวันรับเรื่องและรายงานผลการตรวจ COA	ภายใน ๖ วัน	๒
ระดับ ๑ นับจากวันรับเรื่องและรายงานผลการตรวจ COA	ภายใน ๗ วัน	๑

๔. หลักเกณฑ์การเปลี่ยนนมเสื่อมคุณภาพลูกค้าก่อนวันหมดอายุ

๔.๑ ต้องเป็นผลิตภัณฑ์นมที่เกิดจากการบกพร่องในการผลิต เช่น กล่องบวม มีกลิ่น บุคนมจับตัวเป็นก้อน

๔.๒ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดนอกเหนือจากกระบวนการผลิต ระบบการขนส่งทำให้นมเสื่อมคุณภาพก่อนวันหมดอายุ หรืออื่นๆ

๕. การจัดตั้งหน่วย CUSTOMER SERVICE

จัดให้มีหน่วยงาน CUSTOMER SERVICE ทุกสำนักงานภาคละ ๑ หน่วยงาน โดยมีมอบหมายผู้ปฏิบัติงานรับเรื่องจากผู้บริโภคในการรับฟังปัญหา เก็บข้อมูล และทำความเข้าใจกับผู้บริโภค เพื่อลดความรุนแรงในเบื้องต้นก่อน และประสานงานกับสำนักงานภาคผลิตเพื่อตรวจสอบการผลิตและการเปลี่ยนคืนนมเสื่อมคุณภาพจะไม่คำนึงถึงว่าผลิตภัณฑ์สำนักงานภาคไหน แต่จะคำหนึ่งถึงจังหวัดที่สำนักงานภาคฯ นั้นรับผิดชอบ

๕.๑ หน่วยงาน CUSTOMER SERVICE ประจำแผนกลูกค้าสัมพันธ์ กองการขายฝ่ายการตลาดและการขาย โทรศัพท์หมายเลข ๐๓๖-๓๔๒๐๘๗ ๐๘๔-๓๓๕-๘๐๐๐ (call center) และ ๐๘๘-๙๐๑-๘๑๕๖ ศูนย์ผู้บริโภคเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ประกอบไปด้วย จังหวัด กรุงเทพมหานคร จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม บางส่วน

๕.๒ หน่วยงาน CUSTOMER SERVICE สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคกลาง หมายเลขโทรศัพท์ ๐๓๖-๙๐๘๗๓๗ ศูนย์ผู้บริโภคเขตภาคกลาง ประกอบไปด้วย จังหวัดชัยนาท จังหวัดนครนายก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดสระบุรี จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดอ่างทอง จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดจันทบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี จังหวัดตราด จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดระยอง จังหวัดสระแก้ว จังหวัดลพบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดอุบลราชธานี

๕.๓ หน่วยงาน CUSTOMER SERVICE สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคใต้ หมายเลขโทรศัพท์ ๐๓๒-๖๒๒๑๕๐ ศูนย์ผู้บริโภคเขตภาคใต้ ประกอบไปด้วยจังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดราชบุรี จังหวัดกระบี่ จังหวัดชุมพร จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี จังหวัดพังงา จังหวัดพัทลุง จังหวัดภูเก็ต จังหวัดยะลา จังหวัดระนอง จังหวัดสงขลา จังหวัดสตูล จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดนครปฐม จังหวัดตรัง จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดสมุทรสงคราม

๕.๔ หน่วยงาน CUSTOMER SERVICE สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคเหนือตอนล่าง หมายเลขโทรศัพท์ ๐๕๕-๕๕๑๐๘๖ ศูนย์ผู้บริโภคเขตภาคเหนือตอนล่าง ประกอบไปด้วยจังหวัด อุตรดิตถ์ จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพิจิตร จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดตาก จังหวัดแพร่ และจังหวัดสุโขทัย

/๕.๕ หน่วยงาน...

