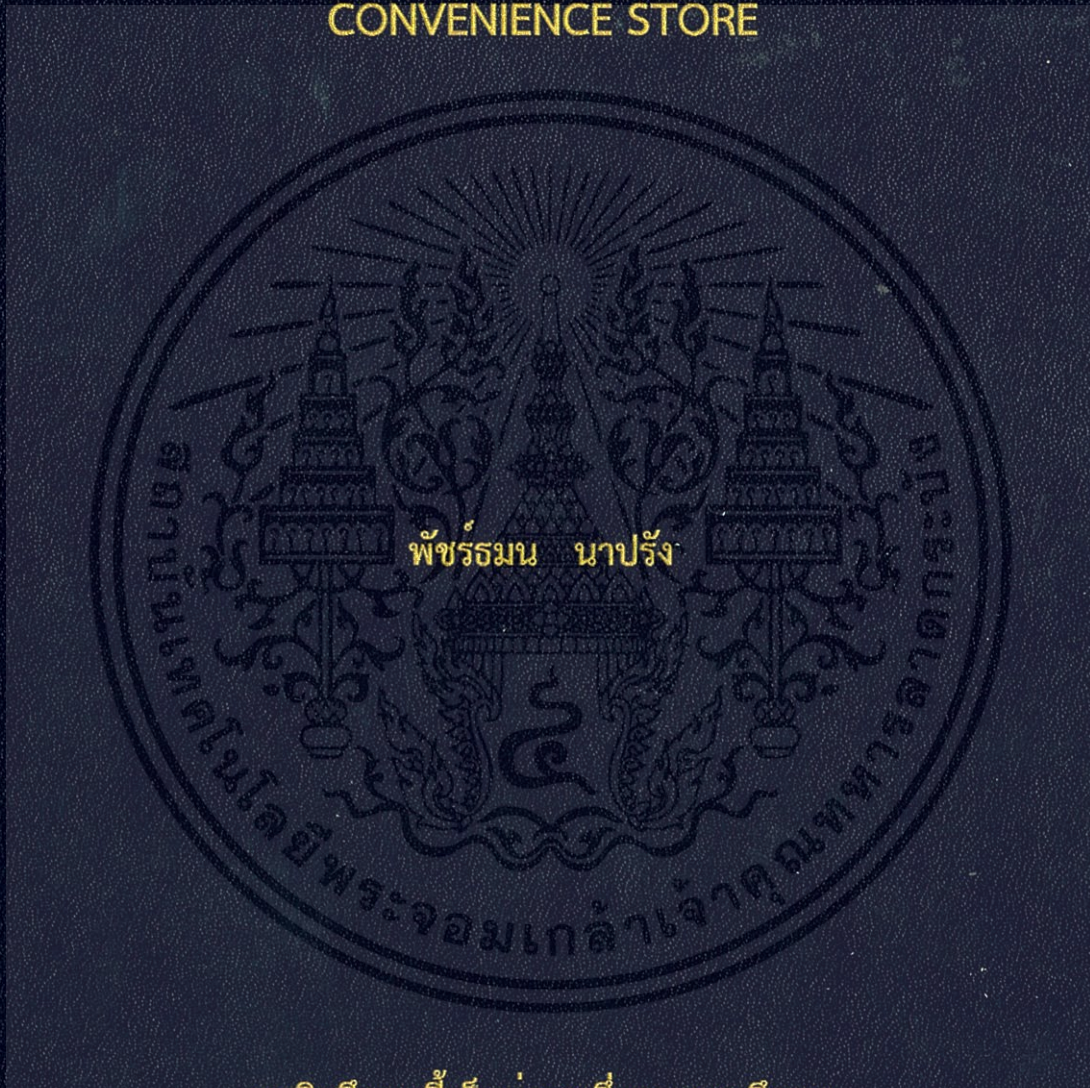


การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนารธุรกิจในร้านค้าสะดวกซื้อ

DATA ANALYSIS FOR BUSINESS DEVELOPMENT IN
CONVENIENCE STORE



สหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (คณิตศาสตร์ประยุกต์)
ภาควิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2558

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาธุรกิจในร้านค้าสะดวกซื้อ

DATA ANALYSIS FOR BUSINESS DEVELOPMENT IN
CONVENIENCE STORE



T149012

พัชรธมน นาปรัง

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 149012
ขึ้นเดือนปี 127 S.ค. 2560

b. 12879797
1.....

สหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (คณิตศาสตร์ประยุกต์)

ภาควิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DATA ANALYSIS FOR BUSINESS DEVELOPMENT
IN CONVENIENCE STORE



CO-OPERATIVE EDUCATION SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR
THE DEGREE OF BACHELOR OF SCIENCE (APPLIED MATHEMATICS)
DEPARTMENT OF MATHEMATICS, FACULTY OF SCIENCE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
ACADEMIC YEAR 2015

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อสหกิจศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาธุรกิจในร้านค้าสะดวกซื้อ

DATA ANALYSIS FOR BUSINESS DEVELOPMENT IN
CONVENIENCE STORE

ชื่อนักศึกษา

นางสาวพัชรธมน นาปริง รหัสนักศึกษา 55050158

ปริญญา

วิทยาศาสตรบัณฑิต (คณิตศาสตร์ประยุกต์)

ภาควิชา

คณิตศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผศ.ดร.อาทิตย์ แข็งธัญการ

พนักงานพี่เลี้ยง

คุณนิศา พุกสอน

คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) อนุมัติให้
สหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (คณิตศาสตร์
ประยุกต์) ประจำปีการศึกษา 2558

