

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ของธุรกิจเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาในครั้งนี้ ได้เก็บข้อมูลขั้นปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามผู้ประกอบการเบเกอรี่ที่ยังเปิดดำเนินการจำนวน 22 ราย โดยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมาย เป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบุคคลที่ตอบแบบสอบถาม (ในตารางที่ 1)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพองค์กร(ในตารางที่ 2 – ตารางที่15)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับกิจการและความต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด(ในตารางที่16 –ตารางที่ 23)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด (ในตารางที่ 24 – ตารางที่ 28 )

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด (ในตารางที่ 29)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพองค์กรแยกตามลักษณะธุรกิจ (ในตารางที่30-ตารางที่ 35)

ส่วนที่ 7 ความต้องการและการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแยกตามลักษณะธุรกิจ(ในตารางที่ 36- ตารางที่ 48)

ส่วนที่ 8 ปัญหาในการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแยกตามลักษณะธุรกิจ(ในตารางที่ 49)

ส่วนที่ 9 ลักษณะรายงานที่มีความต้องการและนำไปใช้(ตารางที่ 50-ตารางที่ 71)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบุคคลที่ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลประชากรศาสตร์ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งในกิจการ และอายุการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังแสดงในตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

		จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	9	40.90
	หญิง	13	59.10
2. อายุ	20-29 ปี	4	18.20
	30-39 ปี	8	36.40
	40-49 ปี	6	27.30
	50-59 ปี	4	18.20
3. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	7	31.80
	ปริญญาตรี	14	63.60
	ปริญญาโท	1	4.50
4. ตำแหน่งในกิจการ	เจ้าของกิจการ	11	50.00
	ผู้จัดการทั่วไป	2	9.10
	พนักงานการตลาด	7	31.80
	พนักงานบัญชีและการเงิน	2	9.10
5. อายุการทำงาน	น้อยกว่า 5 ปี	7	31.80
	5 -10 ปี	6	27.30
	11- 15 ปี	5	22.70
	มากกว่า 15 ปี	4	18.20

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.10 และเป็นเพศชายจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.90 มีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปีจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.40 รองลงมาคือช่วงอายุ 40-49 ปีจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 27.30 ช่วงอายุ 20-29 ปี จำนวน 4 รายและ ช่วงอายุ 50-59 ปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.20 เท่ากันสำเร็จระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.60 รองลงมาคือ มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.80 และมีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาโท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ในด้านตำแหน่งในกิจการพบว่า มีตำแหน่งเจ้าของกิจการ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ ตำแหน่ง พนักงานการตลาด จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.80 ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป และตำแหน่งพนักงานบัญชีและการเงิน จำนวน 2 ราย เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 9.10

สำหรับอายุการทำงานพบว่า มีระยะเวลาการทำงานน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.80 รองลงมาคือ ระยะเวลาการทำงาน 5 -10 ปีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.30 ระยะเวลาการทำงาน 11- 15 ปี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.70 และระยะเวลาการทำงานมากกว่า 15 ปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.20 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพองค์กร

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพกิจการ ได้แก่ ลักษณะธุรกิจ ลักษณะการจัดจำหน่ายของกิจการ ผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตและจำหน่ายในกิจการ ผลิตภัณฑ์หลักของกิจการ ราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์ของกิจการ ระยะเวลาในการประกอบกิจการ มูลค่าสินทรัพย์รวม มูลค่าของทุนจดทะเบียน มูลค่ายอดขายต่อปี จำนวนพนักงานในกิจการ การจัดทำบัญชีของกิจการ วิธีการจัดทำบัญชีที่กิจการใช้ ดังแสดงในตารางที่ 2 – ตารางที่ 15 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามลักษณะธุรกิจ

ลักษณะธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	14	63.60
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3	13.60
บริษัทจำกัด	5	22.70
รวม	22	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า กิจการส่วนใหญ่ที่สุดมีลักษณะธุรกิจ เจ้าของคนเดียวจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.60 รองลงมาคือ บริษัทจำกัด จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.70 และ ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามลักษณะการจัดจำหน่ายของกิจการ

ลักษณะการจัดจำหน่ายของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ขายส่งร้านค้าทั่วไป	13	59.10
มีร้านขายปลีกเองในห้างสรรพสินค้า	4	18.20
ขายและผลิตตามคำสั่งซื้อ	18	81.80
ฝากขาย	14	63.60
ขายปลีกร่วมกันร้านกาแฟ	8	36.40
มีร้านขายปลีกที่โรงงาน	6	27.30

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 22 ราย

จากตารางที่ 3 พบว่า กิจการส่วนใหญ่มีลักษณะการจัดจำหน่ายโดย การขายและผลิตตาม คำสั่งซื้อ คิดเป็นร้อยละ 81.8 รองลงมาคือ การฝากขาย คิดเป็นร้อยละ 63.60 ต่อมาคือ การขายส่ง ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 59.10 การขายปลีกร่วมกับร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 36.40 มีร้าน ขายปลีกที่โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 27.30 และ มีร้านขายปลีกเองในห้างสรรพสินค้าคิดเป็นร้อยละ 18.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามลักษณะการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ขนมปังไส้ต่างๆ	18	81.80
ขนมปังปอนด์	14	63.60
แซนด์วิช	21	95.50
ขนมเค้กต่างๆ	20	90.90
กลุ่มพิซซ่าและครัวซอง	14	63.60
เอแคลร์	8	36.40
โดนัท	1	4.50
คุกกี้	14	63.60
ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่เน้นคุณค่าทางอาหาร	6	27.30

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 22 ราย

จากตารางที่ 4 พบว่า กิจการจำนวนมากที่สุดผลิตจำหน่าย แซนด์วิช คิดเป็นร้อยละ 95.50 รองลงมาคือ ขนมเค้กต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 90.90 ต่อมาผลิตจำหน่าย ขนมปังไส้ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 81.80 ผลิตจำหน่าย ขนมปังปอนด์ พืชพายและครัวซอง คุกกี้ เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 63.60 ผลิตจำหน่าย เอแคลร์ คิดเป็นร้อยละ 36.40 ผลิตจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่เน้นคุณค่าทางอาหาร คิดเป็นร้อยละ 27.30 ผลิตจำหน่าย โดนัท คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามลักษณะการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ

ผลิตภัณฑ์หลักที่ผลิตและจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ขนมปังไส้ต่างๆ	16	72.70
ขนมปังปอนด์	10	45.50
แซนด์วิช	13	59.10
ขนมเค้กต่างๆ	15	68.20
กลุ่มพิซซ่าและครัวซอง	7	31.80
เอแคลร์	2	9.10
คุกกี้	6	27.30

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 22 ราย

จากตารางที่ 5 พบว่า กิจการจำนวนมากที่สุดมีผลิตภัณฑ์หลัก คือ ขนมปังไส้ คิดเป็นร้อยละ 72.70 รองลงมาคือ ขนมเค้กต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 68.20 แซนด์วิช คิดเป็นร้อยละ 59.10 ขนมปังปอนด์ คิดเป็นร้อยละ 45.50 พืชพายและครัวซอง คิดเป็นร้อยละ 31.80 ต่อมาคือ คุกกี้ คิดเป็นร้อยละ 27.30 และ เอแคลร์ คิดเป็นร้อยละ 9.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามลักษณะราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์เบเกอรี่

ราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	จำนวน	ร้อยละ
5-20 บาท	14	63.60
21-50 บาท	14	63.60
51-80 บาท	9	40.90
81 บาทขึ้นไป	6	27.30

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 22 ราย

จากตารางที่ 6 พบว่ากิจการส่วนใหญ่มีราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ 5-20 บาทและราคา 21-50 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.60 ราคา 51-80 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.90 ราคา 81 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ

ระยะเวลาในการประกอบกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	6	27.30
5 – 10 ปี	4	18.20
11 – 15 ปี	4	18.20
มากกว่า 15 ปี	8	36.40
รวม	22	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่ากิจการส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการ มากกว่า 15 ปี จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.40 รองลงมาคือ มีระยะเวลาในการประกอบกิจการ ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.30 ต่อมา คือ ระยะเวลา 5 – 10 ปีจำนวน 4 ราย และ 11 – 15 ปี จำนวน 4 ราย เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 18.20

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามมูลค่าสินทรัพย์รวม

มูลค่าสินทรัพย์รวม	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ล้านบาท	16	72.70
30 – 50 ล้านบาท	3	13.60
50 – 70 ล้านบาท	1	4.50
มากกว่า 70 ล้านบาท	2	9.10
รวม	22	100.00

จากตารางที่ 8 กิจการส่วนใหญ่มีมูลค่าสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 30 ล้านบาทจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.70 รองลงมา 30- 50 ล้านบาทจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.60 มากกว่า 70 ล้านบาท จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.10 และ 50-70 ล้านบาทจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามมูลค่าของทุนจดทะเบียน

มูลค่าของทุนจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	15	68.20
1 - 5 ล้านบาท	3	13.60
5.1 – 10 ล้านบาท	1	4.50
มากกว่า 30 ล้านบาท	3	13.60
รวม	22	100.00

จากตารางที่ 9 กิจการส่วนใหญ่มีมูลค่าทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 1 ล้านบาท จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.20 รองลงมาคือ 1 -5 ล้านบาท และ มากกว่า 30 ล้านบาท จำนวน 3 ราย เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 13.60 ต่อมาคือทุนจดทะเบียน 5.1 – 10 ล้านบาทจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามมูลค่ายอดขายต่อปี

มูลค่ายอดขายต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	5	22.70
1 - 10 ล้านบาท	8	36.40
10.1 – 20 ล้านบาท	2	9.10
20.1 – 30 ล้านบาท	3	13.60
มากกว่า 30 ล้านบาท	4	18.20
รวม	22	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า กิจการส่วนใหญ่มีมูลค่ายอดขายต่อปีระหว่าง 1 – 10 ล้านบาท จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.40 รองลงมาคือ ยอดขายต่ำกว่า 1 ล้านบาทจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.70 ยอดขายมากกว่า 30 ล้านบาทจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.20 ยอดขายระหว่าง 20.1 – 30 ล้านบาทจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.60 และ ยอดขายระหว่าง 10.1 – 20 ล้านบาทจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามจำนวนพนักงานในกิจการ

จำนวนพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 25 คน	14	63.60
26 – 50 คน	4	18.20
51 – 75 คน	2	9.10
76 – 100 คน	1	4.50
มากกว่า 200 คน	1	4.50
รวม	22	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า กิจการส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงาน ไม่เกิน 25 คน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.60 รองลงมาคือ จำนวนพนักงาน 26 – 50 คนจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.20 จำนวนพนักงาน 51 – 75 คนจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.10 และ จำนวนพนักงาน 76 – 100 คน และ มากกว่า 200 คน จำนวน 1 ราย เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามลักษณะการจัดทำบัญชีของกิจการ

ลักษณะการจัดทำบัญชี	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบัญชีของกิจการ	19	86.40
สำนักงานบัญชี	0	0
พนักงานบัญชีของกิจการและสำนักงานบัญชีร่วมกัน	3	13.60
รวม	22	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า กิจการส่วนใหญ่ พนักงานบัญชีของกิจการเป็นผู้จัดทำบัญชีจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.40 และจัดทำบัญชีทั้งจากพนักงานบัญชีของกิจการและการว่าจ้างสำนักงานบัญชี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.60



ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามวิธีการจัดทำบัญชีของกิจการ

วิธีการจัดทำบัญชี	จำนวน	ร้อยละ
จัดทำโดยระบบบันทึกด้วยมือในสมุด	0	0
จัดทำโดยระบบบันทึกบัญชีโดยคอมพิวเตอร์	3	13.60
ใช้ทั้งระบบบันทึกด้วยมือในสมุดและระบบคอมพิวเตอร์ร่วมกัน	19	86.40
รวม	22	100.00

จากตารางที่ 13 กิจการส่วนใหญ่จัดทำบัญชีโดยใช้ทั้งระบบบันทึกด้วยมือในสมุดและระบบคอมพิวเตอร์ร่วมกัน จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.40 รองลงมาคือ การจัดทำบัญชีด้วยระบบคอมพิวเตอร์ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.60

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามโปรแกรมคอมพิวเตอร์ใช้ในการทำบัญชี

โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี	0	0
โปรแกรมทางการบัญชีที่พัฒนาขึ้นมาเอง	2	9.10
โปรแกรมพื้นฐาน Microsoft office	7	31.80
ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีร่วมกับโปรแกรมพื้นฐาน Microsoft office	12	54.50
ใช้โปรแกรมทางการบัญชีที่พัฒนาขึ้นมาเองร่วมกับโปรแกรมพื้นฐาน Microsoft office	1	4.50
รวม	22	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่ากิจการส่วนใหญ่ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีร่วมกับโปรแกรมพื้นฐาน Microsoft office จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาคือ ใช้โปรแกรมพื้นฐาน Microsoft office เพียงอย่างเดียว จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.80 ต่อมาคือ ใช้โปรแกรมทางการบัญชีที่พัฒนาขึ้นมาเอง จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.10 และ ใช้ร่วมกันทั้งโปรแกรมทางการบัญชีที่พัฒนาขึ้นมาเองและโปรแกรมพื้นฐาน Microsoft office จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของกิจการจำแนกตามความพึงพอใจในการดำเนินงาน

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
น่าพอใจ	16	72.70
ไม่น่าพอใจ	6	27.30
รวม	22	100.00

จากตารางที่ 15 พบผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการดำเนินกิจการในระดับ น่าพอใจ ผลการดำเนินงาน จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.70 และไม่น่าพอใจผลการดำเนินงาน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.30

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับกิจการและความต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด**

ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับกิจการ โดยแบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 ด้าน คือ ปัญหาด้านการตลาด ด้านผลิต ด้านการเงิน และความต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้านตามส่วนประสมการตลาดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งแสดงในตารางที่ 16 – ตารางที่ 23 ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามปัญหาที่กิจการประสบด้านการตลาด

ปัญหาที่กิจการประสบด้านการตลาด	ร้อยละสภาพของปัญหา			ระดับของปัญหา
	มีปัญหา	ไม่มีปัญหา	รวม	
1. จำนวนลูกค้าเดิมที่ลดลง	90.90	9.10	100.00	มากที่สุด
2. จำนวนลูกค้าใหม่ที่ลดลง	72.70	27.30	100.00	มาก
3. ปริมาณการสั่งซื้อต่อลูกค้าแต่ละรายลดลง	100.00	0.00	100.00	มากที่สุด
4. ลูกค้าต่อรองราคามากเกินไป	22.70	77.30	100.00	น้อย
5. ลูกค้าใช้ระยะเวลาชำระเงินนานเกินไป	13.60	86.40	100.00	น้อย
6. พนักงานขายมีความสามารถน้อย	27.30	72.70	100.00	ปานกลาง
7. คู่แข่งขันขนาดใกล้เคียงกันเพิ่มมากขึ้น	81.80	18.20	100.00	มากที่สุด
8. คู่แข่งขันขนาดใหญ่กว่าเพิ่มมากขึ้น	81.80	18.20	100.00	มากที่สุด
9. คู่แข่งขันขนาดเล็กกว่าเพิ่มมากขึ้น	86.40	13.60	100.00	มากที่สุด
10. คุณภาพสินค้าสู้คู่แข่งไม่ได้	22.70	77.30	100.00	น้อย
11. ราคาสู้คู่แข่งไม่ได้	36.40	63.60	100.00	ปานกลาง
12. ช่องทางการจัดจำหน่ายสู้คู่แข่งไม่ได้	72.70	27.30	100.00	มาก
13. การโฆษณาและการส่งเสริมการขายสู้คู่แข่งไม่ได้	77.30	22.70	100.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	60.48	39.52	100.00	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ปัญหาที่กิจการประสบด้านการตลาด อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 60.48 โดย

ปัญหาอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ ปริมาณการสั่งซื้อต่อลูกค้าแต่ละรายลดลง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งเป็นปัญหาที่กิจการประสบมากที่สุด รองลงมาคือ จำนวนลูกค้าเดิมที่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 90.90 คู่แข่งขันขนาดเล็กกว่าเพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 86.40 คู่แข่งขันขนาดใกล้เคียงกันเพิ่มมากขึ้นและ คู่แข่งขันขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 81.80

ปัญหาอยู่ในระดับ มาก คือการโฆษณาและการส่งเสริมการขายสู้คู่แข่งไม่ได้ มาก คิดเป็นร้อยละ 77.30 จำนวนลูกค้าใหม่ที่ลดลงและ ช่องทางการจัดจำหน่ายสู้คู่แข่งขั้นไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 72.70

ปัญหาอยู่ในระดับ ปานกลาง คือราคาสู้คู่แข่งไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 36.40 พนักงานขายมีความสามารถน้อย คิดเป็นร้อยละ 27.30

ปัญหาอยู่ในระดับ น้อย คือ ลูกค้าต่อรองราคามากเกินไปและ คุณภาพสินค้าสู้คู่แข่งไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 22.70 ต่อมาคือและ ลูกค้ายึดระยะเวลาชำระเงินนานเกินไป คิดเป็นร้อยละ 13.60

ตารางที่ 17 แสดงร้อยละของกิจกรรมจำแนกตามปัญหาที่กิจการประสบด้านการผลิต

ด้านการผลิต	ร้อยละสภาพของปัญหา			ระดับของปัญหา
	มีปัญหา	ไม่มีปัญหา	รวม	
1. วัตถุดิบขาดแคลน	0.00	100.00	100.00	น้อย
2. วัตถุดิบคุณภาพไม่ดี	0.00	100.00	100.00	น้อย
3. ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น	100.00	0.00	100.00	มากที่สุด
4. กำลังการผลิตน้อยเกินไป	0.00	100.00	100.00	น้อย
5. กำลังการผลิตมากเกินไป	0.00	100.00	100.00	น้อย
6. มีของเสียมากเกินไป	68.20	31.80	100.00	มาก
7. สินค้าผลิตไม่ได้คุณภาพ	18.20	81.80	100.00	น้อย
8. คนงานไม่เชี่ยวชาญ	36.40	63.60	100.00	ปานกลาง
9. เทคโนโลยีการผลิตล้าสมัย	31.80	68.20	100.00	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	28.29	71.71	100.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ปัญหาที่กิจการประสบด้านการผลิต อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 28.29 โดย

ปัญหาอยู่ในระดับ มากที่สุด คือราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้น มีปัญหาอยู่ในระดับ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ มีของเสียมากเกินไป มีปัญหาอยู่ในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 68.20

ปัญหาอยู่ในระดับ ปานกลาง คือ คนงานไม่เชี่ยวชาญ มีปัญหาอยู่ในระดับ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 36.40 เทคโนโลยีการผลิตล้าสมัย มีปัญหาอยู่ในระดับ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.80

ปัญหาอยู่ในระดับ น้อย คือ สินค้าผลิตไม่ได้คุณภาพ มีปัญหาอยู่ในระดับ น้อย คิดเป็น ร้อยละ 18.20

และพบว่ากิจการที่ทำการตอบแบบสอบถามไม่ประสบปัญหาวัตถุดิบขาดแคลน ปัญหา วัตถุดิบคุณภาพไม่ดี ปัญหากำลังการผลิตน้อยเกินไป และปัญหากำลังการผลิตมากเกินไป

ตารางที่ 18 แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามปัญหาที่กิจการประสบด้านการเงิน

ด้านการเงิน	สภาพของปัญหา			ระดับของ ปัญหา
	มีปัญหา	ไม่มีปัญหา	รวม	
1. ขาดเงินทุนหมุนเวียน	50.00	50.00	100.00	ปานกลาง
2. ปริมาณหนี้สูญมากเกินไป	0.00	100.00	100.00	น้อย
3. ไม่มีระบบติดตามหนี้ที่มีประสิทธิภาพ	0.00	100.00	100.00	น้อย
4. สถาบันการเงินไม่ให้กู้เงิน	40.90	59.10	100.00	ปานกลาง
5. อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป	54.50	45.50	100.00	มาก
6. ไม่ได้รับเครดิตจากบริษัทลูกค้า	0.00	100.00	100.00	น้อย
7. ไม่มีแหล่งเงินกู้ระยะสั้น	13.60	86.40	100.00	น้อย
8. ไม่มีแหล่งเงินกู้ระยะยาว	40.90	59.10	100.00	ปานกลาง
9. ขาดความเข้าใจในการบริหารการเงิน	54.50	45.50	100.00	มาก
10. ระบบบัญชีไม่มีประสิทธิภาพ	72.70	27.30	100.00	มาก
11. ไม่ทราบข้อมูลต้นทุนที่แท้จริง	68.20	31.80	100.00	มาก
ค่าเฉลี่ย	35.94	64.06	100.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ปัญหาที่กิจการ ประสบด้านการเงิน อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 35.94 โดย ปัญหาอยู่ใน ระดับ มาก คือ ปัญหาระบบบัญชีไม่มีประสิทธิภาพ คิดเป็นร้อยละ 72.70 ปัญหาการไม่ทราบข้อมูล ต้นทุนที่แท้จริง คิดเป็นร้อยละ 68.20 ปัญหาอัตราดอกเบี้ยสูงเกินไปและ ขาดความเข้าใจในการ บริหารการเงิน คิดเป็นร้อยละ 54.50

ปัญหาอยู่ในระดับ ปานกลาง คือ ปัญหาขาดเงินทุนหมุนเวียน คิดเป็นร้อยละ 50.00  
 ปัญหาสถาบันการเงินไม่ให้กู้เงินและไม่มีแหล่งเงินกู้ระยะยาว คิดเป็นร้อยละ 40.90 และ

ปัญหาอยู่ในระดับ น้อย คือไม่มีแหล่งเงินกู้ระยะสั้น คิดเป็นร้อยละ 13.60

และพบว่า กิจกรรมที่ทำการตอบแบบสอบถาม ไม่ประสบปัญหา ปริมาณหนี้สูญมากเกินไป  
 ไม่มีระบบติดตามหนี้ที่มีประสิทธิภาพ และไม่ได้รับเครดิตจากบริษัทลูกค้า

ตารางที่ 19 แสดงร้อยละของกิจกรรมจำแนกตามความต้องการสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการ  
 วางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านสินค้า (Product)

ด้านสินค้า (Product)	ร้อยละความต้องการนำไปใช้			ระดับของความ ต้องการ
	ต้องการ	ไม่ต้องการ	รวม	
1. รายงานยอดขายแยกตามสินค้า	100.00	0.00	100.00	มากที่สุด
2. รายงานยอดขายแยกตามตราสินค้า	9.10	90.90	100.00	น้อย
3. รายงานยอดขายแยกตามขนาดและการบรรจุหีบห่อสินค้า	9.10	90.90	100.00	น้อย
4. รายงานกำลังการผลิตสินค้าแต่ละชนิดต่อความต้องการของลูกค้านำ	18.20	81.80	100.00	น้อย
5. รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น	59.10	40.90	100.00	มาก
6. รายงานสินค้าค้างส่ง	9.10	90.90	100.00	น้อย
7. รายงานสินค้าหมดอายุก่อนกำหนด	18.20	81.80	100.00	น้อย
8. รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า	77.30	22.70	100.00	มากที่สุด
9. รายงานของเสียต่อยอดขายรวม	68.20	31.80	100.00	มาก
10. รายงานวัตถุดิบที่ขาด	4.50	95.50	100.00	น้อย
11. ราชวัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพ	4.50	95.50	100.00	น้อย
12. รายงานคำสั่งซื้อที่เกินกำลังการผลิต	4.50	95.50	100.00	น้อย
13. รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า	95.50	4.50	100.00	มากที่สุด
14. รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า	86.40	13.60	100.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	40.26	59.74	100.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านสินค้า (Product) มีความต้องการอยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 40.26 โดยระดับความต้องการรายงานเป็นดังนี้

ความต้องการอยู่ในระดับ มากที่สุด คือรายงานยอดขายแยกตามสินค้า คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า คิดเป็นร้อยละ 95.50 รายงานรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า คิดเป็นร้อยละ 86.40 รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า เป็นร้อยละ 77.30

ความต้องการอยู่ในระดับ มาก คือรายงานของเสียต่อยอดขายรวม คิดเป็นร้อยละ 68.20 รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น คิดเป็นร้อยละ 59.10

ความต้องการอยู่ในระดับ น้อย คือ รายงานกำลังการผลิตสินค้าแต่ละชนิดต่อความต้องการของลูกค้า และรายงานสินค้าหมดอายุก่อนกำหนด เป็นร้อยละ 18.20 เท่ากัน รายงานยอดขายแยกตามตราสินค้า รายงานยอดขายแยกตามขนาดและการบรรจุหีบห่อสินค้า รายงานสินค้าค้างส่ง คิดเป็นร้อยละ 9.10 เท่ากัน และรายงานวัตถุดิบที่ขาด รายงานวัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพ รายงานคำสั่งซื้อที่เกินกำลังการผลิต ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.50 เท่ากัน

ตารางที่ 20 แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามความต้องการสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านราคา (Price)