๕.๕ หน่วยงาน CUSTOMER SERVICE สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคเหนือตอนบน หมายเลขโทรศัพท์ ๐๕๓-๒๒๒๔๗๔ ศูนย์ผู้บริโภคเขตภาคเหนือตอนบน ประกอบไปด้วย จังหวัดเชียงราย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดน่าน จังหวัดพะเยา จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดลำปาง และจังหวัดลำพูน

๕.๖ หน่วยงานCUSTOMER SERVICE สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หมายเลขโทรศัพท์ ๐๔๓-๒๖๑๓๘๑ ศูนย์ผู้บริโภคเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบไปด้วยจังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครพนม จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดยโสธร จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดเลย จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสกลนคร จังหวัดหนองคาย จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัดอุดรธานี

๖. วิธีการรับเรื่องร้องเรียนของลูกค้า ผ่านสำนักงานภาค

๖.๑ ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน

๖.๑.๑ รับเรื่องร้องเรียน ผ่านช่องทาง โทรศัพท์ โทรสาร จดหมาย E-mail Facebook line website อื่นๆ

๖.๒ วิธีการรับเรื่องร้องเรียน

๖.๒.๑ สำนักงานภาค รับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าในเขตพื้นที่ที่สำนักงานภาคนั้นรับผิดชอบตามข้อ ๒. แล้วจัดทำเอกสารตามระบบใช้ระยะเวลาการดำเนินการทำขั้นตอนนี้ภายใน ๑ วัน นับตั้งแต่รับเรื่องร้องเรียน

๖.๒.๒ สำนักงานภาค รับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าที่ไม่ได้อยู่ในเขตของสำนักงานภาคฯ นั้นรับผิดชอบ ให้ข้อมูลเบื้องต้น ไว้เพื่อติดต่อกลับหาลูกค้า โดยนำเรื่องนำเสนอสำนักงานภาคฯ ที่รับผิดชอบ โดยการส่งแฟกซ์หรือโทรติดต่อประสานงานมายังสำนักงานภาคฯ ที่รับผิดชอบเพื่อให้สำนักงานภาคฯ ที่รับผิดชอบดำเนินงานติดต่อลูกค้าต่อไประยะเวลาดำเนินงานภายใน ๑ วันนับตั้งแต่วันรับเรื่องร้องเรียน

๖.๒.๓ ในกรณีที่เป็นการเชื่อมโยงคุณภาพที่เจอในเขตรับผิดชอบไม่ได้ผลิตในสำนักงานภาคฯ ควรแจ้งเรื่องนี้ไปยังโรงงานที่ผลิตด้วยเพื่อหาสาเหตุที่แท้จริง และได้นำข้อมูล ไปปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

/๖.๓ ลูกค้า...

๖.๓ ลูกค้าร้องเรียนผ่านทาง แผนกลูกค้าสัมพันธ์ กองการชาย ฝ่ายการตลาดและการขาย

๖.๓.๑ แผนกลูกค้าสัมพันธ์ รับเรื่องร้องเรียนลูกค้าที่อยู่ตามสำนักงานภาคต่างๆ ให้ข้อมูลเบื้องต้นและแฟกซ์เสนอไปตามสำนักงานภาคที่ลูกค้าอาศัยอยู่ เพื่อให้สำนักงานภาคติดต่อกลับลูกค้าต่อไป ระยะเวลาการดำเนินการภายใน ๓ วันนับตั้งแต่ได้รับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าเพื่อสำนักงานภาคจะต้องนำเข้าระบบต่อไป

๖.๓.๒ แผนกลูกค้าสัมพันธ์ รับเรื่องร้องเรียนลูกค้าที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ให้ขอข้อมูลลูกค้าเบื้องต้นเพื่อนำเสนอหัวหน้าสำนักงาน และติดต่อ นัดหมายลูกค้าที่จะเข้าไปพบเพื่อแก้ร้องเรียน ภายใน ๓ วัน นับตั้งแต่รับเรื่องร้องเรียน