คณะกรรมการสอบ	ลายมือชื่อ
ดร.บุษยมาศ พิมพ์พรรณชาติ ประธานกรรมการ	
รศ.ไพโรบลย์ พันธรักษ์พงษ์ กรรมการ	
ผศ.ดร.อาทิตย์ แข็งธัญการ กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา	

ลิขสิทธิ์ของคณะวิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อสหกิจศึกษา	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาธุรกิจในร้านค้าสะดวกซื้อ DATA ANALYSIS FOR BUSINESS DEVELOPMENT IN CONVENIENCE STORE
ชื่อนักศึกษา	นางสาวพัชรธมน นาปรัง รหัสนักศึกษา 55050158
ปริญญา	วิทยาศาสตร์บัณฑิต (คณิตศาสตร์ประยุกต์)
ภาควิชา	คณิตศาสตร์
ปีการศึกษา	2558
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.อาทิตย์ แข็งธัญการ
พนักงานที่เลี้ยง	คุณนิศา พุกสอน

บทคัดย่อ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven จากการที่ได้เข้าปฏิบัติงานของโครงการสหกิจศึกษาในบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานในสำนักพัฒนาธุรกิจ ฝ่ายวิเคราะห์ข้อมูลด้านปฏิบัติการ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในส่วนของ รายรับ - รายจ่าย ของร้านสะดวกซื้อทุกสาขาทั่วประเทศ ซึ่งในการเข้าไปปฏิบัติงานนั้น ได้ทำการศึกษาข้อมูลรายรับ - รายจ่าย จากแหล่งข้อมูลดิบของทางบริษัท และนำไปวิเคราะห์ว่าสาขาใดที่ขาดทุน หรือ สาขาใดที่ได้กำไร เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการกระตุ้นยอดขายให้ได้ตามเป้าของแต่ละสาขา และเนื่องจากเป็นธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ จำเป็นต้องคำนึงถึงความสะดวก บริการที่ดี และสภาพแวดล้อมที่ดี จึงได้สร้างแบบจำลองเกณฑ์การให้คะแนนผู้จัดการร้านค้า โดยคัดเลือกเกณฑ์ที่เหมาะสมที่สุด สำหรับร้านสะดวกซื้อแต่ละสาขาและส่วนกลาง

คำสำคัญ: ตัดจ่าย, รหัสกลุ่มสินค้า

Title DATA ANALYSIS FOR BUSINESS DEVELOPMENT IN CONVENIENCE STORE

Student Miss. Patthamon Naprang 55050158

Degree Bachelor of Science (Applied Mathematic)

Department Mathematics

Academic Year 2015

Adviser Asst.Prof.Dr.Atit Kengthanyakan

Job advisor Nisa Pukson

Abstract

CP ALL Public company Limited is a retail firm that operates a convenience store business. When I was part of the CP ALL special project Program. I was assigned to work in the business development and analysis department. The department was in charge of revenue and expenses of every branch in the country. During the program, I conducted a research on revenue and expenses, using raw data from the company, to determine which branches were profitable and which branches were losing money. The goal of the research was to find a solution to increasing sales. Because the business is conveniences stores, customers' conveniences and excellent service are extremely important. Therefore, I developed a scored on their performance. This scoring system was designed to encourage each branch to be more effective and efficient.

Keyword: WO, PMA

กิตติกรรมประกาศ

ตามที่ข้าพเจ้า นางสาวพัชรธมน นาปรัง ได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่วันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2559 ถึงวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2559 ทำให้ข้าพเจ้าได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีคุณค่ามากมาย จึงขอขอบคุณ ผศ.ดร.อาทิตย์ แข็งธัญการ อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจ คุณนิศา พุกสอน พนักงานพี่เลี้ยง และกรรมการสอบสหกิจศึกษาทุกท่าน ที่คอยให้การสนับสนุน ให้คำปรึกษา และดูแลอย่างใกล้ชิด ทำให้การทำสหกิจศึกษาในครั้งนี้ผ่านไปได้อย่างดี

นอกจากนี้ยังมีบุคคลท่านอื่น ๆ อีกที่ไม่ได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้ ซึ่งให้ความกรุณาแนะนำ ในการจัดทำสหกิจศึกษาครั้งนี้ ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและให้ความเข้าใจเกี่ยวกับชีวิตของการปฏิบัติงาน รวมถึงเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำสหกิจศึกษานี้จนเสร็จสมบูรณ์



พัชรธมน นาปรัง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูป	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	1
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย.....	2
1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงาน.....	2
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 โปรแกรม Microsoft Excel.....	3
2.1.1 ฟังก์ชันจำนวนรวม (SUM).....	3
2.1.2 ฟังก์ชันค่าเฉลี่ย (AVERAGE).....	3
2.1.3 ฟังก์ชันค้นหาและอ้างอิง (VLOOKUP).....	4
2.1.4 ฟังก์ชันเงื่อนไข (IF).....	4
2.1.5 ฟังก์ชันจำนวนนับ (COUNT).....	4
2.1.6 ฟังก์ชันจำนวนนับแบบมีเงื่อนไข (COUNTIF).....	4
2.1.7 ฟังก์ชันค่าสูงสุด (MAX).....	5
2.1.8 ฟังก์ชันค่าต่ำสุด (MIN).....	5
2.1.9 ฟังก์ชันการแปลงข้อความ (LEFT).....	5
2.1.10 ฟังก์ชันเอ็มไอดี (MID).....	5
2.1.11 ฟังก์ชันการปรับทศนิยม (ROUND).....	6
2.1.12 ตารางไพลอต (PIVOTTABLE).....	6
2.1.13 ตัวกรอง (FILTER).....	8
2.1.14 เรียงลำดับ (SORT)	8
2.1.15 ข้อความเป็นคอลัมน์ (TEXT TO COLUMNS)	9
2.1.16 ค้นหาและแทนที่ (FIND AND REPLACE).....	10
2.1.17 ตรึงแนว (FREEZE PANES).....	10
2.2 โปรแกรม IP Messenger.....	11
2.2.1 การทำงานของโปรแกรม.....	11

