



**ภาคผนวก**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## แบบสอบถาม

เรื่อง “ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระของนักศึกษา ตามหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริง โดยข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา และถือเป็นความลับ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้

วิไลพร ไชโย

## คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้มี 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบุคคลที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพองค์กร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับกิจการและความต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด  
กรุณาเขียนเครื่องหมายถูก  ลงในช่องว่างและเขียนคำตอบที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบุคคลที่ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ  20 - 29 ปี  30 - 39 ปี  
 40 - 49 ปี  50 - 59 ปี  
 60 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด  ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  
 ปริญญาโท  ปริญญาเอก

## 4. ตำแหน่งในกิจการ

- |                                            |                                                 |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เจ้าของกิจการ     | <input type="checkbox"/> ผู้จัดการทั่วไป        |
| <input type="checkbox"/> พนักงานการตลาด    | <input type="checkbox"/> พนักงานบัญชีและการเงิน |
| <input type="checkbox"/> ผู้จัดการฝ่ายผลิต | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ).....      |

## 5. ระยะเวลาการทำงานในธุรกิจนี้

- |                                        |                                        |
|----------------------------------------|----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 5 ปี | <input type="checkbox"/> 5 – 10 ปี     |
| <input type="checkbox"/> 11 – 15 ปี    | <input type="checkbox"/> มากกว่า 15 ปี |

## ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพองค์กร

## 1. ลักษณะธุรกิจ

- |                                                 |                                            |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เจ้าของคนเดียว         | <input type="checkbox"/> ห้างหุ้นส่วนจำกัด |
| <input type="checkbox"/> บริษัทจำกัด            | <input type="checkbox"/> บริษัทมหาชนจำกัด  |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) ..... |                                            |

## 2. ลักษณะการจัดจำหน่ายของกิจการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                                                        |                                                           |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ขายส่งร้านค้าทั่วไป           | <input type="checkbox"/> มีร้านขายปลีกเองในห้างสรรพสินค้า |
| <input type="checkbox"/> ขายและผลิตตามคำสั่งซื้อ       | <input type="checkbox"/> ฝากขาย                           |
| <input type="checkbox"/> ขายปลีกร่วมกับร้านค้าแฟรนไชส์ | <input type="checkbox"/> มีร้านขายปลีกที่โรงงาน           |

## 3. กิจการของท่านผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                                                                 |                                       |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ขนมปังไส้ต่างๆ                         | <input type="checkbox"/> ขนมปังปอนด์  |
| <input type="checkbox"/> แชนดวีซ                                | <input type="checkbox"/> ขนมเค้กต่างๆ |
| <input type="checkbox"/> กลุ่มพิซซ่าและครัวซอง                  | <input type="checkbox"/> เอแคลร์      |
| <input type="checkbox"/> โดนัท                                  | <input type="checkbox"/> คัสตาร์ด     |
| <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่เน้นคุณค่าทางอาหาร |                                       |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....                  |                                       |

4. กิจกรรมของท่านเน้นการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใดเป็นพิเศษ(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                                                                 |                                       |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ขนมปังไส้ต่างๆ                         | <input type="checkbox"/> ขนมปังปอนด์  |
| <input type="checkbox"/> แชนดวีช                                | <input type="checkbox"/> ขนมเค้กต่างๆ |
| <input type="checkbox"/> กลุ่มพิซซ่าและครัวซอง                  | <input type="checkbox"/> เอแคลร์      |
| <input type="checkbox"/> โดนัท                                  | <input type="checkbox"/> คุกกี้       |
| <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่เน้นคุณค่าทางอาหาร |                                       |
| <input type="checkbox"/> ผลิตและจำหน่ายในอัตราส่วนที่เท่ากัน    |                                       |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....                  |                                       |

5. ราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของท่านอยู่ในระดับใด

- |                                    |                                       |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 5-20 บาท  | <input type="checkbox"/> 21-50 บาท    |
| <input type="checkbox"/> 51-80 บาท | <input type="checkbox"/> 81 บาทขึ้นไป |

6. ระยะเวลาในการประกอบกิจการของท่าน

- |                                       |                                        |
|---------------------------------------|----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5 ปี | <input type="checkbox"/> 5 – 10 ปี     |
| <input type="checkbox"/> 11 – 15 ปี   | <input type="checkbox"/> มากกว่า 15 ปี |