๖.๓.๓ ลูกค้าร้องเรียนผ่าน Website callcenter.dpo@dpo.go.th และทีมงานให้ข้อมูล ผ่านมาที่ฝ่ายการตลาดและการขาย ติดต่อประสานงานกับลูกค้าต่อไป เพื่อนำเข้าระบบ โดยส่งเป็น E-mail ชื่อ Lobot@dpo.go.th

๖.๔ ลักษณะการรับเรื่องร้องเรียนเบื้องต้น

๖.๔.๑ ชื่อ นามสกุล ที่อยู่ เบอร์โทร (ที่สามารถติดต่อลูกค้าได้)

๖.๔.๒ วันหมดอายุ บณกล่องนม

๖.๔.๓ ชนิดและขนาดของนมที่ผิดปกติ

๖.๔.๔ รหัสเครื่องบณกล่องนม

๖.๔.๕ ลักษณะนมที่ผิดปกติ

๖.๔.๖ สถานที่ซื้อ

๖.๔.๗ โรงงานที่ผลิต

๖.๔.๘ จำนวนนมที่ผิดปกติ

หน่วยงานอื่นๆ ทุกแผนก/ฝ่าย/สำนัก/สำนักงาน ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการร้องเรียนให้รับเรื่องร้องเรียนไว้ก่อน เช่น ชื่อ นามสกุล เบอร์โทรศัพท์ ที่ติดต่อได้ ส่งเรื่องต่อมาที่ แผนกลูกค้าสัมพันธ์ กองการชาย ฝ่ายการตลาดและการขาย ทันที โดยมีให้ผู้บริโภคติดต่อซ้ำอีก และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ขององค์กร

๗. ขั้นตอนการเปลี่ยนนมเสื่อมคุณภาพ(ตามตัวอย่างแบบฟอร์มที่แนบ)

๗.๑ ในกรณีที่ถูกค่าแจ้งผลิตภัณฑ์นมเสื่อมคุณภาพขนาด ๒๕๐ มล. (๑x๑๒) อ.ส.ค. จะชดเชยให้เป็นชนิดโหล (๑x๑๒) โดยมีหลักการการเปลี่ยนคือ เสื่อมคุณภาพ ๑ กล่องถึง ๑ โหล จะชดเชยให้ ๒ โหล และในกรณีลูกค้าไม่พอใจในคุณภาพ ต้องการเปลี่ยนคืนนมทั้งหมด หรือต้องการให้ชดเชยนมเพิ่มเติม

๗.๒ ในกรณีที่ถูกค่าแจ้งผลิตภัณฑ์นมเสื่อมคุณภาพขนาด ๒๕๐ มล. (๑x๓๖) อ.ส.ค. จะชดเชยให้เป็นชนิดหีบ (๑x๓๖) โดยมีหลักการการเปลี่ยน คือ เสื่อมคุณภาพ ๑ กล่องถึง ๑ หีบ จะชดเชยให้ ๑ หีบ และในกรณีลูกค้าไม่พอใจในคุณภาพ ต้องการเปลี่ยนคืนนมทั้งหมด หรือต้องการให้ชดเชยนมเพิ่มเติม

๗.๓ ในกรณีที่ถูกค่าแจ้งผลิตภัณฑ์นมเสื่อมคุณภาพขนาด ๒๐๐ มล. (๑x๓๖) อ.ส.ค. จะชดเชยให้เป็นชนิดหีบ (๑x๓๖) โดยมีหลักการการเปลี่ยน คือ นมเสื่อมคุณภาพ ๑ กล่องถึง ๑ หีบ จะชดเชยให้ ๑ หีบ และในกรณีลูกค้าไม่พอใจในคุณภาพ ต้องการเปลี่ยนคืนนมทั้งหมด หรือต้องการให้ชดเชยนมเพิ่มเติม