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
2.2.2 การใช้งานโปรแกรม	11
2.3 โปรแกรมดึงข้อมูล (Power Play)	12
2.3.1 วิธีการเปิด .MDC ไฟล์	12
2.4 โปรแกรม Power Point	12
2.4.1 หลักการทำงานของ Power Point	12
2.4.2 ลักษณะการทำงานของโปรแกรม Power Point.....	13
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	
3.1 การวิเคราะห์ยอดรวมของสินค้า 7 กลุ่มสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อ	14
3.1.1 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	15
3.2 ปรับปรุงเกณฑ์การให้คะแนนและเงินรางวัลของร้านค้าสะดวกซื้อ	22
3.2.1 รายละเอียดข้อมูลที่ใช้ในเรื่องของเกณฑ์การให้คะแนนร้านค้าสะดวกซื้อ.....	22
3.2.2 รายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนนของรูปแบบทั้งหมด	24
3.2.3 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล	39
3.3 วิเคราะห์ข้อมูลของสินค้ากลุ่มเครื่องดื่ม (Beverage).....	55
3.3.1 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	55
บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน	
4.1 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	63
4.2.1 ผลการวิเคราะห์ยอดรวมของสินค้า 7 กลุ่มสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อ.....	63
4.2.2 ผลปรับปรุงเกณฑ์การให้คะแนนและเงินรางวัลของร้านค้าสะดวกซื้อ	70
4.2.3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลของสินค้ากลุ่มเครื่องดื่ม (Beverage).....	78
บทที่ 5 สรุปผลการปฏิบัติงานและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	84
5.2 ข้อเสนอแนะ	84
เอกสารอ้างอิง	85
ภาคผนวก.....	86

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ตารางแสดงสินค้า 7 กลุ่มสินค้า.....	14
3.2 ตารางแสดงรายละเอียดของยอดขายและยอดตัดจ่ายในเดือนมกราคม.....	16
3.3 ตารางแสดงการเปรียบเทียบข้อมูลที่คัดเลือกมากโปรแกรมคัดเลือกข้อมูล (Power Play)...	23
3.4 ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านเดิม (รูปแบบเดิม)	25
3.5 ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านใหม่ (รูปแบบเดิม).....	26
3.6 ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านเดิม (รูปแบบที่ 1)	28
3.7 ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านใหม่ (รูปแบบที่ 1).....	29
3.8 ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านเดิม (รูปแบบที่ 2)	31
3.9 ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านใหม่ (รูปแบบที่ 2).....	32
3.10 ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านเดิม (รูปแบบที่ 3).....	34
3.11 ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านใหม่ (รูปแบบที่ 3).....	35
3.12 ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านเดิม (รูปแบบที่ 4).....	37
3.13 ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านใหม่ (รูปแบบที่ 4).....	38
3.14 ตารางสรุปคะแนนร้านค้าภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3.....	40
3.15 ตารางแสดงรายละเอียดการให้เงินรางวัล	40
3.16 ตารางแสดงเงินรางวัลร้านค้าภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3	41
3.17 ตารางแสดงเงินรางวัลร้านค้าไม่รวมรายชื่อเขตพิเศษ	46
3.18 ตารางแสดงข้อมูลสินค้ากลุ่มเครื่องดื่มเดือนมกราคม 2016.....	56
3.19 ตารางแสดงข้อมูลสินค้ากลุ่มเครื่องดื่มเดือนกุมภาพันธ์ 2016.....	58
3.20 ตารางแสดงข้อมูลของสินค้าที่มียอด	61
4.1 ตารางสรุปผลของสินค้า 7 กลุ่มสินค้าของเดือนมกราคม 2016.....	64
4.2 ตารางสรุปผลของสินค้า 7 กลุ่มสินค้าของเดือนกุมภาพันธ์ 2016	64
4.3 ตารางสรุปผลของสินค้า 7 กลุ่มสินค้าของเดือนมีนาคม 2016	65
4.4 ตารางสรุปผลของสินค้า 7 กลุ่มสินค้าของเดือนเมษายน 2016.....	65
4.5 ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมของผู้จัดการร้าน.....	71
4.6 ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมของ FC	71
4.7 ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมของเขต	72
4.8 ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 2 ของผู้จัดการร้าน	73
4.9 ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 2 ของ FC.....	73
4.10 ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 2 ของเขต.....	74
4.11 ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 ของผู้จัดการร้าน	75
4.12 ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 ของ FC.....	75

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.13 ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 ของเขต.....	76
4.14 ตารางสรุปข้อมูลของสินค้ากลุ่มเครื่องดื่มเดือนมกราคม 2016	78
4.15 ตารางสรุปข้อมูลของสินค้ากลุ่มเครื่องดื่มเดือนกุมภาพันธ์ 2016	80



สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
3.1 รูปแสดงขั้นตอนการไต่สวนเพื่อหาจำนวนร้านค้าที่มียอด.....	19
3.2 รูปแสดงผลการไต่สวนเพื่อหาจำนวนร้านค้าที่มียอด.....	19
3.3 รูปแสดงขั้นตอนการไต่สวนเพื่อหายอดขาย (บาท).....	20
3.4 รูปแสดงผลการไต่สวนเพื่อหายอดขาย (บาท).....	20
3.5 รูปแสดงขั้นตอนการไต่สวนเพื่อหายอดตัดจ่าย (บาท).....	21
3.6 รูปแสดงผลการไต่สวนเพื่อหายอดตัดจ่าย (บาท).....	21
3.7 รูปแสดงการไต่สวนจำนวนเงินรางวัลของผู้จัดการ.....	43
3.8 รูปแสดงผลการไต่สวนจำนวนเงินรางวัลของผู้จัดการ.....	43
3.9 รูปแสดงการไต่สวนจำนวนร้านค้าที่ได้เงินรางวัล (ผจก.).....	44
3.10 รูปแสดงผลการไต่สวนจำนวนร้านค้าที่ได้เงินรางวัล (ผจก.).....	44
3.11 รูปแสดงการไต่สวนจำนวนร้านค้าที่ไม่ได้เงินรางวัล (ผจก.).....	45
3.12 รูปแสดงผลการไต่สวนจำนวนร้านค้าที่ไม่ได้เงินรางวัล (ผจก.).....	45
3.13 รูปแสดงการไต่สวนหาข้อมูลที่มีค่าเงินรางวัลรวมของ FC.....	48
3.14 รูปแสดงผลการไต่สวนหาข้อมูลที่มีค่าเงินรางวัลรวมของ FC.....	48
3.15 รูปแสดงการไต่สวนหาเงินรางวัลรวมของ FC.....	49
3.16 รูปแสดงผลการไต่สวนจำนวนเงินรางวัลรวมของ FC.....	49
3.17 รูปแสดงการไต่สวนหาจำนวนร้านค้าที่ได้เงินรางวัลของ FC.....	50
3.17 รูปแสดงการไต่สวนหาข้อมูลที่มีค่าของจำนวนร้านค้าที่ได้เงินรางวัลของ FC.....	50
3.19 รูปแสดงตารางการไต่สวนจำนวนร้านค้าที่ได้เงินรางวัลของ FC.....	51
3.20 รูปแสดงผลการไต่สวนจำนวนร้านค้าที่ได้เงินรางวัลของ FC.....	51
3.21 รูปแสดงตารางไต่สวนหาข้อมูลจำนวนร้านค้าที่ไม่ได้เงินรางวัลของ FC.....	52
3.22 รูปแสดงตารางไต่สวนหาข้อมูลที่มีค่าของจำนวนร้านค้าที่ไม่ได้เงินรางวัลของ FC.....	52
3.23 รูปแสดงตารางการไต่สวนจำนวนร้านค้าที่ไม่ได้เงินรางวัลของ FC.....	53
3.24 รูปแสดงผลการไต่สวนจำนวนร้านค้าที่ไม่ได้เงินรางวัลของ FC.....	53
3.25 รูปแสดงผลการไต่สวนจำนวนเงินรางวัลของเขต.....	54
3.26 รูปแสดงผลการไต่สวนจำนวนร้านค้าที่ได้เงินรางวัลของเขต.....	54
3.27 รูปแสดงผลการไต่สวนจำนวนร้านค้าที่ไม่ได้เงินรางวัลของเขต.....	54
3.28 รูปแสดงสินค้าในกลุ่มเครื่องดื่ม.....	55
3.29 รูปแสดงตารางไต่สวนหารหัสสินค้าที่มียอดขาย.....	60
3.30 รูปแสดงผลตารางไต่สวนหารหัสสินค้าที่มียอดขาย.....	60

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หากพูดถึงร้านสะดวกซื้อในสมัยก่อน คงนึกถึงร้านขายของทั่วไปที่สมัยนี้เรียกกันว่าร้าน โขสวย (โชวห่วย) แต่ปัจจุบันได้ถูกลบลบบาทลงไปเป็นอย่างมาก ด้วยกิจการร้านสะดวกซื้อรูปแบบใหม่ ซึ่งปัจจุบันสามารถเห็นกันทุกหัวมุมซอยใหญ่ๆ ด้วยรูปแบบการให้บริการที่รวดเร็ว และมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากกว่าร้านค้าทั่วไป อีกทั้งยังเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง จึงทำให้ร้านค้าสะดวกซื้อรูปแบบใหม่มีการเติบโตอย่างมาก และเพื่อสนับสนุนให้ร้านค้าสะดวกซื้อรูปแบบใหม่มีคุณภาพที่ดี ไม่ว่าจะเป็นด้านสินค้าและด้านบริการ จึงจัดให้มีหน่วยงานที่มีชื่อว่า สำนักพัฒนาธุรกิจ มาคอยดูแลและพัฒนาธุรกิจจากร้านค้าสะดวกซื้อรูปแบบใหม่ให้ดียิ่งขึ้น

ร้านค้าสะดวกซื้อรูปแบบใหม่มีการเติบโตสูงมาก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของสาขาที่เพิ่มขึ้นทุกปีในประเทศไทย การมีสินค้าให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น คุณภาพของสินค้าที่ดีขึ้น ไม่มีของหมดอายุวางขาย ความสะอาดและบริการที่ดี ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ต้องมีการวางแผน ปรับกลยุทธ์ในการขายและการบริการให้ดี ในด้านของคุณภาพและราคาสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อ รูปแบบใหม่ สำนักพัฒนาธุรกิจจะเข้ามาดูแลเรื่องของยอดขาย และยอดตัดจ่ายของสินค้าทุกชนิด เพื่อนำแนวโน้มที่ได้จากข้อมูลยอดขายและยอดตัดจ่ายของสินค้าชนิดต่างๆ มาวิเคราะห์ ปรับปรุงแผนในการวางขายและยกเลิกสินค้าชนิดนั้นๆ ส่วนในด้านของการบริการและความสะอาดของร้านค้านั้น ทางสำนักพัฒนาธุรกิจได้จัดตั้งเกณฑ์คะแนนและเงินรางวัลให้กับทางร้านค้าสะดวกซื้อ รูปแบบใหม่ เพื่อเป็นการกระตุ้นพนักงานภายในร้าน ให้มีความมุ่งมั่น ตั้งใจที่จะพัฒนาและดูแลร้านของตัวเองให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์และนโยบายของทางบริษัท