7. มูลค่าของสินทรัพย์รวม

- |                                             |                                             |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 30 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> 30-50 ล้านบาท      |
| <input type="checkbox"/> 50 -70 ล้านบาท     | <input type="checkbox"/> มากกว่า 70 ล้านบาท |

8. มูลค่าของทุนจดทะเบียน

- |                                            |                                             |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> 1 – 5 ล้านบาท      |
| <input type="checkbox"/> 5.1 – 10 ล้านบาท  | <input type="checkbox"/> 10.1 – 15 ล้านบาท  |
| <input type="checkbox"/> 15.1 – 20 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> 20.1 – 25 ล้านบาท  |
| <input type="checkbox"/> 25.1 – 30 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 30 ล้านบาท |

9. มูลค่ายอดขายต่อปี

- |                                             |                                            |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1 ล้านบาท  | <input type="checkbox"/> 1 – 10 ล้านบาท    |
| <input type="checkbox"/> 10.1 – 20 ล้านบาท  | <input type="checkbox"/> 20.1 – 30 ล้านบาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 30 ล้านบาท |                                            |



ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับกิจการและความจำเป็นในการจัดทำและการนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

1. ในปัจจุบัน กิจการของท่านประสบปัญหา ต่อไปนี้หรือไม่

สารสนเทศทางการบัญชีด้านการตลาด	สภาพของปัญหา		
	มีปัญหา	ไม่มีปัญหา	ไม่ทราบ
จำนวนลูกค้าเดิมที่ลดลง			
จำนวนลูกค้าใหม่ที่ลดลง			
ปริมาณการสั่งซื้อต่อลูกค้าแต่ละรายลดลง			
ลูกค้าต่อรองราคามากเกินไป			
ลูกค้าใช้ระยะเวลาชำระสินนานเกินไปพนักงานขายมีจำนวนน้อย/ไม่เพียงพอ			
พนักงานขายมีความสามารถน้อย			
คู่แข่งชั้นขนาดใกล้เคียงกันเพิ่มมากขึ้น			
คู่แข่งชั้นขนาดใหญ่กว่าเพิ่มมากขึ้น			
คู่แข่งชั้นขนาดเล็กกว่าเพิ่มมากขึ้น			
คุณภาพสินค้าสู้คู่แข่งไม่ได้			
ราคาสู้คู่แข่งไม่ได้			
ช่องทางการจัดจำหน่ายสู้คู่แข่งไม่ได้			
การโฆษณาและการส่งเสริมการขายสู้คู่แข่งไม่ได้			
สารสนเทศทางการบัญชีด้านการผลิต			
วัตถุดิบขาดแคลน			
วัตถุดิบคุณภาพไม่ดี			
ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น			
กำลังการผลิตน้อยเกินไป			
กำลังการผลิตมากเกินไป			
มีของเสียมากเกินไป			
สินค้าผลิตไม่ได้คุณภาพ			

คนงานไม่เชี่ยวชาญ			
เทคโนโลยีการผลิตล้าสมัย			
สารสนเทศทางการบัญชีด้านการเงิน			
ขาดเงินทุนหมุนเวียน			
ปริมาณหนี้สูญมากเกินไป			
ไม่มีระบบติดตามหนี้ที่มีประสิทธิภาพ			
สถาบันการเงินไม่ให้กู้เงิน			
อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป			
ไม่ได้รับเครดิตจากบริษัทคู่ค้า			
ไม่มีแหล่งเงินกู้ระยะสั้น			
ไม่มีแหล่งเงินกู้ระยะยาว			
ขาดความเข้าใจในการบริหารการเงิน			
ระบบบัญชีไม่มีประสิทธิภาพ			
ไม่ทราบข้อมูลต้นทุนที่แท้จริง			

2. ท่านคิดว่าสารสนเทศทางการบัญชีต่อไปนี้จำเป็นต่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของกิจการหรือไม่

สารสนเทศทางการบัญชีที่ใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด	ระดับความจำเป็น	
	จำเป็น	ไม่จำเป็น
<b>ด้านสินค้า (Product)</b>		
1. การวิเคราะห์ยอดขายแยกตามสินค้า		
2. การวิเคราะห์ยอดขายแยกตามตราสินค้า		
3. การวิเคราะห์ยอดขายแยกตามขนาดและการบรรจุหีบห่อสินค้า		
4. รายงานกำลังการผลิตสินค้าแต่ละชนิดต่อความต้องการของลูกค้า		
5. อัตราส่วนการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น		
6. รายงานสินค้าค้างส่ง		
7. รายงานสินค้าหมดอายุก่อนกำหนด		
8. อัตราส่วนของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า		