ตลาดด้านราคา (Price)	ร้อยละความต้องการนำไปใช้			ระดับของความ ต้องการ
	ต้องการ	ไม่ต้องการ	รวม	
1. การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายทางการตลาดและยอดขาย เป้าหมายที่ตั้งไว้	27.30	72.70	100.00	ปานกลาง
2. อัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนเร็ว	4.50	95.50	100.00	น้อย
3. รายงานอัตราหมุนเวียนลูกหนี้แต่ละราย	4.50	95.50	100.00	น้อย
4. รายงานอัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ	4.50	95.50	100.00	น้อย
5. รายงานอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย	45.50	54.50	100.00	น้อย
6. รายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน	100.00	0.00	100.00	มากที่สุด
7. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	4.50	95.50	100.00	น้อย
8. รายงานการแยกค่าใช้จ่ายตามเขตการขาย	9.10	90.90	100.00	น้อย
9. รายงานการจัดสรรค่าใช้จ่ายของแต่ละกิจกรรมตาม ส่วนต่างๆ ของตลาด	4.50	95.50	100.00	น้อย
10. ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า	90.90	9.10	100.00	มากที่สุด
11. รายงานยอดขายแยกตามราคาและขนาดของสินค้า	50.00	50.00	100.00	ปานกลาง
12. รายงานของเสียในกระบวนการผลิต	63.60	36.40	100.00	มาก
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>34.08</b>	<b>65.93</b>	<b>100.00</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านราคา (Price) มีความต้องการอยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 34.08 โดยระดับความต้องการของรายงานเป็นดังนี้

ความต้องการอยู่ในระดับ มากที่สุด คือรายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า คิดเป็นร้อยละ 90.90



ความต้องการอยู่ในระดับ มาก คือ รายงานของเสียในกระบวนการผลิต คิดเป็นร้อยละ 63.60 รายงานยอดขายแยกตามราคาและขนาดของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 50

ความต้องการอยู่ในระดับ ปานกลาง คือ รายงานอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย คิดเป็นร้อยละ 45.50 การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายทางการตลาดและยอดขายเป้าหมายที่ตั้งไว้ คิดเป็นร้อยละ 27.30

ความต้องการอยู่ในระดับ น้อย คือ รายงานการแยกค่าใช้จ่ายตามเขตการขาย คิดเป็นร้อยละ 9.10 และรายงานอัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนเร็ว รายงานอัตราหมุนเวียนลูกหนี้แต่ละราย รายงานอัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ รายงานอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน คิดเป็นร้อยละ 4.50 เท่ากัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามความต้องการสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ต้องการนำไปใช้			ระดับของความ ต้องการ
	ต้องการ	ไม่ต้องการ	รวม	
1. งบกำไรขาดทุนตามช่องทางการจัดจำหน่าย	27.30	72.70	100.00	ปานกลาง
2. รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า	63.60	36.40	100.00	มาก
3. รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้าต่อยอดขาย	18.20	81.80	100.00	น้อย
4. รายงานสินค้าคืนตามลูกค้า	54.50	45.50	100.00	มาก
5. รายงานต้นทุนในการขนส่งต่อสินค้า 1 หน่วย	36.40	63.60	100.00	ปานกลาง
6. รายงานสินค้าที่แตกหักเสียหายระหว่างการขนส่ง	13.60	86.40	100.00	น้อย
7. รายงานความผิดพลาดในการส่งของ	22.70	77.30	100.00	น้อย
8. รายงานการส่งสินค้าไม่ตรงเวลาต่อการขนส่งสินค้าทั้งหมด	9.10	90.90	100.00	น้อย
9. รายงานความตรงเวลาในการส่งสินค้า	4.50	95.50	100.00	น้อย
10. รายงานการส่งสินค้าที่ไม่เต็มรถต่อจำนวนครั้งที่ส่งต่อการส่งสินค้าทั้งหมด	9.10	90.90	100.00	น้อย
11. รายงานการขายตามลูกค้า	72.70	27.30	100.00	มาก
12. รายงานการขายตามกลุ่มลูกค้า	18.20	81.80	100.00	น้อย
13. รายงานการขายตามสถานที่ขาย	45.50	54.50	100.00	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	30.42	69.58	100.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีความต้องการอยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 30.42 โดยระดับความต้องการของรายงานเป็นดังนี้

ความต้องการอยู่ในระดับ มาก คือรายงานการขายตามลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 72.20 รองลงมาคือ รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า คิดเป็นร้อยละ 63.60 รายงานสินค้าเกินตามลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 54.50

ความต้องการอยู่ในระดับ ปานกลาง คือ รายงานการขายตามสถานที่ขาย คิดเป็นร้อยละ 45.50 รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า 1 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 36.40 งบกำไรขาดทุนตามช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 27.30

ความต้องการอยู่ในระดับ น้อย คือ รายงานความผิดพลาดในการส่งของ คิดเป็นร้อยละ 22.70 รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้าต่อยอดขายและ รายงานการขายตามกลุ่มลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 18.20 รายงานสินค้าที่แตกหักเสียหายระหว่างการขนส่ง คิดเป็นร้อยละ 13.60 รายงานสินค้าที่ไม่ตรงเวลาต่อการขนส่งสินค้าทั้งหมดและ รายงานการส่งสินค้าที่ไม่เต็มรถต่อจำนวนครั้งที่ ส่งต่อการส่งสินค้าทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 9.10 รายงานความตรงเวลาในการส่งสินค้า คิดเป็นร้อยละ 4.50

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. Below the elephant, the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a semi-circle. The entire logo is rendered in a light gray color.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามความต้องการสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ต้องการนำไปใช้			ระดับของความต้องการ
	ต้องการ	ไม่ต้องการ	รวม	
1. รายงานจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการขาย	45.50	54.50	100.00	ปานกลาง
2. รายงานจำนวนลูกค้าที่มีความสนใจและตัดสินใจซื้อตามเงื่อนไขการส่งเสริมการขาย	4.50	95.50	100.00	น้อย
3. จำนวนผู้เข้าชมและความสนใจของผู้เข้าชม	9.10	90.90	100.00	น้อย
4. จำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นจากการส่งเสริมการขาย	9.10	90.90	100.00	น้อย
5. ประสิทธิภาพของโปรแกรมส่งเสริมการขายต่อยอดขายทั้งหมด	13.60	86.40	100.00	น้อย
6. อัตราส่วนของยอดขายที่เกิดจากรายการส่งเสริมการขายต่อยอดขายทั้งหมด	13.60	86.40	100.00	น้อย
7. ยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย	68.20	31.80	100.00	มาก
8. การวัดทัศนคติและความพึงพอใจของลูกค้า	18.20	81.80	100.00	น้อย
9. อัตราการทดลองสินค้าของลูกค้า	9.10	90.90	100.00	น้อย
10. สัดส่วนของคู่มือที่นำมาใช้สิทธิ์ต่อคู่มือที่แจกไป	45.50	54.50	100.00	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	23.64	76.36	100.00	น้อย

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความต้องการอยู่ในระดับ น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 23.64 โดยระดับความต้องการของรายงานเป็นดังนี้

ความต้องการอยู่ในระดับ มาก คือ รายงานยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 68.20

ความต้องการอยู่ในระดับ ปานกลาง คือ รายงานจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการขายและรายงานสัดส่วนของอุปโภคที่นำมาใช้สิทธิ์ต่ออุปโภคที่แจกไป คิดเป็นร้อยละ 45.50 เท่ากัน

ความต้องการอยู่ในระดับ น้อย คือ รายงานการวัดทัศนคติและความพึงพอใจของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 18.20 รายงานประสิทธิผลของโปรแกรมส่งเสริมการขายต่อยอดขายทั้งหมด และ รายงานอัตราส่วนของยอดขายที่เกิดจากรายการส่งเสริมการขายต่อยอดขายทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 13.60 เท่ากัน รายงานจำนวนผู้เข้าชมและความสนใจของผู้เข้าชม รายงานจำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นจากการส่งเสริมการขาย และ รายงานอัตราการทดลองสินค้าของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 9.10 เท่ากัน และรายงานจำนวนลูกค้าที่มีความสนใจและตัดสินใจซื้อตามเงื่อนไขการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 4.50

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. Below the elephant, the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a semi-circle. On either side of the elephant, there are stylized floral or sunburst-like symbols.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามความต้องการสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เกี่ยวกับพนักงานขาย

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เกี่ยวกับพนักงานขาย	ต้องการนำไปใช้			ระดับของความ ต้องการ
	ต้องการ	ไม่ต้องการ	รวม	
1. รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้	95.50	4.50	100.00	มากที่สุด
2. รายงานอัตราการเติบโตของยอดขาย(ปีปัจจุบันกับปีก่อน)	9.10	90.90	100.00	น้อย
3. รายงานยอดขายกลุ่มลูกค้าใหม่	27.30	72.70	100.00	ปานกลาง
4. รายงานยอดขายของพนักงานขายตามสินค้า	31.80	68.20	100.00	ปานกลาง
5. รายงานอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขาย	13.60	86.40	100.00	น้อย
6. อัตราส่วนครองตลาด (Market Share)	4.50	95.50	100.00	น้อย
7. อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ในการบริหารงานขาย (ROA)	0.00	100.00	100.00	น้อย
8. รายงานความถี่ของการเยี่ยม	4.50	95.50	100.00	น้อย
9. รายงานอัตราส่วนของคำสั่งซื้อต่อจำนวนครั้งที่เยี่ยม	0.00	100.00	100.00	น้อย
10. รายงานจำนวนครั้งที่เยี่ยมลูกค้าในช่วงเวลาหนึ่ง	0.00	100.00	100.00	น้อย
11. รายงานจำนวนลูกค้าเก่าที่เสียไป	9.10	90.90	100.00	น้อย
12. รายงานสัดส่วนลูกค้าใหม่ต่อลูกค้าทั้งหมดของพนักงานขาย	4.50	95.50	100.00	น้อย
13. รายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย	90.90	9.10	100.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	22.37	77.63	100.00	น้อย

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เกี่ยวกับพนักงานขาย มีความต้องการอยู่ในระดับ น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 22.37 โดยระดับความต้องการของรายงานเป็นดังนี้

ความต้องการอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ คิดเป็นร้อยละ 95.50 รองลงมาคือ รายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 90.90

ความต้องการอยู่ในระดับ ปานกลาง คือ รายงานยอดขายของพนักงานขายตามสินค้า คิดเป็นร้อยละ 31.80 รายงานยอดขายกลุ่มลูกค้าใหม่ คิดเป็นร้อยละ 27.30

ความต้องการอยู่ในระดับ น้อย คือ รายงานอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขาย คิดเป็นร้อยละ 13.60 รายงานจำนวนลูกค้าเก่าที่เสียไป คิดเป็นร้อยละ 9.10 ต่อมาคือ รายงานอัตราส่วนครองตลาด (Market Share) และ รายงานความถี่ของการเยี่ยม คิดเป็นร้อยละ 4.50 เท่ากัน

ส่วนรายงานอัตราส่วนของคำสั่งซื้อต่อจำนวนครั้งที่เยี่ยม รายงานจำนวนครั้งที่เยี่ยมลูกค้า และ อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ในการบริหารงานขาย (ROA) ไม่มีกิจการใดต้องการรายงานดังกล่าว

**ส่วนที่ 4** ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ตามส่วนประสมการตลาดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งแสดงในตารางที่ 24 – ตารางที่ 29 ดังนี้

ตารางที่ 24 แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามการนำสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านสินค้า (Product)

ด้านสินค้า (Product)	การนำไปใช้			ระดับการนำไปใช้
	นำไปใช้	ไม่นำไปใช้	รวม	
1. รายงานยอดขายแยกตามสินค้า	100.00	0.00	100.00	มากที่สุด
2. รายงานยอดขายแยกตามตราสินค้า	9.10	90.90	100.00	น้อย
3. รายงานยอดขายแยกตามขนาดและการบรรจุหีบห่อสินค้า	4.50	95.50	100.00	น้อย
4. รายงานกำลังการผลิตสินค้าแต่ละชนิดต่อความต้องการของลูกค้า	4.50	95.50	100.00	น้อย
5. รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น	27.30	72.70	100.00	ปานกลาง
6. รายงานสินค้าค้างส่ง	13.60	86.40	100.00	น้อย
7. รายงานสินค้าหมดอายุก่อนกำหนด	9.10	90.90	100.00	น้อย
8. รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า	36.40	63.60	100.00	ปานกลาง
9. รายงานของเสียต่อยอดขายรวม	50.00	50.00	100.00	ปานกลาง
10. รายงานวัตถุดิบที่ขาด	0.00	100.00	100.00	น้อย
11. รายวัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพ	4.50	95.50	100.00	น้อย
12. รายงานคำสั่งซื้อที่เกินกำลังการผลิต	0.00	100.00	100.00	น้อย
13. รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า	95.50	4.50	100.00	มากที่สุด
14. รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า	72.70	27.30	100.00	มาก
ค่าเฉลี่ย	30.51	69.49	100.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านสินค้า (Product) มีการนำไปใช้อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 30.51 โดยระดับการนำไปใช้ของรายงานเป็นดังนี้

การนำไปใช้อยู่ในระดับ มากที่สุด คือ รายงานยอดขายแยกตามสินค้า คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า คิดเป็นร้อยละ 95.50



การนำไปใช้ในระดับ มาก คือ รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้าคิดเป็นร้อยละ 72.70

การนำไปใช้ในระดับ ปานกลาง คือ รายงานของเสียต่อยอดขายรวม คิดเป็นร้อยละ 50 รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า คิดเป็นร้อยละ 36.40 รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น คิดเป็นร้อยละ 27.30

การนำไปใช้ในระดับ น้อย คือ รายงานสินค้าค้างส่ง คิดเป็นร้อยละ 13.60 รายงานยอดขายแยกตามตราสินค้าและรายงานสินค้าหมดอายุก่อนกำหนด คิดเป็นร้อยละ 9.10 เท่ากัน รายงานยอดขายแยกตามขนาดและการบรรจุหีบห่อสินค้า รายงานกำลังการผลิตสินค้าแต่ละชนิดต่อความต้องการของลูกค้า และรายงานวัตถุดิบไม่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 4.50

ส่วนรายงานวัตถุดิบที่ขาด และรายงานคำสั่งซื้อที่เกินกำลังการผลิต ไม่มีกิจการในกลุ่มตัวอย่างใดนำรายงานดังกล่าวไปใช้

ตารางที่ 25 แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามการนำสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านราคา (Price)

ด้านราคา (Price)	การนำไปใช้			ระดับการนำไปใช้
	นำไปใช้	ไม่นำไปใช้	รวม	
1. การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายทางการตลาดและยอดขายเป้าหมายที่ตั้งไว้	27.30	72.70	100.00	ปานกลาง
2. อัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนเร็ว	4.50	95.50	100.00	น้อย
3. รายงานอัตรามูลหนี้สินนี้แต่ละราย	9.10	90.90	100.00	น้อย
4. รายงานอัตรามูลหนี้สินของสินค้าคงเหลือ	4.50	95.50	100.00	น้อย
5. รายงานอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย	36.40	63.60	100.00	ปานกลาง
6. รายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน	95.50	4.50	100.00	มากที่สุด
7. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	9.10	90.90	100.00	น้อย
8. รายงานการแยกค่าใช้จ่ายตามเขตการขาย	4.50	95.50	100.00	น้อย
9. รายงานการจัดสรรค่าใช้จ่ายของแต่ละกิจกรรมตามส่วนต่างๆ ของตลาด	4.50	95.50	100.00	น้อย
10. ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า	90.90	9.10	100.00	มากที่สุด
11. รายงานยอดขายแยกตามราคาและขนาดของสินค้า	40.90	59.10	100.00	ปานกลาง
12. รายงานของเสียในกระบวนการผลิต	36.40	63.60	100.00	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	30.30	69.70	100.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านราคา (Price) มีการนำไปใช้อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 30.30 โดยระดับการนำไปใช้ของรายงานเป็นดังนี้

การนำไปใช้อยู่ในระดับ มากที่สุด คือ รายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน คิดเป็นร้อยละ 95.50 รองลงมาคือ รายงานข้อมูลต้นทุนสินค้า คิดเป็นร้อยละ 90.90

การนำไปใช้อู่ในระดับ ปานกลาง คือ รายงานยอดขายแยกตามราคาและขนาดของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 40.90 รายงานอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายและรายงานของเสียในกระบวนการผลิต คิดเป็นร้อยละ 36.40 เท่ากัน รายงานการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายทางการตลาดและยอดขายเป้าหมายที่ตั้งไว้ คิดเป็นร้อยละ 27.30

การนำไปใช้อู่ในระดับ น้อย คือ รายงานอัตราหมุนเวียนลูกหนี้แต่ละรายและอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน คิดเป็นร้อยละ 9.10 เท่ากัน อันดับต่อมาคือรายงานอัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนเร็ว รายงานอัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และรายงานการจัดสรรค่าใช้จ่ายของแต่ละกิจกรรมตามส่วนต่างๆ ของตลาด คิดเป็นร้อยละ 4.50 เท่ากัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามการนำสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	การนำไปใช้			ระดับการนำไปใช้
	นำไปใช้	ไม่นำไปใช้	รวม	
1. งบกำไรขาดทุนตามช่องทางการจัดจำหน่าย	4.5	95.5	100.00	น้อย
2. รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า	40.90	59.10	100.00	ปานกลาง
3. รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้าต่อยอดขาย	4.50	95.50	100.00	น้อย
4. รายงานสินค้าคืนตามลูกค้า	72.70	27.30	100.00	มาก
5. รายงานต้นทุนในการขนส่งต่อสินค้า 1 หน่วย	9.10	90.90	100.00	น้อย
6. รายงานสินค้าที่แตกหักเสียหายระหว่างการขนส่ง	9.10	90.90	100.00	น้อย
7. รายงานความผิดพลาดในการส่งของ	4.50	95.50	100.00	น้อย
8. รายงานการส่งสินค้าไม่ตรงเวลาต่อการขนส่งสินค้าทั้งหมด	9.10	90.90	100.00	น้อย
9. รายงานความตรงเวลาในการส่งสินค้า	4.50	95.50	100.00	น้อย
10. รายงานการส่งสินค้าที่ไม่เต็มรถต่อจำนวนครั้งที่ส่งต่อการส่งสินค้าทั้งหมด	4.50	95.50	100.00	น้อย
11. รายงานการขายตามลูกค้า	72.70	27.30	100.00	มาก
12. รายงานการขายตามกลุ่มลูกค้า	4.50	95.50	100.00	น้อย
13. รายงานการขายตามสถานที่ขาย	36.40	63.60	100.00	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	21.37	78.69	100.00	น้อย

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านการจัดจำหน่าย (Place) มีการนำไปใช้อยู่ในระดับ น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 21.37 โดย ระดับการนำไปใช้เป็นดังนี้

การนำไปใช้อยู่ในระดับ มาก คือ รายงานที่นำไปใช้เป็นอันดับแรกคือ รายงานสินค้าคืบตามลูกค้าและรายงานการขายตามลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 72.70

การนำไปใช้อยู่ในระดับ ปานกลาง คือรายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า คิดเป็นร้อยละ 40.90 รายงานการขายตามสถานที่ขาย คิดเป็นร้อยละ 36.40

การนำไปใช้อยู่ในระดับ น้อย คือ รายงานต้นทุนในการขนส่งต่อสินค้า 1 หน่วย รายงานสินค้าที่แตกหักเสียหายระหว่างการขนส่ง และรายงานการส่งสินค้าไม่ตรงเวลาต่อการขนส่งสินค้าทั้งหมด มีการนำไปใช้อยู่ในระดับ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.10 เท่ากัน อันดับต่อมาคือ งบกำไรขาดทุนตามช่องทางการจัดจำหน่าย รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้าต่อยอดขาย รายงานความผิดพลาดในการส่งของ รายงานความตรงเวลาในการส่งสินค้า รายงานการส่งสินค้าที่ไม่เต็มรถต่อจำนวนครั้งที่ส่งต่อการส่งสินค้าทั้งหมด และ รายงานการขายตามกลุ่มลูกค้า มีการนำไปใช้อยู่ในระดับ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.50 เท่ากัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามการนำสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	การนำไปใช้			ระดับการนำไปใช้
	นำไปใช้	ไม่นำไปใช้	รวม	
1. รายงานจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการขาย	27.30	72.70	100.00	ปานกลาง
2. รายงานจำนวนลูกค้าที่มีความสนใจและตัดสินใจซื้อตามเงื่อนไขการส่งเสริมการขาย	0.00	100.00	100.00	น้อย
3. จำนวนผู้เข้าชมและความสนใจของผู้เข้าชม	0.00	100.00	100.00	น้อย
4. จำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นจากการส่งเสริมการขาย	9.10	90.90	100.00	น้อย
5. ประสิทธิภาพของโปรแกรมส่งเสริมการขายต่อยอดขายทั้งหมด	4.50	95.50	100.00	น้อย
6. อัตราส่วนของยอดขายที่เกิดจากรายการส่งเสริมการขายต่อยอดขายทั้งหมด	4.50	95.50	100.00	น้อย
7. ยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย	72.70	27.30	100.00	มาก
8. การวัดทัศนคติและความพึงพอใจของลูกค้า	4.50	95.50	100.00	น้อย
9. อัตราการทดลองสินค้าของลูกค้า	0.00	100.00	100.00	น้อย
10. สัดส่วนของคู่มือที่นำมาใช้สิทธิ์ต่อคู่มือที่แจกไป	27.30	72.70	100.00	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	14.99	85.01	100.00	น้อย

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) มีการนำไปใช้อยู่ในระดับ น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 14.99 โดยระดับการนำไปใช้ เป็นดังนี้

การนำไปใช้ในระดับ มาก คือ รายงานยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 72.70 รองลงมาคือ

การนำไปใช้ในระดับ ปานกลาง คือ รายงานจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการขาย และรายงานสัดส่วนของคู่แข่งที่นำมาใช้สิทธิ์ต่อคู่แข่งที่แจกไป คิดเป็นร้อยละ 27.30

การนำไปใช้ในระดับ น้อย คือ รายงานจำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นจากการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 9.10 อันดับต่อมาคือ ประสิทธิภาพของโปรแกรมส่งเสริมการขายต่อยอดขายทั้งหมด รายงานอัตราส่วนของยอดขายที่เกิดขึ้นจากรายการส่งเสริมการขายต่อยอดขายทั้งหมด และรายงานการวัดทัศนคติและความพึงพอใจของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 4.50 เท่ากัน

ส่วน รายงานจำนวนลูกค้าที่มีความสนใจและตัดสินใจซื้อตามเงื่อนไขการส่งเสริมการขาย รายงานจำนวนผู้เข้าชมและความสนใจของผู้เข้าชม และรายงานอัตราการทดลองสินค้าของลูกค้า ไม่มีกิจการใดนำรายงานดังกล่าวมาใช้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงร้อยละของกิจการจำแนกตามการนำสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เกี่ยวกับพนักงานขาย

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เกี่ยวกับพนักงานขาย	การนำไปใช้			ระดับการนำไปใช้
	นำไปใช้	ไม่นำไปใช้	รวม	
1. รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้	100.00	0.00	100.00	มากที่สุด
2. รายงานอัตราการเติบโตของยอดขาย(ปีปัจจุบันกับปีก่อน)	22.70	77.30	100.00	น้อย
3. รายงานยอดขายกลุ่มลูกค้าใหม่	22.70	77.30	100.00	น้อย
4. รายงานยอดขายของพนักงานขายตามสินค้า	22.70	77.30	100.00	น้อย
5. รายงานอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขาย	0.00	100.00	100.00	น้อย
6. อัตราส่วนครองตลาด (Market Share)	4.50	95.50	100.00	น้อย
7. อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ในการบริหารงานขาย (ROA)	0.00	100.00	100.00	น้อย
8. รายงานความถี่ของการเยี่ยม	0.00	100.00	100.00	น้อย
9. รายงานอัตราส่วนของคำสั่งซื้อต่อจำนวนครั้งที่เยี่ยม	0.00	100.00	100.00	น้อย
10. รายงานจำนวนครั้งที่เยี่ยมลูกค้าในช่วงเวลาหนึ่ง	0.00	100.00	100.00	น้อย
11. รายงานจำนวนลูกค้าเก่าที่เสียไป	4.50	95.50	100.00	น้อย
12. รายงานสัดส่วนลูกค้าใหม่ต่อลูกค้าทั้งหมดของพนักงานขาย	18.20	81.80	100.00	น้อย
13. รายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย	81.80	18.20	100.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	21.32	78.68	100.00	น้อย

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) เกี่ยวกับพนักงานขาย มีการนำไปใช้อยู่ในระดับ น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 21.32 โดยระดับการนำไปใช้เป็นอย่างนี้



การนำไปใช้อยู่ในระดับ มากที่สุด คือ รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ รายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 81.80

การนำไปใช้อยู่ในระดับ น้อย คือรายงานอัตราการเติบโตของยอดขาย(ปีปัจจุบันกับปีก่อน) รายงานยอดขายกลุ่มลูกค้าใหม่ และรายงานยอดขายของพนักงานขายตามสินค้า คิดเป็นร้อยละ 22.70 เท่ากัน รายงานสัดส่วนลูกค้าใหม่ต่อลูกค้าทั้งหมดของพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 18.20 อันดับต่อมาคือ รายงานอัตราส่วนครองตลาด (Market Share) และรายงานจำนวนลูกค้าเก่าที่เสียไป คิดเป็นร้อยละ 4.50 เท่ากัน