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1.2.1 เพื่อหาแนวโน้มยอดขาย(บาท)และยอดตัดจ่าย(บาท) ของสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มในร้านค้าสะดวกซื้อ
- 1.2.2 เพื่อหาเกณฑ์การให้คะแนนและเงินรางวัลรูปแบบใหม่ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับร้านค้าสะดวกซื้อ จากเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม ที่ใช้ตั้งแต่เดือนเมษายน 2554

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

- 1.3.1 ศึกษาข้อมูลยอดขาย(บาท)และยอดตัดจ่าย(บาท) ของสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ในร้านค้าสะดวกซื้อ
- 1.3.2 ศึกษาเกณฑ์การให้คะแนนและเงินรางวัลร้านค้าสะดวกซื้อ รูปแบบเดิม ที่ใช้ตั้งแต่เดือน เมษายน 2554

1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงาน

- 1.4.1 สามารถพิจารณาการเพิ่มและยกเลิกสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อ
- 1.4.2 สามารถนำเกณฑ์การให้คะแนนและเงินรางวัลร้านค้าสะดวกซื้อ รูปแบบใหม่ไปใช้จริงกับร้านค้าสะดวกซื้อทุกสาขาทั่วประเทศ



บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 โปรแกรม Microsoft Excel

โปรแกรม Microsoft Excel เป็นโปรแกรมสำหรับงานเกี่ยวกับการคำนวณตัวเลข การวิเคราะห์ข้อมูล การคำนวณทางคณิตศาสตร์โดยใช้ฟังก์ชันพื้นฐาน บวก ลบ คูณ หาร ยกกำลัง รวมถึงฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ระดับสูง เช่น Modulo, ตรีโกณมิติ(Trigonometric) ฟังก์ชันทางสถิติ เช่น ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ฟังก์ชันทางการเงิน เช่น การคิดค่าเสื่อมราคา, การคำนวณค่าปัจจุบัน ฟังก์ชันในการตัดต่อคำ เช่น Concatenate ฟังก์ชันในการค้นหาข้อมูล เช่น Lookup, vlookup และ hlookup สำหรับส่วนที่ถือว่าเป็นสิ่งที่เยี่ยมยอดของ ไมโครซอฟท์ เอกซ์เซล คือ การใช้งานในรูปแบบของฐานข้อมูล ไม่ว่าจะเป็น ตัวกรอง, การเรียงลำดับข้อมูล(Sort) , คำนวณยอดรวม(Subtotal) และ ตารางไพลอต(Pivot Table) เป็นคำสั่งสำหรับสรุปข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่ดูได้ง่าย สามารถหมุนเปลี่ยนตามต้องการ และพัฒนาให้เป็นระบบงานที่มีขีดความสามารถสูง มีการวิเคราะห์ข้อมูลและพัฒนาระบบข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการปรับเปลี่ยนความสามารถเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการได้เป็นอย่างดี หรือปฏิบัติงานเกี่ยวกับธุรกิจอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ยังสามารถทำกราฟในแบบต่างๆ เช่น เส้นตรง วงกลม กราฟรูปร่าง กราฟแท่งซึ่งใช้กับการวิเคราะห์หุ้น กราฟพื้นที่ สามารถทำกราฟต่างๆให้อยู่ในรูปแบบ 2 มิติ หรือ 3 มิติได้ด้วยการรวมถึงทำกราฟ 2 ชนิดในรูปเดียวกัน

ฟังก์ชันในโปรแกรม Microsoft Excel ที่นำมาใช้

2.1.1 ฟังก์ชันจำนวนรวม (SUM)

ฟังก์ชันผลรวม เป็นฟังก์ชันที่ใช้สำหรับการหาผลรวมของข้อมูลในช่วงที่กำหนด

สูตรที่ใช้ คือ =SUM(number1 ,number2 ...)

โดยที่ number1 คือ ตัวเลขแรกที่ต้องการรวม

number2 คือ ตัวเลขลำดับสองที่ต้องการรวม สามารถระบุตัวเลข

เพิ่มได้ถึง 255 ตัว

2.1.2 ฟังก์ชันค่าเฉลี่ย (AVERAGE)

ฟังก์ชันค่าเฉลี่ย เป็นฟังก์ชันที่ใช้หาค่าเฉลี่ยของข้อมูล เราสามารถใช้ประโยชน์จาก

ฟังก์ชันนี้ได้ เช่น ใช้หาค่าเฉลี่ยของยอดขาย หาค่าเฉลี่ยของคะแนน เป็นต้น

สูตรที่ใช้ คือ =AVERAGE(number1,number2...)