9. อัตราส่วนของเสียด้อยอดขายรวม		
<b>ด้านราคา (Price)</b>		
1. การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายทางการตลาดและยอดขายเป้าหมายที่ตั้งไว้		
2. อัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนเร็ว		
3. อัตราหมุนเวียนลูกหนี้		
4. อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ		
5. อัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย		
6. อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน		
7. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROA)		
8. การแยกค่าใช้จ่ายตามหน้าที่ทางการตลาด		
9. การจัดสรรค่าใช้จ่ายของแต่ละกิจกรรมตามส่วนต่างๆ ของตลาด		
10. ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า		
11. การวิเคราะห์ยอดขายแยกตามราคาและขนาดของสินค้า		
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>		
1. การจัดทำงบกำไรขาดทุนตามช่องทางการจัดจำหน่าย		
2. ต้นทุนในการขนส่งสินค้า		
3. สัดส่วนของต้นทุนในการขนส่งสินค้าต่อต้นทุนในการกระจายสินค้า		
4. สัดส่วนของต้นทุนในการขนส่งสินค้าต่อยอดขายสินค้า		
5. ต้นทุนในการขนส่งต่อสินค้า 1 หน่วย		
6. สัดส่วนของสินค้าที่แตกหักเสียหายระหว่างการขนส่ง		
7. ความผิดพลาดในการส่งของ		
8. สัดส่วนของการส่งสินค้าไม่ตรงเวลาต่อการขนส่งสินค้าทั้งหมด		
9. ความตรงเวลาในการส่งสินค้า		
10. สัดส่วนของการส่งสินค้าที่ไม่เต็มรถต่อจำนวนครั้งที่ส่งต่อการส่งสินค้าทั้งหมด		
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>		
1. จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการขาย		
2. จำนวนลูกค้าที่มีความสนใจและตัดสินใจซื้อตามเงื่อนไขการส่งเสริมการขาย		
3. จำนวนผู้เข้าชมและความสนใจของผู้เข้าชม		



4. จำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นจากการส่งเสริมการขาย		
5. ประสิทธิภาพของโปรแกรมส่งเสริมการขายต่อยอดขายทั้งหมด		
6. อัตราส่วนของยอดขายที่เกิดจากรายการส่งเสริมการขายต่อยอดขายทั้งหมด		
7. ยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย		
8. การวัดทัศนคติและความพึงพอใจของลูกค้า		
9. อัตราการทดลองสินค้าของลูกค้า		
10. สัดส่วนของคู่มือที่นำมาใช้สิทธิ์ต่อคู่มือที่แจกไป		
<b>พนักงานขาย</b>		
1. ยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้		
2. อัตราการเติบโตของยอดขาย(ปีปัจจุบันกับปีก่อน)		
3. ยอดขายกลุ่มลูกค้าใหม่		
4. อัตราส่วนของกำไรขั้นต้นต่อกำไรสุทธิ		
5. อัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขาย		
6. อัตราส่วนครองตลาด (Market Share)		
7. อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ในการบริหารงานขาย (ROA)		
8. อัตราส่วนความถี่ของการเยี่ยม		
9. อัตราส่วนของคำสั่งซื้อต่อจำนวนครั้งที่เยี่ยม		
10. จำนวนครั้งที่เยี่ยมลูกค้าในช่วงเวลาหนึ่ง		
11. จำนวนลูกค้าเก่าที่เสียไป		
12. สัดส่วนลูกค้าใหม่ต่อลูกค้าทั้งหมดของพนักงานขาย		

### 3. กิจกรรมของท่านนำสารสนเทศทางการบัญชีเหล่านี้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดหรือไม่

สารสนเทศทางการบัญชีที่ใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด	การนำไปใช้	
	ใช่	ไม่ใช่
<b>ด้านสินค้า (Product)</b>		
1. การวิเคราะห์ยอดขายแยกตามสินค้า		
2. การวิเคราะห์ยอดขายแยกตามตราสินค้า		
3. การวิเคราะห์ยอดขายแยกตามขนาดและการบรรจุหีบห่อสินค้า		