๗.๔ ในกรณีที่ถูกค่าแจ้งผลิตภัณฑ์นมเสื่อมคุณภาพขนาด ๑๒๕ มล. (๑x๔๘) อ.ส.ค. จะชดเชยให้เป็นชนิดหีบ (๑x๔๘) โดยมีหลักการการเปลี่ยน คือ เสื่อมคุณภาพ ๑ กล่องถึง ๑ หีบ จะชดเชยให้ ๑ หีบ และในกรณีลูกค้าไม่พอใจในคุณภาพ ต้องการเปลี่ยนคืนนมทั้งหมด หรือต้องการให้ชดเชยนมเพิ่มเติมให้พิจารณาตามความเหมาะสม โดยเจรจาต่อรองและชดเชยนมไม่เกิน ๓-๕ หีบ

๘. หลักฐานการเปลี่ยนคืนนมลูกค้า

๘.๑ เอกสารหลักฐานการเปลี่ยน เช่น สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน สำเนาใบขับขี่ สำเนาบัตรข้าราชการ หรือในกรณีลูกค้าไม่พอใจ และไม่ถ่ายบัตรประชาชนให้ ให้พนักงานหมายเหตุไว้ในเอกสาร

๘.๒ ให้ลูกค้าเซ็นรับจำนวนนมด้วยลายมือของตัวเองแล้วเซ็นชื่อกำกับทุกครั้งในแบบฟอร์ม

๘.๓ มีรูปถ่ายเวลามอบผลิตภัณฑ์นม

๙. ขั้นตอนการตรวจผลิตภัณฑ์นมและแจ้งผลให้ลูกค้าหลังจากการเปลี่ยนคืนนมเสื่อมคุณภาพ

แผนกลูกค้าสัมพันธ์ หรือ แผนกการตลาด สำนักงานภาค เข้าพบลูกค้า และรับผลิตภัณฑ์นมกลับมา แล้วทำบันทึกนำส่งแผนกควบคุมคุณภาพ(QC) การตรวจนมเสื่อมคุณภาพ เพื่อหาสาเหตุการเสื่อมคุณภาพ เพื่อนำผลไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และแจ้งผลการตรวจคุณภาพให้ลูกค้าทราบเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า มีขั้นตอนดังนี้

๑. นมเสื่อมคุณภาพที่ตรวจเป็นนมเสื่อมคุณภาพที่สำนักงานภาคนั้นๆ ผลิตเอง ในกรณีที่นมเสื่อมคุณภาพที่รับมาจากลูกค้าเป็นนมที่สำนักงานภาคผลิตเองต้องส่งให้ QC ตรวจตามปกติและแจ้งผลให้ลูกค้าทราบตามขั้นตอน

/ ๒. นมเสื่อม...

๒. นมเสื่อมคุณภาพที่พบผลิตจากสำนักงานภาคฯ อื่น ในกรณีที่นมเสื่อมสภาพที่รับมาจากลูกค้า เป็นนมที่สำนักงานภาคฯ อื่นผลิตต้องส่งให้ QC ตรวจสอบปกติ และแจ้งผลไปให้สำนักงานภาคฯ ที่ผลิต และแจ้งผลให้ลูกค้าทราบตามขั้นตอน เช่น สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคกลาง ได้เปลี่ยนคินนมเสื่อมคุณภาพจากลูกค้ามาแต่ว่า นมเสื่อมคุณภาพที่ผลิตจาก สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคใต้ ให้ QC อ.ส.ค. ภาคกลางสามารถตรวจสอบเบื้องต้นได้เลย แล้วแจ้งผลให้สำนักงาน อ.ส.ค. ภาคใต้ ได้รับทราบเพื่อนำไปพัฒนาและแก้ไขและแจ้งผลให้ลูกค้าทราบตามปกติ

๓. นมเสื่อมคุณภาพที่ แผนกลูกค้าสัมพันธ์ ได้เปลี่ยนคินลูกค้าในกรณีที่ แผนกลูกค้าสัมพันธ์ ได้เปลี่ยนคินนมเสื่อมคุณภาพจากลูกค้ามานั้น ให้ส่งสำนักงาน อ.ส.ค. ภาคกลาง ตรวจสอบเพราะเป็นสำนักงานภาคฯ ที่อยู่ใกล้ แล้วขอผลตรวจเพื่อแจ้งไปกับสำนักงานที่ผลิตและแจ้งกับลูกค้า