โดยที่ number1 คือ ตัวเลขหรือการอ้างอิงไปที่ช่วงเซลล์ที่มีตัวเลขที่ต้องการหาค่าเฉลี่ย
 number2 คือ ตัวเลขลำดับถัดไปที่ต้องการหาค่าเฉลี่ย

2.1.3 ฟังก์ชันค้นหาและอ้างอิง (VLOOKUP)

ฟังก์ชันค้นหาและอ้างอิง เป็นฟังก์ชันที่ใช้ในการค้นหาและอ้างอิง เมื่อต้องการค้นหาสิ่งต่างๆ ในตารางหรือช่วงตามแถว

สูตรที่ใช้ คือ

=VLOOKUP(lookup_value,table_array,col_index_num,range_lookup)

โดยที่ lookup_value คือ ค่าที่เราจะใช้ค้นหา
 table_array คือ ช่วงตารางฐานข้อมูล
 col_index_num คือ หมายเลขคอลัมน์ในตารางฐานข้อมูล
 range_lookup คือ รูปแบบค้นหา (0=false (คีย์ที่ค้นหาจะได้ข้อมูลตรงกันเท่านั้น), 1=true (คีย์ที่ค้นหาสามารถเอาค่าใกล้เคียงได้))

2.1.4 ฟังก์ชันเงื่อนไข(IF)

ฟังก์ชันเงื่อนไข ซึ่งเป็นหนึ่งใน ฟังก์ชันทางตรรกะ เพื่อส่งกลับหนึ่งค่าถ้าเงื่อนไขเป็น จริง และอีกค่าหนึ่งถ้าเงื่อนไขเป็น เท็จ

สูตรที่ใช้ คือ =IF(logical_test, value_if_true, [value_if_false])

โดยที่ logical_test คือ เงื่อนไขที่คุณต้องการทดสอบ
 value_if_true คือ ค่าที่คุณต้องการให้ส่งกลับถ้าผลลัพธ์ของ logical_test เป็น จริง (TRUE)
 value_if_false คือ ค่าที่คุณต้องการให้ส่งกลับถ้าผลลัพธ์ของ logical_test เป็น เท็จ (FALSE)

2.1.5 ฟังก์ชันจำนวนนับ(COUNT)

ฟังก์ชันจำนวนนับ เป็นฟังก์ชันที่ใช้ในการนับจำนวนเซลล์ที่มีข้อมูลที่เป็นตัวเลข ในช่วงเซลล์ที่ระบุ (รวมทั้งวันที่ด้วย เพราะวันที่เก็บในรูปตัวเลข) ไม่นับเซลล์ที่ไม่มีข้อมูล หรือเซลล์ที่มีข้อผิดพลาดจากการใช้สูตร เช่น #N/A หรือ #NAME? เป็นต้น

สูตรที่ใช้ คือ =COUNT(value1, value2, ...)

โดยที่ value1 คือ รายการแรก การอ้างอิงเซลล์ หรือช่วงที่ต้องการนับ
 value2 คือ ภายในรายการ การอ้างอิงเซลล์ หรือช่วงที่ต้องการนับ และสามารถมีรายการเพิ่มเติมได้ถึง 255 รายการ

2.1.6 ฟังก์ชันจำนวนนับแบบมีเงื่อนไข(COUNTIF)

ฟังก์ชันจำนวนนับแบบมีเงื่อนไข เป็นฟังก์ชันที่ใช้จำนวนช่วงเซลล์ภายในช่วง ตามเงื่อนไขที่เราระบุ

สูตรที่ใช้ คือ = COUNTIF(range,criteria)

โดยที่ range คือ ช่วงของเซลล์ที่เราต้องการจะนับเซลล์ที่ไม่ว่างและตรงตามเงื่อนไข

Criteria คือ เงื่อนไขซึ่งอยู่ในรูปแบบตัวเลขหรือข้อความ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดว่าเซลล์ใดจะถูกนับ

2.1.7 ฟังก์ชันค่าสูงสุด (MAX)

ฟังก์ชันค่าสูงสุด เป็นฟังก์ชันที่ใช้หาค่าจำนวนที่มีค่ามากที่สุดจากจำนวนทั้งหมดที่ระบุหรือจำนวนที่มีอยู่ในช่วงเซลล์ทั้งหมดที่อ้างอิง โดยผลลัพธ์ที่ได้จะส่งกลับมาเป็นตัวเลขที่มีค่ามากที่สุดในชุดข้อมูลนั้นๆ

สูตรที่ใช้ คือ =MAX(number1,number2...)

โดยที่ number 1 คือ ตัวเลขหรือการอ้างอิงไปที่ช่วงเซลล์ที่มีตัวเลข ที่ต้องการหาค่า

number 2 คือ ตัวเลขลำดับถัดไปที่ต้องการหาค่า

2.1.8 ฟังก์ชันค่าต่ำสุด (MIN)

ฟังก์ชันค่าต่ำสุด เป็นฟังก์ชันที่ใช้หาจำนวนที่มีค่าน้อยที่สุดจากจำนวนที่ระบุ โดยผลลัพธ์ที่ได้จะถูกส่งกลับมาเป็นตัวเลขนั้นๆ

สูตรที่ใช้ คือ = MIN(number1,number2...)