4. รายงานกำลังการผลิตสินค้าแต่ละชนิดต่อความต้องการของลูกค้า		
5. อัตราส่วนการขายสินค้าใหม่ต่อยอดขายทั้งสิ้น		
6. รายงานสินค้าค้างส่ง		
7. รายงานสินค้าหมดอายุก่อนกำหนด		
8. อัตราส่วนของเสียต่อยอดขายแยกตามสินค้า		
9. อัตราส่วนของเสียต่อยอดขายรวม		
<b>ด้านราคา (Price)</b>		
1. การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายทางการตลาดและยอดขายเป้าหมายที่ตั้งไว้		
2. อัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนเร็ว		
3. อัตราหมุนเวียนลูกหนี้		
4. อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ		
5. อัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย		
6. อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน		
7. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROA)		
8. การแยกค่าใช้จ่ายตามหน้าที่ทางการตลาด		
9. การจัดสรรค่าใช้จ่ายของแต่ละกิจกรรมตามส่วนต่างๆ ของตลาด		
10. ข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้า		
11. การวิเคราะห์ยอดขายแยกตามราคาและขนาดของสินค้า		
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>		
1. การจัดทำงบกำไรขาดทุนตามช่องทางการจัดจำหน่าย		
2. ต้นทุนในการขนส่งสินค้า		
3. สัดส่วนของต้นทุนในการขนส่งสินค้าต่อต้นทุนในการกระจายสินค้า		
4. สัดส่วนของต้นทุนในการขนส่งสินค้าต่อยอดขายสินค้า		
5. ต้นทุนในการขนส่งต่อสินค้า 1 หน่วย		
6. สัดส่วนของสินค้าที่แตกหักเสียหายระหว่างการขนส่ง		
7. ความผิดพลาดในการส่งของ		
8. สัดส่วนของการส่งสินค้าไม่ตรงเวลาต่อการขนส่งสินค้าทั้งหมด		
9. ความตรงเวลาในการส่งสินค้า		

10. สัดส่วนของการส่งสินค้าที่ไม่เต็มรถต่อจำนวนครั้งที่ส่งต่อการส่งสินค้าทั้งหมด		
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>		
1. จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการขาย		
2. จำนวนลูกค้าที่มีความสนใจและตัดสินใจซื้อตามเงื่อนไขการส่งเสริมการขาย		
3. จำนวนผู้เข้าชมและความสนใจของผู้เข้าชม		
4. จำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นจากการส่งเสริมการขาย		
5. ประสิทธิภาพของโปรแกรมส่งเสริมการขายต่อยอดขายทั้งหมด		
6. อัตราส่วนของยอดขายที่เกิดจากรายการส่งเสริมการขายต่อยอดขายทั้งหมด		
7. ยอดขายที่เพิ่มขึ้นต่อค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย		
8. การวัดทัศนคติและความพึงพอใจของลูกค้า		
9. อัตราการทดลองสินค้าของลูกค้า		
10. สัดส่วนของคู่มือที่นำมาใช้สิทธิ์ต่อคู่มือที่แจกไป		
<b>พนักงานขาย</b>		
1. ยอดขายเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้		
2. อัตราการเติบโตของยอดขาย(ปีปัจจุบันกับปีก่อน)		
3. ยอดขายกลุ่มลูกค้าใหม่		
4. อัตราส่วนของกำไรขั้นต้นต่อกำไรสุทธิ		
5. อัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขาย		
6. อัตราส่วนครองตลาด (Market Share)		
7. อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ในการบริหารงานขาย (ROA)		
8. อัตราส่วนความถี่ของการเยี่ยม		
9. อัตราส่วนของคำสั่งซื้อต่อจำนวนครั้งที่เยี่ยม		
10. จำนวนครั้งที่เยี่ยมลูกค้าในช่วงเวลาหนึ่ง		
11. จำนวนลูกค้าเก่าที่เสียไป		
12. สัดส่วนลูกค้าใหม่ต่อลูกค้าทั้งหมดของพนักงานขาย		