ส่วนรายงานอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขาย รายงานอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ในการบริหารงานขาย (ROA) รายงานความถี่ของการเยี่ยม รายงานอัตราส่วนของคำสั่งซื้อต่อจำนวนครั้งที่เยี่ยม และรายงานจำนวนครั้งที่เยี่ยมลูกค้าในช่วงเวลาหนึ่ง ไม่มีกิจการใดในกลุ่มตัวอย่างนำไปใช้

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยร้อยละของกิจการจำแนกตามปัญหาในการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

ปัญหาในการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด	ร้อยละของการเกิดขึ้นของปัญหา			ระดับของปัญหา
	มีปัญหา	ไม่มีปัญหา	รวม	
1. พนักงานบัญชีมีจำนวนไม่เพียงพอ	9.10	90.90	100.00	น้อย
2. พนักงานบัญชีไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอ	54.50	45.50	100.00	มาก
3. ข้อมูลทางการบัญชีมีความล่าช้าเนื่องจากระบบข้อมูล	86.40	13.60	100.00	มากที่สุด
4. ความถูกต้องของข้อมูล	86.40	13.60	100.0	มากที่สุด
5. ความยุ่งยากในการพยากรณ์ข้อมูลในอนาคต (งบประมาณ)	63.60	36.40	100.00	มาก
6. ข้อมูลทางการบัญชีไม่ตรงตามความต้องการของฝ่ายการตลาด	40.90	59.10	100.00	ปานกลาง
7. ฝ่ายการตลาดไม่ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่นำเสนอ	13.60	86.40	100.00	น้อย
8. ไม่มีการตกลงร่วมกันระหว่างฝ่ายบัญชีกับฝ่ายการตลาดในด้านข้อมูลที่ต้องการ	4.50	95.50	100.00	น้อย
9. ไม่ได้รับการสนับสนุนให้มีการนำวิธีการทางบัญชี หรือวิธีการทางการตลาดใหม่ๆ มาใช้ในกิจการ	9.10	90.90	100.00	น้อย
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>40.9</b>	<b>59.1</b>	<b>100.00</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 29 พบว่า ปัญหาในการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดนั้น ปัญหาเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.90 โดยระดับของปัญหาเป็นดังนี้

ปัญหาอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ ข้อมูลทางการบัญชีมีความล่าช้าเนื่องจากระบบข้อมูล และความถูกต้องของข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 86.40

ปัญหาอยู่ในระดับ มาก คือ ความยุ่งยากในการพยากรณ์ข้อมูลในอนาคต(งบประมาณ) คิดเป็นร้อยละ 63.60 พนักงานบัญชีไม่มีความรู้ความสามารถ คิดเป็นร้อยละ 54.50

ปัญหาอยู่ในระดับ ปานกลาง คือข้อมูลทางการบัญชีไม่ตรงตามความต้องการของฝ่ายการตลาด คิดเป็นร้อยละ 40.90 ฝ่ายการตลาดไม่ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่นำเสนอ คิดเป็นร้อยละ 13.60 อันดับต่อมาคือ พนักงานบัญชีมีจำนวนไม่เพียงพอ และไม่ได้รับการสนับสนุนให้มีการนำวิธีการทางบัญชี หรือวิธีการทางการตลาดใหม่ๆ มาใช้ในกิจการ คิดเป็นร้อยละ 9.10 เท่ากันและ ไม่มีการตกลงร่วมกันระหว่างฝ่ายบัญชีกับฝ่ายการตลาดในด้านข้อมูลที่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพองค์กรแยกตามลักษณะธุรกิจ

ตารางที่ 30 แสดงลักษณะการจัดจำหน่ายของกิจการแยกตามลักษณะธุรกิจ

ลักษณะการจัดจำหน่ายของกิจการ	ลักษณะธุรกิจ		
	กิจการเจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
ขายส่งร้านค้าทั่วไป	57.14 มาก	33.33 ปานกลาง	80.00 มากที่สุด
มีร้านขายปลีกเองในห้างสรรพสินค้า	7.14 น้อย	33.33 ปานกลาง	40.00 ปานกลาง
ขายและผลิตตามคำสั่งซื้อ	92.86 มากที่สุด	33.33 ปานกลาง	80.00 มากที่สุด
ฝากขาย	57.14 มาก	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด
ขายปลีกร่วมกับร้านกาแฟ	35.71 ปานกลาง	66.67 มาก	20.00 น้อย
มีร้านขายปลีกที่โรงงาน	28.57 ปานกลาง	0.00 น้อย	40.00 ปานกลาง

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 22 ราย

จากตารางที่ 30 พบว่า กิจการเจ้าของคนเดียว มีลักษณะการจัดจำหน่าย โดยการขายและผลิตตามคำสั่งซื้อ ในระดับ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.86 รองลงมาคือ ขายส่งร้านค้าทั่วไปและฝากขาย ในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 57.14 เท่ากัน ขายปลีกร่วมกับร้านกาแฟ ในระดับปานกลาง

คิดเป็นร้อยละ 35.71 มีร้านขายปลีกที่โรงงาน ในระดับ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.57 และมีร้านขายปลีกเองในห้างสรรพสินค้า ในระดับ น้อย คิดเป็นร้อยละ 7.14

ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีลักษณะการจัดจำหน่าย โดย การฝากขายและขายปลีกร่วมกับร้านกาแฟ ในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ ขายส่งร้านค้าทั่วไป มีร้านขายปลีกเองในห้างสรรพสินค้าและขายและผลิตตามคำสั่งซื้อ ในระดับ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.33

บริษัท จำกัด มีลักษณะการจัดจำหน่าย โดย การขายส่งร้านค้าทั่วไป ขายและผลิตตามคำสั่งซื้อและฝากขาย ในระดับ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80 มีร้านขายปลีกเองในห้างสรรพสินค้า และมีร้านขายปลีกที่โรงงาน ในระดับ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40 และ ขายปลีกร่วมกันร้านกาแฟ ในระดับ น้อย คิดเป็น ร้อยละ 20

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a serif font along the bottom inner edge of the circle. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายแยกตามลักษณะธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่าย	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปดผล	ร้อยละ แปดผล	ร้อยละ แปดผล
ขนมปังไส้ต่างๆ	71.43 มาก	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด
ขนมปังปอนด์	57.14 มาก	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด
แซนวิช	92.86 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด
ขนมเค้กต่างๆ	85.71 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด
กลุ่มพิซซ่าและครัวซอง	50.00 ปานกลาง	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
เอแคลร์	28.57 ปานกลาง	33.33 ปานกลาง	60.00 ปานกลาง
โดนัท	0.00 น้อย	0.00 น้อย	20.00 น้อย
คุกกี้	57.14 มาก	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด
ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่เน้นคุณค่าทางอาหาร	0.00 น้อย	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 22 ราย

จากตารางที่ 31 พบว่า ในกิจการเจ้าของคนเดียวมีการผลิตและจำหน่าย ในระดับ มากที่สุด คือ แซนวิช ร้อยละ 92.86 และขนมเค้กต่างๆ ร้อยละ 85.71 ในระดับ มาก คือ ขนมปังไส้ต่างๆ ร้อย

ละ 71.43 ขนมห้างปอนด์ และคูกี้ ร้อยละ 57.14 ในระดับ ปานกลาง คือ กลุ่มพิบพายและครัวซอง และ แอแคร้ ร้อยละ 28.57

ในกิจการห้างหุ้นส่วน มีการผลิตและจำหน่าย ในระดับ มากที่สุด คือ ขนมห้างไส้ต่างๆ แชนวิช ขนมหั้กต่างๆ กลุ่มพิบพายและครัวซอง คิดเป็นร้อยละ 100 อยู่ในระดับ ปานกลาง คือ ขนมห้างปอนด์ คูกี้ ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่เน้นคุณค่าทางอาหาร คิดเป็นร้อยละ 66.67 และ แอแคร้ คิดเป็นร้อยละ 33.33

บริษัท จำกัด มีการผลิตและจำหน่าย ในระดับ มากที่สุด คือ ขนมห้างไส้ต่างๆ แชนวิช ขนมหั้กต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 100 ขนมห้างปอนด์ กลุ่มพิบพายและครัวซอง คูกี้ และผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางอาหาร คิดเป็นร้อยละ 80 ในระดับ มาก คือ แอแคร้ คิดเป็นร้อยละ 60 ในระดับ น้อย คือ โดนัท คิดเป็นร้อยละ 20

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงผลิตภัณฑ์หลักที่ผลิตและจำหน่ายแยกตามลักษณะธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์หลักที่ผลิตและจำหน่าย	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
ขนมปังไส้ต่างๆ	57.14 มาก	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด
ขนมปังปอนด์	42.86 ปานกลาง	33.33 ปานกลาง	60.00 มาก
แซนวิช	50.00 ปานกลาง	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด
ขนมเค้กต่างๆ	57.14 มาก	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
กลุ่มพิซซ่าและครัวซอง	28.57 ปานกลาง	33.33 ปานกลาง	40.00 ปานกลาง
เอแคลร์	7.14 น้อย	0.00 น้อย	20.00 น้อย
โดนัท	0.00 น้อย	0.00 น้อย	0.00 น้อย
คุกกี้	35.71 ปานกลาง	0.00 น้อย	20.00 น้อย
ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่เน้นคุณค่าทางอาหาร	0.00	0.00	0.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 22 ราย

จากตารางที่ 32 พบว่า ผลิตภัณฑ์หลักที่ผลิตและจำหน่าย ในกิจการเจ้าของคนเดียว ในระดับมาก คือ ขนมปังไส้ต่างๆ และขนมเค้กต่างๆ ในระดับ ปานกลาง คือ แซนวิช ขนมปังปอนด์ คุกกี้ พิซซ่าและครัวซอง และเอแคลร์

ในกิจการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ในระดับมากที่สุด คือ ขนมปังไส้ต่างๆ และขนมเค้กต่างๆ ในระดับ มาก คือ แซนวิชในระดับ ปานกลาง คือ ขนมปังปอนด์ พิซซ่าและครัวซอง

ในกิจการที่เป็นบริษัทจำกัด ในระดับมากที่สุด คือ ขนมปังไส้ต่างๆ และขนมเค้กต่างๆและ  
แซนวิช ในระดับ มาก คือ ขนมปังปอนด์ ในระดับ ปานกลาง คือ พับพายและครัวซอง

ตารางที่ 33 แสดงราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แยกตามลักษณะธุรกิจ

ราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์ เบเกอรี่	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
5-20 บาท	57.14 มาก	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด
21-50 บาท	57.14 มาก	100.00 มากที่สุด	40.00 ปานกลาง
51-80 บาท	42.86 ปานกลาง	33.33 ปานกลาง	40.00 ปานกลาง
81 บาทขึ้นไป	21.43 น้อย	33.33 ปานกลาง	40.00 ปานกลาง

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 22 ราย

จากตารางที่ 33 พบว่า กิจการเจ้าของคนเดียวจะมีราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ใน  
ระดับมาก อยู่ที่ ราคา 5-20 บาท และ 21-50 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.14 ในระดับปานกลาง อยู่ที่  
ราคา 51 – 80 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.86 แต่ในระดับน้อย อยู่ที่ราคา 81 บาทขึ้นไป

ห้างหุ้นส่วนจำกัด จะมีราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ในระดับ มากที่สุด อยู่ที่ ราคา 21-  
50 บาท คิดเป็นร้อยละ 100 ในระดับ มาก อยู่ที่ราคา 5-20 บาท คิดเป็น ร้อยละ 66.67 ในระดับ  
ปานกลาง อยู่ที่ราคา 51-80 บาท และ 81 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 33.33

บริษัท จำกัด จะมีราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ในระดับมากที่สุด อยู่ที่ราคา 5-20 บาท  
คิดเป็นร้อยละ 100 ในระดับ ปานกลาง อยู่ที่ราคา 21-50 บาท 51-80 บาท และ 81 บาทขึ้นไปคิด  
เป็นร้อยละ 40



ตารางที่ 34 แสดงมูลค่าสินทรัพย์ ทุนจดทะเบียน และมูลค่าขายแยกตามลักษณะธุรกิจ

มูลค่าสินทรัพย์รวม	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
ต่ำกว่า 30 ล้านบาท	100.00 มากที่สุด	66.67 มาก	0.00 น้อย
30 – 50 ล้านบาท	0.00 น้อย	33.33 ปานกลาง	40.00 ปานกลาง
50 – 70 ล้านบาท	0.00 น้อย	0.00 น้อย	20.00 น้อย
มากกว่า 70 ล้านบาท	0.00 น้อย	0.00 น้อย	40.00 ปานกลาง
<b>มูลค่าของทุนจดทะเบียน</b>			
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	100.00 มากที่สุด	33.33 ปานกลาง	0.00 น้อย
1 - 5 ล้านบาท	0.00 น้อย	66.67 มาก	20.00 น้อย
5.1 – 10 ล้านบาท	0.00 น้อย	0.00 น้อย	20.00 น้อย
มากกว่า 30 ล้านบาท	0.00 น้อย	0.00 น้อย	60.00 มาก
<b>มูลค่ายอดขายต่อปี</b>			
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	35.71 ปานกลาง	0.00 น้อย	0.00 น้อย
1 - 10 ล้านบาท	50.00 ปานกลาง	33.33 ปานกลาง	0.00 น้อย
10.1 – 20 ล้านบาท	14.29 น้อย	0.00 น้อย	0.00 น้อย

ตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงมูลค่าสินทรัพย์ ทุนจดทะเบียน และมูลค่าขายแยกตามลักษณะธุรกิจ

มูลค่าสินทรัพย์รวม	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
20.1 – 30 ล้านบาท	0.00 น้อย	66.67 มาก	20.00 น้อย
มากกว่า 30 ล้านบาท	0.00 น้อย	0.00 น้อย	80.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่า กิจการเจ้าของคนเดียว มีมูลค่าสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 30 ล้านบาท มูลค่าทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 1 ล้านบาท และมูลค่ายอดขายต่อปี ส่วนใหญ่อยู่ที่ 1-10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 50 ต่ำกว่า 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 35.71 และ 10.1 – 20 ล้านบาท คิดเป็น 14.29

ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีมูลค่าสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 30 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 66.67 และ 30- 50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 33.33 มีมูลค่าทุนจดทะเบียน 1-5 ล้านบาทคิดเป็น 66.67 และ ต่ำกว่า 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 33.33 มีมูลค่ายอดขายต่อปี 20.1-30 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 66.67 และ 1-10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 33.33

บริษัทจำกัด มีมูลค่าสินทรัพย์รวม 30-50 ล้านบาท และ มากกว่า 70 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 40 และ 50- 70 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 20 มีมูลค่าทุนจดทะเบียน มากกว่า 30 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 60 ทุนจดทะเบียน 1-5 ล้านบาทและ 5.1- 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 20 มีมูลค่ายอดขายต่อปี มากกว่า 30 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 80 และ 20.1- 30 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 35 แสดงวิธีการจัดทำบัญชี โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ และความพึงพอใจในการดำเนินงาน แยกตามลักษณะธุรกิจ

วิธีการจัดทำบัญชี	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
จัดทำโดยระบบบันทึกด้วยมือในสมุด	0.00 น้อย	0.00 น้อย	0.00 น้อย
จัดทำโดยระบบบันทึกบัญชีโดยคอมพิวเตอร์	0.00 น้อย	0.00 น้อย	60.00 มาก
ใช้ทั้งระบบบันทึกด้วยมือในสมุดและระบบคอมพิวเตอร์ร่วมกัน	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	40.00 ปานกลาง
<b>โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้</b>			
โปรแกรมสำเร็จทางการบัญชี	0.00 น้อย	0.00 น้อย	0.00 น้อย
โปรแกรมทางการบัญชีที่พัฒนาขึ้นมาเอง	0.00 น้อย	0.00 น้อย	40.00 น้อย
โปรแกรมพื้นฐาน Microsoft office	50.00 ปานกลาง	0.00 น้อย	0.00 น้อย
ใช้โปรแกรมสำเร็จทางการบัญชีร่วมกับโปรแกรมพื้นฐาน Microsoft office	50.00 ปานกลาง	66.67 มาก	60.00 มาก
ใช้โปรแกรมทางการบัญชีที่พัฒนาขึ้นมาเองร่วมกับโปรแกรมพื้นฐาน Microsoft office	0.00 น้อย	33.33 ปานกลาง	0.00 น้อย
<b>ความพึงพอใจในการดำเนินงาน</b>			
น่าพอใจ	78.57 มาก	100.00 มากที่สุด	40.00 ปานกลาง
ไม่น่าพอใจ	21.43 น้อย	0.00 น้อย	60.00 มาก

จากตารางที่ 35 พบว่า กิจการเจ้าของคนเดียวใช้ทั้งระบบบันทึกด้วยมือในสมุดและระบบคอมพิวเตอร์ร่วมกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100 โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้จะใช้โปรแกรมพื้นฐาน Microsoft office เพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 50 และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีและใช้โปรแกรมพื้นฐาน Microsoft office ร่วมกัน คิดเป็นร้อยละ 50 และกิจการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการดำเนินงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับน่าพอใจ มาก

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ใช้ทั้งระบบบันทึกด้วยมือในสมุดและระบบคอมพิวเตอร์ร่วมกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100 ใช้ทั้งระบบบันทึกด้วยมือในสมุดและระบบคอมพิวเตอร์ร่วมกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100 โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีและใช้โปรแกรมพื้นฐาน Microsoft office ร่วมกัน คิดเป็นร้อยละ 66.67 และใช้โปรแกรมทางการบัญชีที่พัฒนาขึ้นมาเองและใช้โปรแกรมพื้นฐาน Microsoft office ร่วมกัน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และกิจการห้างหุ้นส่วน มีผลการดำเนินงาน ที่น่าพอใจ

บริษัท จำกัด มีวิธีการจัดทำบัญชีโดยจัดทำโดยระบบบันทึกบัญชีโดยคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 60 ใช้ทั้งระบบบันทึกด้วยมือในสมุดและระบบคอมพิวเตอร์ร่วมกัน คิดเป็นร้อยละ 40 โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีและใช้โปรแกรมพื้นฐาน Microsoft office ร่วมกัน คิดเป็นร้อยละ 60 และ ใช้โปรแกรมทางการบัญชีที่พัฒนาขึ้นมาเอง คิดเป็นร้อยละ 40

#### ส่วนที่ 7 ความต้องการและการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแยกตามลักษณะธุรกิจ

แสดงความต้องการและการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแยกตามลักษณะธุรกิจ โดยแยกตามส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน คือ ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 36 แสดงปัญหาที่กิจการประสบด้านการตลาดแยกตามลักษณะธุรกิจ

ปัญหาที่กิจการประสบด้านการตลาด	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
1. จำนวนลูกค้าเดิมที่ลดลง	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	60.00 มาก
2. จำนวนลูกค้าใหม่ที่ลดลง	92.86 มากที่สุด	33.33 ปานกลาง	40.00 ปานกลาง
3. ปริมาณการสั่งซื้อต่อลูกค้าแต่ละรายลดลง	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด
4. ลูกค้าต่อรองราคามากเกินไป	21.43 น้อย	33.33 ปานกลาง	20.00 น้อย
5. ลูกค้ายืดระยะเวลาชำระเงินนานเกินไป	7.14 น้อย	33.33 ปานกลาง	20.00 น้อย
6. พนักงานขายมีความสามารถน้อย	21.43 น้อย	33.33 ปานกลาง	40.00 ปานกลาง
7. คู่แข่งขันขนาดใกล้เคียงกันเพิ่มมากขึ้น	92.86 มากที่สุด	66.67 มาก	60.00 มาก
8. คู่แข่งขันขนาดใหญ่กว่าเพิ่มมากขึ้น	85.71 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	60.00 มาก
9. คู่แข่งขันขนาดเล็กกว่าเพิ่มมากขึ้น	92.86 มากที่สุด	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด
10. คุณภาพสินค้าสู้คู่แข่งไม่ได้	28.57 ปานกลาง	0.00 ไม่มีปัญหา	20.00 น้อย
11. ราคาสู้คู่แข่งไม่ได้	50.00 ปานกลาง	0.00 ไม่มีปัญหา	20.00 น้อย

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงปัญหาที่กิจการประสบด้านการตลาดแยกตามลักษณะธุรกิจ

ปัญหาที่กิจการประสบด้านการตลาด	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
12. ช่องทางการจัดจำหน่ายสู้คู่แข่งไม่ได้	85.71 มากที่สุด	66.67 มาก	40.00 ปานกลาง
13. การโฆษณาและการส่งเสริมการขายสู้คู่แข่งไม่ได้	85.71 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	40.00 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>66.48</b> มาก	<b>56.41</b> มาก	<b>46.15</b> ปานกลาง

จากตารางที่ 36 พบว่ากิจการเจ้าของคนเดียวประสบปัญหาด้านการตลาดในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 66.48 โดย

ปัญหาที่ประสบ ในระดับมากที่สุดคือ จำนวนลูกค้าเดิมที่ลดลง จำนวนลูกค้าใหม่มีลดลง ปริมาณการสั่งซื้อต่อลูกค้าแต่ละรายลดลง คู่แข่งขันขนาดใกล้เคียงกันเพิ่มมากขึ้น คู่แข่งขันขนาดใหญ่กว่าเพิ่มมากขึ้น คู่แข่งขันขนาดเล็กกว่าเพิ่มมากขึ้น ช่องทางการจัดจำหน่ายสู้คู่แข่งไม่ได้ และการโฆษณาและการส่งเสริมการขายสู้คู่แข่งไม่ได้

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ประสบปัญหาด้านการตลาดในระดับ ปานกลาง ค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 56.41 โดย

ปัญหาที่ประสบ ในระดับ มากที่สุดคือ จำนวนลูกค้าเดิมที่ลดลง ปริมาณการสั่งซื้อต่อลูกค้าแต่ละรายลดลง คู่แข่งขันขนาดใหญ่กว่าเพิ่มมากขึ้น และการโฆษณาและการส่งเสริมการขายสู้คู่แข่งไม่ได้

ปัญหาที่ประสบในระดับ มาก คือ คู่แข่งขันขนาดใกล้เคียงกันเพิ่มมากขึ้น คู่แข่งขันขนาดเล็กกว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายสู้คู่แข่งไม่ได้

บริษัท จำกัด ประสบปัญหาด้านการตลาดในระดับ ปานกลาง ค่าเฉลี่ย คิดเป็นร้อยละ 46.15

ปัญหาที่ประสบ ในระดับ มากที่สุด คือ ปริมาณการสั่งซื้อต่อลูกค้าแต่ละรายลดลง คู่แข่งขันขนาดเล็กกว่าเพิ่มมากขึ้น

ปัญหาที่ประสบ ในระดับ มาก คือ จำนวนลูกค้าเดิมที่ลดลง คู่แข่งขันขนาดใกล้เคียงกัน  
เพิ่มมากขึ้น คู่แข่งขันขนาดใหญ่กว่าเพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 37 แสดงปัญหาด้านการผลิตที่กิจการประสบแยกตามลักษณะธุรกิจ

ด้านการผลิต	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
1. วัตถุดิบขาดแคลน	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา
2. วัตถุดิบคุณภาพไม่ดี	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา
3. ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด
4. กำลังการผลิตน้อยเกินไป	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา
5. กำลังการผลิตมากเกินไป	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา
6. มีของเสียมากเกินไป	57.14 ปานกลาง	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
7. สินค้าผลิตไม่ได้คุณภาพ	21.43 น้อย	0.00 ไม่มีปัญหา	20.00 น้อย
8. คนงานไม่เชี่ยวชาญ	21.43 น้อย	100.00 มากที่สุด	40.00 ปานกลาง
9. เทคโนโลยีการผลิตล้าสมัย	35.71 ปานกลาง	33.33 ปานกลาง	20.00 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>26.19</b> ปานกลาง	<b>37.04</b> ปานกลาง	<b>28.89</b> ปานกลาง

จากตารางที่ 37 พบว่ากิจการเจ้าของคนเดียวประสบปัญหาด้านการผลิตในระดับ ปานกลาง ค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 26.19 โดยปัญหาที่ประสบ ในระดับมากที่สุดคือ ราคาวัตถุดิบราคาสูงขึ้น

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ประสบปัญหาด้านการตลาดในระดับ ปานกลาง ค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 37.04 โดยปัญหาที่ประสบ ในระดับ มากที่สุดคือ ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น มีของเสียมากเกินไป คนงานไม่เชี่ยวชาญ

บริษัท จำกัด ประสบปัญหาด้านการตลาดในระดับ ปานกลาง ค่าเฉลี่ย คิดเป็นร้อยละ 28.89 ปัญหาที่ประสบ ในระดับ มากที่สุด คือ ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น มีของเสียมากเกินไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 38 แสดงปัญหาที่กิจการประสบด้านการเงิน แยกตามลักษณะธุรกิจ

ด้านการเงิน	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
1. ขาดเงินทุนหมุนเวียน	64.29 มาก	33.33 ปานกลาง	20.00 น้อย
2. ปริมาณหนี้สูญมากเกินไป	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา
3. ไม่มีระบบติดตามหนี้ที่มีประสิทธิภาพ	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา
4. สถาบันการเงินไม่ให้กู้เงิน	57.14 มาก	0.00 ไม่มีปัญหา	20.00 น้อย
5. อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป	57.14 มาก	100.00 มากที่สุด	20.00 น้อย
6. ไม่ได้รับเครดิตจากบริษัทลูกค้า	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา
7. ไม่มีแหล่งเงินกู้ระยะสั้น	14.29 น้อย	0.00 ไม่มีปัญหา	20.00 น้อย
8. ไม่มีแหล่งเงินกู้ระยะยาว	57.14 มาก	0.00 ไม่มีปัญหา	20.00 น้อย
9. ขาดความเข้าใจในการบริหารการเงิน	85.71 มากที่สุด	0.00 ไม่มีปัญหา	0.00 ไม่มีปัญหา
10. ระบบบัญชีไม่มีประสิทธิภาพ	85.71 มากที่สุด	66.67 มาก	40.00 ปานกลาง
11. ไม่ทราบข้อมูลต้นทุนที่แท้จริง	78.57 มาก	100.00 มากที่สุด	20.00 น้อย
ค่าเฉลี่ย	45.45 ปานกลาง	36.36 ปานกลาง	14.55 น้อย

จากตารางที่ 38 พบว่ากิจการเจ้าของคนเดียวประสบปัญหาด้านการเงินในระดับ ปานกลาง ค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 45.45 โดยปัญหาที่ประสบ ในระดับมากที่สุดคือ ขาดความเข้าใจในการบริหารการเงิน ระบบบัญชีไม่มีประสิทธิภาพ

ปัญหาที่ประสบ ในระดับ มาก คือ ขาดเงินทุนหมุนเวียน สถาบันการเงินไม่ให้กู้เงิน ไม่มีแหล่งเงินกู้ระยะยาว ไม่ทราบข้อมูลต้นทุนที่แท้จริง

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ประสบปัญหาด้านการตลาดในระดับ ปานกลาง ค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 36.36 โดยปัญหาที่ประสบ ในระดับ มากที่สุดคือ อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป ไม่ทราบข้อมูลต้นทุนที่แท้จริง

ปัญหาที่ประสบ ในระดับ มาก คือ ระบบบัญชีไม่มีประสิทธิภาพ

บริษัท จำกัด ประสบปัญหาด้านการตลาดในระดับ น้อย ค่าเฉลี่ย คิดเป็นร้อยละ 14.55

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด  
ทางด้านผลิตภัณฑ์แยกตามลักษณะธุรกิจ

สารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการใช้ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านสินค้า (Product)	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
1. รายงานยอดขายแยกตามสินค้า	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด
2. รายงานยอดขายแยกตามตราสินค้า	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	40.00 ปานกลาง
3. รายงานยอดขายแยกตามขนาดและ การบรรจุหีบห่อสินค้า	7.14 น้อย	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
4. รายงานกำลังการผลิตสินค้าแต่ละ ชนิดต่อความต้องการของลูกค้า	7.14 น้อย	33.33 ปานกลาง	40.00 ปานกลาง
5. รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อ ยอดขายทั้งสิ้น	35.71 ปานกลาง	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด
6. รายงานสินค้าค้างส่ง	7.14 น้อย	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
7. รายงานสินค้าหมดอายุก่อนกำหนด	7.14 น้อย	33.33 ปานกลาง	40.00 ปานกลาง
8. รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตาม สินค้า	71.43 มาก	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
9. รายงานของเสียต่อยอดขายรวม	57.14 มาก	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
10. รายงานวัตถุดิบที่ขาด	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
11. รายวัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพ	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
12. รายงานคำสั่งซื้อที่เกินกำลังการ ผลิต	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย

ตารางที่ 39 แสดงความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์แยกตามลักษณะธุรกิจ (ต่อ)

สารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการใช้ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านสินค้า (Product)	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
13. รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตาม สินค้า	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
14. รายงานการรับคืนสินค้าแยกตาม สินค้า	85.71 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>34.18</b> ปานกลาง	<b>47.62</b> ปานกลาง	<b>52.86</b> มาก

จากตารางที่ 39 พบว่า กิจการเจ้าของคนเดียวมีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านสินค้า ในระดับ ปานกลาง เฉลี่ยคิดเป็น 34.18 โดยข้อมูลที่เป็นที่ต้องการ ในระดับ มากที่สุด คือ รายงานยอดขายแยกตามสินค้า รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า และรายงานรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า

ข้อมูลที่เป็นที่ต้องการ ในระดับ มาก คือ รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า รายงานของเสียต่อยอดขายรวม

ห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านสินค้าในระดับ ปานกลาง ค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 47.62 โดย

ข้อมูลที่เป็นที่ต้องการ ในระดับ มากที่สุด คือ รายงานยอดขายแยกตามสินค้า รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า รายงานของเสียต่อยอดขายรวม จำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า และรายงานรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า

บริษัท จำกัดมีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านสินค้าในระดับ มาก ค่าเฉลี่ย คิดเป็นร้อยละ 52.86 โดย

ข้อมูลที่เป็นที่ต้องการ ในระดับ มากที่สุด คือ รายงานยอดขายแยกตามสินค้า รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า รายงานของเสียต่อยอดขายรวม จำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า และรายงานรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า

ตารางที่ 40 แสดงความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด  
ทางด้านราคาแยกตามลักษณะธุรกิจ

สารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการใช้ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านราคา (Price)	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
1. การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายทางการตลาดและยอดขายเป้าหมายที่ตั้งไว้	0.00 ไม่ต้องการ	33.33 ปานกลาง	100.00 มากที่สุด
2. อัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนเร็ว	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
3. รายงานอัตราหมุนเวียนลูกหนี้แต่ละราย	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
4. รายงานอัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
5. รายงานอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย	28.57 ปานกลาง	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด
6. รายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด
7. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
8. รายงานการแยกค่าใช้จ่ายตามเขตการขาย	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	40.00 ปานกลาง
9. รายงานการจัดสรรค่าใช้จ่ายของแต่ละกิจกรรมตามส่วนต่างๆ ของตลาด	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
10. ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า	92.86 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดทางด้านราคาแยกตามลักษณะธุรกิจ

สารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการใช้ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
ด้านราคา (Price)	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
11. รายงานยอดขายแยกตามราคาและ ขนาดของสินค้า	42.86 ปานกลาง	66.67 มาก	60.00 มาก
12. รายงานของเสียในกระบวนการ ผลิต	50.00 ปานกลาง	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>26.19</b>	<b>38.89</b>	<b>53.33</b>

จากตารางที่ 40 พบว่า กิจการเจ้าของคนเดียวมีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านราคา ในระดับ ปานกลาง เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 26.19 โดย

ข้อมูลที่เป็นที่ต้องการ ในระดับ มากที่สุด ได้แก่ รายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน และข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า

ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านราคา ในระดับ ปานกลาง เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 38.89 โดย

ข้อมูลที่เป็นที่ต้องการในระดับ มากที่สุด ได้แก่ รายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า และ รายงานของเสียในกระบวนการผลิต

ข้อมูลที่เป็นที่ต้องการในระดับ มาก ได้แก่ รายงานอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย และ รายงานยอดขายแยกตามราคาและขนาดของสินค้า

บริษัท จำกัด มีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านราคา ในระดับ มาก เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 53.33 โดย

ข้อมูลที่เป็นที่ต้องการในระดับ มากที่สุด ได้แก่ การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายทางการตลาด และยอดขายเป้าหมายที่ตั้งไว้ รายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน รายงานอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า รายงานของเสียในกระบวนการผลิต

ข้อมูลที่เป็นที่ต้องการในระดับในระดับ มาก ได้แก่ รายงานยอดขายแยกตามราคาและขนาดของสินค้า

ตารางที่ 41 แสดงความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด  
ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแยกตามลักษณะธุรกิจ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
1. งบกำไรขาดทุนตามช่องทางการจัดจำหน่าย	7.14 น้อย	33.33 ปานกลาง	80.00 มากที่สุด
2. รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า	64.29 มาก	33.33 ปานกลาง	80.00 มากที่สุด
3. รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้าต่อยอดขาย	0.00 ไม่ต้องการ	66.67 มาก	40.00 ปานกลาง
4. รายงานสินค้าคืนตามลูกค้า	50.00 ปานกลาง	33.33 ปานกลาง	80.00 มากที่สุด
5. รายงานต้นทุนในการขนส่งต่อสินค้า 1 หน่วย	28.57 ปานกลาง	100.00 มากที่สุด	20.00 น้อย
6. รายงานสินค้าที่แตกหักเสียหายระหว่างการขนส่ง	0.00 ไม่ต้องการ	33.33 ปานกลาง	40.00 ปานกลาง
7. รายงานความผิดพลาดในการส่งของ	7.14 น้อย	33.33 ปานกลาง	60.00 มาก
8. รายงานการส่งสินค้าไม่ตรงเวลาต่อการขนส่งสินค้าทั้งหมด	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	40.00 ปานกลาง
9. รายงานความตรงเวลาในการส่งสินค้า	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
10. รายงานการส่งสินค้าที่ไม่เต็มรถต่อจำนวนครั้งที่ส่งต่อการส่งสินค้าทั้งหมด	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	40.00 ปานกลาง
11. รายงานการขายตามลูกค้า	64.29 มาก	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด

ตารางที่ 41 แสดงความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแยกตามลักษณะธุรกิจ (ต่อ)

สารสนเทศทางการบัญชี ต้องการใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
12. รายงานการขายตามกลุ่มลูกค้า	21.43 น้อย	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
13. รายงานการขายตามสถานที่ขาย	28.57 ปานกลาง	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>20.88</b> น้อย	<b>38.46</b> ปานกลาง	<b>52.31</b> มาก

จากตารางที่ 41 พบว่า **กิจการเจ้าของคนเดียว**มีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับ น้อย เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 20.88 โดยข้อมูลที่เป็นที่ต้องการในระดับ มาก ได้แก่ รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า รายงานการขายตามลูกค้า

**ห้างหุ้นส่วนจำกัด** มีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับ ปานกลาง เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 38.46 โดยข้อมูลที่เป็นที่ต้องการในระดับ มากที่สุด ได้แก่ รายงานต้นทุนในการขนส่งต่อสินค้า 1 หน่วย รายงานการขายตามลูกค้า

ข้อมูลที่เป็นที่ต้องการในระดับ มาก ได้แก่ รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า และรายงานการขายตามสถานที่ขาย

**บริษัท จำกัด** มีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับ มาก เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 52.31 โดย

ในระดับมากที่สุด ได้แก่ งบกำไรขาดทุนตามช่องทางการจัดจำหน่าย รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า รายงานสินค้าคืบตามลูกค้า รายงานการขายตามลูกค้า รายงานการขายตามสถานที่ขาย



ตารางที่ 42 แสดงความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด แยกตามลักษณะธุรกิจ

สารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion)	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
1. รายงานจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการขาย	21.43 น้อย	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
2. รายงานจำนวนลูกค้าที่มีความสนใจและตัดสินใจซื้อตามเงื่อนไขการส่งเสริมการขาย	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
3. จำนวนผู้เข้าชมและความสนใจของผู้เข้าชม	0.00 ไม่ต้องการ	33.33 ปานกลาง	20.00 น้อย
4. จำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นจากการส่งเสริมการขาย	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	40.00 ปานกลาง
5. ประสิทธิภาพของโปรแกรมส่งเสริมการขายต่อยอดขายทั้งหมด	0.00 ไม่ต้องการ	33.33 ปานกลาง	40.00 ปานกลาง
6. อัตราส่วนของยอดขายที่เกิดจากรายการส่งเสริมการขายต่อยอดขายทั้งหมด	7.14 น้อย	0.00 น้อย	40.00 ปานกลาง
7. ยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย	64.29 มาก	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด
8. การวัดทัศนคติและความพึงพอใจของลูกค้า	7.14 น้อย	33.33 ปานกลาง	40.00 ปานกลาง
9. อัตราการทดลองสินค้าของลูกค้า	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	40.00 ปานกลาง
10. สัดส่วนของคูปองที่นำมาใช้สิทธิ์ต่อคูปองที่แจกไป	35.71 ปานกลาง	33.33 ปานกลาง	80.00 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	13.57 น้อย	30.00 ปานกลาง	48.00 ปานกลาง

จากตารางที่ 42 พบว่า **กิจการเจ้าของคนเดียว**มีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับ น้อย เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 13.57 โดย

ข้อมูลที่เป็นที่ต้องการ ในระดับ มาก ได้แก่ ยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย

**ห้างหุ้นส่วนจำกัด** มีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับ ปานกลาง เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 30.00 โดย

ข้อมูลที่เป็นที่ต้องการ ในระดับ มากที่สุด ได้แก่ รายงานจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการขาย

**บริษัท จำกัด** มีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับ ปานกลาง เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 48.00 โดย

ข้อมูลที่เป็นที่ต้องการในระดับ มากที่สุด ได้แก่ รายงานจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการขาย ยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย สัดส่วนของคู่แข่งที่นำมาใช้สิทธิ์ต่อคู่แข่งที่แจกไป

ตารางที่ 43 แสดงความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด เกี่ยวกับพนักงานขาย แยกตามลักษณะธุรกิจ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)เกี่ยวกับพนักงานขาย	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
1. รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
2. รายงานอัตราการเติบโตของยอดขาย(ปีปัจจุบันกับปีก่อน)	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	40.00 ปานกลาง
3. รายงานยอดขายกลุ่มลูกค้าใหม่	7.14 น้อย	33.33 ปานกลาง	80.00 มากที่สุด
4. รายงานยอดขายของพนักงานขายตามสินค้า	21.43 น้อย	66.67 มาก	40.00 ปานกลาง
5. รายงานอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขาย	0.00 ไม่ต้องการ	33.33 ปานกลาง	40.00 ปานกลาง
6. อัตราส่วนครองตลาด (Market Share)	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
7. อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ในการบริหารงานขาย (ROA)	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ
8. รายงานความถี่ของการเยี่ยม	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
9. รายงานอัตราส่วนของคำสั่งซื้อต่อจำนวนครั้งที่เยี่ยม	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ
10. รายงานจำนวนครั้งที่เยี่ยมลูกค้าในช่วงเวลาหนึ่ง	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ
11. รายงานจำนวนลูกค้าเก่าที่เสียไป	0.00 ไม่ต้องการ	33.33 ปานกลาง	20.00 น้อย

ตารางที่ 43 แสดงความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด เกี่ยวกับพนักงานขาย แยกตามลักษณะธุรกิจ(ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)เกี่ยวกับพนักงานขาย	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
12. รายงานสัดส่วนลูกค้าใหม่ต่อลูกค้า ทั้งหมดของพนักงานขาย	0.00 ไม่ต้องการ	0.00 ไม่ต้องการ	20.00 น้อย
13. รายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงาน ขาย	92.86 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>17.03</b> น้อย	<b>28.21</b> ปานกลาง	<b>33.85</b> ปานกลาง

จากตารางที่ 43 พบว่า กิจกรรม**เจ้าของคนเดียว**มีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับพนักงาน ในระดับ น้อย เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 17.03 โดยข้อมูลที่มีความต้องการในระดับ มากที่สุด ได้แก่ รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ รายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย

**ห้างหุ้นส่วนจำกัด** มีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับพนักงานขาย ในระดับ ปานกลาง เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 28.21 โดย

ข้อมูลที่มีความต้องการในระดับ มากที่สุด ได้แก่ รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ รายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย

**บริษัท จำกัด** มีความต้องการข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับพนักงาน ในระดับ ปานกลาง เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 33.85 โดย

ข้อมูลที่มีความต้องการในระดับ มากที่สุด ได้แก่ รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ รายงานยอดขายกลุ่มลูกค้าใหม่ รายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย

ตารางที่ 44 แสดงการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด  
ด้านผลิตภัณฑ์ แยกตามลักษณะธุรกิจ

สารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านสินค้า (Product)	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของ คนเดียว	ห้าง หุ้นส่วน จำกัด	บริษัท จำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
1. รายงานยอดขายแยกตามสินค้า	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด
2. รายงานยอดขายแยกตามตราสินค้า	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	40.00 ปานกลาง
3. รายงานยอดขายแยกตามขนาดและการบรรจุหีบห่อสินค้า	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
4. รายงานกำลังการผลิตสินค้าแต่ละชนิดต่อความต้องการ ของลูกค้า	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
5. รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น	7.14 น้อย	33.33 ปานกลาง	80.00 มากที่สุด
6. รายงานสินค้าค้างส่ง	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	60.00 มาก
7. รายงานสินค้าหมดอายุก่อนกำหนด	0.00 ไม่ใช่	33.33 ปานกลาง	20.00 น้อย
8. รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า	14.29 น้อย	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด
9. รายงานของเสียต่อยอดขายรวม	28.57 ปานกลาง	66.67 มาก	100.00 มากที่สุด
10. รายงานวัตถุดิบที่ขาด	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่
11. รายวัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพ	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย

ตารางที่ 44 แสดงการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ แยกตามลักษณะธุรกิจ (ต่อ)

สารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านสินค้า (Product)	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละแปด	ร้อยละแปด	ร้อยละแปด
	ผล	ผล	ผล
12. รายงานคำสั่งซื้อที่เกินกำลังการผลิต	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่
13. รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
14. รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า	71.43 มาก	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	22.96 น้อย	33.33 ปานกลาง	50 ปานกลาง

จากตารางที่ 44 พบว่า **กิจการเจ้าของคนเดียว** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มาใช้ในระดับน้อย เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 22.96 โดย

ข้อมูลที่น่าไปใช้ในระดับบมากที่สุด ได้แก่ รายงานยอดขายแยกตามสินค้า รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า

ข้อมูลที่น่าไปใช้ในระดับบมากที่สุด ได้แก่ รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า

**ห้างหุ้นส่วนจำกัด** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มาใช้ในระดับบานกลาง เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 33.33 โดย

ข้อมูลที่น่าไปใช้ในระดับบมากที่สุด ได้แก่ รายงานยอดขายแยกตามสินค้า รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า

ข้อมูลที่น่าไปใช้ในระดับบมากที่สุด ได้แก่ รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า

**บริษัท จำกัด** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มาใช้ในระดับบานกลาง เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 50 โดย

ข้อมูลที่น่าไปใช้ในในระดับมากที่สุด ได้แก่ รายงานยอดขายแยกตามสินค้า รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า รายงานของเสียต่อยอดขายรวม รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า ตารางที่ 45 แสดงการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านราคา แยกตามลักษณะธุรกิจ

สารสนเทศทางการบัญชีที่น่าไปใช้ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านราคา (Price)	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
1. การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายทางการตลาดและยอดขายเป้าหมายที่ตั้งไว้	14.29 น้อย	0.00 ไม่ใช่	80.00 มากที่สุด
2. อัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนเร็ว	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
3. รายงานอัตราหมุนเวียนลูกหนี้แต่ละราย	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	40.00 ปานกลาง
4. รายงานอัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
5. รายงานอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย	14.29 น้อย	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด
6. รายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
7. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	40.00 ปานกลาง
8. รายงานการแยกค่าใช้จ่ายตามเขตการขาย	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
9. รายงานการจัดสรรค่าใช้จ่ายของแต่ละกิจกรรมตามส่วนต่างๆ ของตลาด	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
10. ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า	85.71 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด

ตารางที่ 45 แสดงการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านราคา แยกตามลักษณะธุรกิจ (ต่อ)

สารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านราคา (Price)	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
11. รายงานยอดขายแยกตามราคาและ ขนาดของสินค้า	42.86 ปานกลาง	0.00 ไม่ใช่	60.00 มาก
12. รายงานของเสียในกระบวนการ ผลิต	14.29 น้อย	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>22.62</b>	<b>27.78</b>	<b>53.33</b>

จากตารางที่ 45 พบว่า **กิจการเจ้าของคนเดียว** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านราคา มาใช้ในระดับน้อย เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 22.62 โดย

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า

**ห้างหุ้นส่วนจำกัด** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านราคา มาใช้ในระดัปปานกลาง เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 27.78 โดย

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับมาก ได้แก่ รายงานอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย รายงานของเสียในกระบวนการผลิต

**บริษัท จำกัด** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านราคา มาใช้ในระดัปก่อน เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 53.33 โดย

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายทางการตลาดและยอดขายเป้าหมายที่ตั้งไว้ รายงานอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย รายงานอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า รายงานของเสียในกระบวนการผลิต

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับมาก ได้แก่ รายงานยอดขายแยกตามราคาและขนาดของสินค้า



ตารางที่ 46 แสดงการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด  
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แยกตามลักษณะธุรกิจ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
1. งบกำไรขาดทุนตามช่องทางการจัด จำหน่าย	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
2. รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า	21.43 น้อย	66.67 มาก	80.00 มากที่สุด
3. รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้าต่อ ยอดขาย	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
4. รายงานสินค้าคืนตามลูกค้า	57.14 มาก	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด
5. รายงานต้นทุนในการขนส่งต่อสินค้า 1 หน่วย	7.14 น้อย	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
6. รายงานสินค้าที่แตกหักเสียหาย ระหว่างการขนส่ง	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	40.00 ปานกลาง
7. รายงานความผิดพลาดในการส่งของ	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
8. รายงานการส่งสินค้าไม่ตรงเวลาต่อ การขนส่งสินค้าทั้งหมด	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	40.00 ปานกลาง
9. รายงานความตรงเวลาในการส่ง สินค้า	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
10. รายงานการส่งสินค้าที่ไม่เต็มรถต่อ จำนวนครั้งที่ส่งต่อการส่งสินค้า ทั้งหมด	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย

ตารางที่ 46 แสดงการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด  
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แยกตามลักษณะธุรกิจ (ต่อ)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
11. รายงานการขายตามลูกค้า	64.29 มาก	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
12. รายงานการขายตามกลุ่มลูกค้า	7.14 น้อย	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
13. รายงานการขายตามสถานที่ขาย	14.29 น้อย	33.33 ปานกลาง	100.00 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>13.19</b> น้อย	<b>23.08</b> น้อย	<b>44.62</b> ปานกลาง

จากตารางที่ 46 พบว่า **กิจการเจ้าของคนเดียว** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านช่อง  
ทางการจัดจำหน่าย มาใช้ในระดั **น้อย** เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 13.19 โดย  
ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับมาก ได้แก่ รายงานสินค้าคืบตามลูกค้า  
ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับ **มาก** รายงานการขายตามลูกค้า  
**ห้างหุ้นส่วนจำกัด** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไป  
ใช้ในระดั **น้อย** เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 23.08 โดย  
ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รายงานสินค้าคืบตามลูกค้า รายงานการขายตาม  
ลูกค้า  
ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับมาก ได้แก่ รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า  
**บริษัท จำกัด** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไปใช้ใน  
ระดั **ปานกลาง** เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 44.62  
ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า รายงานสินค้า  
คืบตามลูกค้า รายงานการขายตามลูกค้า รายงานการขายตามสถานที่ขาย

ตารางที่ 47 แสดงการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด  
ด้านการส่งเสริมการตลาด แยกตามลักษณะธุรกิจ

ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion)	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
1. รายงานจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและ ค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการขาย	14.29 น้อย	33.33 ปานกลาง	60.00 มาก
2. รายงานจำนวนลูกค้าที่มีความสนใจ และตัดสินใจซื้อตามเงื่อนไขการส่งเสริม การขาย	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่
3. จำนวนผู้เข้าชมและความสนใจของผู้ เข้าชม	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่
4. จำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นจากการ ส่งเสริมการขาย	7.14 น้อย	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
5. ประสิทธิภาพของโปรแกรมส่งเสริม การขายต่อยอดขายทั้งหมด	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
6. อัตราส่วนของยอดขายที่เกิดจาก รายการส่งเสริมการขายต่อยอดขาย ทั้งหมด	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
7. ยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการ ส่งเสริมการขาย	78.57 มากที่สุด	66.67 มาก	60.00 มาก
8. การวัดทัศนคติและความพึงพอใจของ ลูกค้า	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
9. อัตราการทดลองสินค้าของลูกค้า	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่
10. สัดส่วนของคูปองที่นำมาใช้สิทธิ์ต่อ คูปองที่แจกไป	21.43 น้อย	0.00 ไม่ใช่	60.00 มาก
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>12.14</b> น้อย	<b>10.00</b> น้อย	<b>26.00</b> ปานกลาง

จากตารางที่ 47 พบว่า **กิจการเจ้าของคนเดียว** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มาใช้ในระดับ น้อย เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 12.14 โดย

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับ มากที่สุด ได้แก่ ยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย

**ห้างหุ้นส่วนจำกัด** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มาใช้ในระดับ น้อย เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 10.00 โดย

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับ มาก ได้แก่ ยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย

**บริษัท จำกัด** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มาใช้ในระดับ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.00 โดย

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับ มาก ได้แก่ รายงานจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการขาย ยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย สัดส่วนของคู่แข่งที่น่าใช้สิทธิ์ต่อคู่แข่งที่แจกไป

ตารางที่ 48 แสดงการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด  
ด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับพนักงานขาย แยกตามลักษณะธุรกิจ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)เกี่ยวกับพนักงานขาย	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
1. รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับ เป้าหมายที่ตั้งไว้	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด
2. รายงานอัตราการเติบโตของยอดขาย (ปีปัจจุบันกับปีก่อน)	7.14 น้อย	0.00 ไม่ใช่	80.00 มากที่สุด
3. รายงานยอดขายกลุ่มลูกค้าใหม่	0.00 ไม่ใช่	33.33 ปานกลาง	80.00 มากที่สุด
4. รายงานยอดขายของพนักงานขายตาม สินค้า	0.00 ไม่ใช่	66.67 มาก	60.00 มาก
5. รายงานอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขาย	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่
6. อัตราส่วนครองตลาด (Market Share)	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
7. อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ใน การบริหารงานขาย (ROA)	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่
8. รายงานความถี่ของการเยี่ยม	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่
9. รายงานอัตราส่วนของคำสั่งซื้อต่อ จำนวนครั้งที่เยี่ยม	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่
10. รายงานจำนวนครั้งที่เยี่ยมลูกค้าใน ช่วงเวลาหนึ่ง	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่

ตารางที่ 48 แสดงการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับพนักงานขาย แยกตามลักษณะธุรกิจ(ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)เกี่ยวกับพนักงานขาย	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
11. รายงานจำนวนลูกค้าเก่าที่เสียไป	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	20.00 น้อย
12. รายงานสัดส่วนลูกค้าใหม่ต่อลูกค้า ทั้งหมดของพนักงานขาย	0.00 ไม่ใช่	0.00 ไม่ใช่	80.00 มากที่สุด
13. รายงานยอดขายรวมแยกตาม พนักงานขาย	78.57 มากที่สุด	66.67 มาก	100.00 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>14.29</b> น้อย	<b>20.51</b> น้อย	<b>41.54</b> ปานกลาง

จากตารางที่ 48 พบว่า **กิจการเจ้าของคนเดียว** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับพนักงานขาย มาใช้ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 14.29 โดย

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับบางอย่าง ได้แก่ รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ รายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย

**ห้างหุ้นส่วนจำกัด** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับพนักงานขาย มาใช้ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.51 โดย

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับบางอย่าง ได้แก่ รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ในระดับบางอย่าง ได้แก่ รายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย

**บริษัท จำกัด** ได้นำข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับพนักงานขายมาใช้ในระดับบางอย่าง คิดเป็นร้อยละ 41.54 โดย

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับบางอย่าง ได้แก่ รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ รายงานอัตราการเติบโตของยอดขาย(ปีปัจจุบันกับปีก่อน) รายงานยอดขายกลุ่มลูกค้าใหม่ รายงานสัดส่วนลูกค้าใหม่ต่อลูกค้าทั้งหมดของพนักงานขาย รายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในระดับบางอย่าง ได้แก่ รายงานยอดขายของพนักงานขายตามสินค้า

ส่วนที่ 8 ปัญหาในการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์

ทางการตลาดแยกตามลักษณะธุรกิจ

ตารางที่ 49 แสดงปัญหาในการจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดแยกตามลักษณะธุรกิจ

ปัญหาในการจัดทำข้อมูล สารสนเทศทางการบัญชีที่ใช้ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์ การตลาด	ลักษณะธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด
	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล	ร้อยละ แปลผล
1. พนักงานบัญชีมีจำนวนไม่ เพียงพอ	7.14 น้อย	0.00 ไม่มี	20.00 น้อย
2. พนักงานบัญชีไม่มีความรู้ ความสามารถเพียงพอ	57.14 มาก	66.67 มาก	40.00 ปานกลาง
3. ข้อมูลทางการบัญชีมีความล่าช้า เนื่องจากระบบข้อมูล	85.71 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
4. ความถูกต้องของข้อมูล	85.71 มากที่สุด	100.00 มากที่สุด	80.00 มากที่สุด
5. ความยุ่งยากในการพยากรณ์ ข้อมูลในอนาคต (งบประมาณ)	85.71 มากที่สุด	66.67 มาก	0.00 ไม่มี
6. ข้อมูลทางการบัญชีไม่ตรงตาม ความต้องการของฝ่ายการตลาด	35.71 ปานกลาง	33.33 ปานกลาง	60.00 มาก
7. ฝ่ายการตลาดไม่ให้ความสำคัญ กับข้อมูลที่นำเสนอ	14.29 น้อย	0.00 ไม่มี	20.00 น้อย
8. ไม่มีการตกลงร่วมกันระหว่าง ฝ่ายบัญชีกับฝ่ายการตลาดในด้าน ข้อมูลที่ต้องการ	0.00 ไม่มี	0.00 ไม่มี	20.00 น้อย
9. ไม่ได้รับการสนับสนุนให้มีการ นำวิธีการทางบัญชี หรือวิธีการทาง การตลาดใหม่ๆ มาใช้ในกิจการ	7.14 น้อย	0.00 ไม่มี	20.00 น้อย
ค่าเฉลี่ย	42.06 ปานกลาง	40.74 ปานกลาง	37.78 ปานกลาง

จากตารางที่ 49 พบว่า **กิจการเจ้าของคนเดียว** มีปัญหาในการจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ในระดับ ปานกลาง เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 42.06 โดย

มีปัญหายุ่งยากในระดับ มากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลทางการบัญชีมีความล่าช้าเนื่องจากระบบข้อมูล ความถูกต้องของข้อมูล ความยุ่งยากในการพยากรณ์ข้อมูลในอนาคต (งบประมาณ)

มีปัญหายุ่งยากในระดับ มาก พนักงานบัญชีไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอ

**ห้างหุ้นส่วนจำกัด** มีปัญหาในการจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ในระดับ ปานกลาง เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 40.74 โดย

มีปัญหายุ่งยากในระดับ มากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลทางการบัญชีมีความล่าช้าเนื่องจากระบบข้อมูล ความถูกต้องของข้อมูล

มีปัญหายุ่งยากในระดับ มาก พนักงานบัญชีไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอ ความยุ่งยากในการพยากรณ์ข้อมูลในอนาคต (งบประมาณ)

**บริษัท จำกัด** มีปัญหาในการจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ในระดับ ปานกลาง เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 37.78 โดย

มีปัญหายุ่งยากในระดับ มากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลทางการบัญชีมีความล่าช้าเนื่องจากระบบข้อมูล ความถูกต้องของข้อมูล

มีปัญหายุ่งยากในระดับ มาก ได้แก่ ข้อมูลทางการบัญชีไม่ตรงตามความต้องการของฝ่ายการตลาด

### ส่วนที่ 9 ลักษณะรายงานที่มีความต้องการและนำไปใช้

ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านสินค้า (Product) มีความต้องการและนำไปใช้ตามการออกแบบรายงานดังต่อไปนี้

1. รายงานยอดขายแยกตามสินค้า
2. รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า
3. รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า
4. รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า
5. รายงานของเสียต่อยอดขายรวม
6. รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น



ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านราคา (Price) มีความต้องการและนำไปใช้ตามการออกแบบรายงานดังต่อไปนี้

1. รายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน
2. ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า
3. รายงานของเสียในกระบวนการผลิต
4. รายงานอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย

ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านการจัดจำหน่าย (Place) มีความต้องการและนำไปใช้ตามการออกแบบรายงานดังต่อไปนี้

1. รายงานการขายตามลูกค้า
2. รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า
3. รายงานสินค้าคืนตามลูกค้า
4. รายงานการขายตามสถานที่ขาย
5. รายงานต้นทุนในการขนส่งต่อสินค้า 1 หน่วย
6. งบกำไรขาดทุนตามช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเห็นว่า ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) รวมถึงในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพนักงานขาย มีความต้องการและนำไปใช้ตามการออกแบบรายงานดังต่อไปนี้

1. รายงานยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย
2. รายงานสัดส่วนของคูโปงที่นำมาใช้สิทธิ์ต่อคูโปงที่แจก
3. รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้
4. รายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย
5. รายงานยอดขายของพนักงานขายแยกตามสินค้า
6. รายงานยอดขายกลุ่มลูกค้าใหม่

ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีด้านผลิตภัณฑ์มีความต้องการไปในทิศทางเดียวกันกับการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้ ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการ ได้แก่ รายงานยอดขายแยกตามสินค้า รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า รายงานรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า คิดเป็น รายงานของเสียต่อยอดขายรวม

ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้ ได้แก่ รายงานยอดขายแยกตามสินค้า รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า รายงานรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า

**ด้านราคา** ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการ ได้แก่ รายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า รายงานของเสียในกระบวนการผลิต รายงานยอดขายแยกตามราคาและขนาดของสินค้า

ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้ ได้แก่ รายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า รายงานของเสียในกระบวนการผลิต รายงานยอดขายแยกตามราคาและขนาดของสินค้า

**ด้านทางการจัดจำหน่าย** ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการ ได้แก่ รายงานการขายตามลูกค้า มีความต้องการอยู่ในระดับ มาก รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า รายงานสินค้าคืนตามลูกค้า

ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้ ได้แก่ รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า รายงานสินค้าคืนตามลูกค้า และรายงานการขายตามลูกค้า

**ด้านส่งเสริมการตลาด** ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ต้องการ ได้แก่ รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ ยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย รายงานยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย

ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นำไปใช้ ได้แก่ รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ รายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย รายงานยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย

ตารางที่ 50 แสดงแบบฟอร์มรายงานยอดขายตามสินค้า

รายงานยอดขายแยกตามสินค้า  
วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่มสินค้า	ชื่อสินค้า	จำนวนเงินรวม	ส่วนลด	จำนวนเงินสุทธิ
G01	ขนมปังสอดไส้ต่างๆ	117,500.00	1,000.00	116,500.00
G02	พืชและพวย	136,875.00	1,000.00	135,875.00
G03	แอมป์และไดนาโม	153,750.00	-	153,750.00
G04	คุกกี้	280,500.00	-	280,500.00
G05	ขนมเค้กและโรล	238,000.00	-	238,000.00
G06	ขนมเปียะ	59,200.00	-	59,200.00
		<b>985,825.00</b>	<b>2,000.00</b>	<b>983,825.00</b>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงแบบฟอร์มรายงานยอดขายตามสินค้า(ต่อ)

รายงานยอดขายแยกตามสินค้า  
วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่ม	G01	รายละเอียดกลุ่มสินค้า			ขนมปังสอดไส้ต่างๆ		
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	จำนวน	ราคาขาย/หน่วย	จำนวนเงินรวม	ส่วนลด	จำนวนเงินสุทธิ
G0101	ขนมปังนมสด	ชิ้น	3,500	10.00	35,000.00	500.00	34,500.00
G0102	ขนมปังไส้กรอก	ชิ้น	3,000	10.00	30,000.00		30,000.00
G0103	ขนมปังไส้หมูหยอง	ชิ้น	2,000	10.00	20,000.00		20,000.00
G0104	ขนมปังไส้ไก่	ชิ้น	2,000	10.00	20,000.00		20,000.00
G0106	ขนมปังไส้หมูตัดซอส	ชิ้น	600	10.00	6,000.00		6,000.00
G0107	ขนมปังไส้หมูแดง	ชิ้น	250	10.00	2,500.00	500.00	2,000.00
G0108	ขนมปังไส้แฮมและชีส	ชิ้น	400	10.00	4,000.00		4,000.00
G0109	ขนมปังเกลือวแฮม	ชิ้น	300	10.00	3,000.00		3,000.00
G0111	ขนมปังไส้เผือก	ชิ้น	500	10.00	5,000.00		5,000.00
G0112	ขนมปังไส้สังขยาใบเตย	ชิ้น	800	10.00	8,000.00		8,000.00
G0113	ขนมปังลูกเกด	ชิ้น	275	10.00	2,750.00		2,750.00
G0114	ขนมปังจ๋าไก่	ชิ้น	750	10.00	7,500.00		7,500.00
					<b>117,500.00</b>	<b>1,000.00</b>	<b>116,500.00</b>

ตารางที่ 50 แสดงแบบฟอร์มรายงานยอดขายตามสินค้า(ต่อ)

รายงานยอดขายแยกตามสินค้า  
วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่ม	G02	รายละเอียดกลุ่มสินค้า			พืชและพายุ		
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	จำนวน	ราคาขาย/หน่วย	จำนวนเงินรวม	ส่วนลด	จำนวนเงินสุทธิ
G0201	พืชไร่ซอขาว	ชิ้น	400	25.00	10,000.00		10,000.00
G0202	พืชเห็ด	ชิ้น	300	25.00	7,500.00	500.00	7,000.00
G0203	พืชไร่สรอก	ชิ้น	2,450	25.00	61,250.00		61,250.00
G0204	พืชพุงน้ำ	ชิ้น	500	25.00	12,500.00		12,500.00
G0205	พายุไก่	ชิ้น	800	25.00	20,000.00		20,000.00
G0206	พายุหมูเกล็ด	ชิ้น	275	25.00	6,875.00	500.00	6,375.00
G0207	พายุสตูว์ไก่	ชิ้น	750	25.00	18,750.00		18,750.00
					<b>136,875.00</b>	<b>1,000.00</b>	<b>135,875.00</b>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงแบบฟอร์มรายงานยอดขายตามสินค้า(ต่อ)

รายงานยอดขายแยกตามสินค้า  
วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่ม	G03	รายละเอียดกลุ่มสินค้า			แอมป์และไดนาโม		
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	จำนวน	ราคาขาย/หน่วย	จำนวนเงินรวม	ส่วนลด	จำนวนเงินสุทธิ
G0301	แอมป์กาแฟ	ชิ้น	250	30.00	7,500.00		7,500.00
G0302	แอมป์ไส้ครีม	ชิ้น	3,200	30.00	96,000.00		96,000.00
G0303	แอมป์ช็อคโกแลต	ชิ้น	300	30.00	9,000.00		9,000.00
G0304	ไดนาโมเกลียว	ชิ้น	150	25.00	3,750.00		3,750.00
G0305	ไดนาโมเมตรเบอร์รี่	ชิ้น	1,500	25.00	37,500.00		37,500.00
					<b>153,750.00</b>		<b>153,750.00</b>

ตารางที่ 50 แสดงแบบฟอร์มรายงานยอดขายตามสินค้า(ต่อ)

รายงานยอดขายแยกตามสินค้า  
วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่ม	G04	รายละเอียดกลุ่มสินค้า		คู่ค้า			
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	จำนวน	ราคาขาย/ หน่วย	จำนวนเงินรวม	ส่วนลด	จำนวนเงินสุทธิ
G0401	คุกกี้กาแฟ	กล่อง	250	35.00	8,750.00		8,750.00
G0402	คุกกี้เมื่ยมะม่วงหิมพานต์	กล่อง	2,500	55.00	137,500.00		137,500.00
G0403	คุกกี้เนยสด	กล่อง	300	55.00	16,500.00		16,500.00
G0404	คุกกี้น้ำตาลทรายแดง	กล่อง	150	35.00	5,250.00		5,250.00
G0405	คุกกี้ข้าวโอ๊ตลูกเกด	กล่อง	1,500	75.00	112,500.00		112,500.00
					<b>280,500.00</b>		<b>280,500.00</b>

ตารางที่ 50 แสดงแบบฟอร์มรายงานยอดขายตามสินค้า(ต่อ)

รายงานยอดขายแยกตามสินค้า  
วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่ม	G05	รายละเอียดกลุ่มสินค้า			เด็ก		
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	จำนวน	ราคาขาย/หน่วย	จำนวนเงินรวม	ส่วนลด	จำนวนเงินสุทธิ
G0501	เค้กคัสตาร์ด	ชิ้น	1,500	25.00	37,500.00		37,500.00
G0502	ท็อปปี้เค้ก	ชิ้น	150	35.00	5,250.00		5,250.00
G0503	เค้กลูกเกด	ชิ้น	250	35.00	8,750.00		8,750.00
G0504	เค้กเนยสด	ชิ้น	800	25.00	20,000.00		20,000.00
G0505	ฟรุ้ตเค้ก	ชิ้น	900	25.00	22,500.00		22,500.00
G0506	เค้กโรลลูกตาล	ชิ้น	250	25.00	6,250.00		6,250.00
G0507	เค้กโรลมะพร้าวอ่อน	ชิ้น	500	25.00	12,500.00		12,500.00
G0508	เค้กวนิลา	ชิ้น	1600	35.00	56,000.00		56,000.00
G0509	เค้กกาแฟ	ชิ้น	50	35.00	1,750.00		1,750.00
G0510	เค้กช็อคโกแลต	ชิ้น	1500	45.00	67,500.00		67,500.00
					<b>238,000.00</b>	-	<b>238,000.00</b>



ตารางที่ 50 แสดงแบบฟอร์มรายงานยอดขายตามสินค้า(ต่อ)

รายงานยอดขายแยกตามสินค้า  
วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่ม	G06		รายละเอียดกลุ่มสินค้า				เป็ยะ
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	จำนวน	ราคาขาย/ หน่วย	จำนวนเงินรวม	ส่วนลด	จำนวนเงินสุทธิ
G0601	เป็ยะถั่วไข่เค็ม	กล่อง	700	35.00	24,500.00		24,500.00
G0602	เป็ยะถั่วดำไข่เค็ม	กล่อง	350	35.00	12,250.00		12,250.00
G0603	เป็ยะถั่วเขียวเม็ดมะม่วงหิมพานต์	กล่อง	150	35.00	5,250.00		5,250.00
G0604	เป็ยะทุเรียนไข่เค็ม	กล่อง	70	45.00	3,150.00		3,150.00
G0605	เป็ยะผลไม้	กล่อง	30	35.00	1,050.00		1,050.00
G0606	เป็ยะถั่วฟัก	กล่อง	50	35.00	1,750.00		1,750.00
G0607	เป็ยะไหว้พระจันทร์	กล่อง	150	75.00	11,250.00		11,250.00
					<b>59,200.00</b>	-	<b>59,200.00</b>

ตารางที่ 51 แสดงแบบฟอร์มรายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า

รายงานสินค้าคงเหลือตามสินค้า  
วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่มสินค้า	ชื่อกลุ่มสินค้า	มูลค่าต้นทุน
G01	ขนมปังสอดไส้ต่างๆ	26,260.00
G02	พิซซ่าและพาย	13,710.00
G03	เอแคลร์และโดนัท	11,080.00
G04	คุกกี้	11,080.00
G05	ขนมเค้กและโรล	16,125.00
G06	ขนมเปี๊ยะ	22,260.00
	รวม	100,515.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงแบบฟอร์มรายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า(ต่อ)

รหัสกลุ่มสินค้า	ณ วันที่		รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า			แผ่นที่
	G01	ชื่อสินค้า	ชื่อกลุ่มสินค้า	หน่วยนับ	ขมปังสอดไส้	
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	ยอดคงเหลือ	ต้นทุนต่อหน่วย	มูลค่าคงเหลือ	
G0101	ขมปังนมสด	ชิ้น	450.00	10.00	4,500.00	
G0102	ขมปังไส้กรอก	ชิ้น	300.00	10.00	3,000.00	
G0103	ขมปังไส้หมูหยอง	ชิ้น	550.00	10.00	5,500.00	
G0104	ขมปังไส้ไก่	ชิ้น	150.00	12.00	1,800.00	
G0105	ขมปังไส้ไก่และแฮม	ชิ้น	20.00	14.00	280.00	
G0106	ขมปังไส้ไก่และเห็ดหอม	ชิ้น	30.00	11.00	330.00	
G0108	ขมปังไส้หมูแดง	ชิ้น	150.00	12.00	1,800.00	
G0110	ขมปังเกลือวแฮม	ชิ้น	30.00	10.50	315.00	
G0111	ขมปังไส้ถั่วแดง	ชิ้น	350.00	9.50	3,325.00	
G0112	ขมปังไส้เผือก	ชิ้น	250.00	8.50	2,125.00	
G0113	ขมปังไส้สังขยาใบเตย	ชิ้น	155.00	9.00	1,395.00	
G0114	ขมปังลูกเกด	ชิ้น	180.00	10.50	1,890.00	
		รวมยอด			26,260.00	

ตารางที่ 51 แสดงแบบฟอร์มรายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า(ต่อ)

รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า

ณ วันที่

แผ่นที่

รหัสกลุ่มสินค้า

G02

ชื่อกลุ่มสินค้า

พืชและพายุ

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	ยอดคงเหลือ	ต้นทุนต่อหน่วย	มูลค่าคงเหลือ
G0201	พืชไก่ชอขาว	ชิ้น	50.00	10.00	500.00
G0202	พืชเห็ด	ชิ้น	300.00	10.00	3,000.00
G0203	พืชไส้กรอก	ชิ้น	550.00	10.00	5,500.00
G0204	พืชพริก	ชิ้น	150.00	12.00	1,800.00
G0205	พายุไก่	ชิ้น	20.00	14.00	280.00
G0206	พายุหมูเกาลัด	ชิ้น	30.00	11.00	330.00
G0207	พายุสตูว์ไก่	ชิ้น	200.00	11.50	2,300.00
รวมยอด					13,710.00

ตารางที่ 51 แสดงแบบฟอร์มรายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า(ต่อ)

รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า					
ณ วันที่		แผ่นที่			
รหัสกลุ่มสินค้า	G03	ชื่อกลุ่มสินค้า	แอมป์และ โดนต์		
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	ยอดคงเหลือ	ต้นทุนต่อหน่วย	มูลค่าคงเหลือ
G0301	แอมป์เก้าแอมป์	ชิ้น	50.00	10.00	500.00
G0302	แอมป์สี่แอมป์	ชิ้น	300.00	10.00	3,000.00
G0303	แอมป์ซ็อกโกแลต	ชิ้น	550.00	10.00	5,500.00
G0304	โดนต์เกลียว	ชิ้น	150.00	12.00	1,800.00
G0305	โดนต์แอมป์เบอรี่	ชิ้น	20.00	14.00	280.00
<b>รวมยอด</b>					<b>11,080.00</b>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงแบบฟอร์มรายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า(ต่อ)

รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า

รหัสกลุ่มสินค้า	วันที่	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	ยอดคงเหลือ	ต้นทุนต่อหน่วย	มูลค่าคงเหลือ
G04						
G0401		ลูกกอล์ฟ	ชิ้น	50.00	10.00	500.00
G0402		ลูกกอล์ฟเม็ดมะม่วงหิมพานต์	ชิ้น	300.00	10.00	3,000.00
G0403		ลูกกอล์ฟเนยสด	ชิ้น	550.00	10.00	5,500.00
G0404		ลูกกอล์ฟนำตาลทรายแดง	ชิ้น	150.00	12.00	1,800.00
G0405		ลูกกอล์ฟข้าวไรซ์ปลูกเกรด	ชิ้น	20.00	14.00	280.00
		<b>รวมยอด</b>				<b>11,080.00</b>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงแบบฟอร์มรายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า(ต่อ)

รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า							
รหัสกลุ่มสินค้า	ณ วันที่	G05	ชื่อกลุ่มสินค้า		แผ่นที่		
			ชื้อสินค้า	หน่วยนับ			
รหัสสินค้า			ยกคงเหลือ	ต้นทุนต่อหน่วย	มูลค่าคงเหลือ		
G0501			เค้กคัสตาร์ด	ชิ้น	50.00	10.00	500.00
G0502			ท็อปปี้เค้ก	ชิ้น	300.00	10.00	3,000.00
G0503			เค้กลูกเกด	ชิ้น	550.00	10.00	5,500.00
G0504			เค้กเนยสด	ชิ้น	150.00	12.00	1,800.00
G0505			เค้กลูกเกด	ชิ้น	20.00	14.00	280.00
G0506			ฟรุ๊ตเค้ก	ชิ้น	70.00	11.00	770.00
G0507			เค้กโรตลูกตาล	ชิ้น	30.00	13.00	390.00
G0508			เค้กโรตมะพร้าวอ่อน	ชิ้น	50.00	12.00	600.00
G0509			เค้กวนิลา	ชิ้น	30.00	10.00	300.00
G0510			เค้กกาแฟ	ชิ้น	70.00	10.50	735.00
G0511			เค้กช็อคโกแลต	ชิ้น	150.00	15.00	2,250.00
			รวมยอด				16,125.00

ตารางที่ 51 แสดงแบบฟอร์มรายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า(ต่อ)

รายงานจำนวนสินค้าคงเหลือตามสินค้า

รหัสกลุ่มสินค้า	ณ วันที่		ณ วันที่		มูลค่าคงเหลือ
	G06	ชื่อกลุ่มสินค้า	ปี	ปี	
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	ยอดคงเหลือ	ต้นทุนต่อหน่วย	
G0601	เป็ยะถั่วไข่เค็ม	กล่อง	700.00	15.00	10,500.00
G0602	เป็ยะถั่วดำไข่เค็ม	กล่อง	350.00	15.00	5,250.00
G0603	เป็ยะถั่วเขียวเม็ดมะม่วงหิมพานต์	กล่อง	150.00	12.00	1,800.00
G0604	เป็ยะทุเรียนไข่เค็ม	กล่อง	70.00	20.00	1,400.00
G0605	เป็ยะผลไม้	กล่อง	30.00	12.00	360.00
G0606	เป็ยะถั่วฟัก	กล่อง	50.00	10.00	500.00
G0607	เป็ยะไหว้พระจันทร์	กล่อง	70.00	35.00	2,450.00
		รวมยอด			22,260.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved



ตารางที่ 52 แสดงรายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า

รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า

วันที่

แผ่นที่

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	จำนวนเงิน(บาท)	หมายเหตุ
G01	ขนมปังสอดไส้ต่างๆ	1,150.00	
G02	พัฟและพาย	3,875.00	
G03	เอแคลร์และ โดนัท	1,545.00	
G04	คุกกี้	2,960.00	
G05	ขนมเค้กและโรล	5,515.00	
G06	ขนมเปี๊ยะ	5,865.00	
	รวมยอด	20,910.00	

ตารางที่ 52 แสดงรายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า(ต่อ)

รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า  
วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่ม	G01	รายละเอียดกลุ่มสินค้า				ขนมปังสอดไส้ต่างๆ
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	จำนวน	ราคาขาย/หน่วย	จำนวนเงินสุทธิ	
G0101	ขนมปังนมสด	ชิ้น	4	10.00	40.00	
G0102	ขนมปังไส้กรอก	ชิ้น	6	10.00	60.00	
G0103	ขนมปังไส้หมูหยอง	ชิ้น	10	10.00	100.00	
G0104	ขนมปังไส้ไก่	ชิ้น	15	10.00	150.00	
G0106	ขนมปังไส้หมูสับผักซอส	ชิ้น	20	10.00	200.00	
G0107	ขนมปังไส้หมูแดง	ชิ้น	25	10.00	250.00	
G0108	ขนมปังไส้แฮมและชีส	ชิ้น	35	10.00	350.00	
G0109	ขนมปังเกลียวแฮม	ชิ้น	20	10.00	200.00	
G0111	ขนมปังไส้เผือก	ชิ้น	4	10.00	40.00	
G0112	ขนมปังไส้สังขยาใบเตย	ชิ้น	6	10.00	60.00	
G0113	ขนมปังลูกเกด	ชิ้น	10	10.00	100.00	
G0114	ขนมปังขาไก่	ชิ้น	15	10.00	150.00	
					<b>1,150.00</b>	

ตารางที่ 52 แสดงรายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า(ต่อ)

รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า  
วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่ม	G02	รายละเอียดกลุ่มสินค้า			พื้และพาย	
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	จำนวน	ราคาขาย/หน่วย	จำนวนเงินสุทธิ	
G0201	พื้ไก่ชอสขาว	ชิ้น	4	25.00	100.00	
G0202	พื้เห็ด	ชิ้น	60	25.00	1,500.00	
G0203	พื้ไส้กรอก	ชิ้น	70	25.00	1,750.00	
G0204	พื้ทูน่า	ชิ้น	6	25.00	150.00	
G0205	พายไก่	ชิ้น	7	25.00	175.00	
G0206	พายหมูเกาลัด	ชิ้น	3	25.00	75.00	
G0207	พายสตูว์ไก่	ชิ้น	5	25.00	125.00	
					<b>3,875.00</b>	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงรายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า(ต่อ)

รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า  
วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่ม	G03	รายละเอียดกลุ่มสินค้า			เอแคลร์และโดนัท
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	จำนวน	ราคาขาย/หน่วย	จำนวนเงินสุทธิ
G0301	เอแคลร์กาแฟ	ชิ้น	5	30.00	150.00
G0302	เอแคลร์ไส้ครีม	ชิ้น	15	30.00	450.00
G0303	เอแคลร์ช็อคโกแลต	ชิ้น	4	30.00	120.00
G0304	โดนัทเกลียว	ชิ้น	30	25.00	750.00
G0305	โดนัทแฮมسترเบอร์รี่	ชิ้น	3	25.00	75.00
					<b>1,545.00</b>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงรายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า(ต่อ)

รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า  
วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่ม	G04	รายละเอียดกลุ่มสินค้า			ผู้กัก
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	จำนวน	ราคาขาย/หน่วย	จำนวนเงินสุทธิ
G0401	ลูกกอล์ฟ	กล่อง	3	35.00	105.00
G0402	ลูกกอล์ฟเม็ดมะม่วงหิมพานต์	กล่อง	5	55.00	275.00
G0403	ลูกกอล์ฟเนยสด	กล่อง	15	55.00	825.00
G0404	ลูกกอล์ฟน้ำตาลทรายแดง	กล่อง	18	35.00	630.00
G0405	ลูกกอล์ฟข้าว ไร้ดลูกเกด	กล่อง	15	75.00	1,125.00
					<b>2,960.00</b>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงรายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า(ต่อ)

รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า  
วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่ม	G05	รายละเอียดกลุ่มสินค้า			เด็ก
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	จำนวน	ราคาขาย/หน่วย	จำนวนเงินสุทธิ
G0501	เค้กคัสตาร์ด	ชิ้น	4	25.00	100.00
G0502	ท็อปปิ้งเค้ก	ชิ้น	6	35.00	210.00
G0503	เค้กลูกเกด	ชิ้น	10	35.00	350.00
G0504	เค้กเนยสด	ชิ้น	15	25.00	375.00
G0505	ฟรุ๊ตเค้ก	ชิ้น	35	25.00	875.00
G0506	เค้กโรลลูกตาล	ชิ้น	20	25.00	500.00
G0507	เค้กโรลมะพร้าวอ่อน	ชิ้น	5	25.00	125.00
G0508	เค้กวนิลา	ชิ้น	8	35.00	280.00
G0509	เค้กกาแฟ	ชิ้น	45	35.00	1,575.00
G0510	เค้กช็อคโกแลต	ชิ้น	25	45.00	1,125.00
					<b>5,515.00</b>

ลิขสิทธิ์ฉบับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงรายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า(ต่อ)

รายงานการรับคืนสินค้าแยกตามสินค้า  
วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2552

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	จำนวน	ราคาขาย/หน่วย	จำนวนเงินสุทธิ
G0601	เป็ยะถั่วไข่เค็ม	กล่อง	4	35.00	140.00
G0602	เป็ยะถั่วดำไข่เค็ม	กล่อง	60	35.00	2,100.00
G0603	เป็ยะถั่วเขียวเม็ดมะม่วงหิมพานต์	กล่อง	70	35.00	2,450.00
G0604	เป็ยะทุเรียนไข่เค็ม	กล่อง	10	45.00	450.00
G0605	เป็ยะผลไม้	กล่อง	3	35.00	105.00
G0606	เป็ยะถั่วฟัก	กล่อง	7	35.00	245.00
G0607	เป็ยะไหว้พระจันทร์	กล่อง	5	75.00	375.00
					<b>5,865.00</b>

ตารางที่ 53 แสดงรายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า

รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า

วันเดือนปี

แผ่นที่

รหัสกลุ่มสินค้า	ชื่อกลุ่มสินค้า	จำนวนเงินรวม(บาท)	มูลค่าของเสียรวม(บาท)	ร้อยละของเสียต่อยอดขาย
G01	ขนมปังสอดไส้ต่างๆ	134,750.00	1,300.00	0.96
G02	พัฟและพาย	136,875.00	3,875.00	2.83
G03	เอแคลร์และโดนัท	153,750.00	1,545.00	1.00
G04	คุกกี้	280,500.00	2,960.00	1.06
G05	ขนมเค้กและโรล	238,000.00	5,515.00	2.32
G06	ขนมเปี๊ยะ	59,200.00	5,865.00	9.91
	รวมยอด	1,003,075.00	21,060.00	2.10



ตารางที่ 53 แสดงรายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า(ต่อ)

รหัสกลุ่ม	รายเดือนปี		รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า				แผ่นที่
	G01	รายละเอียดกลุ่มสินค้า	ขนมปังสอดไส้ต่างๆ				
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขายต่อ หน่วย(บาท)	จำนวนที่ขายได้ (ชิ้น)	จำนวนที่เสีย(ชิ้น)	จำนวนเงินรวม (บาท)	มูลค่าของเสียรวม (บาท)	ร้อยละของเสียต่อ ยอดขาย
G0101	ขนมปังนมสด	10.00	3,500	4	35,000.00	40.00	0.11
G0102	ขนมปังไส้กรอก	10.00	3,000	6	30,000.00	60.00	0.20
G0103	ขนมปังไส้หมูหยอง	10.00	2,000	10	20,000.00	100.00	0.50
G0104	ขนมปังไส้ไก่	10.00	2,000	15	20,000.00	150.00	0.75
G0107	ขนมปังไส้หมูแดง	10.00	250	25	2,500.00	250.00	10.00
G0108	ขนมปังไส้แฮมและชีส	10.00	400	35	4,000.00	350.00	8.75
G0111	ขนมปังไส้เผือก	10.00	500	4	5,000.00	40.00	0.80
G0112	ขนมปังไส้สังขยาใบเตย	10.00	80	6	8,000.00	60.00	0.75
G0113	ขนมปังลูกเกด	10.00	270	10	2,750.00	100.00	3.64
G0114	ขนมปังขาไก่	10.00	750	15	7,500.00	150.00	2.00
			<b>รวมยอด</b>		<b>134,750.00</b>	<b>1,300.00</b>	

ตารางที่ 53 แสดงรายงานของเสียที่ยอดขายแยกตามสินค้า(ต่อ)

รายงานของเสียที่ยอดขายแยกตามสินค้า

รหัสกลุ่ม	วันเดือนปี		รายละเอียดกลุ่มสินค้า				พื้นที่	
	ชื่อสินค้า	ราคาขายต่อหน่วย (บาท)	จำนวนที่ขายได้ (ชิ้น)	จำนวนที่เสีย (ชิ้น)	จำนวนเงินรวม(บาท)	มูลค่าของเสียรวม (บาท)	ร้อยละของเสียต่อ ยอดขาย	
G0201	ไฟฟ้าโซลซาว	25.00	400	4	10,000.00	100.00	1.00	
G0202	ไฟฟ้าเห็ด	25.00	300	60	7,500.00	1,500.00	20.00	
G0203	ไฟฟ้าสักรอก	25.00	2,450	70	61,250.00	1,750.00	2.86	
G0204	ไฟฟ้าทูน่า	25.00	500	6	12,500.00	150.00	1.20	
G0205	พายไก่	25.00	800	7	20,000.00	175.00	0.88	
G0206	พายหมูเกาลัด	25.00	275	3	6,875.00	75.00	1.09	
G0207	พายสตูว์ไก่	25.00	750	5	18,750.00	125.00	0.67	
รวมยอด					136,875.00	3,875.00		

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดงรายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า(ต่อ)

รหัสกลุ่ม	รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า		เอแคลร์และโดนัท				แผ่นที่	
	ชื่อสินค้า	รายละเอียดกลุ่มสินค้า	ราคาขายต่อหน่วย(บาท)	จำนวนที่ขายได้(ชิ้น)	จำนวนที่เสีย(ชิ้น)	จำนวนเงินรวม(บาท)		มูลค่าของเสียรวม(บาท)
G0301	เอแคลร์กาแฟ		30.00	250	5	7,500.00	150.00	2.00
G0302	เอแคลร์ไส้ครีม		30.00	3,200	15	96,000.00	450.00	0.47
G0303	เอแคลร์ช็อคโกแลต		30.00	300	4	9,000.00	120.00	1.33
G0304	โดนัทเกลียว		25.00	150	30	3,750.00	750.00	20.00
G0305	โดนัทแอมสเตอร์เบอร์รี่		25.00	1,500	3	37,500.00	75.00	0.20
			รวมยอด			153,750.00	1,545.00	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดงรายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า(ต่อ)

รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า

รหัสกลุ่ม	วันเดือนปี		รายละเอียดกลุ่มสินค้า				มูลค่าของเสียรวม (บาท)	ร้อยละของเสีย ต่อยอดขาย
	G04		ราคาขายต่อ หน่วย(บาท)	จำนวนที่ขายได้ (ชิ้น)	จำนวนที่เสีย(ชิ้น)	จำนวนเงินรวม (บาท)		
G0401	ช็อคโกแลต		35.00	250	3	8,750.00	105.00	1.20
G0402	คุกกี้เมื่อดมะม่วงหิมพานต์		55.00	2,500	5	137,500.00	275.00	0.20
G0403	คุกกี้เนยสด		55.00	300	15	16,500.00	825.00	5.00
G0404	คุกกี้น้ำตาลทรายแดง		35.00	150	18	5,250.00	630.00	12.00
G0405	คุกกี้ข้าวโอ๊ตลูกเกด		75.00	1,500	15	112,500.00	1,125.00	1.00
			รวมยอด			280,500.00	2,960.00	

ตารางที่ 53 แสดงรายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า(ต่อ)

รหัสกลุ่ม	รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า						พื้นที่
	วันเดือนปี	รายละเอียดกลุ่มสินค้า				แก้ว	
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขายต่อหน่วย (บาท)	จำนวนที่ขายได้ (ชิ้น)	จำนวนที่เสีย(ชิ้น)	จำนวนเงินรวม (บาท)	มูลค่าของเสียรวม (บาท)	ร้อยละของเสียต่อ ยอดขาย
G0501	เค้กดัตช์	25.00	1,500	4	37,500.00	100.00	0.27
G0502	ท็อปปี้เค้ก	35.00	150	6	5,250.00	210.00	4.00
G0503	เค้กลูกเกด	35.00	250	10	8,750.00	350.00	4.00
G0504	เค้กเนยสด	25.00	800	15	20,000.00	375.00	1.88
G0505	ฟรุ้ตเค้ก	25.00	900	35	22,500.00	875.00	3.89
G0506	เค้กโรลลูกตาล	25.00	250	20	6,250.00	500.00	8.00
G0507	เค้กโรลมะพร้าวอ่อน	25.00	500	5	12,500.00	125.00	1.00
G0508	เค้กวนิลา	35.00	1600	8	56,000.00	280.00	0.50
G0509	เค้กกาแฟ	35.00	50	45	1,750.00	1,575.00	90.00
G0510	เค้กช็อคโกแลต	45.00	1500	25	67,500.00	1,125.00	1.67
			รวมยอด		238,000.00	5,515.00	

ตารางที่ 53 แสดงรายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า(ต่อ)

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	รายงานของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า					มูลค่าของเสียรวม (บาท)	ร้อยละของเสีย ต่อยอดขาย
		ราคาขายต่อ หน่วย(บาท)	จำนวนที่ขายได้ (ชิ้น)	จำนวนที่เสีย (ชิ้น)	จำนวนเงินรวม (บาท)	ปี		
G0601	เปียะถั่วไข่เค็ม	35.00	700	4	24,500.00	140.00	0.57	
G0602	เปียะถั่วดำไข่เค็ม	35.00	350	60	12,250.00	2,100.00	17.14	
G0603	เปียะถั่วเขียวเม็ดมะม่วงหิมพานต์	35.00	150	70	5,250.00	2,450.00	46.67	
G0604	เปียะทุเรียนไข่เค็ม	45.00	70	10	3,150.00	450.00	14.29	
G0605	เปียะผลไม้	35.00	30	3	1,050.00	105.00	10.00	
G0606	เปียะถั่วฟัก	35.00	50	7	1,750.00	245.00	14.00	
G0607	เปียะไหว้พระจันทร์	75.00	150	5	11,250.00	375.00	3.33	
		รวมยอด			59,200.00	5,865.00		

ตารางที่ 54 แสดงรายงานของเสียต่อยอดขายรวม

รายงานของเสียต่อยอดขายรวม

สำหรับระยะเวลา \_\_\_\_\_ ผ่านที่ \_\_\_\_\_

ลำดับ	วัน เดือน ปี	มูลค่าขายรวม	มูลค่าของเสียรวม	ร้อยละของเสียต่อ ยอดขาย	หมายเหตุ
1	มกราคม	700,000.00	35,000.00	5.00	
2	กุมภาพันธ์	650,000.00	30,000.00	4.62	
3	มีนาคม	600,000.00	25,000.00	4.17	
4	เมษายน	550,000.00	20,000.00	3.64	
5	พฤษภาคม	500,000.00	15,000.00	3.00	
	รวมยอด	3,000,000.00	125,000.00	4.17	

ตารางที่ 55 แสดงรายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น

รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น

เดือน เมษายน 2552

รหัสสินค้า	ชื่อกลุ่มสินค้า	จำนวนเงิน(บาท)	ยอดขายรวมกลุ่มสินค้า	อัตราส่วนขายสินค้าใหม่ต่อ ยอดขายรวม
G01	ขนมปังสอดไส้ต่างๆ	17,550.00	150,000.00	11.70
G02	พิซซ่าและพาย	9,525.00	150,000.00	6.35
G03	เอแคลร์และโดนัท	59,500.00	150,000.00	39.67
G04	คุกกี้	72,000.00	150,000.00	48.00
G05	ขนมเค้กและโรล	47,375.00	200,000.00	23.69
G06	ขนมเปี๊ยะ	9,200.00	100,000.00	9.20
	รวมยอด	215,150.00	900,000.00	23.91

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 55 แสดงรายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น(ต่อ)

รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น

เดือน เมษายน 2552

รหัสกลุ่มสินค้า	G01	ชื่อกลุ่มสินค้า		ขนมปังสอดไส้				
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขายต่อ หน่วย	จำนวนที่ขายได้ (ชิ้น)	จำนวนเงิน(บาท)	ยอดขายรวมกลุ่ม สินค้า	อัตราส่วนขายสินค้า ใหม่ต่อยอดขายรวม	หมายเหตุ	
G0101	ขนมปังนมสด	15.00	50	750.00	150,000.00	0.50		
G0102	ขนมปังไส้กรอก	15.00	500	7,500.00	150,000.00	5.00		
G0103	ขนมปังไส้หมูหยอง	15.00	50	750.00	150,000.00	0.50		
G0104	ขนมปังไส้ไก่	15.00	50	750.00	150,000.00	0.50		
G0107	ขนมปังไส้หมูแดง	15.00	50	750.00	150,000.00	0.50		
G0108	ขนมปังไส้แฮมและชีส	15.00	20	300.00	150,000.00	0.20		
G0111	ขนมปังไส้เผือก	15.00	150	2,250.00	150,000.00	1.50		
G0112	ขนมปังไส้สังขยาใบเตย	15.00	300	4,500.00	150,000.00	3.00		
G0113	ขนมปังลูกเกด	15.00	40	600.00	150,000.00	0.40		
G0114	ขนมปังขาไก่	15.00	250	3,750.00	150,000.00	2.50		
รวมยอด					17,550.00	150,000.00	11.70	

ตารางที่ 55 แสดงรายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น(ต่อ)

รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น

เดือน เมษายน 2552

รหัสกลุ่ม	G02	รายละเอียดกลุ่มสินค้า		พืชและพายุ		อัตราส่วนขาย	หมายเหตุ
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขายต่อหน่วย	จำนวนที่ขายได้(ชิ้น)	จำนวนเงิน(บาท)	ยอดขายรวมกลุ่มสินค้า	สินค้าใหม่ต่อ ยอดขายรวม	
G0201	พืชไก่ชอชขาว	25.00	138	3,450.00	150,000.00	2.30	
G0202	พืชเห็ด	25.00	72	1,800.00	150,000.00	1.20	
G0203	พืชไต้กรอก	25.00	80	2,000.00	150,000.00	1.33	
G0204	พืชพุงน้ำ	25.00	48	1,200.00	150,000.00	0.80	
G0205	พายุไก่	25.00	10	250.00	150,000.00	0.17	
G0206	พายุหมูเกาลัด	25.00	25	625.00	150,000.00	0.42	
G0207	พายุสตูว์ไก่	25.00	8	200.00	150,000.00	0.13	
	<b>รวมยอด</b>			<b>9,525.00</b>	<b>150,000.00</b>	<b>6.35</b>	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงรายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น(ต่อ)

รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น

เดือน เมษายน 2552

รหัสกลุ่ม	G03	รายละเอียดกลุ่มสินค้า		อิเล็กทรอนิกส์และโทรศัพท์			
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขายต่อหน่วย	จำนวนที่ขายได้(ชิ้น)	จำนวนเงิน(บาท)	ยอดขายรวมกลุ่มสินค้า	อัตราส่วนขาย สินค้าใหม่ต่อ ยอดขายรวม	หมายเหตุ
G0301	อิเล็กทรอนิกส์กาแฟ	25.00	50	1,250.00	150,000.00	0.83	
G0302	อิเล็กทรอนิกส์ครีม	25.00	500	12,500.00	150,000.00	8.33	
G0303	อิเล็กทรอนิกส์ช็อคโกแลต	25.00	600	15,000.00	150,000.00	10.00	
G0304	โทรศัพท์มือถือ	25.00	1,200	30,000.00	150,000.00	20.00	
G0305	โทรศัพท์มือถือเบอร์รี่	25.00	30	750.00	150,000.00	0.50	
		รวมยอด		59,500.00	150,000.00	39.67	

ตารางที่ 55 แสดงรายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น(ต่อ)

รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น

เดือน เมษายน 2552

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	รายละเอียดกลุ่มสินค้า		ยอดขาย		อัตราส่วนขาย สินค้าใหม่ต่อ ยอดขายรวม	หมายเหตุ
		ราคาขายต่อหน่วย	จำนวนที่ขายได้ (ชิ้น)	จำนวนเงิน(บาท)	ยอดขายรวมกลุ่มสินค้า		
G0401	ลูกกอล์ฟ	60.00	700	42,000.00	150,000.00	28.00	
G0402	ลูกกอล์ฟเม็ดมะม่วงหิมพานต์	60.00	350	21,000.00	150,000.00	14.00	
G0403	ลูกกอล์ฟเนยสด	60.00	70	4,200.00	150,000.00	2.80	
G0404	ลูกกอล์ฟน้ำตาลทรายแดง	60.00	50	3,000.00	150,000.00	2.00	
G0405	ลูกกอล์ฟข้าวโอ๊ตลูกเกด	60.00	30	1,800.00	150,000.00	1.20	
		รวมยอด		72,000.00	150,000.00	48.00	

ตารางที่ 55 แสดงรายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น(ต่อ)

รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น

เดือน เมษายน 2552

รหัสกลุ่ม	G05	รายละเอียดกลุ่มสินค้า			เค้ก		
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขายต่อหน่วย	จำนวนที่ขายได้(ชิ้น)	จำนวนเงิน(บาท)	ยอดขายรวมกลุ่มสินค้า	อัตราส่วนขาย สินค้าใหม่ต่อ ยอดขายรวม	หมายเหตุ
G0501	เค้กคัสตาร์ด	25.00	1,000	25,000.00	200,000.00	12.50	
G0502	ท้อพีเค้ก	25.00	60	1,500.00	200,000.00	0.75	
G0503	เค้กลูกเกด	25.00	500	12,500.00	200,000.00	6.25	
G0504	เค้กเนยสด	25.00	200	5,000.00	200,000.00	2.50	
G0505	ฟรุ๊ตเค้ก	25.00	10	250.00	200,000.00	0.13	
G0506	เค้กโรลลูกตาล	25.00	5	125.00	200,000.00	0.06	
G0507	เค้กโรลมะพร้าวอ่อน	25.00	80	2,000.00	200,000.00	1.00	
G0508	เค้กวนิลา	25.00	40	1,000.00	200,000.00	0.50	
G0509	เค้กกาแฟ	25.00	20	500.00	200,000.00	0.25	
G0510	เค้กช็อคโกแลต	25.00	30	750.00	200,000.00	0.38	
		รวมยอด		47,375.00	200,000.00	23.69	

ตารางที่ 55 แสดงรายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น(ต่อ)

รายงานการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น

เดือน เมษายน 2552

รหัสกลุ่ม	G06	รายละเอียดกลุ่มสินค้า			เป็ยะ			
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขายต่อหน่วย	จำนวนที่ขายได้ (ชิ้น)	จำนวนเงิน(บาท)	ยอดขายรวมกลุ่มสินค้า	อัตราส่วนขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายรวม	หมายเหตุ	
G0601	เป็ยะถั่วไข่เค็ม	35.00	70	2,450.00	100,000.00	2.45		
G0602	เป็ยะถั่วดำไข่เค็ม	35.00	30	1,050.00	100,000.00	1.05		
G0603	เป็ยะถั่วเขียวเม็ดมะม่วงหิมพานต์	35.00	80	2,800.00	100,000.00	2.80		
G0604	เป็ยะทุเรียนไข่เค็ม	45.00	5	225.00	100,000.00	0.23		
G0605	เป็ยะผลไม้	35.00	50	1,750.00	100,000.00	1.75		
G0606	เป็ยะถั่วฟัก	35.00	20	700.00	100,000.00	0.70		
G0607	เป็ยะไหว้พระจันทร์	75.00	3	225.00	100,000.00	0.23		
รวมยอด				9,200.00	1,000,000.00	0.92		