โดยที่ number 1 คือ ตัวเลขหรือการอ้างอิงไปที่ช่วงเซลล์ที่มีตัวเลข ที่ต้องการหาค่า

number 2 คือ ตัวเลขลำดับถัดไปที่ต้องการหาค่า

2.1.9 ฟังก์ชันการแปลงข้อความ(LEFT)

ฟังก์ชันการแปลงข้อความ เป็นฟังก์ชันที่ใช้ตัวช่วยสร้างการแปลงข้อความเป็นคอลัมน์เพื่อแยกเนื้อหาในเซลล์แบบง่าย เช่นชื่อและนามสกุล ลงในคอลัมน์ที่คนละคอลัมน์กัน

สูตรที่ใช้ คือ =LEFT(text, [num_chars])

โดยที่ Text คือ สตริงข้อความที่มีอักขระที่คุณต้องการแยกออกมา

num_chars คือ จำนวนอักขระที่คุณต้องการให้ LEFT แยกออกมา (num_chars ต้องมากกว่าหรือเท่ากับศูนย์, ถ้าค่า num_chars มากกว่าความยาวของข้อความ LEFT จะส่งกลับข้อความทั้งหมด และถ้า num_chars ถูกละไว้ จะถือว่าเป็น 1)

2.1.10 ฟังก์ชันเอ็มไอดี(MID)

ฟังก์ชันเอ็มไอดี เป็นฟังก์ชันที่จะส่งกลับอักขระจำนวนหนึ่งจากสตริงข้อความ โดยเริ่มต้นจากตำแหน่งที่คุณระบุ ตามจำนวนอักขระที่คุณระบุ

สูตรที่ใช้ คือ = MID(text, start_num, num_chars)

โดยที่	Text	คือ สตริงข้อความที่มีอักขระที่คุณต้องการแยก
	Start_num	คือ ตำแหน่งของอักขระแรกที่คุณต้องการแยกออกมาจากข้อความ ซึ่งอักขระแรกของข้อความจะมี start_num เป็น 1 และต่อไป
	Num_chars	คือ ระบุจำนวนอักขระที่คุณต้องการให้ MID ส่งกลับค่าจากข้อความ

2.1.11 ฟังก์ชันการปัดทศนิยม (ROUND)

ฟังก์ชันการปัดทศนิยมเป็นฟังก์ชันที่ใช้สำหรับค่าตัวเลขที่ต้องการให้แสดงจำนวนหลักทศนิยมตามที่ต้องการ โดยมีการปัดค่าหรือเศษขึ้น

สูตรที่ใช้ คือ = ROUND(number, num_digits)

โดยที่ number คือ ตัวเลขที่คุณต้องการปัดเศษ

num_digits คือ จำนวนหลักทศนิยมที่คุณต้องการปัดเศษ

2.1.12 ตารางไพลอต (PIVOTTABLE)

ตารางไพลอต เป็นลิสต์ชนิดพิเศษประเภทหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถสรุปข้อมูลจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว สามารถปรับเปลี่ยนการแสดงผลข้อมูลได้อย่างสะดวกง่ายดาย รายงานตารางไพลอต จะเป็นประโยชน์เมื่อคุณมีรายการตัวเลขจำนวนมากที่ต้องสรุป ข้อมูลการรวมหรือผลรวมย่อยจะช่วยให้คุณสามารถดูข้อมูลดังกล่าวได้ในหลายแง่มุมและสามารถเปรียบเทียบตัวเลขของข้อมูลที่คล้ายคลึงกันได้ด้วย

2.1.12.1 ตารางไพลอต มีส่วนประกอบหลักๆ 4 ส่วน ดังนี้

- คัดกรองข้อมูล (Report Filter)
- จัดกลุ่มแบบแถว (Row Label)
- จัดกลุ่มแบบคอลัมน์ (Column Label)
- การคำนวณค่าทางสถิติ (Values)

2.1.12.2 วิธีการสร้างตารางไพลอต

- กำหนดแหล่งข้อมูลสำหรับตารางไพลอต
 - เมื่อต้องการใช้ข้อมูลในเวิร์กชีตเป็นข้อมูลต้นฉบับ ให้คลิกเซลล์ในช่วงเซลล์ที่มีข้อมูล
 - เมื่อต้องการใช้ข้อมูลในตาราง Microsoft Excel เป็นข้อมูลต้นฉบับ ให้คลิกเซลล์ภายในตาราง Excel
 - ตรวจสอบให้แน่ใจว่ามีส่วนหัวของคอลัมน์อยู่ในช่วงหรือส่วนหัวนั้นแสดงอยู่ในตาราง และไม่มีแถวว่างในช่วงหรือในตาราง
- สร้างรายงานตารางไพลอต
 - บนแท็บ แทรก ในกลุ่ม ตาราง ให้คลิกตารางไพลอต

