

บทที่ 4

ผลการศึกษาความต้องการใช้ข้อมูลทางการบัญชีในการตัดสินใจ ด้านกิจกรรมทางการตลาดของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดลพบุรี

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาความต้องการใช้ข้อมูลทางการบัญชีในการตัดสินใจด้านกิจกรรมทางการตลาดของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในเขตจังหวัดลพบุรี จากการออกแบบสอบถามจำนวน 29 ชุด มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS/PC+ โดยคำนวณค่าสถิติค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถนำข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยายตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลธุรกิจ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการใช้ข้อมูลทางการบัญชีในการตัดสินใจด้านกิจกรรมทางการตลาดของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในเขตจังหวัดลพบุรี

ส่วนที่ 3 ปัญหา และข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับความต้องการใช้ข้อมูลทางการบัญชีในการตัดสินใจด้านกิจกรรมทางการตลาดของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในเขตจังหวัดลพบุรี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลขั้นพื้นฐานประกอบด้วยข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามโดยเรียงตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด

ตารางที่ 1 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	13	44.8
หญิง	16	55.2
รวม	29	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.2 และ ส่วนที่เหลือเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.8

ตารางที่ 2 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
26-30	9	31.0
31-35	7	24.1
36-40	8	27.6
41-45	4	13.8
ตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป	1	3.5
รวม	29	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-30 ปีคิดเป็นร้อยละ 31.0 และรองลงมาคืออายุระหว่าง 36-40 ปี ร้อยละ 27.6 อายุระหว่าง 31-35 ปี ร้อยละ 24.1 อายุระหว่าง 41-45 ปี ร้อยละ 13.8 และอายุระหว่าง 46 ปีขึ้นไป ร้อยละ 3.5

ตารางที่ 3 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	6.9
ปริญญาตรี	19	65.5
ปริญญาโท	7	24.1
ปริญญาเอก	1	3.4
รวม	29	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมาคือระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 24.1 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 6.9 และระดับปริญญาเอกร้อยละ 3.4

ตารางที่ 4 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ ในสายงานด้านการตลาด

ปี	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	4	13.8
6 – 10 ปี	18	62.1
10 ปีขึ้นไป	7	24.3
รวม	29	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการตลาดเป็นระยะเวลา 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.1 รองลงมา 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 24.3 และน้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 13.8

ตารางที่ 5 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา และ ประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด

ระดับการศึกษา	น้อยกว่า 5 ปี		6 – 10 ปี		10 ปีขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-	1	3.4	1	3.4	2	6.9
ปริญญาตรี	3	10.3	12	41.4	4	13.8	19	65.5
ปริญญาโท	1	3.4	4	13.8	2	6.9	7	24.1
ปริญญาเอก	-	-	1	3.4	-	-	1	3.4
รวม	4	13.8	18	62.1	7	24.1	29	100

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสบการณ์ในด้านสายการตลาด 6-10 ปี เท่ากับประสบการณ์ 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในด้านสายการตลาด 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมาคือประสบการณ์ 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.8 และประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 10.3 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในด้านสายการตลาด 6-10 ปี รองลงมาคือมีประสบการณ์ 10 ปีขึ้นไป และมีประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.8 6.9 และ 3.4 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก มีประสบการณ์ในด้านสายการตลาด 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.4

ข้อมูลขั้นพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามตามตาราง 1-5 สรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 29 ราย ร้อยละ 55.2 เป็นเพศหญิงและร้อยละ 44.8 เป็นเพศชายส่วนใหญ่อายุระหว่าง 26-30 ปี และรองลงมาคือ 36-40 ปี 31-35 ปี 41-45 ปี และ 46 ปีขึ้นไป มีจำนวนร้อยละ 31.0 27.6 24.1 13.8 และ 3.5 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบในปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.5 ซึ่งส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด 6-10 ปี รองลงมาคือมีประสบการณ์ 10 ปีขึ้นไป และน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.4 13.8 และ 10.3 ตามลำดับ รองลงมาคือระดับปริญญาโทร้อยละ 24.1 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด 6-10 ปี รองลงมาคือมีประสบการณ์ 10 ปีขึ้นไป และน้อยกว่า 5 ปี เช่นเดียวกับระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13.8 6.9 และ 3.4 ตามลำดับ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 6.9 มีประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด 6-10 ปี เท่ากันกับประสบการณ์ 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.4 และระดับปริญญาเอก ร้อยละ 3.4

มีประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด 6-10 ปี ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาดเป็นระยะเวลา 6-10ปี มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 62.1 รองลงมาคือ 10 ปีขึ้นไป และน้อยกว่า 5 ปี มีจำนวนร้อยละ 24.3 และ 13.8 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการใช้ข้อมูลทางการบัญชีในการตัดสินใจด้านกิจกรรมทางการตลาดของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดลพบุรี

ประกอบด้วยความต้องการใช้ข้อมูลทางการบัญชีในการตัดสินใจด้านกิจกรรมทางการตลาดในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดราคาขาย
2. การเพิ่มกำลังส่งการผลิต
3. การยกเลิกผลิตภัณฑ์
4. การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่
5. การรับคำสั่งซื้อพิเศษ
6. การผลิตสินค้าหรือซื้อจากบุคคลภายนอก
7. การกำหนดจำนวนสินค้าคงเหลือ

และคุณสมบัติข้อมูลทางการบัญชีที่จัดทำขึ้น โดยแผนกบัญชีของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดลพบุรี

ตามรายละเอียด ตารางที่ 5-34	โดยมีการทำค่าเฉลี่ย ซึ่งกำหนดระดับคะแนนดังนี้	
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 - 1.800	น้อยที่สุด
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.81 - 2.60	น้อย
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.61 - 3.40	ปานกลาง
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.41 - 4.20	มาก
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.21 - 5.00	มากที่สุด

ตารางที่ 6 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของข้อมูลที่ใช้และไม่ใช้ ในการตัดสินใจกำหนดราคาขาย

ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดราคาขาย	ไม่ใช้		ใช้		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์	2	6.9	27	93.1	29	100.0
2. ราคาของกลุ่มแข่งขัน	3	10.3	26	89.7	29	100.0
3. ความต้องการทางการตลาด	4	13.8	25	86.2	29	100.0
4. สภาพเศรษฐกิจ	5	17.2	24	82.8	29	100.0
5. กำไร	1	3.4	28	96.6	29	100.0
6. สภาพสังคมและวัฒนธรรม	5	17.2	24	82.8	29	100.0
7. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	3	10.3	26	89.7	29	100.0
8. ต้นทุนผลิตภัณฑ์	1	3.4	28	96.6	29	100.0
9. สินค้าคงคลัง	9	31.0	20	69.0	29	100.0
10. ผลการวิจัยทางการตลาด	4	13.8	25	86.2	29	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบว่าใช้ข้อมูลข้างต้นในการตัดสินใจกำหนดราคาขาย มากกว่าไม่ใช้ทุกข้อ โดยเฉพาะข้อมูลมีผู้ตอบแบบสอบถามนำมาใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ กำไร ต้นทุนผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ราคาของกลุ่มแข่งขัน และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน โดยคิดเป็นร้อยละ 96.6 96.6 93.1 89.7 และ 89.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงถึงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดราคาขาย

ข้อมูลในการตัดสินใจ กำหนดราคาขาย		ระดับความต้องการใช้ข้อมูล						ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ต้องการ ใช้ข้อมูล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์	จำนวน	12	10	3	2	-	27	4.19	มาก
	ร้อยละ	44.4	37.0	11.1	7.41	-	100.0		
2. ราคาของคู่แข่ง	จำนวน	13	10	2	1	-	26	4.35	มากที่สุด
	ร้อยละ	50.0	38.5	7.7	3.8	-	100.0		
3. ความต้องการทางการตลาด	จำนวน	10	7	5	2	1	25	3.92	มาก
	ร้อยละ	40.0	28.0	20.0	8.0	4.0	100.0		
4. สภาพเศรษฐกิจ	จำนวน	-	8	5	6	5	24	2.67	ปานกลาง
	ร้อยละ	-	33.3	20.8	25.0	20.8	100.0		
5. กำไร	จำนวน	19	5	3	1	-	28	4.50	มากที่สุด
	ร้อยละ	67.9	17.9	10.7	3.6	-	100.0		
6. สภาพสังคมและวัฒนธรรม	จำนวน	-	7	8	4	5	24	2.71	ปานกลาง
	ร้อยละ	-	29.2	33.3	16.7	20.8	100.0		
7. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	จำนวน	7	6	8	4	1	26	3.54	มาก
	ร้อยละ	26.9	23.1	30.8	15.4	3.8	100.0		
8. ต้นทุนผลิตภัณฑ์	จำนวน	18	6	3	1	-	28	4.46	มากที่สุด
	ร้อยละ	64.3	21.4	10.7	3.6	-	100.0		
9. สินค้าคงคลัง	จำนวน	-	6	5	4	5	20	2.60	น้อย
	ร้อยละ	-	30.0	25.0	20.0	25.0	100.0		
10. ผลการวิจัยทางการตลาด	จำนวน	9	9	2	2	3	25	3.76	มาก
	ร้อยละ	36.0	36.0	8.0	8.0	12.0	100.0		

จากตารางที่ 7 พบว่าความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดราคาขายอยู่ในระดับมากที่สุด คือกำไร (ค่าเฉลี่ย 4.50) ต้นทุนผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.46) และราคาของคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดราคาขายในระดับมากที่สุด คือ ลักษณะขยายผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความต้องการทางการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.92) ผลการวิจัยทางการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.76) และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดราคาขายอยู่ในระดับปานกลาง คือ สภาพสังคม และ วัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 2.71) และสภาพเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 2.67)

และข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดราคาขายในระดับน้อยคือ สินค้าคงคลัง (ค่าเฉลี่ย 2.60)

ตารางที่ 8 แสดงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดราคากาบาย ของอุตสาหกรรมขนาดใหญ๋ ในเขตจังหวัดชลบุรี สัมพันธ์กับระดับการศึกษา

ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดราคากาบาย	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล
1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์	3.00	ปานกลาง	4.17	มาก	4.50	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	4.19	มาก
2. ราคาของคู่แข่ง	2.50	น้อย	4.41	มากที่สุด	4.67	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	3.92	มาก
3. ความต้องการทางการตลาด	5.00	มากที่สุด	3.82	มาก	3.60	มาก	5.00	มากที่สุด	2.67	ปานกลาง
4. สภาพเศรษฐกิจ	1.00	น้อยที่สุด	2.87	ปานกลาง	2.50	น้อย	4.00	มาก	4.50	มากที่สุด
5. กำไร	3.00	ปานกลาง	4.67	มากที่สุด	4.42	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	2.71	ปานกลาง
6. สภาพสังคมและวัฒนธรรม	3.50	มาก	2.63	ปานกลาง	2.40	น้อย	4.00	มาก	3.54	มาก
7. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	5.00	มากที่สุด	3.62	มาก	3.00	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	4.46	มากที่สุด
8. ต้นทุนผลิตภัณฑ์	3.50	มาก	4.56	มากที่สุด	4.42	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	2.60	น้อย
9. สินค้าคงคลัง	3.00	ปานกลาง	2.17	น้อย	3.60	มาก	2.00	น้อย	3.76	มาก
10. ผลการวิจัยทางการตลาด	1.00	น้อยที่สุด	4.06	มาก	3.60	มาก	5.00	มากที่สุด	4.35	มากที่สุด

Copyright © by Chang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการทางการตลาด และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนมากที่สุดในการตัดสินใจ กำหนดราคาขาย ในขณะที่ระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือสูงกว่าปริญญาตรีไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ใช้กำไร ต้นทุนผลิตภัณฑ์ และราคาของกลุ่มแข่งขันมากที่สุด ยกเว้นลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ระดับปริญญาโทและปริญญาเอก ใช้มากกว่าระดับปริญญาตรี



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 9 แสดงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดราคาขาย ของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่มาก ในเขตจังหวัดลพบุรี สัมพันธ์กับประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด

ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดราคาขาย	น้อยกว่า 5 ปี		6-10 ปี		10 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล
1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์	4.67	มากที่สุด	4.24	มากที่สุด	3.86	มาก	4.19	มาก
2. ราคาของคู่แข่ง	5.00	มากที่สุด	4.41	มากที่สุด	4.00	มาก	4.35	มากที่สุด
3. ความต้องการทางการตลาด	2.75	ปานกลาง	3.93	มาก	4.67	มากที่สุด	3.92	มาก
4. สภาพเศรษฐกิจ	2.33	น้อย	2.87	ปานกลาง	2.33	น้อย	2.67	ปานกลาง
5. กำไร	5.00	มากที่สุด	4.56	มากที่สุด	4.14	มาก	4.50	มากที่สุด
6. สภาพสังคมและวัฒนธรรม	3.67	มาก	2.43	น้อย	2.86	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง
7. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	3.33	ปานกลาง	3.50	มาก	3.71	มาก	3.54	มาก
8. ต้นทุนผลิตภัณฑ์	5.00	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด	4.14	มาก	4.46	มากที่สุด
9. สินค้าคงคลัง	2.50	น้อย	2.58	น้อย	2.75	ปานกลาง	2.60	น้อย
10. ผลการวิจัยทางการตลาด	4.67	มากที่สุด	3.75	มาก	3.33	ปานกลาง	3.76	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่าระดับความต้องการใช้ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาดน้อยกว่า 10 ปี ใช้ข้อมูลต้นทุนผลิตภัณฑ์ กำไร ราคาของคู่แข่ง และลักษณะของผลิตภัณฑ์ มากที่สุดในการตัดสินใจกำหนดราคาขาย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป ใช้ข้อมูลความต้องการทางการตลาดมากที่สุด

ตารางที่ 10 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของข้อมูลที่ใช้และไม่ใช้ ในการตัดสินใจเพิ่มกำลังการผลิต

ข้อมูลในการตัดสินใจเพิ่มกำลังการผลิต	ไม่ใช้		ใช้		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ความเพียงพอของทรัพยากรการผลิต	6	20.7	23	79.3	29	100.0
2. ปริมาณความต้องการของสินค้า	3	10.3	26	89.7	29	100.0
3. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	4	13.8	25	86.2	29	100.0
4. ผลการทำวิจัย	7	24.1	22	75.9	29	100.0
5. ต้นทุนที่ต้องการลงทุนเพิ่ม	5	17.2	24	82.8	29	100.0
6. รายได้เพิ่มขึ้น	6	20.7	23	79.3	29	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากกว่าร้อยละ 80 ใช้ข้อมูลข้างต้นในการพิจารณาตัดสินใจเพิ่มกำลังการผลิต ยกเว้น ความเพียงพอของทรัพยากรการผลิต รายได้เพิ่มขึ้น มีผู้ตอบแบบสอบถามใช้ร้อยละ 79.3 และ ผลทำการวิจัยร้อยละ 75.9

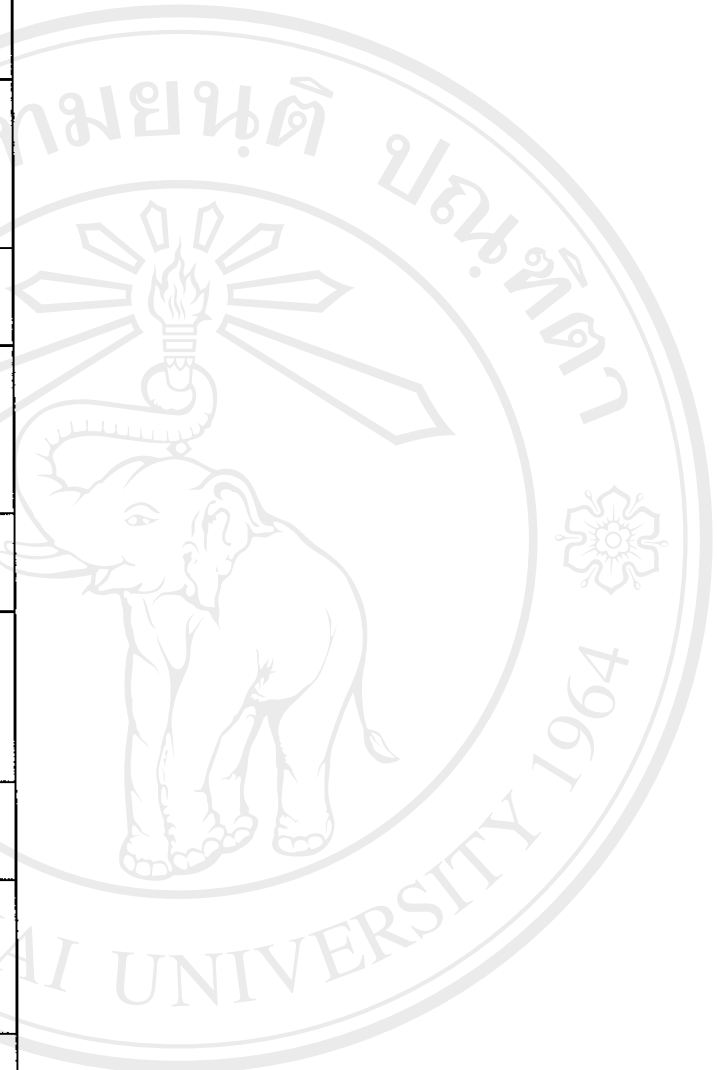
ตารางที่ 11 แสดงถึงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจเพิ่มกำลังการผลิต

ข้อมูลในการตัดสินใจ เพิ่มกำลังการผลิต		ระดับความต้องการใช้ข้อมูล					รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ต้องการ ใช้ข้อมูล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ความเพียงพอของ ทรัพยากรการผลิต	จำนวน	5	5	9	3	1	23	3.44	มาก
	ร้อยละ	21.7	21.7	39.1	13.0	4.3	100.0		
2. ปริมาณความ ต้องการของสินค้า	จำนวน	18	7	1	-	-	26	4.65	มากที่สุด
	ร้อยละ	69.2	26.9	3.8	-	-	100.0		
3. การวิเคราะห์จุดคุ้ม ทุน	จำนวน	7	6	7	3	2	25	3.52	มาก
	ร้อยละ	28.0	24.0	28.0	12.0	8.0	100.0		
4. ผลการทำวิจัย	จำนวน	2	6	6	5	3	22	2.96	ปานกลาง
	ร้อยละ	9.1	27.3	27.3	22.7	13.4	100.0		
5. ต้นทุนที่ต้องการ ลงทุนเพิ่ม	จำนวน	13	4	4	3	-	24	4.13	มาก
	ร้อยละ	54.2	16.7	16.7	12.5	-	100.0		
6. รายได้เพิ่มขึ้น	จำนวน	17	4	2	-	-	23	4.65	มากที่สุด
	ร้อยละ	73.9	17.4	8.7	-	-	100.0		

จากตารางที่ 11 พบว่าข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการตัดสินใจเพิ่มกำลังการผลิตอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ปริมาณความต้องการสินค้า และรายได้เพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.65) ในระดับมากคือ ต้นทุนที่ต้องการลงทุนเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.13) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (ค่าเฉลี่ย 3.52) ความเพียงพอของทรัพยากรการผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.44) และ ผลการทำวิจัยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.96)

ตารางที่ 12 แสดงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจเพิ่มกำลังการผลิต ของอุตสาหกรรมขนาดใหญ ในเขตจังหวัดลพบุรี สัมพันธ์กับระดับการศึกษา

ข้อมูลในการตัดสินใจเพิ่มกำลังการผลิต	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล
1. ความเพียงพอของทรัพยากรการผลิต	3.50	มาก	2.67	ปานกลาง	4.00	มาก	3.00	ปานกลาง	3.44	มาก
2. ปริมาณความต้องการของสินค้า	5.00	มากที่สุด	4.61	มากที่สุด	4.67	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด
3. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	4.00	มาก	3.41	มาก	3.60	มาก	4.00	มาก	3.52	มาก
4. ผลการทำวิจัย	2.50	น้อย	2.92	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	4.00	มาก	2.96	ปานกลาง
5. ต้นทุนที่ต้องการลงทุนเพิ่ม	4.50	มากที่สุด	4.00	มาก	4.25	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	4.13	มาก
6. รายได้เพิ่มขึ้น	4.50	มากที่สุด	4.60	มากที่สุด	4.80	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด



ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 12 พบว่าระดับความต้องการใช้ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจ
เพิ่มกำลังการผลิตจำแนกตามระดับการศึกษา ในแต่ละระดับการศึกษาต้องการใช้ข้อมูลรายได้เพิ่ม
ขึ้น ปริมาณความต้องการ ของสินค้า และต้นทุนที่ต้องลงทุนเพิ่ม โดยมีค่าเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจเพิ่มกำลังการผลิต ของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดชลบุรี สัมพันธ์กับประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด

ข้อมูลในการตัดสินใจเพิ่มกำลังการผลิต	น้อยกว่า 5 ปี		6-10 ปี		10 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล
1. ความเพียงพอของทรัพยากรการผลิต	3.75	มาก	3.57	มาก	2.80	ปานกลาง	3.44	มาก
2. ปริมาณความต้องการของสินค้า	4.33	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด	4.83	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด
3. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	2.50	น้อย	3.68	มาก	3.80	มาก	3.52	มาก
4. ผลการทำวิจัย	4.00	มาก	2.58	น้อย	3.00	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง
5. ต้นทุนที่ต้องการลงทุนเพิ่ม	4.67	มากที่สุด	4.00	มาก	4.17	มาก	4.13	มาก
6. รายได้เพิ่มขึ้น	5.00	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด	4.80	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด

จากตารางที่ 13 พบว่าระดับความต้องการใช้ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเพิ่มกำลังการผลิตจำแนกตามประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด ในแต่ละช่วงต้องการใช้ปริมาณความต้องการสินค้าของสินค้า และรายได้เพิ่มขึ้น มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 14 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของข้อมูลที่ใช้และไม่ใช้ ในการตัดสินใจยกเลิกผลิตภัณฑ์

ข้อมูลในการตัดสินใจยกเลิกผลิต ภัณฑ์	ไม่ใช้		ใช้		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การเติบโตของยอดขาย	3	10.3	26	89.7	29	100.0
2. กำไร (ขาดทุน) ของผลิตภัณฑ์	3	10.3	26	89.7	29	100.0
3. ความต้องการสินค้า	4	13.8	25	86.2	29	100.0
4. สภาพเศรษฐกิจ	5	17.2	24	82.8	29	100.0
5. การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินตราต่างประเทศ	10	34.5	19	65.5	29	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 80 ขึ้นไปเลือกใช้ข้อมูลข้างต้นในการตัดสินใจยกเลิกผลิตภัณฑ์ ยกเว้น การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินตราต่างประเทศมีผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 65.5

ตารางที่ 15 แสดงถึงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจยกเลิกผลิตภัณฑ์

ข้อมูลในการตัดสินใจ ยกเลิกผลิตภัณฑ์		ระดับความต้องการใช้ข้อมูล					รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ต้องการ ใช้ข้อมูล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การเติบโตของ ยอดขาย	จำนวน	19	6	1	-	-	26	4.69	มากที่สุด
	ร้อยละ	73.1	23.1	3.8	-	-	100.0		
2. กำไร (ขาดทุน) ของผลิตภัณฑ์	จำนวน	21	4	1	-	-	26	4.77	มากที่สุด
	ร้อยละ	80.8	15.4	3.8	-	-	100.0		
3. ความต้องการสินค้า	จำนวน	5	10	6	3	1	25	3.60	มาก
	ร้อยละ	20.0	40.0	24.0	12.0	4.0	100.0		
4. สภาพเศรษฐกิจ	จำนวน	4	9	7	2	2	24	3.46	มาก
	ร้อยละ	16.7	37.5	29.2	8.3	8.3	100.0		
5. การเปลี่ยนแปลง ของอัตราแลกเปลี่ยน สกุลเงินตราต่างประเทศ	จำนวน	-	2	10	6	1	19	2.68	ปานกลาง
	ร้อยละ	-	10.5	52.6	31.6	5.3	100.0		

จากตารางที่ 15 พบว่าในการตัดสินใจยกเลิกผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการใช้กำไร (ขาดทุน) ของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.77) มากที่สุด รองลงมาคือ การเติบโตของยอดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.69) ความต้องการสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) สภาพเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.46) และการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินตราต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 2.68) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจยกเลิกผลิตภัณฑ์ ของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดชลบุรี สัมพันธ์กับระดับการศึกษา

ข้อมูลในการตัดสินใจยกเลิกผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความถี่ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความถี่ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความถี่ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความถี่ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความถี่ข้อมูล
1. การเติบโตของยอดขาย	5.00	มากที่สุด	4.58	มากที่สุด	4.86	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด
2. กำไร (ขาดทุน) ของผลิตภัณฑ์	5.00	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด	4.86	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	4.77	มากที่สุด
3. ความต้องการสินค้า	4.00	มาก	3.60	มาก	3.42	มาก	4.00	มาก	3.60	มาก
4. สภาพเศรษฐกิจ	3.50	มาก	3.41	มาก	3.50	มาก	4.00	มาก	3.46	มาก
5. การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	1.50	น้อยที่สุด	2.75	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	4.00	มาก	2.68	ปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 16 พบว่าระดับความต้องการใช้ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจยกเลิกผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับการศึกษา ในแต่ละระดับการศึกษาต้องการใช้ข้อมูล กี่ไร(ขาดทุน) ของผลิตภัณฑ์ และการเจริญเติบโตของยอดขายของสินค้า มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจยกเลิกผลิตภัณฑ์ ของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดลพบุรี สัมพันธ์กับประสิทธิภาพในงานด้านการตลาด

ข้อมูลในการตัดสินใจยกเลิกผลิตภัณฑ์	น้อยกว่า 5 ปี		6-10 ปี		10 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล
1. การเติบโตของยอดขาย	4.75	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด	4.67	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด
2. กำไร (ขาดทุน) ของผลิตภัณฑ์	5.00	มากที่สุด	4.75	มากที่สุด	4.71	มากที่สุด	4.77	มากที่สุด
3. ความต้องการสินค้า	3.67	มาก	3.44	มาก	4.00	มาก	3.60	มาก
4. สภาพเศรษฐกิจ	4.50	มากที่สุด	3.29	ปานกลาง	3.60	มาก	3.46	มาก
5. การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	2.67	ปานกลาง	2.70	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.68	ปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 17 พบว่าระดับความต้องการใช้ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจยกเลิกผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด ในแต่ละช่วงต้องการใช้ ข้อมูลเกี่ยวกับการเติบโตของยอดขาย และกำไร(ขาดทุน) ของผลิตภัณฑ์ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 18 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของข้อมูลที่ใช่และไม่ใช่ ในการตัดสินใจออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่

ข้อมูลในการตัดสินใจออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่	ไม่ใช้		ใช่		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต	6	20.7	23	79.3	29	100.0
2. ผลการวิจัยทางการตลาด	5	17.2	24	82.8	29	100.0
3. ประมาณการรายจ่าย	5	17.2	24	82.8	29	100.0
4. ประมาณการยอดขาย	3	10.3	26	89.7	29	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 80 ขึ้นไปเลือกใช้ข้อมูลข้างต้นในการตัดสินใจออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ยกเว้น ข้อมูลทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต มีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช่ คิดเป็นร้อยละ 79.3

ตารางที่ 19 แสดงถึงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่

ข้อมูลในการตัดสินใจออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่		ระดับความต้องการใช้ข้อมูล					รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต	จำนวน	9	2	2	5	5	23	3.22	ปานกลาง
	ร้อยละ	39.1	8.7	8.7	21.7	21.7	100.0		
2. ผลการวิจัยทางการตลาด	จำนวน	10	3	4	5	2	24	3.58	มาก
	ร้อยละ	41.6	12.5	16.7	20.8	8.3	100.0		
3. ประมาณการรายจ่าย	จำนวน	11	3	7	3	-	24	3.92	มาก
	ร้อยละ	45.8	12.5	29.2	12.5	-	100.0		
4. ประมาณการยอดขาย	จำนวน	13	5	5	3	-	26	4.08	มาก
	ร้อยละ	50.0	19.2	19.2	11.5	-	100.0		

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ข้อมูลต่อไปนี้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ ในระดับมาก ได้แก่ ประการยอดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.08) ประมาณการรายจ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.92) และผลการวิจัยทางการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.58) ในขณะที่ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ตารางที่ 20 แสดงระดับความถี่ข้อมูลในการตัดสินใจเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ ของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดชลบุรี สัมพันธ์กับระดับการศึกษา

ข้อมูลในการตัดสินใจเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่	ค่าความถี่		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความถี่ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความถี่ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความถี่ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความถี่ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความถี่ข้อมูล
1. ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต	5.00	มากที่สุด	3.21	ปานกลาง	2.33	น้อย	5.00	มากที่สุด	3.22	ปานกลาง
2. ผลการวิจัยทางการตลาด	3.00	ปานกลาง	3.50	มาก	3.80	มาก	5.00	มากที่สุด	3.58	มาก
3. ประมาณการรายจ่าย	5.00	มากที่สุด	3.69	มาก	4.00	มาก	5.00	มากที่สุด	3.92	มาก
4. ประมาณการยอดขาย	3.50	มาก	4.25	มากที่สุด	3.71	มาก	5.00	มากที่สุด	4.08	มาก



ลิขสิทธิ์ © โดย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
All rights reserved

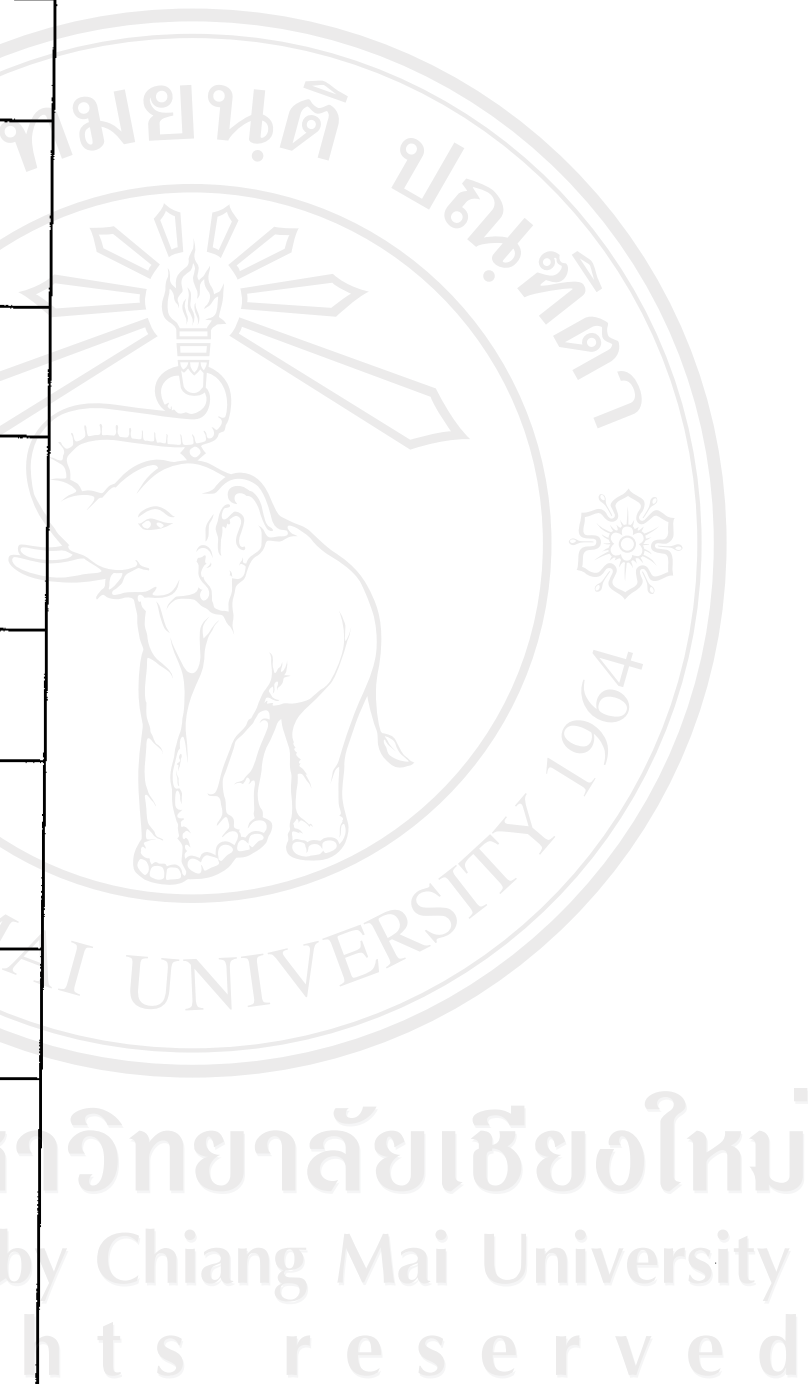
จากตารางที่ 20 พบว่าระดับความต้องการใช้ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่จำแนกตามระดับการศึกษา ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ใช้ประมาณการรายจ่าย และทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต มากที่สุด ในระดับปริญญาตรีใช้ประมาณการยอดขายมากที่สุด สำหรับระดับปริญญาโทส่วนใหญ่ใช้ประมาณการรายจ่าย ประมาณการยอดขาย และผลการวิจัยทางการตลาดในระดับมาก ในขณะที่ระบบปริญญาเอกเลือกใช้ข้อมูลข้างต้นในระดับมากที่สุดทุกข้อมูล



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจเกี่ยวกับการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ ของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดลพบุรี กับพื้นที่ กับประสิทธิภาพในด้านการตลาด

ข้อมูลในการตัดสินใจออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่	น้อยกว่า 5 ปี		6-10 ปี		10 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล
1. ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต	3.25	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.67	มาก	3.22	ปานกลาง
2. ผลการวิจัยทางการตลาด	5.00	มากที่สุด	3.53	มาก	3.29	ปานกลาง	3.58	มาก
3. ประมาณการรายจ่าย	4.33	มากที่สุด	3.57	มาก	4.43	มากที่สุด	3.92	มาก
4. ประมาณการยอดขาย	3.75	มาก	4.18	มาก	4.00	มาก	4.08	มาก



จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาดน้อยกว่า 5 ปี ต้องการใช้อัตราผลกำไรทางการตลาด และประมาณการรายจ่าย มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด 6-10 ปี ต้องการใช้อัตราผลกำไรทางการตลาด ประมาณการรายจ่าย และประมาณการยอดขายในระดับมาก ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด 10 ปี ขึ้นไปใช้ประมาณการรายจ่ายมากที่สุด

ตารางที่ 22 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของข้อมูลที่ใช้และไม่ใช้ ในการตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษ

ข้อมูลในการตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษ	ไม่ใช้		ใช้		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ทรัพยากรการผลิต	9	31.0	20	69.0	29	100.0
2. ปริมาณการสั่งซื้อ	6	20.7	23	79.3	29	100.0
3. ต้นทุน	8	27.6	21	72.4	29	100.0
4. รายได้	9	31.0	20	69.0	29	100.0
5. กำไร	6	20.7	23	79.3	29	100.0

จากตารางที่ 22 ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ปริมาณการสั่งซื้อ และกำไร มากที่สุดในการตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษ รองลงมาคือ ต้นทุน ทรัพยากรการผลิต และรายได้

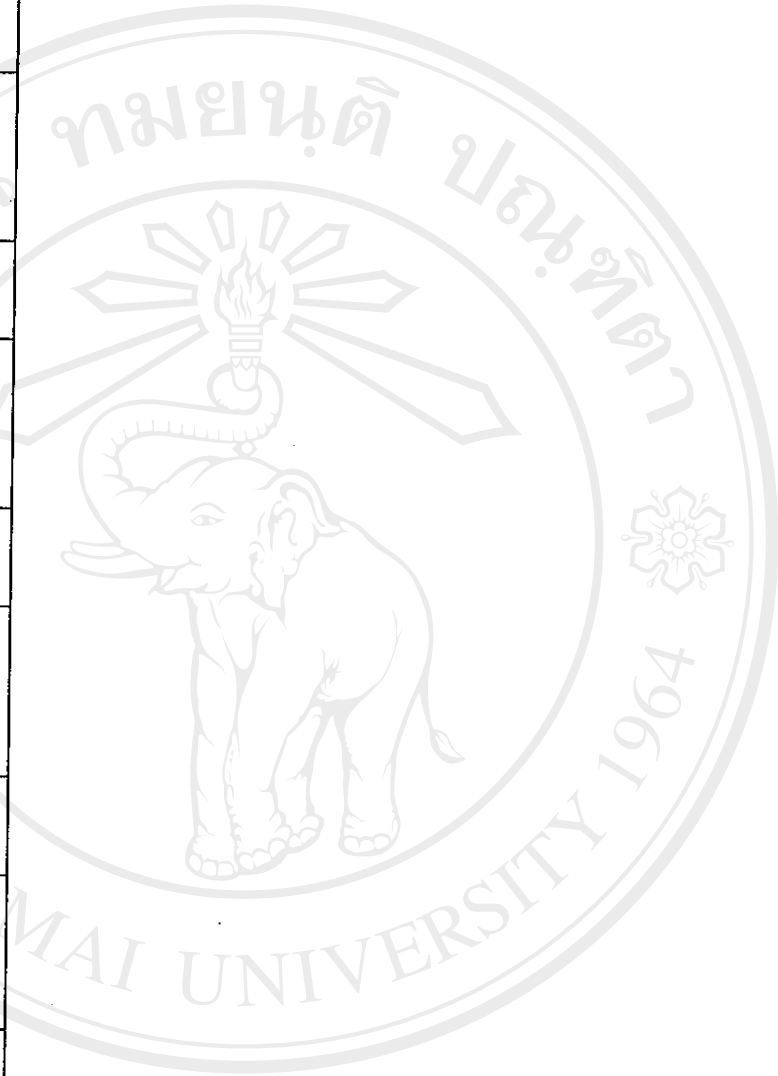
ตารางที่ 23 แสดงถึงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษ

ข้อมูลในการตัดสินใจ รับคำสั่งซื้อพิเศษ		ระดับความต้องการใช้ข้อมูล					รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ต้องการ ใช้ข้อมูล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ทรัพยากรการผลิต	จำนวน	5	5	6	2	2	20	3.45	มาก
	ร้อยละ	25.0	25.0	30.0	10.0	10.0	100.0		
2. ปริมาณการสั่งซื้อ	จำนวน	11	5	6	1	-	23	4.13	มาก
	ร้อยละ	47.8	21.7	26.1	4.3	-	100.0		
3. ต้นทุน	จำนวน	10	4	3	4	-	21	3.95	มาก
	ร้อยละ	47.6	19.0	14.3	19.0	-	100.0		
4. รายได้	จำนวน	8	5	5	2	-	20	3.95	มาก
	ร้อยละ	40.0	25.0	25.0	10.0	-	100.0		
5. กำไร	จำนวน	10	6	5	2	-	23	4.04	มาก
	ร้อยละ	43.5	26.1	21.7	8.7	-	100.0		

จากตารางที่ 23 พบว่าข้อมูลที่ผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษไม่มีความแตกต่างกันมากนัก ซึ่งอยู่ในระดับมากทุกข้อมูล โดยเรียงลำดับได้ ดังนี้ ปริมาณการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.13) กำไร (ค่าเฉลี่ย 4.04) ต้นทุน และรายได้ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ ทรัพยากรการผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ตารางที่ 24 แสดงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษ ของอุตสาหกรรมขนาดใหญ ในเขตจังหวัดชลบุรี สัมพันธ์กับระดับการศึกษา

ข้อมูลในการตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษ	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล
1. ทรัพยากรการผลิต	3.50	มาก	3.36	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	5.00	มากที่สุด	3.45	มาก
2. ปริมาณการสั่งซื้อ	3.00	ปานกลาง	4.40	มากที่สุด	3.67	มาก	4.00	มาก	4.13	มาก
3. ต้นทุน	4.00	มาก	3.93	มาก	3.80	มาก	5.00	มากที่สุด	3.95	มาก
4. รายได้	5.00	มากที่สุด	3.91	มาก	3.50	มาก	5.00	มากที่สุด	3.95	มาก
5. กำไร	4.00	มาก	4.20	มาก	3.60	มาก	4.00	มาก	4.04	มาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

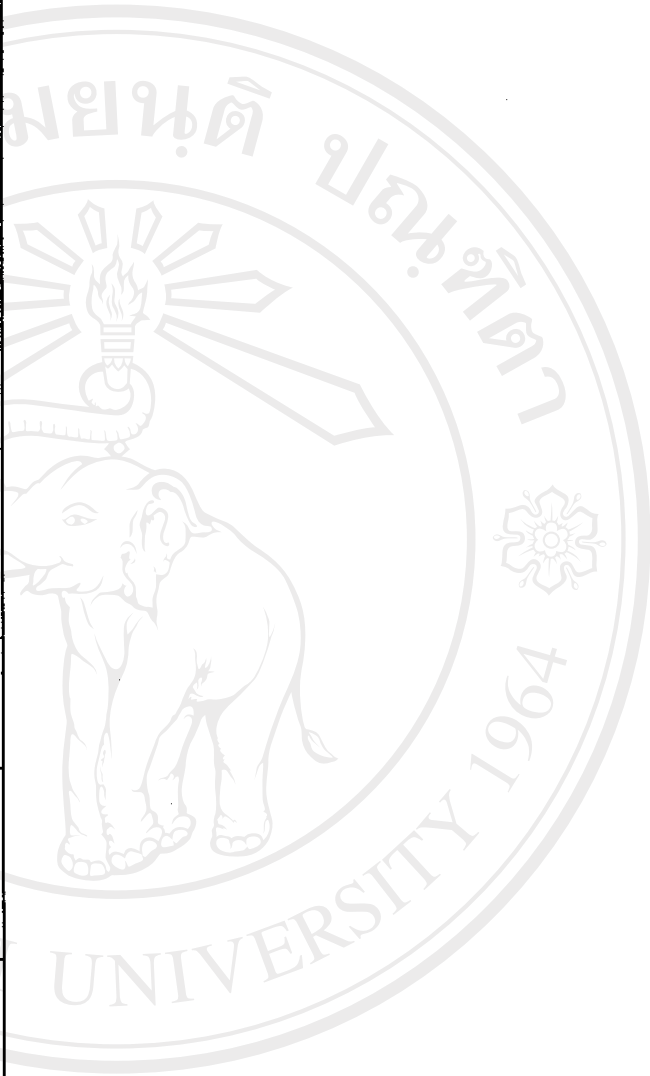
จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีใช้ข้อมูลรายได้ มากที่สุดในการตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษ ขณะที่ระดับปริญญาตรีใช้ปริมาณการสั่งซื้อมากที่สุด ในระดับปริญญาโทใช้ต้นทุน ปริมาณการสั่งซื้อ ต้นทุน และกำไร ในระดับมาก สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามในระดับปริญญาเอกส่วนใหญ่ใช้ต้นทุน รายได้ และทรัพยากรการผลิต ในระดับมากที่สุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษ ของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่มากในเขตจังหวัดลพบุรี สัมพันธ์กับประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด

ข้อมูลในการตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษ	น้อยกว่า 5 ปี		6-10 ปี		10 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล
1. ทรัพยากรการผลิต	2.75	ปานกลาง	3.55	มาก	3.80	มาก	3.45	มาก
2. ปริมาณการสั่งซื้อ	3.67	มาก	4.21	มากที่สุด	4.17	มาก	4.13	มาก
3. ต้นทุน	2.33	น้อย	4.08	มาก	4.60	มากที่สุด	3.95	มาก
4. รายได้	5.00	มากที่สุด	3.67	มาก	4.00	มาก	3.95	มาก
5. กำไร	3.67	มาก	4.06	มาก	4.25	มากที่สุด	4.04	มาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 25 พบว่าระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละช่วงแตกต่างกันดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในสายงาน ด้านการตลาดน้อยกว่า 5 ปี ต้องการใช้อ้อมูลรายได้มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด 6-10 ปี ต้องการใช้อ้อมูลปริมาณการสั่งซื้อมากที่สุด และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด 10 ปี ขึ้นไปใช้อ้อมูลดัชนีทุน และกำไรมากที่สุด

ตารางที่ 26 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของข้อมูลที่ใช้และไม่ใช้ ในการตัดสินใจผลิตสินค้าหรือซื้อจากบุคคลภายนอก

ข้อมูลในการตัดสินใจผลิตสินค้าหรือซื้อจากบุคคลภายนอก	ไม่ใช้		ใช้		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. จุดคุ้มทุนของผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตเอง	4	13.8	25	86.2	29	100.0
2. ปริมาณความต้องการสินค้า	6	20.7	23	79.3	29	100.0
3. ประมาณการของยอดขายในปีถัดไป	8	27.6	21	72.4	29	100.0
4. ดัชนีทุนที่กิจการทำการผลิตขึ้นเอง	3	10.3	26	89.7	29	100.0
5. ดัชนีทุนในการซื้อจากบุคคลภายนอก	3	10.3	26	89.7	29	100.0
6. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี	9	31.0	20	69.0	29	100.0

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนร้อยละ 80 ขึ้นไปใช้ ดัชนีทุนที่กิจการทำการผลิตขึ้นเอง ดัชนีทุนในการซื้อจากบุคคลภายนอก และ จุดคุ้มทุนของผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตเอง ในขณะที่น้อยกว่าร้อยละ 80 ใช้ปริมาณความต้องการตลาด ประมาณการยอดขายในปีถัดไปและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ในการตัดสินใจผลิตสินค้าหรือซื้อจากบุคคลภายนอก

ตารางที่ 27 แสดงถึงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจผลิตสินค้าหรือซื้อจาก

บุคคลภายนอก

ข้อมูลในการตัดสินใจ ผลิตสินค้าหรือซื้อจาก บุคคลภายนอก		ระดับความต้องการใช้ข้อมูล					รวม	ค่า เฉลี่ย	ระดับ ความ ต้องการ ใช้ข้อมูล
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่ สุด			
1. จุดคุ้มทุนของผลิต ภัณฑ์ที่จะผลิตเอง	จำนวน	12	5	4	3	1	25	3.96	มาก
	ร้อยละ	48.0	20.0	16.0	12.0	4.0	100.0		
2. ปริมาณความ ต้องการสินค้า	จำนวน	8	5	3	5	2	23	3.52	มาก
	ร้อยละ	34.8	21.7	13.0	21.7	8.7	100.0		
3. ประมาณการของ ยอดขายในปีถัดไป	จำนวน	4	8	5	2	2	21	3.48	มาก
	ร้อยละ	19.0	38.1	23.8	9.5	9.5	100.0		
4. ต้นทุนที่กิจการทำ การผลิตขึ้นเอง	จำนวน	22	3	1	-	-	26	4.81	มากที่สุด
	ร้อยละ	84.6	11.5	3.8	-	-	100.0		
5. ต้นทุนในการซื้อ จากบุคคลภายนอก	จำนวน	20	4	2	-	-	26	4.69	มากที่สุด
	ร้อยละ	76.9	15.4	7.7	-	-	100.0		
6. การเปลี่ยนแปลง ทางเทคโนโลยี	จำนวน	3	8	5	3	1	20	3.45	มาก
	ร้อยละ	15.0	40.0	25.0	15.0	5.0	100.0		

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ข้อมูลในการตัดสินใจผลิตสินค้าหรือซื้อจากบุคคลภายนอกในระดับมากที่สุด คือ ต้นทุนที่กิจการทำการผลิตขึ้นเอง (ค่าเฉลี่ย 4.81) และต้นทุนในการสั่งซื้อจากบุคคลภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.69) ในขณะที่ข้อมูลอื่นๆอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ จุดคุ้มทุนของผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตเอง (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปริมาณความต้องการสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.52) ประมาณการยอดขายของปีถัดไป (ค่าเฉลี่ย 3.48) และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.45)

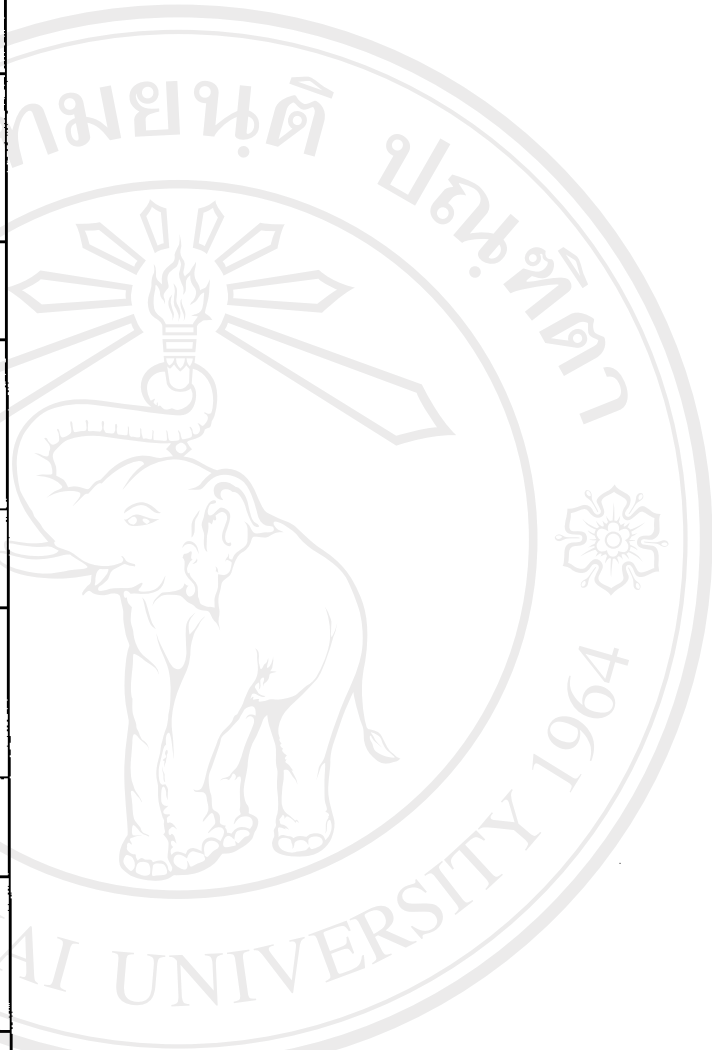
เลขหมู่.....
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

๐
657
๑/๔๔๓

C-3

ตารางที่ 28 แสดงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจผลิตสินค้าหรือซื้อจากบุคคลภายนอก

ข้อมูลในการตัดสินใจผลิตสินค้าหรือซื้อจากบุคคลภายนอก	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล
1. จุดคุ้มทุนของผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตเอง	4.00	มาก	3.89	มาก	4.00	มาก	5.00	มากที่สุด	3.96	มาก
2. ปริมาณความต้องการสินค้า	2.00	น้อย	3.87	มาก	3.20	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.52	มาก
3. ประมาณการของยอดขายในปีถัดไป	3.00	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	4.20	มาก	4.00	มาก	3.48	มาก
4. ต้นทุนที่ถือการทำการผลิตขึ้นเอง	5.00	มากที่สุด	4.70	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	4.81	มากที่สุด
5. ต้นทุนในการซื้อจากบุคคลภายนอก	5.00	มากที่สุด	4.59	มากที่สุด	4.83	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด
6. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี	4.00	มาก	3.63	มาก	2.83	ปานกลาง	4.00	มาก	3.45	มาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 28 พบว่าระดับความต้องการใช้ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจผลิตสินค้าหรือซื้อจากบุคคลภายนอกจําแนกตามระดับการศึกษา ในแต่ละระดับการศึกษาต้องการใช้ข้อมูลต้นทุนที่กิจการทำการผลิตขึ้นเอง และต้นทุนในการซื้อจากบุคคลภายนอก ในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจผลิตสินค้าหรือชื่อจากบุคคลภายนอกของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดลพบุรี สัมพันธ์กับประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด

ข้อมูลในการตัดสินใจผลิตสินค้าหรือชื่อจากบุคคลภายนอก	น้อยกว่า 5 ปี		6-10 ปี		10 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล
1. จุดคุ้มทุนของผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตเอง	4.67	มากที่สุด	3.88	มาก	3.83	มาก	3.96	มาก
2. ปริมาณความต้องการสินค้า	2.00	น้อย	3.81	มาก	3.20	ปานกลาง	3.52	มาก
3. ประมาณการของยอดขายในปีถัดไป	4.00	มาก	3.39	ปานกลาง	3.57	มาก	3.48	มาก
4. ต้นทุนที่กิจการทำการผลิตขึ้นเอง	5.00	มากที่สุด	4.67	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	4.81	มากที่สุด
5. ต้นทุนในการซื้อจากบุคคลภายนอก	5.00	มากที่สุด	4.67	มากที่สุด	4.57	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด
6. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี	2.00	น้อย	3.83	มาก	3.40	ปานกลาง	3.45	มาก



จากตารางที่ 29 พบว่าระดับความต้องการใช้ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจผลิตสินค้าหรือซื้อจากบุคคลภายนอกจำแนกตามประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด ในแต่ละช่วงต้องการใช้ต้นทุนที่กิจการทำการผลิตขึ้นเอง และต้นทุนในการซื้อจากบุคคลภายนอก มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 30 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของข้อมูลที่ใช้และไม่ใช้ ในการตัดสินใจกำหนดจำนวนสินค้าคงเหลือ

ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนด จำนวน สินค้าคงเหลือ	ไม่ใช้		ใช้		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา	3	10.3	26	89.7	29	100.0
2. ค่าใช้จ่ายในการบริหารคลังสินค้า	2	6.9	27	93.1	29	100.0
3. เทศกาลหรือฤดูกาล	1	3.4	28	96.6	29	100.0
4. นโยบายการบริหารของกิจการ	5	17.2	24	82.8	29	100.0
5. การพยากรณ์ยอดขาย	4	13.8	25	86.2	29	100.0
6. การใช้ EOQ (Economic Order Quantity)	1	3.4	28	96.6	29	100.0
7. อายุสินค้า	4	13.8	25	86.2	29	100.0

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 90 ขึ้นไป ใช้เทศกาลหรือฤดูกาล การใช้ EOQ และค่าใช้จ่ายในการบริหารคลังสินค้าในการกำหนดจำนวนสินค้าคงเหลือ ในขณะที่ร้อยละ 80 แต่ไม่เกินร้อยละ 90 ใช้ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การพยากรณ์ยอดขาย อายุสินค้า และนโยบายการบริหารของกิจการตามลำดับ

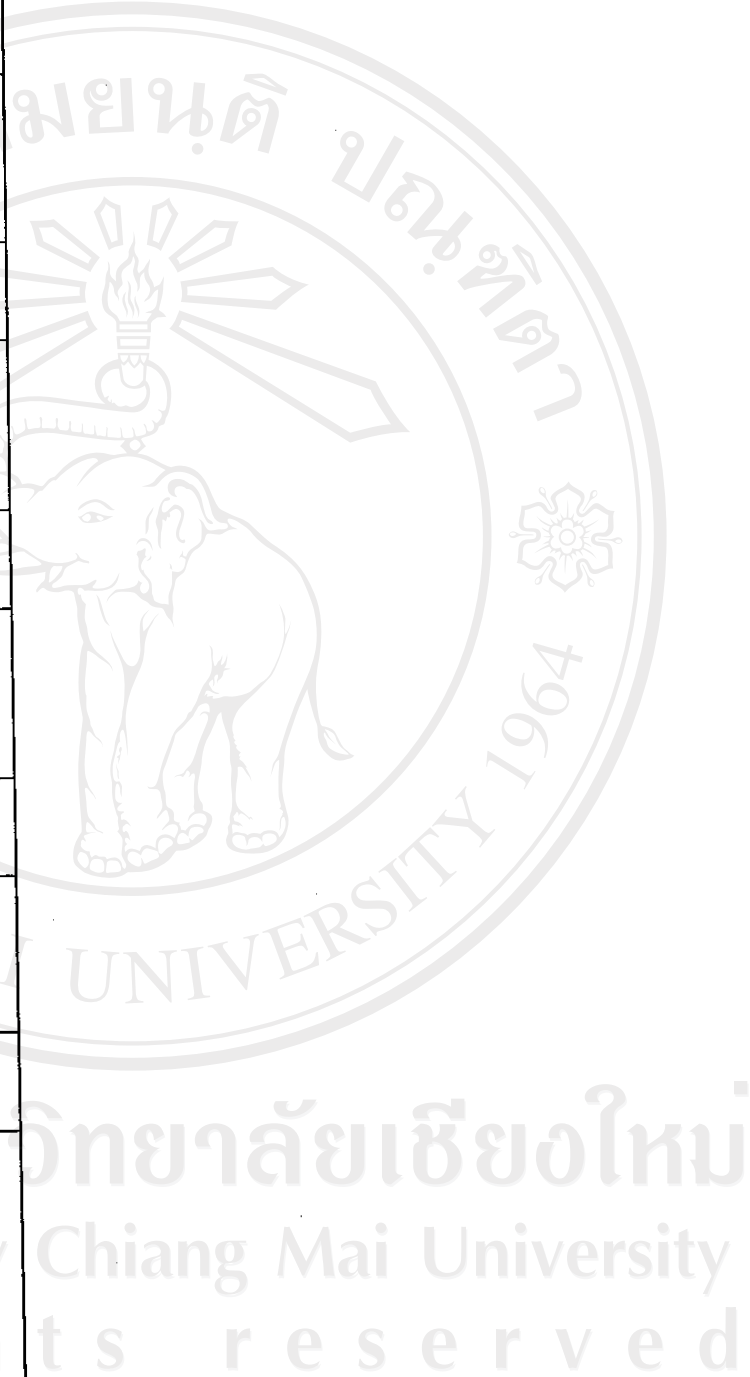
ตารางที่ 31 แสดงถึงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดจำนวนสินค้าคงเหลือ

ข้อมูลในการตัดสินใจ กำหนดจำนวนสินค้า คงเหลือ		ระดับความต้องการใช้ข้อมูล					รวม	ค่า เฉลี่ย	ระดับ ความ ต้องการ ใช้ข้อมูล
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่ สุด			
1. การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา	จำนวน	3	11	9	2	1	26	3.50	มาก
	ร้อยละ	11.5	42.3	34.6	7.7	3.8	100.0		
2. ค่าใช้จ่ายในการ บริหารคลังสินค้า	จำนวน	4	11	8	3	1	27	3.52	มาก
	ร้อยละ	14.8	40.7	29.6	11.1	3.7	100.0		
3. เทศกาลหรือฤดูกาล	จำนวน	3	12	8	4	1	28	3.43	มาก
	ร้อยละ	10.7	42.9	28.6	14.3	3.6	100.0		
4. นโยบายการบริหาร ของกิจการ	จำนวน	2	9	5	4	4	24	3.04	ปานกลาง
	ร้อยละ	8.3	37.5	20.8	16.7	16.7	100.0		
5. การพยากรณ์ยอด ขาย	จำนวน	10	7	5	3	-	25	3.96	มาก
	ร้อยละ	40.0	28.0	20.0	12.0	-	100.0		
6. การใช้ EOQ (Economic Order Quantity)	จำนวน	12	6	6	4	-	28	3.93	มาก
	ร้อยละ	42.9	21.4	21.4	14.3	-	100.0		
7. อายุสินค้า	จำนวน	5	8	7	4	1	25	3.48	มาก
	ร้อยละ	20.0	32.0	28.0	16.0	4.0	100.0		

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้ข้อมูลระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ การพยากรณ์ยอดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.96) การใช้ EOQ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ค่าใช้จ่ายในการบริหารคลังสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.52) การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.50) อายุสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48) และเทศกาลหรือฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.43) ส่วนนโยบายการบริหารของกิจการนั้นผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ตารางที่ 32 แสดงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดจำนวนสินค้าคงเหลือของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดลพบุรี สัมพันธ์กับระดับการศึกษา

ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดจำนวนสินค้าคงเหลือ	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ ต้องการใช้ข้อมูล
1. การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา	3.50	มาก	3.56	มาก	3.29	ปานกลาง	4.00	มาก	3.50	มาก
2. ค่าใช้จ่ายในการบริหารคลังสินค้า	3.50	มาก	3.59	มาก	3.29	ปานกลาง	4.00	มาก	3.52	มาก
3. เทศกาลหรือฤดูกาล	3.00	ปานกลาง	3.47	มาก	3.50	มาก	3.00	ปานกลาง	3.43	มาก
4. นโยบายการบริหารของกิจการ	2.50	น้อย	3.10	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	4.00	มาก	3.04	ปานกลาง
5. การพยากรณ์ยอดขาย	4.00	มาก	3.67	มาก	4.43	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	3.96	มาก
6. การใช้ EOQ (Economic Order Quantity)	5.00	มากที่สุด	4.00	มาก	3.29	ปานกลาง	5.00	มากที่สุด	3.93	มาก
7. อนุสินค้า	2.00	น้อย	3.53	มาก	3.57	มาก	5.00	มากที่สุด	3.48	มาก



ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 32 พบว่าระดับความต้องการใช้ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจ กำหนดจำนวนสินค้าคงเหลือจำแนกตามระดับการศึกษามีความแตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรีจะใช้ การใช้ EOQ มากที่สุด ในระดับปริญญาตรีใช้ข้อมูลข้างต้นส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นนโยบายการบริหารของกิจการอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ในระดับปริญญาโท และปริญญาเอกใช้ การพยากรณ์ยอดขายมากที่สุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดจำนวนสินค้าคงเหลือของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดพหุรี สัมพันธ์กับประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด

ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดจำนวนสินค้าคงเหลือ	น้อยกว่า 5 ปี		6-10 ปี		10 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการใช้ข้อมูล
1. การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา	3.33	ปานกลาง	3.63	มาก	3.29	ปานกลาง	3.50	มาก
2. ค่าใช้จ่ายในการบริหารคลังสินค้า	3.00	ปานกลาง	3.44	มาก	3.86	มาก	3.52	มาก
3. เทคโนโลยีหรือฤดูกาล	3.00	ปานกลาง	3.61	มาก	3.17	ปานกลาง	3.43	มาก
4. นโยบายการบริหารของกิจการ	4.67	มากที่สุด	2.87	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง
5. การพยากรณ์ยอดขาย	4.50	มากที่สุด	3.93	มาก	3.71	มาก	3.96	มาก
6. การใช้ EOQ (Economic Order Quantity)	3.75	มาก	3.88	มาก	4.14	มาก	3.93	มาก
7. อนุมัติสินค้า	4.33	มากที่สุด	3.27	ปานกลาง	3.57	มาก	3.48	มาก

จากตารางที่ 33 พบว่าระดับความต้องการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดจำนวนสินค้าคงเหลือของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละช่วงแตกต่างกันดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในสายงาน ด้านการตลาดน้อยกว่า 5 ปี ต้องการข้อมูล นโยบายการบริหารของกิจการ การพยากรณ์ยอดขาย และอายุสินค้ามากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในสายงานด้านการตลาด 6 ปีขึ้นไป ต้องการข้อมูลส่วนใหญ่ในระดับมากได้แก่ การพยากรณ์ยอดขาย การใช้ EOQ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และค่าใช้จ่ายในการบริหารคลังสินค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงถึงคุณสมบัติของข้อมูลทางการบัญชีที่จัดทำขึ้น โดยแผนกบัญชีของอุตสาหกรรม
ขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดลพบุรี

คุณสมบัติของข้อมูล ทางการบัญชี		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่ สุด	รวม	ค่า เฉลี่ย	ระดับคุณ สมบัติ ของข้อ มูลทาง การบัญชี
1. ความครบถ้วน	จำนวน	13	11	2	3	-	29	4.17	มาก
	ร้อยละ	44.83	37.93	6.90	10.34	-	100.0		
2. เชื่อถือได้	จำนวน	15	9	5	-	-	29	4.35	มากที่สุด
	ร้อยละ	51.72	31.03	17.24	-	-	100.0		
3. เข้าใจง่าย	จำนวน	6	11	7	4	1	29	3.59	มาก
	ร้อยละ	20.69	37.93	24.14	13.79	3.45	100.0		
4. มีประโยชน์ต่อการ ตัดสินใจ	จำนวน	13	8	4	4	-	29	4.03	มาก
	ร้อยละ	44.83	27.59	13.79	13.79	-	100.0		
5. เปรียบเทียบกันได้	จำนวน	10	6	6	4	3	29	3.55	มาก
	ร้อยละ	34.48	20.69	20.69	13.79	10.34	100.0		
6. ทันท่วงเวลา	จำนวน	5	15	3	2	4	29	3.52	มาก
	ร้อยละ	17.24	51.72	10.34	6.90	13.79	100.0		

จากตารางที่ 34 พบว่าข้อมูลทางการบัญชีที่จัดทำขึ้น โดยแผนกบัญชีของอุตสาหกรรม
ขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดลพบุรี มีความเชื่อถือได้มากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือ ความ
ครบถ้วน(ค่าเฉลี่ย 4.17) มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ย 4.03) เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.59)
เปรียบเทียบกันได้ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และทันต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

สำหรับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณสมบัติของข้อมูลทางการบัญชีที่จัดทำ
ขึ้นโดยแผนกบัญชีของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดลพบุรี ศึกษาพบว่าผู้บริหารส่วนใหญ่
มีความเห็นว่าข้อมูลทางการบัญชีที่จัดทำขึ้นโดยแผนกบัญชะนั้น มีความเชื่อถือได้มากที่สุด รองลง
มาคือ ความครบถ้วน มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจเข้าใจง่าย เปรียบเทียบกันได้ และทันต่อเวลา
ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหา และข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับความต้องการใช้ข้อมูลทางการบัญชีในการตัดสินใจด้านกิจกรรมทางการตลาดของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดลพบุรี

ผู้ตอบแบบสอบถามได้มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเกี่ยวกับความต้องการใช้ข้อมูลทางการบัญชีในการตัดสินใจด้านกิจกรรมทางการตลาดของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดลพบุรี ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เนื่องจากปัญหาในการวิเคราะห์ต้นทุนเป็นช่วงการผลิต ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าข้อมูลยังไม่มีการจำแนกที่ชัดเจน จึงเสนอแนะว่าควรจัดทำรายงานต้นทุนผลิตภัณฑ์โดยแยกเป็นแต่ละขั้นตอนการผลิตว่าแต่ละขั้นตอนการผลิตมีต้นทุนเกิดขึ้นเท่าใด เพื่อสามารถวิเคราะห์ หรือปรับปรุงขบวนการผลิตในแต่ละจุดเพื่อนำไปสู่การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และมีต้นทุนที่เหมาะสม
2. ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้นักบัญชีจัดทำรายงานเปรียบเทียบ เป็นช่วงเดือน ไตรมาส และปี แยกแต่ละผลิตภัณฑ์ รวมถึงบทสรุป วิเคราะห์ผลต่างที่เกิดขึ้นและจัดทำกราฟประกอบรายงาน เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้รวดเร็วยิ่งขึ้น
3. นักบัญชีควรมีความเข้าใจเกี่ยวกับขบวนการผลิต เพื่อที่จะสามารถวิเคราะห์ข้อมูลและแจ้งเตือนให้ผู้บริหารทราบสำหรับสิ่งผิดปกติที่เกิดขึ้น
4. นักบัญชีควรมีการบันทึกข้อมูล และตรวจสอบข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์ให้เป็นปัจจุบันเสมอ เพื่อให้ผู้บริหารเรียกดูข้อมูลจากระบบคอมพิวเตอร์ได้ทันที
5. เนื่องจากข้อมูลบางประเภทได้มาจากการประมาณการ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการความเชื่อมั่นที่จะนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจ ผู้ตอบแบบสอบถามจึงเสนอให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประมาณการต่างๆ ที่แผนกบัญชีใช้ในการจัดเตรียมข้อมูล ควรมีแหล่งที่มา และมีการตรวจสอบเบื้องต้น
6. รายงานสินค้าคงเหลือ ควรแยกประเภทสินค้าที่มีเพื่อขายปกติ ที่สามารถขายได้จริง ไม่รวมสินค้าที่ไม่สามารถขายได้ เช่น สินค้าหมดอายุ สินค้าไม่ผ่านคุณภาพ เป็นต้น
7. ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการวิเคราะห์ข้อมูลแยกเป็นรายผลิตภัณฑ์ จึงเสนอให้จัดทำรายงานเกี่ยวกับสินค้าแยกเป็นรายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ยอดขาย ต้นทุน ค่าใช้จ่ายในการขาย กำไร เพื่อสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ถูกต้อง ไม่เบี่ยงเบนจากความเป็นจริง