ตารางที่ 56 แสดงรายงานอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน

		บริษัท เบเกอร์รี่ จำกัด	
		งบกำไรขาดทุน	
		สำหรับเดือน สิ้นสุดวันที่.....	
		บาท	ร้อยละ
รายได้	รายได้จากการขาย	10,000.00	100.00
	หัก รับคืนสินค้า	100.00	1.00
	ส่วนลดจ่าย	100.00	1.00
	รายได้สุทธิ	9,800.00	98.00
ต้นทุนขาย	ต้นทุนขาย	5,000.00	50.00
	กำไรขั้นต้น	4,800.00	48.00
	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		
	ค่าใช้จ่ายในการขาย	500.00	5.00
	ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	500.00	5.00
	กำไร(ขาดทุน)จากการดำเนินงาน	4,300.00	43.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า

รายงานข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า

ณ วันที่

แผ่นที่

รหัสกลุ่มสินค้า

G01

ชื่อกลุ่มสินค้า

ขนมปังสอดไส้

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	ยอดผลิต	ต้นทุนต่อหน่วย	ต้นทุนรวม
G0101	ขนมปังนมสด	ชิ้น	500.00	9.00	4,500.00
G0102	ขนมปังไส้กรอก	ชิ้น	1,000.00	8.50	8,500.00
G0103	ขนมปังไส้หมูหยอง	ชิ้น	1,500.00	8.00	12,000.00
G0104	ขนมปังไส้ไก่	ชิ้น	750.00	10.00	7,500.00
G0105	ขนมปังเกลียวแสม	ชิ้น	2,250.00	7.56	17,000.00
G0106	ขนมปังไส้ถั่วแดง	ชิ้น	500.00	7.00	3,500.00
G0107	ขนมปังไส้เผือก	ชิ้น	2,250.00	6.67	15,000.00
G0108	ขนมปังไส้สังขยาใบเตย	ชิ้น	3,000.00	5.00	15,000.00
G0109	ขนมปังตุกเกด	ชิ้น	750.00	9.33	7,000.00
		รวมยอด			90,000.00



ตารางที่ 57 แสดงข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า(ต่อ)

รายงานข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า

ณ วันที่

แผนที่

รหัสกลุ่มสินค้า

G02

ชื่อกลุ่มสินค้า

พืชและพายุ

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	ยอดผลิต	ต้นทุนต่อหน่วย	ต้นทุนรวม
G0201	พืชโก๋ขอสขาว	ชุน	50.00	8.00	400.00
G0202	พืชเห็ด	ชุน	150.00	6.67	1,000.00
G0203	พืชไส้กรอก	ชุน	250.00	10.00	2,500.00
G0204	พืชพุน่า	ชุน	300.00	8.33	2,500.00
G0205	พายุไก่	ชุน	50.00	7.00	350.00
G0206	พายุหมูเกาลัด	ชุน	100.00	8.00	800.00
G0207	พายุสตูว์ไก่	ชุน	200.00	4.00	800.00
รวมยอด					8,350.00

ลิขสิทธิ์ทางวิชาการโดยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า(ต่อ)

รายงานข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	ยอดผลิต	ต้นทุนต่อหน่วย	ต้นทุนรวม
G0301	แอมป์	ชิ้น	50.00	7.00	350.00
G0302	แอมป์ไส้คริม	ชิ้น	100.00	6.00	600.00
G0303	แอมป์ซ็อกโกแลต	ชิ้น	200.00	4.00	800.00
G0304	ไดนาโม	ชิ้น	50.00	6.00	300.00
G0305	ไดนาโมมอเตอร์เบอรี่	ชิ้น	150.00	5.33	800.00
รวมยอด					2,850.00

ตารางที่ 57 แสดงข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า(ต่อ)

รายงานข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า

รหัสกลุ่มสินค้า	ณ วันที่		ชื่อกลุ่มสินค้า	ลูกกึ่ง	แผนที่
	G04				
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	ยอดผลิต	ต้นทุนต่อหน่วย	ต้นทุนรวม
G0401	ลูกกึ่งกาแฟ	ชิ้น	150.00	10.67	1,600.00
G0402	ลูกกึ่งเม็ดมะม่วงหิมพานต์	ชิ้น	100.00	12.00	1,200.00
G0403	ลูกกึ่งเนยสด	ชิ้น	50.00	14.00	700.00
G0404	ลูกกึ่งน้ำตาลทรายแดง	ชิ้น	50.00	12.00	600.00
G0405	ลูกกึ่งข้าวโอ๊ตลูกแตก	ชิ้น	100.00	5.50	550.00
รวมยอด					4,650.00

ตารางที่ 57 แสดงข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า(ต่อ)

รายงานข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า

รหัสกลุ่มสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	ยอดผลิต	ต้นทุนต่อหน่วย	ต้นทุนรวม
G0501	เค้กคัสตาร์ด	ชิ้น	250.00	16.00	4,000.00
G0502	ท้อพีเค้ก	ชิ้น	50.00	20.00	1,000.00
G0503	เค้กลูกเกด	ชิ้น	50.00	24.00	1,200.00
G0504	เค้กเนยสด	ชิ้น	200.00	15.00	3,000.00
G0505	เค้กลูกเกด	ชิ้น	100.00	15.00	1,500.00
G0506	ฟรุ้ตเค้ก	ชิ้น	200.00	14.00	2,800.00
G0507	เค้กโรลลูกตาล	ชิ้น	50.00	18.00	900.00
G0508	เค้กโรลมะพร้าวอ่อน	ชิ้น	150.00	16.67	2,500.00
G0509	เค้กวนิลา	ชิ้น	300.00	13.33	4,000.00
G0510	เค้กกาแฟ	ชิ้น	250.00	14.00	3,500.00
<b>รวมยอด</b>					<b>24,400.00</b>

ตารางที่ 57 แสดงข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า(ต่อ)

รายงานข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า

ณ วันที่

แผนที่

รหัสกลุ่มสินค้า	G06	ชื่อกลุ่มสินค้า	เป็ยะ		
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วยนับ	ยอดผลิต	ต้นทุนต่อหน่วย	ต้นทุนรวม
G0601	เป็ยะถั่วไข่เค็ม	กล่อง	75.00	16.00	1,200.00
G0602	เป็ยะถั่วดำไข่เค็ม	กล่อง	50.00	20.00	1,000.00
G0603	เป็ยะถั่วเขียวเมล็ดมะม่วงหิมพานต์	กล่อง	25.00	24.00	600.00
G0604	เป็ยะทุเรียนไข่เค็ม	กล่อง	50.00	18.00	900.00
G0605	เป็ยะผลไม้	กล่อง	75.00	13.33	1,000.00
G0606	เป็ยะถั่วฟัก	กล่อง	25.00	20.00	500.00
G0607	เป็ยะไหว้พระจันทร์	กล่อง	50.00	26.00	1,300.00
		รวมยอด			6,500.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงรายงานของเสียในกระบวนการผลิต

รายงานของเสียในกระบวนการผลิต  
ระหว่างวันที่.....ถึงวันที่ .....

รหัสกลุ่ม	G01	ชื่อกลุ่ม	ขนมปังสดได้	จำนวน	ต้นทุนต่อหน่วย(บาท)	ยอดเงินรวม
วันที่	เลขที่เอกสาร	รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	หน่วย (ชิ้น)		
01/05/52	JOB001	G0101	ขนมปังสอดไส้เนยสด	30	9.00	270.00
01/05/52	JOB002	G0102	ขนมปังสอดไส้กรอก	3	8.50	25.50
01/05/52	JOB003	G0103	ขนมปังสอดไส้หมูของน้ำสั๊ด	10	8.00	80.00
01/05/52	JOB004	G0104	ขนมปังสอดไส้หมูแดง	5	10.00	50.00
01/05/52	JOB005	G0105	ขนมปังสอดไส้เฟือก	15	7.50	112.50
01/05/52	JOB006	G0106	ขนมปังสอดไส้สังขยา	20	7.00	140.00
01/05/52	JOB007	G0107	ขนมปังสอดไส้ช็อคโกแลต	29	6.65	192.85
			รวม			870.85

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงรายงานของเสียในกระบวนการผลิต(ต่อ)

รายงานของเสียในกระบวนการผลิต  
ระหว่างวันที่.....ถึงวันที่.....

วันที่	เลขที่เอกสาร	รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	จำนวน หน่วย(ชิ้น)	ต้นทุนต่อหน่วย(บาท)	ยอดเงินรวม
01/05/52	JOB001	G0201	ไฟฟ้าชอสขาว	30	8.00	240.00
01/05/52	JOB002	G0202	ไฟฟ้าเห็ด	3	6.67	20.01
01/05/52	JOB003	G0203	ไฟฟ้าไส้กรอก	10	10.00	100.00
01/05/52	JOB004	G0204	ไฟฟ้าพู่ना	5	8.33	41.65
01/05/52	JOB005	G0205	พายุไก่	15	7.00	105.00
01/05/52	JOB006	G0206	พายุหมูเกาลัด	20	8.00	160.00
01/05/52	JOB007	G0207	พายุสตูว์ไก่	29	4.00	116.00
			รวม			782.66

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงรายงานของเสียในกระบวนการผลิต(ต่อ)

รายงานของเสียในกระบวนการผลิต  
ระหว่างวันที่.....ถึงวันที่ .....

วันที่	เลขที่เอกสาร	รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	จำนวนหน่วย (ชิ้น)	ต้นทุนต่อหน่วย(บาท)	ยอดเงินรวม
01/05/52	JOB001	G0301	เอแคลร์กาแฟ	30	7.00	210.00
01/05/52	JOB002	G0302	เอแคลร์ไส้ครีม	3	6.00	18.00
01/05/52	JOB003	G0303	เอแคลร์ช็อคโกแลต	10	4.00	40.00
01/05/52	JOB004	G0304	โคนัทเกลียว	5	6.00	30.00
01/05/52	JOB005	G0305	โคนัทแอมสตรเบอร์รี่	15	5.33	79.95
			รวม			377.95

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 58 แสดงรายงานของเสียในกระบวนการผลิต(ต่อ)

รายงานของเสียในกระบวนการผลิต  
ระหว่างวันที่.....ถึงวันที่ .....

วันที่	เลขที่เอกสาร	รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	จำนวน หน่วย (ชิ้น)	ต้นทุนต่อหน่วย(บาท)	ยอดเงินรวม
01/05/52	JOB001	G0401	ลูกกึ่งกาแฟ	30	10.67	320.10
01/05/52	JOB002	G0402	ลูกกึ่งเม็ดมะม่วงหิมพานต์	3	12.00	36.00
01/05/52	JOB003	G0403	ลูกกึ่งเนยสด	10	14.00	140.00
01/05/52	JOB004	G0404	ลูกกึ่งน้ำตาลทรายแดง	5	12.00	60.00
01/05/52	JOB005	G0405	ลูกกึ่งข้าวโอ๊ตลูกเกด	15	5.50	82.50
			รวม			638.60

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงรายงานของเสียในกระบวนการผลิต(ต่อ)

รายงานของเสียในกระบวนการผลิต  
ระหว่างวันที่.....ถึงวันที่ .....

วันที่	เลขที่เอกสาร	รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	จำนวน หน่วย(ชิ้น)	ต้นทุนต่อหน่วย(บาท)	ยอดเงินรวม
01/05/52	JOB001	G0501	เค้กคัสตาร์ด	30	16.00	480.00
01/05/52	JOB002	G0502	ท็อปปิ้งเค้ก	3	20.00	60.00
01/05/52	JOB003	G0503	เค้กลูกเกด	10	24.00	240.00
01/05/52	JOB004	G0504	เค้กเนยสด	5	15.00	75.00
01/05/52	JOB005	G0505	เค้กลูกเกด	15	15.00	225.00
01/05/52	JOB006	G0506	ฟรุ๊ตเค้ก	20	14.00	280.00
01/05/52	JOB007	G0507	เค้กโรลลูกตาล	29	18.00	522.00
			รวม			1,882.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงรายงานของเสียในกระบวนการผลิต(ต่อ)

รายงานของเสียในกระบวนการผลิต  
ระหว่างวันที่.....ถึงวันที่ .....

วันที่	เลขที่เอกสาร	รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	จำนวน หน่วย(ชิ้น)	ต้นทุนต่อหน่วย(บาท)	ยอดเงินรวม
01/05/52	JOB001	G0601	เป็ยะถั่วไข่เค็ม	30	16.00	480.00
01/05/52	JOB002	G0602	เป็ยะถั่วดำไข่เค็ม	3	20.00	60.00
01/05/52	JOB003	G0603	เป็ยะถั่วเขียวเม็ดมะม่วงหิมพานต์	10	24.00	240.00
01/05/52	JOB004	G0604	เป็ยะทุเรียนไข่เค็ม	5	18.00	90.00
01/05/52	JOB005	G0605	เป็ยะผลไม้	15	13.33	199.95
01/05/52	JOB006	G0606	เป็ยะถั่วฟัก	20	20.00	400.00
01/05/52	JOB007	G0607	เป็ยะไหว้พระจันทร์	29	26.00	754.00
			รวม			2,223.95

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 59 แสดงรายงานอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย

บริษัท เบเกอร์รี่ จำกัด		
งบกำไรขาดทุน		
สำหรับเดือน สิ้นสุดวันที่.....		
รายได้	บาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย	20,000.00	100.00
หัก รับคืนสินค้า	300.00	1.50
ส่วนลดจ่าย	200.00	1.00
รายได้สุทธิ	19,500.00	97.50
ต้นทุนขาย		-
ต้นทุนขาย	7,500.00	37.50
กำไรขั้นต้น	12,000.00	60.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		
ค่าใช้จ่ายในการขาย	1,000.00	5.00
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	800.00	4.00
กำไร(ขาดทุน)จากการดำเนินงาน	11,200.00	56.00

ตารางที่ 60 แสดงรายงานการขายตามลูกค้า

รายงานขายแยกตามลูกค้า

วันที่	รหัสลูกค้า	สถานที่ขาย/ลูกค้า	จำนวนเงิน	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมทั้งสิ้น
01/05/2552	C001	ร้าน แก้ว	54,300.00	3,801.00	58,101.00
01/05/2552	C002	ร้านลุงเงิน	11,300.00	791.00	12,091.00
01/05/2552	C003	ร้านลุงทอง	32,600.00	2,282.00	34,882.00
01/05/2552	C004	ร้านริมสาย	32,600.00	2,282.00	34,882.00
01/05/2552	C005	ร้านริมกก	2,500.00	175.00	2,675.00
		<b>รวม</b>	133,300.00	9,331.00	142,631.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงรายงานการขายตามลูกค้า(ต่อ)

รายงานการขายแยกตามลูกค้า

วันที่ 1 พฤษภาคม 2553

รหัสลูกค้า	C01	ชื่อลูกค้า	แก้ว	ราคาขาย	จำนวน	จำนวนเงิน	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมทั้งสิ้น
G0101		ขนมปังสอดไส้เนยสด	10	10	1,000	10,000.00	700.00	10,700.00
G0102		ขนมปังสอดไส้กรอก	10	10	500	5,000.00	350.00	5,350.00
G0103		ขนมปังสอดไส้หมูหยองน้ำสลัด	10	10	50	500.00	35.00	535.00
G0104		ขนมปังสอดไส้หมูแดง	10	10	30	300.00	21.00	321.00
G0105		ขนมปังสอดไส้เผือก	10	10	1,500	15,000.00	1,050.00	16,050.00
G0106		ขนมปังสอดไส้สังขยา	10	10	150	1,500.00	105.00	1,605.00
G0107		ขนมปังสอดไส้ช็อคโกแลต	10	10	200	2,000.00	140.00	2,140.00
G0108		ขนมปังสอดไส้มะพร้าว	10	10	2,000	20,000.00	1,400.00	21,400.00
		รวม				<b>54,300.00</b>	<b>3,801.00</b>	<b>58,101.00</b>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงรายงานการขายตามลูกค้า(ต่อ)

รายงานการขายแยกตามลูกค้า

วันที่ 1 พฤษภาคม 2553

รหัสลูกค้า	C03	ชื่อลูกค้า	ร้านอุงเงิน				
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขาย	จำนวน	จำนวนเงิน	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมทั้งสิ้น	
G0101	ขนมปังสอดไส้เนยสด	10	100	1,000.00	70.00	1,070.00	
G0102	ขนมปังสอดไส้กรอก	10	250	2,500.00	175.00	2,675.00	
G0103	ขนมปังสอดไส้หมูหยองน้ำสลัด	10	50	500.00	35.00	535.00	
G0104	ขนมปังสอดไส้หมูแดง	10	30	300.00	21.00	321.00	
G0105	ขนมปังสอดไส้เผือก	10	200	2,000.00	140.00	2,140.00	
G0106	ขนมปังสอดไส้สังขยา	10	150	1,500.00	105.00	1,605.00	
G0107	ขนมปังสอดไส้ช็อคโกแลต	10	200	2,000.00	140.00	2,140.00	
G0108	ขนมปังสอดไส้มะพร้าว	10	150	1,500.00	105.00	1,605.00	
	รวม			<b>11,300.00</b>	<b>791.00</b>	<b>12,091.00</b>	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงรายงานการขายตามลูกค้า(ต่อ)

รายงานการขายแยกตามลูกค้า

วันที่ 1 พฤษภาคม 2553

รหัสลูกค้า	C04	ชื่อลูกค้า	ร้านอุงทอง	ราคาขาย	จำนวน	จำนวนเงิน	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมทั้งสิ้น
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า							
G0101	ขนมปังสอดไส้เนยสด	10	150		1,500.00	105.00	1,605.00	
G0102	ขนมปังสอดไส้กรอก	10	450		4,500.00	315.00	4,815.00	
G0103	ขนมปังสอดไส้หมูหยองน้ำสลัด	10	50		500.00	35.00	535.00	
G0104	ขนมปังสอดไส้หมูแดง	10	30		300.00	21.00	321.00	
G0105	ขนมปังสอดไส้เผือก	10	350		3,500.00	245.00	3,745.00	
G0106	ขนมปังสอดไส้สังขยา	10	150		1,500.00	105.00	1,605.00	
G0107	ขนมปังสอดไส้ช็อคโกแลต	10	200		2,000.00	140.00	2,140.00	
G0108	ขนมปังสอดไส้มะพร้าว	10	20		200.00	14.00	214.00	
	รวม				<b>14,000.00</b>	<b>980.00</b>	<b>14,980.00</b>	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved



ตารางที่ 60 แสดงรายงานการขายตามลูกค้า(ต่อ)

รายงานการขายแยกตามลูกค้า

วันที่ 1 พฤษภาคม 2553

รหัสลูกค้า	C05	ชื่อลูกค้า	ร้านริมสาย	ราคาขาย	จำนวน	จำนวนเงิน	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมทั้งสิ้น
G0101		ขนมปังสอดไส้เนยสด		10	30	300.00	21.00	321.00
G0102		ขนมปังสอดไส้กรอก		10	500	5,000.00	350.00	5,350.00
G0103		ขนมปังสอดไส้หมูหยองน้ำสลัด		10	50	500.00	35.00	535.00
G0104		ขนมปังสอดไส้หมูแดง		10	30	300.00	21.00	321.00
G0105		ขนมปังสอดไส้เผือก		10	300	3,000.00	210.00	3,210.00
G0106		ขนมปังสอดไส้สังขยา		10	150	1,500.00	105.00	1,605.00
G0107		ขนมปังสอดไส้ช็อคโกแลต		10	200	2,000.00	140.00	2,140.00
G0108		ขนมปังสอดไส้มะพร้าว		10	2,000	20,000.00	1,400.00	21,400.00
		รวม				<b>32,600.00</b>	<b>2,282.00</b>	<b>34,882.00</b>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงรายงานการขายตามลูกค้า(ต่อ)

รายงานการขายแยกตามลูกค้า

วันที่ 1 พฤษภาคม 2553

รหัสลูกค้า	C06	ชื่อลูกค้า	ร้านริมกก	ราคาขาย	จำนวน	จำนวนเงิน	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมทั้งสิ้น
G0101		ขนมปังสอดไส้เนยสด		10	20	200.00	14.00	214.00
G0102		ขนมปังสอดไส้กรอก		10	30	300.00	21.00	321.00
G0103		ขนมปังสอดไส้หมูหยองน้ำสลัด		10	50	500.00	35.00	535.00
G0104		ขนมปังสอดไส้หมูแดง		10	30	300.00	21.00	321.00
G0105		ขนมปังสอดไส้เผือก		10	25	250.00	17.50	267.50
G0106		ขนมปังสอดไส้สังขยา		10	30	300.00	21.00	321.00
G0107		ขนมปังสอดไส้ซ็อกโกแลต		10	15	150.00	10.50	160.50
G0108		ขนมปังสอดไส้มะพร้าว		10	50	500.00	35.00	535.00
		รวม				2,500.00	175.00	2,675.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 61 แสดงรายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า

รายงานต้นทุนในการขนส่งสินค้า

วันที่	รหัสลูกค้า	สถานที่ขาย/ลูกค้า	รายการต้นทุน				ต้นทุนรวม(บาท)
			ค่าแรงงาน	ค่าน้ำมัน	วัสดุสิ้นเปลือง	ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	
01/05/2552	C001	ร้าน แก้ว	500.00	1,000.00	100.00	100.00	1,700.00
01/05/2552	C002	ร้าน ขวด	500.00	800.00	200.00	50.00	1,550.00
01/05/2552	C003	ร้านถุงเงิน	500.00	700.00	100.00		1,300.00
01/05/2552	C004	ร้านถุงทอง	500.00	500.00	300.00		1,300.00
01/05/2552	C005	ร้านริมสาย	500.00	300.00	250.00		1,050.00
01/05/2552	C006	ร้านริมกก	500.00	600.00	100.00		1,200.00
		รวม	3,000.00	3,900.00	1,050.00	150.00	8,100.00

ตารางที่ 62 แสดงรายงานสินค้าค้ำตามลูกค้า

รายงานสินค้าค้ำตามลูกค้า

วันที่	รหัสลูกค้า	สถานที่ขาย/ลูกค้า	จำนวนเงิน	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมทั้งสิ้น
01/05/2552	C001	ร้าน แก้ว	4,490.00	314.30	4,804.30
01/05/2552	C002	ร้านตุ๋นเงิน	1,030.00	72.10	1,102.10
01/05/2552	C003	ร้านตุ๋นทอง	3,130.00	219.10	3,349.10
01/05/2552	C004	ร้านริมสาย	3,130.00	219.10	3,349.10
01/05/2552	C005	ร้านริมกก	620.00	43.40	663.40
		<b>รวม</b>	<b>12,400.00</b>	<b>868.00</b>	<b>13,268.00</b>

ตารางที่ 62 แสดงรายงานสินค้าคืบตามลูกค้า(ต่อ)

รายงานสินค้าคืบตามลูกค้า

วันที่ 1 พฤษภาคม 2553

รหัสลูกค้า

C01

ชื่อลูกค้า แก้ว

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขาย	จำนวน	จำนวนเงิน	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมทั้งสิ้น
G0101	ขนมปังสอดไส้เนยสด	10.00	5	50.00	3.50	53.50
G0102	ขนมปังสอดไส้กรอก	10.00	50	500.00	35.00	535.00
G0103	ขนมปังสอดไส้หมูหยองน้ำสลัด	10.00	6	60.00	4.20	64.20
G0104	ขนมปังสอดไส้หมูแดง	10.00	3	30.00	2.10	32.10
G0105	ขนมปังสอดไส้เผือก	10.00	150	1,500.00	105.00	1,605.00
G0106	ขนมปังสอดไส้สังขยา	10.00	15	150.00	10.50	160.50
G0107	ขนมปังสอดไส้ช็อคโกแลต	10.00	20	200.00	14.00	214.00
G0108	ขนมปังสอดไส้มะพร้าว	10.00	200	2,000.00	140.00	2,140.00
	รวม			<b>4,490.00</b>	<b>314.30</b>	<b>4,804.30</b>

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 62 แสดงรายงานสินค้าคืบตามลูกค้า(ต่อ)

รายงานสินค้าคืบตามลูกค้า

วันที่ 1 พฤษภาคม 2553

รหัสลูกค้า	C03	ชื่อลูกค้า	ร้านตุ๋นเงิน				
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขาย	จำนวน	จำนวนเงิน	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมทั้งสิ้น	
G0101	ขนมปังสอดไส้เนยสด	10.00	10	100.00	7.00	107.00	
G0102	ขนมปังสอดไส้กรอก	10.00	20	200.00	14.00	214.00	
G0103	ขนมปังสอดไส้หมูหยองน้ำสลัด	10.00	15	150.00	10.50	160.50	
G0104	ขนมปังสอดไส้หมูแดง	10.00	3	30.00	2.10	32.10	
G0105	ขนมปังสอดไส้เผือก	10.00	20	200.00	14.00	214.00	
G0106	ขนมปังสอดไส้สังขยา	10.00	15	150.00	10.50	160.50	
G0107	ขนมปังสอดไส้ช็อคโกแลต	10.00	15	150.00	10.50	160.50	
G0108	ขนมปังสอดไส้มะพร้าว	10.00	5	50.00	3.50	53.50	
	รวม			1,030.00	72.10	1,102.10	

ตารางที่ 62 แสดงรายงานสินค้ากินตามลูกค้า(ต่อ)

รายงานสินค้ากินตามลูกค้า

วันที่ 1 พฤษภาคม 2553

รหัสลูกค้า	C04	ชื่อลูกค้า	ร้านตุงทอง				
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขาย	จำนวน	จำนวนเงิน	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมทั้งสิ้น	
G0101	ขนมปังสอดไส้เนยสด	10.00	15	150.00	10.50	160.50	
G0102	ขนมปังสอดไส้กรอก	10.00	30	300.00	21.00	321.00	
G0103	ขนมปังสอดไส้หมูหยองน้ำสลัด	10.00	5	50.00	3.50	53.50	
G0104	ขนมปังสอดไส้หมูแดง	10.00	10	100.00	7.00	107.00	
G0105	ขนมปังสอดไส้เผือก	10.00	40	400.00	28.00	428.00	
G0106	ขนมปังสอดไส้สังขยา	10.00	23	230.00	16.10	246.10	
G0107	ขนมปังสอดไส้ช็อคโกแลต	10.00	50	500.00	35.00	535.00	
G0108	ขนมปังสอดไส้มะพร้าว	10.00	5	50.00	3.50	53.50	
	รวม			<b>1,780.00</b>	<b>124.60</b>	<b>1,904.60</b>	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 62 แสดงรายงานสินค้าค้ำตามลูกค้า(ต่อ)

รายงานสินค้าค้ำตามลูกค้า

วันที่ 1 พฤษภาคม 2553

รหัสลูกค้า	C05	ชื่อลูกค้า	ร้านริมสาย				
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขาย	จำนวน	จำนวนเงิน	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมทั้งสิ้น	
G0101	ขนมปังสอดไส้เนยสด	10.00	3	30.00	2.10	32.10	
G0102	ขนมปังสอดไส้กรอก	10.00	50	500.00	35.00	535.00	
G0103	ขนมปังสอดไส้หมูหยองน้ำสลัด	10.00	10	100.00	7.00	107.00	
G0104	ขนมปังสอดไส้หมูแดง	10.00	5	50.00	3.50	53.50	
G0105	ขนมปังสอดไส้เผือก	10.00	45	450.00	31.50	481.50	
G0106	ขนมปังสอดไส้สังขยา	10.00	25	250.00	17.50	267.50	
G0107	ขนมปังสอดไส้ช็อคโกแลต	10.00	25	250.00	17.50	267.50	
G0108	ขนมปังสอดไส้มะพร้าว	10.00	150	1,500.00	105.00	1,605.00	
	รวม			<b>3,130.00</b>	<b>219.10</b>	<b>3,349.10</b>	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 62 แสดงรายงานสินค้าคืบตามลูกค้า(ต่อ)

รายงานสินค้าคืบตามลูกค้า

วันที่ 1 พฤษภาคม 2553

รหัสลูกค้า	C06	ชื่อลูกค้า	ร้านริมกก	ราคาขาย	จำนวน	จำนวนเงิน	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	รวมทั้งสิ้น
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า							
G0101	ขนมปังสอดไส้เนยสด			10.00	5	50.00	3.50	53.50
G0102	ขนมปังสอดไส้กรอก			10.00	10	100.00	7.00	107.00
G0103	ขนมปังสอดไส้หมูหยองน้ำสลัด			10.00	5	50.00	3.50	53.50
G0104	ขนมปังสอดไส้หมูแดง			10.00	7	70.00	4.90	74.90
G0105	ขนมปังสอดไส้เผือก			10.00	5	50.00	3.50	53.50
G0106	ขนมปังสอดไส้สังขยา			10.00	15	150.00	10.50	160.50
G0107	ขนมปังสอดไส้ช็อคโกแลต			10.00	5	50.00	3.50	53.50
G0108	ขนมปังสอดไส้มะพร้าว			10.00	10	100.00	7.00	107.00
	รวม					620.00	43.40	663.40

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 63 แสดงรายงานการขายตามสถานที่ขาย

รายงานการขายตามสถานที่ขาย  
ระหว่างวันที่ 1 ถึง 10 พฤษภาคม 2552

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	จำนวน (ชิ้น)					จำนวนเงิน(บาท)				
		เชียงราย	ลำพูน	ลำปาง	เชียงใหม่	จำนวนรวม	เชียงราย	ลำพูน	ลำปาง	เชียงใหม่	ราคาขาย
		P01	P02	P03	P04		P01	P02	P03	P04	รวม
G001	ขนมปังสอดไส้ต่างๆ	2,400	1,825	1,000	2,290	7,515	24,000	18,250	10,000	22,900	75,150.00
G002	พิซซ่าและพาย	705	680	750	1,380	3,515	17,625	17,000	18,750	34,500	87,875.00
G003	เอแคลร์และ โคนัท	820	560	250	570	2,200	20,500	14,000	6,250	14,250	55,000.00
G004	คุกกี้	115	180	210	500	1,005	6,325	9,900	11,550	27,500	55,275.00
G005	ขนมเค้กและโรล	800	930	1,030	2,630	5,390	28,000	32,550	36,050	92,050	188,650.00
G006	ขนมเปี๊ยะ	400	380	334	1,260	2,374	22,600	21,400	18,970	69,900	132,870.00
	<b>รวมยอด</b>	<b>5,240</b>	<b>4,555</b>	<b>3,574</b>	<b>8,630</b>		<b>119,050</b>	<b>113,100</b>	<b>101,570</b>	<b>261,100</b>	<b>594,820.00</b>

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 63 แสดงรายงานการขายตามสถานที่ขาย(ต่อ)

รายงานการขายตามสถานที่ขาย  
ระหว่างวันที่ 1 ถึง 10 พฤษภาคม 2552

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคา ขาย/ หน่วย	จำนวน (ชิ้น)				จำนวนเงิน(บาท)					
			เชียงราย	ลำพูน	ลำปาง	เชียงใหม่	จำนวน	เชียงราย	ลำพูน	ลำปาง	เชียงใหม่	ราคาขาย
			P01	P02	P03	P04	รวม	P01	P02	P03	P04	รวม
G0101	ขนมปังนมสด	10.00	150	1,000	300	30	1,480	1,500	10,000	3,000	300	14,800.00
G0102	ขนมปังไส้กรอก	10.00	100	500	50	550	1,200	1,000	5,000	500	5,500	12,000.00
G0103	ขนมปังไส้หมูหยอง	10.00	50	30	150	30	260	500	300	1,500	300	2,600.00
G0104	ขนมปังไส้ไก่	10.00	200	20	50	30	300	2,000	200	500	300	3,000.00
G0106	ขนมปังไส้หมูสับผัดซอส	10.00	50	50	50	90	240	500	500	500	900	2,400.00
G0107	ขนมปังไส้หมูแดง	10.00	50	25	250	30	355	500	250	2,500	300	3,550.00
G0108	ขนมปังไส้แฮมและชีส	10.00	300	150	50	300	800	3,000	1,500	500	3,000	8,000.00
G0109	ขนมปังเกลียวแฮม	10.00	500	30	50	30	610	5,000	300	500	300	6,100.00
G0111	ขนมปังไส้เผือก	10.00	1,000	20	50	1,200	2,270	10,000	200	500	12,000	22,700.00
	<b>รวมยอด</b>		<b>2,400</b>	<b>1,825</b>	<b>1,000</b>	<b>2,290</b>		<b>24,000</b>	<b>18,250</b>	<b>10,000</b>	<b>22,900</b>	<b>75,150.00</b>

ตารางที่ 63 แสดงรายงานการขายตามสถานที่ขาย(ต่อ)

รายงานการขายตามสถานที่ขาย  
ระหว่างวันที่ 1 ถึง 10 พฤษภาคม 2552

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขาย	จำนวน (กล่อง)					จำนวนเงิน(บาท)				
			เชียงราย	ลำพูน	ลำปาง	เชียงใหม่	จำนวนรวม	เชียงราย	ลำพูน	ลำปาง	เชียงใหม่	ราคาขายรวม
			P01	P02	P03	P04		P01	P02	P03	P04	
G0201	ฟ้าไก่ชอชขาว	25.00	50	250	350	550	1,200	1,250	6,250	8,750	13,750	30,000.00
G0202	ฟ้าเห็ด	25.00	100	150	150	20	420	2,500	3,750	3,750	500	10,500.00
G0203	ฟ้าไส้กรอก	25.00	300	50	70	500	920	7,500	1,250	1,750	12,500	23,000.00
G0204	ฟ้าทูน่า	25.00	50	100	30	80	260	1,250	2,500	750	2,000	6,500.00
G0205	พายไก่	25.00	150	50	50	40	290	3,750	1,250	1,250	1,000	7,250.00
G0206	พายหมูเกาลัด	25.00	25	30	30	40	125	625	750	750	1,000	3,125.00
G0207	พายสตูว์ไก่	25.00	30	50	70	150	300	750	1,250	1,750	3,750	7,500.00
	รวมยอด		705	680	750	1,380		17,625	17,000	18,750	34,500	87,875.00

ตารางที่ 63 แสดงรายงานการขายตามสถานที่ขาย(ต่อ)

รายงานการขายตามสถานที่ขาย  
ระหว่างวันที่ 1 ถึง 10 พฤษภาคม 2552

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขาย	ชื่อกลุ่มสินค้า				เอแคลร์และโดนัท					
			จำนวน (ชิ้น)				จำนวนเงิน(บาท)					
			เชียงราย	ลำพูน	ลำปาง	เชียงใหม่	จำนวนรวม	เชียงราย	ลำพูน	ลำปาง	เชียงใหม่	ราคาขายรวม
P01	P02	P03	P04		P01	P02	P03	P04				
G0301	เอแคลร์กาแฟ	25.00	70	100	70	100	340	1,750	2,500	1,750	2,500	8,500.00
G0302	เอแคลร์ไส้ครีม	25.00	500	70	30	90	690	12,500	1,750	750	2,250	17,250.00
G0303	เอแคลร์ช็อคโกแลต	25.00	30	70	80	120	300	750	1,750	2,000	3,000	7,500.00
G0304	โดนัทเกลียว	25.00	100	120	50	200	470	2,500	3,000	1,250	5,000	11,750.00
G0305	โดนัทแฮมสตรเบอร์รี่	25.00	120	200	20	60	400	3,000	5,000	500	1,500	10,000.00
	<b>รวมยอด</b>		<b>820</b>	<b>560</b>	<b>250</b>	<b>570</b>		<b>20,500</b>	<b>14,000</b>	<b>6,250</b>	<b>14,250</b>	<b>55,000.00</b>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 63 แสดงรายงานการขายตามสถานที่ขาย(ต่อ)

รายงานการขายตามสถานที่ขาย  
ระหว่างวันที่ 1 ถึง 10 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่มสินค้า

G04

ชื่อกลุ่มสินค้า

ทุ๊กกี้

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขาย	จำนวน (กล่อง)					จำนวนเงิน(บาท)				
			เชียงราย	ลำพูน	ลำปาง	เชียงใหม่	จำนวนรวม	เชียงราย	ลำพูน	ลำปาง	เชียงใหม่	ราคาขายรวม
			P01	P02	P03	P04		P01	P02	P03	P04	
G0401	ทุ๊กกี้กาแฟ	55	70	30	70	50	220	3,850.00	1,650.00	3,850.00	2,750.00	12,100.00
G0402	ทุ๊กกี้เม็ดมะม่วงหิมพานต์	55	10	70	50	100	230	550.00	3,850.00	2,750.00	5,500.00	12,650.00
G0403	ทุ๊กกี้เนยสด	55	20	10	10	200	240	1,100.00	550.00	550.00	11,000.00	13,200.00
G0404	ทุ๊กกี้น้ำตาลทรายแดง	55	5	20	20	50	95	275.00	1,100.00	1,100.00	2,750.00	5,225.00
G0405	ทุ๊กกี้ข้าวโอ๊ตลูกเกด	55	10	50	60	100	220	550.00	2,750.00	3,300.00	5,500.00	12,100.00
	รวมยอด		115	180	210	500		6,325.00	9,900.00	11,550.00	27,500.00	55,275.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 63 แสดงรายงานการขายตามสถานที่ขาย(ต่อ)

รหัสกลุ่มสินค้า		G05		ชื่อกลุ่มสินค้า				ขนมเค้กและโรล				
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขาย	จำนวน (ชิ้น)					จำนวนเงิน(บาท)				
			เชียงราย	ลำพูน	ลำปาง	เชียงใหม่	จำนวน รวม	เชียงราย	ลำพูน	ลำปาง	เชียงใหม่	ราคาขาย รวม
			P01	P02	P03	P04		P01	P02	P03	P04	
G0501	เค้กคัสตาร์ด	35.00	70	100	100	150	420	2,450	3,500	3,500	5,250	14,700.00
G0502	ท็อฟฟี่เค้ก	35.00	50	50	70	550	720	1,750	1,750	2,450	19,250	25,200.00
G0503	เค้กลูกเกด	35.00	10	150	70	650	880	350	5,250	2,450	22,750	30,800.00
G0504	เค้กเนยสด	35.00	20	200	120	250	590	700	7,000	4,200	8,750	20,650.00
G0505	ฟรุ๊ตเค้ก	35.00	60	50	120	250	480	2,100	1,750	4,200	8,750	16,800.00
G0506	เค้กโรลลูกตาล	35.00	120	30	20	300	470	4,200	1,050	700	10,500	16,450.00
G0507	เค้กโรลมะพร้าวอ่อน	35.00	350	50	250	50	700	12,250	1,750	8,750	1,750	24,500.00
G0508	เค้กวนิลา	35.00	30	40	150	150	370	1,050	1,400	5,250	5,250	12,950.00
G0509	เค้กกาแฟ	35.00	40	250	50	180	520	1,400	8,750	1,750	6,300	18,200.00
G0510	เค้กช็อคโกแลต	35.00	50	10	80	100	240	1,750	350	2,800	3,500	8,400.00
	รวมยอด		800	930	1,030	2,630		28,000	32,550	36,050	92,050	188,650.00

ตารางที่ 63 แสดงรายงานการขายตามสถานที่ขาย(ต่อ)

รายงานการขายตามสถานที่ขาย  
ระหว่างวันที่ 1 ถึง 31 พฤษภาคม 2552

รหัสกลุ่มสินค้า G06 ชื่อกลุ่มสินค้า ขนมหี้อย

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขาย	จำนวน (ชิ้น)					จำนวนเงิน(บาท)				
			เขียงราย	ลำพูน	ลำปาง	เชียงใหม่	จำนวนรวม	เขียงราย	ลำพูน	ลำปาง	เชียงใหม่	ราคาขายรวม
			P01	P02	P03	P04		P01	P02	P03	P04	
G0601	เขียงถั่วไข่เค็ม	55.00	35	65	60	150	310	1,925	3,575	3,300	8,250	17,050.00
G0602	เขียงถั่วดำไข่เค็ม	55.00	120	120	30	200	470	6,600	6,600	1,650	11,000	25,850.00
G0603	เขียงเม็ดมะม่วงหิมพานต์	55.00	20	30	100	30	180	1,100	1,650	5,500	1,650	9,900.00
G0604	เขียงทุเรียนไข่เค็ม	55.00	50	29	50	550	679	2,750	1,595	2,750	30,250	37,345.00
G0605	เขียงผลไม้	55.00	65	81	44	50	240	3,575	4,455	2,420	2,750	13,200.00
G0606	เขียงถั่วฟัก	55.00	80	30	20	250	380	4,400	1,650	1,100	13,750	20,900.00
G0607	เขียงหัวพระจันทร์	75.00	30	25	30	30	115	2,250	1,875	2,250	2,250	8,625.00
	รวมยอด		400	380	334	1,260		22,600	21,400	18,970.00	69,900	132,870.00



ตารางที่ 64 แสดงรายงานต้นทุนในการขนส่งต่อสินค้า 1 หน่วย

รายงานต้นทุนในการขนส่งต่อสินค้า 1 หน่วย

วันที่

สถานที่ขาย/ลูกค้า

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	จำนวนหน่วย	รายการต้นทุน					ต้นทุนรวม (บาท)	ต้นทุนขนส่งต่อ หน่วย
			ค่าแรงงาน	ค่าน้ำมัน	วัสดุ สิ้นเปลือง	ค่าใช้จ่าย เบ็ดเตล็ด	อื่นๆ		
G001	ขนมปังสอดไส้ต่างๆ	35,000.00	500.00	800.00	100.00	100.00	1,500.00	0.04	
G002	พิซซ่าและพาย	9,000.00	500.00	800.00	200.00	50.00	1,550.00	0.17	
G003	เอแคลร์และโดนัท	5,000.00	500.00	800.00	250.00		1,550.00	0.31	
G004	คุกกี้	8,000.00	500.00	800.00	75.00		1,375.00	0.17	
G005	ขนมเค้กและโรล	6,500.00	500.00	800.00	150.00		1,450.00	0.22	
G006	ขนมเปี๊ยะ	15,000.00	500.00	800.00	170.00		1,470.00	0.10	
	<b>รวมยอด</b>		<b>3,000.00</b>	<b>4,800.00</b>	<b>945.00</b>	<b>150.00</b>	<b>-</b>	<b>8,895.00</b>	

ตารางที่ 65 แสดงงบกำไรขาดทุนตามช่องทางการจัดจำหน่าย

		บริษัท เบเกอร์รี่ จำกัด					
		งบกำไรขาดทุน					
		สำหรับเดือน สิ้นสุดวันที่.....					
		สาขาท่าแพ		สาขาการ์ฟูร์		สาขาท่าอากาศยาน	
รายได้	รายได้จากการขาย		10,000.00		15,000.00		20,000.00
	หัก รับคืนสินค้า	100.00		300.00		500.00	
	ส่วนลดจ่าย	200.00	300.00	300.00	600.00	500.00	1,000.00
	รายได้สุทธิ		9,700.00		14,400.00		19,000.00
ต้นทุนขาย	ต้นทุนขาย		5,000.00		7,500.00		10,000.00
	กำไรขั้นต้น		4,700.00		6,900.00		9,000.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร							
	ค่าใช้จ่ายในการขาย	500.00		500.00		500.00	
	ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	500.00	1,000.00	500.00	1,000.00	500.00	1,000.00
	กำไร(ขาดทุน)จากการดำเนินงาน		3,700.00		5,900.00		8,000.00

ตารางที่ 66 แสดงรายงานยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย

รายงานยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย

รายละเอียดค่าใช้จ่ายและรายได้

สำหรับกิจกรรมส่งเสริมการขาย ณ.....วันที่.....

ยอดขายที่เพิ่มขึ้น					ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ที่เพิ่มขึ้น
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	จำนวนที่ขายได้(ชิ้น)	ราคาขายต่อหน่วย(บาท)	จำนวนเงิน(บาท)	
G001	ขนมปังสอดไส้ต่างๆ	15,000.00	10.00	150,000.00	15,000.00
G002	พัฟและพาย	3,000.00	25.00	75,000.00	
G003	เอแคลร์และ โดนัท	15,000.00	25.00	375,000.00	
G004	คุกกี้	1,500.00	30.00	45,000.00	
G005	ขนมเค้กและโรล	1,000.00	25.00	25,000.00	
G006	ขนมเปี๊ยะ	500.00	35.00	17,500.00	
	รวมยอด	36,000.00	150.00	687,500.00	

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้น

ร้อยละ

2.18

ตารางที่ 67 แสดงรายงานสัดส่วนของคูปองที่นำมาใช้สิทธิ์ต่อคูปองที่แจก

รายงานสัดส่วนของคูปองที่นำมาใช้สิทธิ์ต่อคูปองที่แจก

สำหรับวันที่ 1 มกราคม 2552 ถึง วันที่ 30 เมษายน 2552

กิจกรรมส่งเสริมการขาย

สะสมคูปอง 5 ชิ้น แลก ขนมปั่นไส้ต่างๆ 1 ชิ้น

การแจกคูปอง			จำนวนคูปองที่นำมาใช้สิทธิ์		
เดือน	จำนวนที่แจก(ใบ)	สะสม(ใบ)	เดือน	จำนวนใช้สิทธิ์(ใบ)	จำนวนคูปองยังไม่ได้ใช้สิทธิ์(ใบ)
มกราคม	70,000	70,000	มกราคม	30,000	40,000
กุมภาพันธ์	65,000	135,000	กุมภาพันธ์	50,000	55,000
มีนาคม	60,000	195,000	มีนาคม	60,000	55,000
เมษายน	55,000	250,000	เมษายน	70,000	40,000
	<b>250,000</b>			<b>210,000</b>	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 68 แสดงรายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้

รายงานยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้  
ประจำเดือน.....

รหัสพนักงาน ขาย	ชื่อพนักงาน ขาย	รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	เป้าหมายตามงบประมาณ ประจำเดือน(ชิ้น)	ยอดขายที่เกิดขึ้นจริง(ชิ้น)	ผลต่าง (ชิ้น)
S001	สมจิตร	G01	ขนมปังสอดไส้ต่างๆ	50,000.00	55,000.00	5,000.00
		G02	พิซซ่าและพาย	5,000.00	4,500.00	- 500.00
		G03	แอสเคอร์และโดนัท	50,000.00	45,000.00	- 5,000.00
		G04	คุกกี้	5,000.00	7,000.00	2,000.00
		G05	ขนมเค้กและโรล	4,500.00	4,000.00	- 500.00
		G06	ขนมเบี๊ยะ	1,500.00	2,000.00	500.00
S002	สมใจ	G01	ขนมปังสอดไส้ต่างๆ	50,000.00	60,000.00	10,000.00
		G02	พิซซ่าและพาย	5,000.00	5,000.00	-
		G03	แอสเคอร์และโดนัท	50,000.00	40,000.00	- 10,000.00
		G04	คุกกี้	5,000.00	4,500.00	- 500.00
		G05	ขนมเค้กและโรล	4,500.00	5,000.00	500.00
		G06	ขนมเบี๊ยะ	1,500.00	1,000.00	- 500.00

ตารางที่ 69 แสดงรายงานยอดขายรวมแยกตามพนักงานขาย

รายงานยอดขายรวม แยกตามพนักงานขาย					
วันที่					
ชื่อพนักงานขาย			สมจิตร		
วันที่	เลขที่บิลขาย	ค่าขาย			รวม
		ขายสด	ขายเชื่อ		
01/05/52	SS001	5,000	3,000		8,000
02/05/52	SS002	15,000	5,000		20,000
03/05/52	SS003	25,000			25,000
04/05/52	SS004	3,000	25,000		28,000
05/05/52	SS005	5,000	15,000		20,000
	<b>รวมยอด</b>	<b>53,000</b>	<b>48,000</b>		<b>101,000</b>

ตารางที่ 70 แสดงรายงานยอดขายของพนักงานขายแยกตามสินค้า

รายงานยอดขายของพนักงานขายตามสินค้า

ระหว่างวันที่ 1 ถึง 10 พฤษภาคม 2552

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	จำนวน (ชิ้น)				จำนวนรวม	จำนวนเงิน				ราคาขายรวม
		สมจิตร	วันชัย	สมศักดิ์	สมศรี		สมจิตร	วันชัย	สมศักดิ์	สมศรี	
		P01	P02	P03	P04		P01	P02	P03	P04	
G001	ขนมปังสอดไส้ต่างๆ	2,400	1,825	1,000	2,290	7,515	24,000	18,250	10,000	22,900	75,150.00
G002	พิซซ่าและพาย	705	680	750	1,380	3,515	17,625	17,000	18,750	34,500	87,875.00
G003	เอแคลร์และโดนัท	820	560	250	570	2,200	20,500	14,000	6,250	14,250	55,000.00
G004	คุกกี้	115	180	210	500	1,005	6,325	9,900	11,550	27,500	55,275.00
G005	ขนมเค้กและโรล	800	930	1,030	2,630	5,390	28,000	32,550	36,050	92,050	188,650.00
G006	ขนมเปียะ	400	380	334	1,260	2,374	22,600	21,400	18,970	69,900	132,870.00
	รวมยอด	5,240	4,555	3,574	8,630		119,050	113,100	101,570	261,100	594,820.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 71 แสดงรายงานยอดขายกลุ่มลูกค้าใหม่

รายงานยอดขายกลุ่มลูกค้าใหม่  
 กลุ่มลูกค้า ผลิตภัณฑ์ร้านกาแฟในห้างสรรพสินค้า  
 ระหว่างวันที่

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคาขาย	โลตัส	คาร์ฟูร์	บิ๊กซี	แม็คโคร	จำนวนรวม	โลตัส	คาร์ฟูร์	บิ๊กซี	แม็คโคร	ราคาขายรวม
			P01	P02	P03	P04		P01	P02	P03	P04	
G001	ขนมปังสอดไส้ ต่างๆ	10	250	1,500	2,000	750	4,500	2,500	15,000	20,000	7,500	45,000
G002	พิซซ่าและพาย	25	500	550	650	700	2,400	12,500	13,750	16,250	17,500	60,000
G003	เอแคลร์และโดนัท	25	750	1,550	1,500	250	4,050	18,750	38,750	37,500	6,250	101,250
G004	คุกกี้	30	700	650	550	500	2,400	21,000	19,500	16,500	15,000	72,000
G005	ขนมเค้กและโรล	20	100	150	200	250	700	2,000	3,000	4,000	5,000	14,000
G006	ขนมเบี๊ยะ	30	30	40	50	20	140	900	1,200	1,500	600	4,200
	<b>รวมยอด</b>		<b>2,330</b>	<b>4,440</b>	<b>4,950</b>	<b>2,470</b>		<b>57,650</b>	<b>91,200</b>	<b>95,750</b>	<b>51,850</b>	296,450