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

ปัญหาในการจัดทำสารสนเทศทางการบัญชีที่ใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด	การเกิดขึ้นของปัญหา	
	มีปัญหา	ไม่มีปัญหา
1. พนักงานบัญชีมีจำนวนไม่เพียงพอ		
2. พนักงานบัญชีไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอ		
3. ข้อมูลทางการบัญชีมีความล่าช้าเนื่องจากระบบข้อมูล		
4. ความถูกต้องของข้อมูล		
5. ความยุ่งยากในการพยากรณ์ข้อมูลในอนาคต (งบประมาณ)		
6. ข้อมูลทางการบัญชีไม่ตรงตามความต้องการของฝ่ายการตลาด		
7. ฝ่ายการตลาดไม่ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่นำเสนอ		
8. ไม่มีการตกลงร่วมกันระหว่างฝ่ายบัญชีกับฝ่ายการตลาดในด้านข้อมูลที่ต้องการ		
9. ไม่ได้รับการสนับสนุนให้มีการนำวิธีการทางบัญชี หรือวิธีการทางการตลาดใหม่ๆ มาใช้ในกิจการ		
10. อื่นๆ (โปรดระบุ)		
6. ข้อมูลทางการบัญชีไม่ตรงตามความต้องการของฝ่ายการตลาด		
7. ฝ่ายการตลาดไม่ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่นำเสนอ		
8. ไม่มีการตกลงร่วมกันระหว่างฝ่ายบัญชีกับฝ่ายการตลาดในด้านข้อมูลที่ต้องการ		
9. ไม่ได้รับการสนับสนุนให้มีการนำวิธีการทางบัญชี หรือวิธีการทางการตลาดใหม่ๆ มาใช้ในกิจการ		
10. อื่นๆ (โปรดระบุ)		

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

ปัญหาในการจัดทำสารสนเทศทางการบัญชีที่ใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด	ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. พนักงานบัญชีมีจำนวนไม่เพียงพอ					
2. พนักงานบัญชีไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอ					
3. ข้อมูลทางการบัญชีมีความล่าช้าเนื่องจากระบบข้อมูล					
4. ความถูกต้องของข้อมูล					
5. ความยุ่งยากในการพยากรณ์ข้อมูลในอนาคต (งบประมาณ)					
6. ข้อมูลทางการบัญชีไม่ตรงตามความต้องการของฝ่ายการตลาด					
7. ฝ่ายการตลาดไม่ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่น่าเสนอ					
8. ไม่มีการตกลงร่วมกันระหว่างฝ่ายบัญชีกับฝ่ายการตลาดในด้านข้อมูลที่ต้องการ					
9. ไม่ได้รับการสนับสนุนให้มีการนำวิธีการทางบัญชี หรือวิธีการทางการตลาดใหม่ๆ มาใช้ในกิจการ					
10. อื่นๆ (โปรดระบุ)					

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

ปัญหาในการจัดทำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่ใช้สำหรับ การวางแผนกลยุทธ์การตลาด	การเกิดขึ้น	
	มีปัญหา	ไม่มีปัญหา
1. พนักงานบัญชีมีจำนวนไม่เพียงพอ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. พนักงานบัญชีไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ข้อมูลทางการบัญชีมีความล่าช้าเนื่องจากระบบข้อมูล	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ความถูกต้องของข้อมูล	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ความยุ่งยากในการพยากรณ์ข้อมูลในอนาคต (งบประมาณ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ข้อมูลทางการบัญชีไม่ตรงตามความต้องการของฝ่ายการตลาด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ฝ่ายการตลาดไม่ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่นำเสนอ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ไม่มีการตกลงร่วมกันระหว่างฝ่ายบัญชีกับฝ่ายการตลาดในด้านข้อมูลที่ต้องการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ไม่ได้รับการสนับสนุนให้มีการนำวิธีการทางบัญชี หรือวิธีการทางการตลาดใหม่ๆ มาใช้ในกิจการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. อื่นๆ (โปรดระบุ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาววิไลพร ไชโย
วัน เดือน ปีเกิด	21 เมษายน 2522
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ ปี พ.ศ. 2542 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2545
ประวัติการทำงาน	ปี 2545 - 2546 พนักงานบัญชีรับและลูกหนี้ โรงพยาบาลเชียงใหม่ไกรหล้าหมอ ปี 2546 - 2551 สมุหบัญชี บริษัท เอส.พี.ฟาสฟูดส์ จำกัด ปี 2551- ปัจจุบัน ผู้ทำบัญชีอิสระ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved