

BE-013

ขั้นตอนการจัดทำรายงานซื้อ-ขายสินค้า บริษัท ชากา กรุ๊ป แอนด์ มาเด้อภูเวียง จำกัด The Process of Preparing the Purchase-sale Report of Products of Chapa Group and Made Phu Wiang Co., Ltd.

เมย์ธิดา ทองกุนา¹ และ มาลีรัตน์ สาผิว^{2,*}

Maythida Thongkuna¹ and Maleerut Saphio^{2,*}

^{1,2}หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{1,2}Bachelor of Accountancy Program, Faculty of Business Administration, Northeastern University

* Corresponding author's e-mail: maleerut.sap@neu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขั้นตอนการตรวจสอบรายงานขายสินค้าของบริษัท ชากา กรุ๊ป แอนด์ มาเด้อ ภูเวียง จำกัด กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่บัญชี จำนวน 3 คน ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการแบบเจาะจง โดยพิจารณาจากเกี่ยวข้องกับงานบัญชี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์นำมาถอดความ ผลวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ ขั้นตอนการตรวจสอบรายงานขายสินค้าของบริษัท ชากา กรุ๊ป แอนด์ มาเด้อ ภูเวียง จำกัด มี 8 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 เข้าเว็บไซต์ของบริษัท ขั้นตอนที่ 2 คลิกที่โฟลเดอร์เพื่อเข้าสู่การเลือกตรวจสอบรายงาน สาขาที่ตนเองรับผิดชอบ ขั้นตอนที่ 3 เลือกสาขาที่ตนเองรับผิดชอบ ขั้นตอนที่ 4 คลิกที่ “ขาย” เพื่อเข้าสู่หน้า รายงานขาย ขั้นตอนที่ 5 คลิกที่ ปี พ.ศ.ที่จะตรวจสอบรายงาน ขั้นตอนที่ 6 คลิกเลือกเดือนที่จะตรวจสอบรายงาน ขั้นตอนที่ 7 คลิกเลือกวันที่ ที่ต้องการตรวจสอบรายงาน และขั้นตอนที่ 8 หน้ารายงานขายสินค้าของ บริษัท ชากา กรุ๊ป แอนด์ มาเด้อ ภูเวียง จำกัด

คำสำคัญ: รายงานซื้อ-ขายสินค้า, ขั้นตอนรายงานซื้อ-ขายสินค้า, บริษัท ชากา กรุ๊ป แอนด์ มาเด้อภูเวียง จำกัด

ABSTRACT

This research aims to study the steps of checking the sales report of Chapa Group and Made Phu Wiang Co., Ltd. The sample group is 3 accounting officers. The sample group was selected by using a purposive method, considering the relevance to accounting work. The research instrument is a semi-structured interview form. Qualitative data analysis was

performed by transcribing the data from the interviews. The research results found that the analysis of the steps of checking the sales report of Chapa Group and Made Phu Wiang Co., Ltd. consists of 8 steps: Step 1: Go to the company website. Step 2: Click on the folder to enter the selection of the branch report that you are responsible for. Step 3: Select the branch that you are responsible for. Step 4: Click on “Sales” to enter the sales report page. Step 5: Click on the year that you want to check the report. Step 6: Click to select the month that you want to check the report. Step 7: Click to select the date that you want to check the report. And Step 8: The sales report page of Chapa Group and Made Phu Wiang Co., Ltd.

Keywords: Sales purchase-sale report, Sales purchase-sale report steps, Chapa Group and Made Phu Wiang Co., Ltd.

บทนำ

บริษัท ชากา กรุ๊ป แอนด์ มาเด้อ ภูเวียง จำกัด สถานที่ตั้ง บ้านเลขที่ 888 ม.4 บ้านกุดน้ำใส ตำบลนาชุมแสง อำเภอกุเวียง จังหวัดขอนแก่น 40150 จดทะเบียนนิติบุคคล และจดทะเบียนประกอบธุรกิจขายตรง ตามพรบ.ขายตรง และตลาดแบบตรง ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร ผลิตภัณฑ์อุปโภคและบริโภค ผลิตภัณฑ์สกินแคร์และความงาม ในด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ มีโรงงานผลิตสินค้า ด้วยการใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย คัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดมาสู่สมาชิก ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล GMP&HACCP เพื่อให้สมาชิกได้รับคุณภาพ ความมั่นใจ ตลอดจนการบริหารจัดการ พัฒนา และสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความน่าสนใจของรายงานการขายของธุรกิจขายตรงจึงได้ทำการวิจัยในหัวข้อดังกล่าว

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาขั้นตอนการตรวจสอบรายงานขายสินค้าของบริษัท ชากา กรุ๊ป แอนด์ มาเด้อ ภูเวียง จำกัด

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมี คือ เจ้าหน้าที่บัญชีบริษัท ชากา กรุ๊ป แอนด์ มาเด้อ ภูเวียง จำกัด ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากความเกี่ยวข้องกับ การปฏิบัติงานบัญชี จำนวนทั้งสิ้น 3 คน

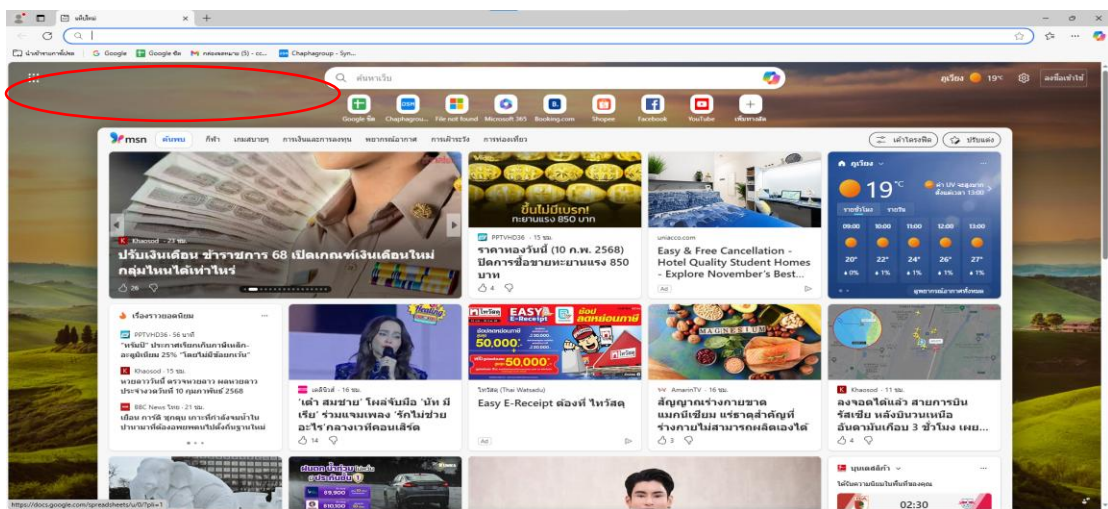
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานบัญชี เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงานจริง

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์นำมาถอดความ (Transcription) และวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการจัดทำ

สรุปผลการวิจัย

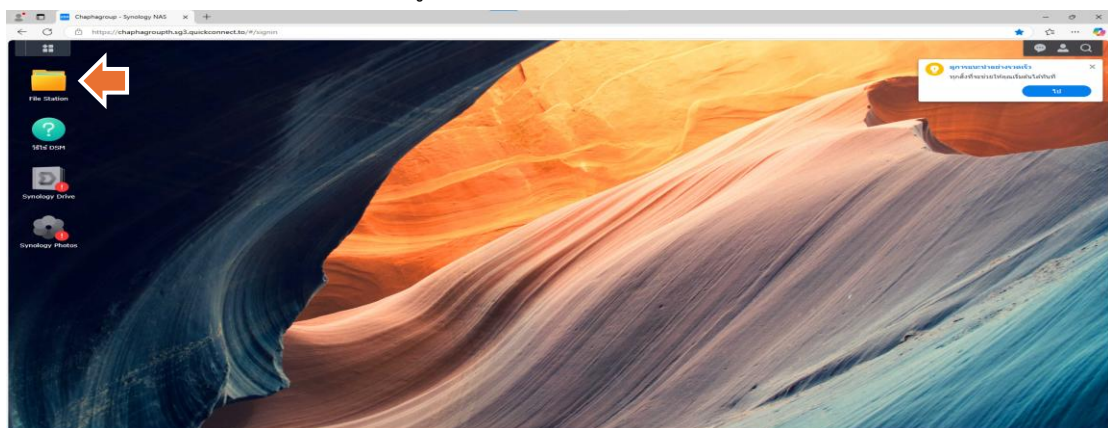
ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนการตรวจสอบรายงานขายสินค้าของบริษัท ซาภา กรุ๊ป แอนด์ มาเดอ ภูเก็ต จำกัด มี 8 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เข้าเว็บไซต์ของบริษัทผ่าน Google หรือ Microsoft Edge สำหรับคนที่มีบัญชีของบริษัท



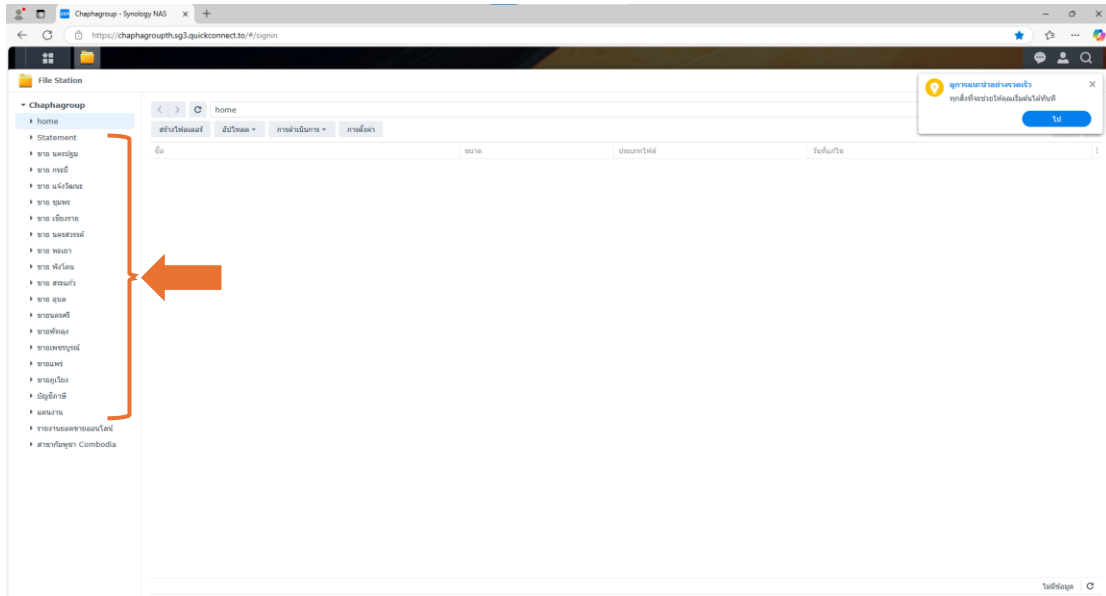
ภาพที่ 1 เข้าเว็บไซต์ของบริษัทผ่าน Google หรือ Microsoft Edge

ขั้นตอนที่ 2 คลิกที่โฟลเดอร์เพื่อเข้าสู่การเลือกตรวจรายงานสาขาที่ตนเองรับผิดชอบ



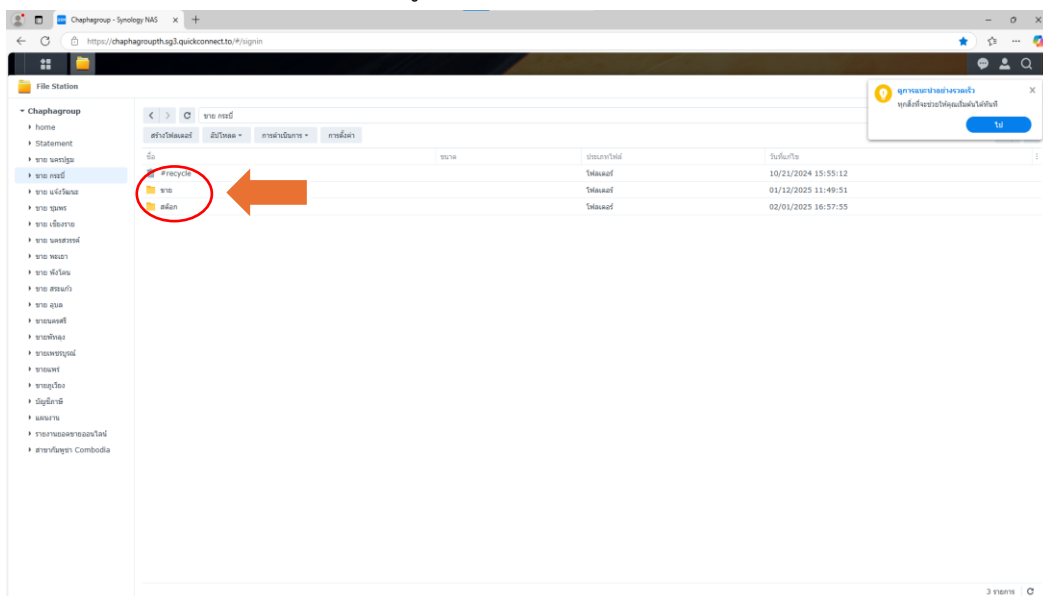
ภาพที่ 2 โฟลเดอร์เพื่อเข้าสู่การเลือกตรวจรายงาน

ขั้นตอนที่ 3 เลือกสาขาที่ตนเองรับผิดชอบ



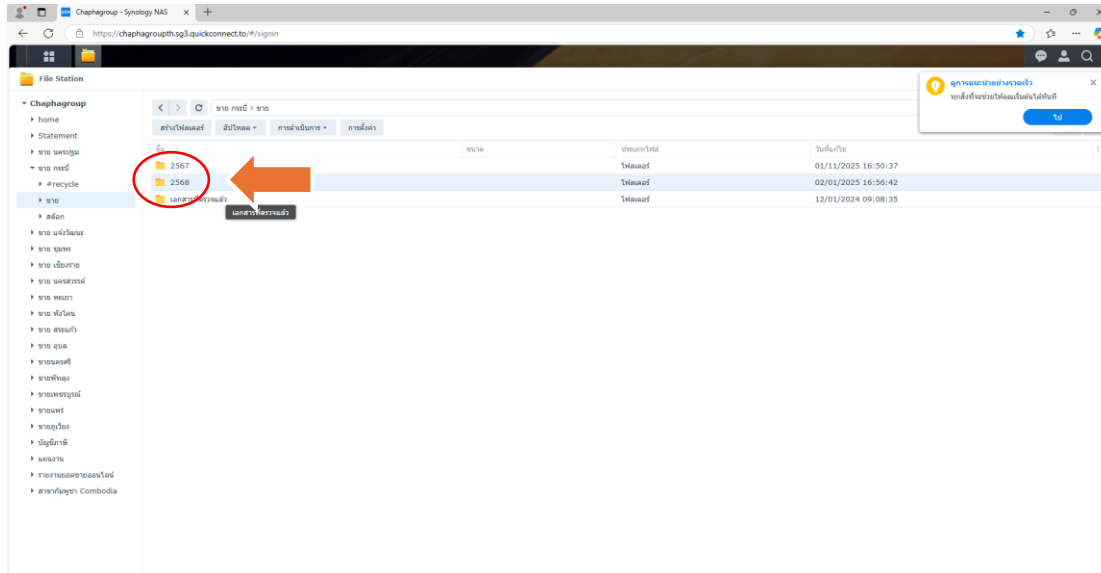
ภาพที่ 3 หน้าเลือกสาขาที่ตนเองรับผิดชอบ

ขั้นตอนที่ 4 คลิกที่ “ขาย” เพื่อเข้าสู่หน้ารายงานขาย



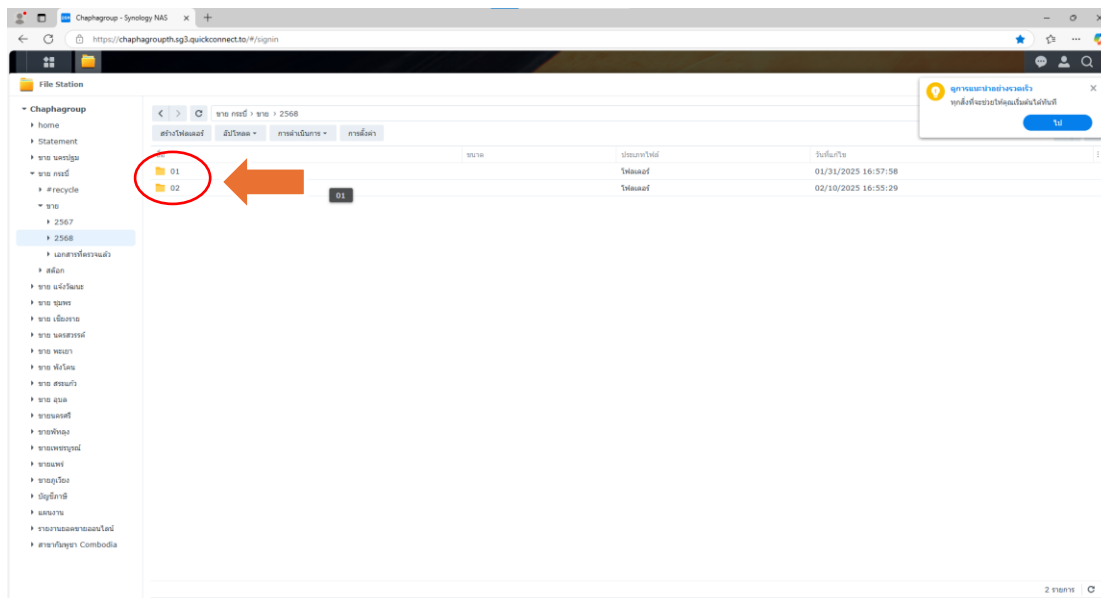
ภาพที่ 4 หน้ารายงานขาย

ขั้นตอนที่ 5 คลิกที่ ปี พ.ศ.ที่จะตรวจรายงาน



ภาพที่ 5 หน้ารายงานขาย

ขั้นตอนที่ 6 คลิกเลือกเดือนที่จะตรวจรายงาน



ภาพที่ 6 หน้าเดือนที่จะตรวจรายงาน

[illegible]

1094

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่พบว่าขั้นตอนการตรวจสอบรายงานขายสินค้าของบริษัท ซาภา กรุ๊ป แอนด์ มาเตอูเวียง จำกัด ประกอบด้วย 8 ขั้นตอนหลัก สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ 1) กระบวนการเข้าถึงข้อมูลแบบลำดับขั้น ขั้นตอนการตรวจสอบรายงานขายสินค้าที่เริ่มจากการเข้าเว็บไซต์ของบริษัทไปจนถึงการเลือกวันที่ต้องการตรวจสอบ สะท้อนให้เห็นถึงระบบการจัดเก็บข้อมูลแบบลำดับขั้น (Hierarchical Data Organization) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นกตล ร่มโพธิ์ (2566) ที่กล่าวว่าการจัดการข้อมูลแบบลำดับขั้นช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถรองข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดความซับซ้อนในการเข้าถึงข้อมูลขนาดใหญ่ 2) การแบ่งความรับผิดชอบตามสาขา ขั้นตอนที่ 2 และ 3 ที่ให้ผู้ใช้เลือกตรวจสอบรายงานสาขาที่ตนเองรับผิดชอบ แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีการกระจายความรับผิดชอบในการตรวจสอบข้อมูลตามโครงสร้างองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2567) ที่พบว่าธุรกิจ SME ในประเทศไทยที่มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจนมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสูงกว่าธุรกิจที่ไม่มีการแบ่งหน้าที่ร้อยละ 37 3) ระบบการจัดเก็บข้อมูลตามช่วงเวลา ขั้นตอนที่ 5-7 ที่ให้ผู้ใช้เลือกปี เดือน และวันที่ต้องการตรวจสอบ แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีการจัดเก็บข้อมูลการขายตามช่วงเวลา (Temporal Data Organization) ซึ่งวิทยา สุหฤตดำรง และคณะ (2567) ได้อธิบายว่าการจัดเก็บข้อมูลในลักษณะนี้เป็นพื้นฐานสำคัญของการวิเคราะห์แนวโน้มและการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานระหว่างช่วงเวลาต่างๆ 4) ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล กระบวนการ 8 ขั้นตอนที่พบในการวิจัยนี้มีลักษณะเป็นการทำงานผ่านเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัทมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการจัดการข้อมูล สอดคล้องกับรายงานของสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย (2567) ที่ระบุว่าธุรกิจที่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการจัดการข้อมูลภายในองค์กรมีประสิทธิภาพในการตัดสินใจสูงกว่าธุรกิจที่ยังใช้ระบบเอกสารแบบดั้งเดิมถึงร้อยละ 45 5) การพิจารณาความปลอดภัยของข้อมูล จากขั้นตอนที่ 1-3 ที่ต้องเข้าสู่ระบบและเลือกสาขาที่รับผิดชอบ สะท้อนให้เห็นว่าบริษัทมีการจำกัดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลตามบทบาทหน้าที่ ซึ่งเป็นไปตามหลักการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2567) แนะนำไว้ในคู่มือการจัดทำรายงานการขายสินค้าสำหรับธุรกิจ SME ว่าควรมีการกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลตามความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละคน 6) โอกาสในการพัฒนาระบบ แม้ว่าระบบปัจจุบันจะมีการจัดการเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน แต่จำนวน 8 ขั้นตอนอาจถือว่ามากเกินไปสำหรับการเข้าถึงรายงานที่ใช้งานบ่อย ตามหลักการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX Design) ที่ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2567) ได้นำเสนอไว้ว่า การลดจำนวนขั้นตอนในการเข้าถึงข้อมูลที่ใช้กันบ่อยสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ถึงร้อยละ 23 7) การใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนสุดท้ายที่ได้เข้าถึงหน้ารายงานขายสินค้า เป็นเพียงจุดเริ่มต้นของกระบวนการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทย (2568) ได้เน้นย้ำว่าธุรกิจ SME ที่สามารถนำข้อมูลการขายมาวิเคราะห์และใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์จะมีโอกาสเติบโตสูงกว่าธุรกิจที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลถึง 1.8 เท่า และ

8) ความสอดคล้องกับแนวปฏิบัติทางธุรกิจ ระบบการตรวจสอบรายงานขาย 8 ขั้นตอนนี้มีความสอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดีในการจัดการข้อมูลทางธุรกิจตามที่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2567) ได้เสนอไว้ โดยเฉพาะในด้านการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ การกำหนดสิทธิ์การเข้าถึง และการจัดโครงสร้างข้อมูลตามลักษณะการใช้งาน

ดังนั้น ขั้นตอนการตรวจสอบรายงานขายสินค้าทั้ง 8 ขั้นตอนของบริษัท ซากา กรุ๊ป แอนด์ มาเต้อูเวียง จำกัด มีความเป็นระบบและสอดคล้องกับหลักการจัดการข้อมูลทางธุรกิจที่ดี อย่างไรก็ตาม มีโอกาสในการพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการลดจำนวนขั้นตอนหรือเพิ่มฟังก์ชันการทำงานที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้งาน เช่น การบันทึกรายการที่เข้าชมบ่อย (Favorites) หรือการแสดงผลข้อมูลในรูปแบบแดชบอร์ดที่สรุปภาพรวมได้ในหน้าเดียว ตามข้อเสนอแนะของ บริษัท ซากา กรุ๊ป แอนด์ มาเต้อูเวียง จำกัด (2567) ในรายงานประจำปีที่จะไปถึงแผนการพัฒนาระบบสารสนเทศภายในองค์กร

ข้อเสนอแนะ

ครั้งต่อไปควรทำวิจัยเกี่ยวกับคู่มือรายงานสรุปการขาย ตามช่องทางการขายแต่ละช่องทางของกิจการ เนื่องจากกิจการเป็นกิจการธุรกิจขายตรง เรื่องช่องทางการจำหน่ายสินค้าจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจ

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). *คู่มือการจัดทำรายงานการซื้อขายสินค้าสำหรับธุรกิจ SME*. กรุงเทพฯ:

กระทรวงพาณิชย์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2568). *รายงานแนวโน้มธุรกิจไตรมาสที่ 1 ปี 2568*. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.

นภดล ร่มโพธิ์. (2566). การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานสำหรับธุรกิจ SME ในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 46(4), 55-72.

บริษัท ซากา กรุ๊ป แอนด์ มาเต้อูเวียง จำกัด. (2567). *รายงานประจำปี 2567*. ขอนแก่น: บริษัท ซากา กรุ๊ป แอนด์ มาเต้อูเวียง จำกัด.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). *พฤติกรรมผู้บริโภคไทยในยุคดิจิทัล: ผลกระทบต่อธุรกิจ SME*. กรุงเทพฯ: ธนาคารกสิกรไทย.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). *รายงานสถิติการค้าภายในประเทศประจำปี 2567*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2567). *แนวโน้มอุตสาหกรรมและการค้าไทยปี 2567-2568*. กรุงเทพฯ: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.

สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย. (2567). รายงานสถานการณ์อีคอมเมิร์ซในประเทศไทย
ประจำปี 2567. กรุงเทพฯ: สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2567). รายงานสถานการณ์ SME ไทยประจำปี 2567
กรุงเทพฯ: สสว.

วิทยา สุหฤทธดำรง และคณะ. (2567). การจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพสำหรับธุรกิจยุคใหม่. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.