การเบิกผลิตภัณฑ์นมเพื่อเปลี่ยนคินลูกค้า

การเข้าพบเยี่ยมลูกค้าร้องเรียนนมเสื่อมคุณภาพทุกครั้งเจ้าหน้าที่จะเข้าไปชี้แจงและทำการเปลี่ยนนมให้กับลูกค้าเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยต้องมีการเบิกนมออกจากคลังสินค้า สนง. ภาค เพื่อนำไปมอบให้กับลูกค้าในกรณีต่างๆ

๑. กรณีที่นมเสื่อมคุณภาพผลิตในสำนักงานภาคนั้นเอง ควรจะดำเนินการเบิกตามขั้นตอนตามระบบด้วยมีเอกสารแนบการเบิกให้ถูกต้อง เช่นใบคำร้องเรียนนมเสียที่ลูกค้าแจ้งมา

๒. กรณีที่พบนมเสื่อมคุณภาพเป็นนมที่ผลิตจากสำนักงานภาคอื่นๆให้ติดต่อแจ้งกับเจ้าหน้าที่รับผิดชอบเขตสำนักงานภาค ที่ผลิตเบื้องต้นเรื่องนมที่จะเปลี่ยนคินลูกค้า เมื่อเปลี่ยนผลิตภัณฑ์นมคินลูกค้าแล้วส่งเรื่องไปเบิกผลิตภัณฑ์นมมาไว้สำรองไว้ทดแทน จากสำนักงานภาคที่ผลิตโดยแนบเอกสารการเปลี่ยนคินนมลูกค้า เช่น เอกสารร้องเรียนลูกค้า หรือ เอกสารสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนรับนมเปลี่ยน

๓. กรณีแผนกลูกค้าสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานที่ไม่มีผลิตภัณฑ์ในคลังสินค้า ให้ปฏิบัติ ดังนี้



ให้เบิกนมตัวอย่างเพื่อสำรองการเปลี่ยนในแต่ละครั้ง ทำรายงานคุมสต็อกนม และเมื่อเปลี่ยนคินแล้วให้ทำรายงานขอเบิกนมจากสำนักงานภาค ที่ผลิตเพื่อนำมาคินในนมตัวอย่างเพื่อเปลี่ยนคินลูกค้า โดยแนบเอกสารการเปลี่ยนคินนมลูกค้า เช่น เอกสารร้องเรียนลูกค้า หรือเอกสารสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนที่รับผลิตภัณฑ์นมเปลี่ยนคิน

ภาคผนวก

เอกสารประกอบกระบวนการจัดการซื้อร้องเรียนลูกค้า


	หน้าที่
๑. แบบใบรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะของลูกค้าประกอบ ๓ ส่วน เอกสารประกอบ ๑	๓๔
๒. แบบรายงานผลการตรวจผลิตภัณฑ์นมของลูกค้าร้องเรียน (รายบุคคล) เอกสารประกอบ ๒	๓๕

-๑๕-

 ใบรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะของลูกค้า 	
แผนกลูกค้าสัมพันธ์ กองการขาย ฝ่ายตลาดและการขาย	
ส่วนที่ 1 การรับเรื่องร้องเรียน	
เลขที่...../2561	รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ระดับ <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
วันที่รับแจ้ง	เวลา รับแจ้งโดย <input type="checkbox"/> โทรศัพท์ <input type="checkbox"/> จดหมาย <input type="checkbox"/> FAX <input type="checkbox"/> E-mail <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Line <input type="checkbox"/> อื่นๆ
ชื่อลูกค้า	เบอร์โทรศัพท์
ที่อยู่	
สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์	วันที่ซื้อผลิตภัณฑ์
รายละเอียดผลิตภัณฑ์	หลักฐานใบเสร็จ <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
1.ประเภท / ขนาด / รสชาติ / รหัสการผลิต	
1.1. ประเภท <input type="checkbox"/> ยู.เอช.ที.(General milk) <input type="checkbox"/> นมโรงเรียน <input type="checkbox"/> โยเกิร์ตพร้อมดื่ม UHT <input type="checkbox"/> นม Kid D <input type="checkbox"/> อื่นๆ.....	
ขนาด	มล. รสชาติ
วันหมดอายุ	รหัสเวลา
จำนวนที่ผลิตปกติ	(กล่อง/แพ็ค/หีบ/โหล) โรงงานที่ผลิต
สภาพลักษณะที่ผลิตปกติ	ผู้ขนส่ง
1.2. ประเภท <input type="checkbox"/> พาสเจอร์ไรซ์.(General milk) <input type="checkbox"/> นมโรงเรียน <input type="checkbox"/> นมเปรี้ยว <input type="checkbox"/> โยเกิร์ต <input type="checkbox"/> โยคีกริม <input type="checkbox"/> อื่นๆ.....	
ขนาด	มล. รสชาติ
วันหมดอายุ	รหัสเวลา
จำนวนที่ผลิตปกติ	(กล่อง/แพ็ค/หีบ/โหล) โรงงานที่ผลิต
สภาพลักษณะที่ผลิตปกติ	ผู้ขนส่ง
ลงชื่อ	ผู้รับเรื่อง
วันที่...../...../.....	
ส่วนที่ 2 การนัดหมายลูกค้า	
ระดับ <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	
เรียน หัวหน้าแผนกการตลาดและการขาย สำนักงาน อ.ส.ค.ภาคกลาง (สภก.)	
เพื่อโปรดดำเนินการมอบหมายผู้เกี่ยวข้อง ติดต่อลูกค้าเพื่อขอพบ/ชดเชยผลิตภัณฑ์นมใหม่และรับ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์นมที่ดังกล่าว	
เพื่อส่งให้แผนกควบคุมคุณภาพตรวจสอบและรายงานสาเหตุความผิดปกติของนม(COA) เพื่อแจ้งให้กับลูกค้า/แก้ไขปัญหาดรามาสาเหตุต่อไป	
ลงชื่อ.....	
(.....)	
ลงชื่อ	ผู้เข้าพบลูกค้า
วันที่...../...../.....	
การดำเนินการ	
ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์ก จำนวน	(โหล/หีบ) ขนาด
มล. รสชาติ	เรียบร้อยแล้ว
ลงชื่อ.....	ผู้รับผลิตภัณฑ์
วันที่...../...../.....	
ส่วนที่ 3 การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า	
ชื่อลูกค้า	เบอร์โทรศัพท์
ความพึงพอใจ <input type="checkbox"/> 5 ดีมาก <input type="checkbox"/> 4 ดี <input type="checkbox"/> 3 พอใช้ <input type="checkbox"/> 2 เฉยๆ <input type="checkbox"/> ไม่พอใจ	
ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ	
ลงชื่อ.....	แผนกลูกค้าสัมพันธ์
วันที่...../...../.....	

-๑๕-

รายงานผลตรวจผลิตภัณฑ์นมของลูกค้า

 หน่วยงาน อ.ส.ค.ภาคกลาง			ISO,GMP	FM-QC-035 REV:00		
	รายงานผลการตรวจนมลูกค้าร้องเรียน		HACCP	ISSUE DATE :03/10/59		
	(รายบุคคล)		แผนกควบคุมคุณภาพ			
เรียน.....						
ชื่อลูกค้า.....			วันที่ตรวจ.....			
ลืตวันที่ หมดอายุ	รสชาติ	เครื่องบรรจุ	จำนวนตัวอย่าง		ผลการตรวจสอบ	
			กล่องเปิด	กล่องปิดสนิท	กล่องเปิด	กล่องปิดสนิท
สาเหตุ	<input type="checkbox"/> กระบวนการผลิต	<input type="checkbox"/> การจัดเก็บ	<input type="checkbox"/> การขนขนส่ง	<input type="checkbox"/> ไม่ทราบสาเหตุ		
หมายเหตุ						
.....						
.....						
.....						
ลงชื่อ.....ผู้ตรวจสอบ			ลงชื่อ.....หัวหน้าแผนก			