

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2 ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>5</b>
แนวคิดเรื่องข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการจัดการ	5
แนวคิดเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร	6
แนวคิดพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix or 4Ps)	7
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	11
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>13</b>
ขอบเขตการศึกษา	13
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	14
การเก็บรวบรวมข้อมูล	14
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	15
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>17</b>
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบุคคลที่ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพกิจการ	19

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับกิจการและ ความต้องการ ในการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด	26
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดในปัจจุบัน	39
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัญหาในการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชี สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด	49
ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพองค์กรแยกตามลักษณะธุรกิจ	51
ส่วนที่ 7 ความต้องการและการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแยกตามลักษณะธุรกิจ	60
ส่วนที่ 8 ปัญหาในการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการ วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแยกตามลักษณะธุรกิจ	87
ส่วนที่ 9 ลักษณะรายงานที่มีความต้องการและนำไปใช้	88
<b>บทที่ 5 สรุปผล การอภิปรายและข้อเสนอแนะ</b>	<b>169</b>
สรุปผลการศึกษา	169
อภิปรายผลการศึกษา	172
ข้อค้นพบ	175
ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	176
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	178
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>179</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>181</b>
แบบสอบถาม	182
ประวัติผู้เขียน	195

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
2	แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามลักษณะธุรกิจ	19
3	แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามลักษณะการจัดจำหน่ายของกิจการ	19
4	แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามลักษณะการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์	20
5	แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามลักษณะการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญ	21
6	แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามลักษณะราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	21
7	แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ	22
8	แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามมูลค่าสินทรัพย์รวม	22
9	แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามมูลค่าของทุนจดทะเบียน	23
10	แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามมูลค่ายอดขายต่อปี	23
11	แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามจำนวนพนักงานในกิจการ	24
12	แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามลักษณะการจัดทำบัญชีของกิจการ	24
13	แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามวิธีการจัดทำบัญชีของกิจการ	25
14	แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามโปรแกรมคอมพิวเตอร์ใช้ในการทำบัญชี	25
15	แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามความพึงพอใจในการดำเนินงาน	26
16	แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามปัญหาที่กิจการประสบด้านการตลาด	27
17	แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามปัญหาที่กิจการประสบด้านการผลิต	28
18	แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามปัญหาที่กิจการประสบด้านการเงิน	29
19	แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามความต้องการสารสนเทศทางการบัญชี สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านสินค้า (Product)	30
20	แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามความต้องการสารสนเทศทางการบัญชี สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านราคา (Price)	32

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
21	แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามความต้องการสารสนเทศทางการบัญชี สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการจัดจำหน่าย (Place)	34
22	แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามความต้องการสารสนเทศทางการบัญชี สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	36
23	แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามความต้องการสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เกี่ยวกับพนักงานขาย	38
24	แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามการนำสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านสินค้า (Product)	40
25	แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามการนำสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านราคา (Price)	42
26	แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามการนำสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการจัดจำหน่าย (Place)	44
27	แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามการนำสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	46
28	แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามการนำสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เกี่ยวกับพนักงานขาย	48
29	แสดงค่าเฉลี่ยร้อยละของกิจการจำแนกตามปัญหาในการจัดทำข้อมูลสารสนเทศ ทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด	50
30	แสดงลักษณะการจัดจำหน่ายของกิจการแยกตามลักษณะธุรกิจ	51
31	แสดงผลผลิตขั้นต้นที่ผลิตและจำหน่ายแยกตามลักษณะธุรกิจ	53
32	แสดงผลผลิตขั้นต้นหลักที่ผลิตและจำหน่ายแยกตามลักษณะธุรกิจ	55
33	แสดงราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แยกตามลักษณะธุรกิจ	56
34	แสดงมูลค่าสินทรัพย์ ทุนจดทะเบียน และมูลค่าขายแยกตามลักษณะธุรกิจ	57
35	แสดงวิธีการจัดทำบัญชี โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ และความพึงพอใจใน การดำเนินงานแยกตามลักษณะธุรกิจ	59

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
36	แสดงปัญหาที่กิจการประสบด้านการตลาดแยกตามลักษณะธุรกิจ	61
37	แสดงปัญหาด้านการผลิตที่กิจการประสบแยกตามลักษณะธุรกิจ	63
38	แสดงปัญหาที่กิจการประสบด้านการเงิน แยกตามลักษณะธุรกิจ	65
39	แสดงความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผน กลยุทธ์การตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์แยกตามลักษณะธุรกิจ	67
40	แสดงความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผน กลยุทธ์การตลาดทางด้านราคาแยกตามลักษณะธุรกิจ	69
41	แสดงความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผน กลยุทธ์การตลาดทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแยกตามลักษณะธุรกิจ	71
42	แสดงความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผน กลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด แยกตามลักษณะธุรกิจ	73
43	แสดงความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผน กลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด เกี่ยวกับพนักงานขาย แยกตามลักษณะธุรกิจ	75
44	แสดงการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผน กลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ แยกตามลักษณะธุรกิจ	77
45	แสดงการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผน กลยุทธ์การตลาดด้านราคา แยกตามลักษณะธุรกิจ	79
46	แสดงการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผน กลยุทธ์การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แยกตามลักษณะธุรกิจ	81
47	แสดงการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผน กลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด แยกตามลักษณะธุรกิจ	83
48	แสดงการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผน กลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับพนักงานขาย แยกตามลักษณะธุรกิจ	85
49	แสดงปัญหาในการจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ใช้สำหรับ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดแยกตามลักษณะธุรกิจ	87
50	แสดง แบบฟอร์มรายงานยอดขายตามสินค้า	91

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
51 แสดงแบบฟอร์มรายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า	98
52 แสดงรายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า	105
53 แสดงรายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า	112
54 แสดงรายงานของเสียต่อยอดขายรวม	119
55 แสดงรายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น	120
56 แสดงรายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน	127
57 แสดงข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า	128
58 แสดงรายงานของเสียในกระบวนการผลิต	134
59 แสดงรายงานอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย	140
60 แสดงรายงานการขายตามลูกค้า	141
61 แสดงรายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า	147
62 แสดงรายงานสินค้าคืนตามลูกค้า	148
63 แสดงรายงานการขายตามสถานที่ขาย	154
64 แสดงรายงานต้นทุนในการขนส่งต่อสินค้า 1 หน่วย	161
65 แสดงงบกำไรขาดทุนตามช่องทางการจัดจำหน่าย	162
66 แสดงรายงานยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย	163
67 แสดงรายงานสัดส่วนของคูปองที่นำมาใช้สิทธิ์ต่อคูปองที่แจก	164
68 แสดงรายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้	165
69 แสดงรายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย	166
70 แสดงรายงานยอดขายของพนักงานขายแยกตามสินค้า	167
71 แสดงรายงานยอดขายกลุ่มลูกค้าใหม่	168