- ในกล่องโต้ตอบ สร้างตารางไพลอต ตรวจสอบให้แน่ใจว่าได้เลือกตารางหรือช่วง ไว้แล้ว จากนั้นในกล่องตาราง/ช่วง ให้ตรวจสอบความถูกต้องช่วงของเซลล์ เพราะ Excel จะกำหนดช่วงสำหรับรายงานตารางไพลอต ให้โดยอัตโนมัติ แต่สามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยพิมพ์ช่วงอื่นหรือพิมพ์ชื่อที่กำหนดให้กับช่วงนั้น
- เลือกทำอย่างหนึ่งอย่างใดต่อไปนี้
 - เมื่อต้องการวางรายงานตารางไพลอต ลงในเวิร์กชีตใหม่โดยเริ่มที่เซลล์ A1 ให้คลิก เวิร์กชีตใหม่
 - เมื่อต้องการวางรายงานตารางไพลอต ที่ตำแหน่งเฉพาะในเวิร์กชีตที่มีอยู่ ให้เลือก เวิร์กชีตที่มีอยู่ จากนั้นในกล่อง ตำแหน่งที่ตั้ง ให้ระบุเซลล์แรกในช่วงของเซลล์ที่คุณต้องการวางรายงานตารางไพลอต
- คลิก ตกลง
 - Excel จะเพิ่มรายงานตารางไพลอต ที่วางเปล่าลงในตำแหน่งที่ระบุ และแสดง รายการเขตข้อมูลตารางไพลอต เพื่อให้สามารถเพิ่มเขตข้อมูล สร้างเค้าโครง และปรับแต่งรายงานตารางไพลอต ได้ด้วยตนเอง
- เพิ่มเขตข้อมูลลงในรายงานตารางไพลอต
 - เมื่อต้องการวางเขตข้อมูลในพื้นที่ตามค่าเริ่มต้นของส่วนเค้าโครง ให้เลือกกล่องกาเครื่องหมายถัดจากชื่อเขตข้อมูลในส่วนเขตข้อมูล โดยส่วนเขตข้อมูลจะมีชื่อของเขตข้อมูลที่คุณสามารถเพิ่มลงในส่วน เค้าโครง ได้ และส่วนเค้าโครงจะมีพื้นที่ ตัวกรองรายงาน, พื้นที่ ป้ายชื่อคอลัมน์, พื้นที่ ป้ายชื่อแถว และพื้นที่ ค่า
 - เมื่อต้องการวางเขตข้อมูลในพื้นที่ที่ระบุของส่วนเค้าโครง ให้คลิกขวาที่ชื่อเขตข้อมูลในส่วนเขตข้อมูล แล้วเลือกเพิ่มไปยังตัวกรองรายงานเพิ่มไปยังป้ายชื่อคอลัมน์เพิ่มไปยังป้ายชื่อแถว หรือ เพิ่มไปยังค่า
 - เมื่อต้องการลากเขตข้อมูลไปยังพื้นที่ที่ต้องการ ให้คลิกชื่อเขตข้อมูลค้างไว้ในส่วนเขตข้อมูล แล้วลากไปยังพื้นที่ในส่วนเค้าโครงและยังสามารถใช้รายการเขตข้อมูล PivotTable เพื่อจัดเรียงเขตข้อมูลใหม่ได้ทุกเมื่อโดยการคลิกขวาที่เขตข้อมูลในส่วนเค้าโครง จากนั้นเลือกพื้นที่ที่คุณต้องการ หรือด้วยการลากเขตข้อมูลระหว่างพื้นที่ในส่วนเค้าโครง
- ขั้นสุดท้าย
 - เพื่อให้เห็นภาพรวมเกี่ยวกับสิ่งที่สามารถทำได้ในรายงานตารางไพลอต ให้คลิก แท็บ ตัวเลือก และแท็บ ออกแบบของ เครื่องมือตารางไพลอต ซึ่งจะใช้งานได้เมื่อคลิกที่ใดที่หนึ่งในตารางไพลอต จากนั้นค้นหากลุ่มและตัวเลือกที่มีในแต่ละแท็บ

- นอกจากนี้ คุณยังสามารถเข้าถึงตัวเลือกและฟีเจอร์ต่างๆ ที่ใช้งานได้อีกกับองค์ประกอบตารางไพลอต เฉพาะโดยการคลิกขวาที่องค์ประกอบเหล่านั้น

2.1.13 ตัวกรอง (FILTER)

บ่อยครั้งที่มีข้อมูลดิบจำนวนมาก แต่ข้อมูลที่กำลังสนใจมันจำเพาะเจาะจงกว่านั้น ดังนั้นการกรองข้อมูลให้แสดงเฉพาะสิ่งที่สนใจเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก ซึ่งทำได้ด้วยเครื่องมือตัวกรองนั่นเอง

2.1.13.1 วิธีการใช้งานตัวกรอง

- เวลาจะกรองข้อมูล ควรเตรียมข้อมูลให้บรรทัดบนสุดเป็นหัวตาราง ไม่ใช่ตัวข้อมูลจริง
- กดตัวกรอง ได้ 2 ที่ คือ ที่ Ribbon Home => บริเวณ Editing เลือก Sort & Filter => Filter และที่ Ribbon Data => บริเวณ Sort & Filter เลือก Filter
- เมื่อกดตัวกรองแล้วจะมีปุ่มสี่เหลี่ยมขึ้นมาที่หัวตาราง สามารถกดปุ่มนั้นเพื่อเข้าสู่เมนูการกรองข้อมูล
- เมื่อกดปุ่มกรองที่คอลัมน์ไหน ก็จะกรองข้อมูลโดยใช้หลักเกณฑ์จากคอลัมน์ที่กำลังกด
- ถ้าจะคัดกรองค่าแบบเจาะจง เมื่อกดแล้วมีอันไหนที่ไม่อยากให้เห็นสามารถนำเครื่องหมายถูกออกได้เลย
- ถ้าข้อมูลเป็นข้อความ จะมีให้เลือก ตัวกรองข้อความ(Text Filter) ซึ่งเลือกได้ว่าจะเอาช่องที่มีข้อความ xxx, ขึ้นต้นด้วยคำนี้, ลงท้ายด้วยคำนี้ เป็นต้น
- ถ้าข้อมูลเป็นตัวเลขจะมีให้เลือกตัวกรองตัวเลขซึ่งเลือกได้ว่าเอาค่าที่มากกว่าเท่าไร น้อยกว่าเท่าไร เป็นต้น
- ตัวกรองต่างจากซ่อนตรงที่หากเราคัดลอกไปวางที่อื่น ข้อมูลที่ถูกกรองทิ้งจะไม่ถูกคัดลอกไปด้วย (แต่ข้อมูลที่ซ่อนไว้ยังถูกคัดลอกไป)

2.1.14 เรียงลำดับ (SORT)

การเรียงลำดับหรือการเรียงข้อมูลช่วยให้เห็นภาพข้อมูลในลักษณะที่เป็นระเบียบเรียบร้อยมากขึ้น รวมถึงทำให้สังเกตเห็นแนวโน้มหรือความผิดปกติได้ง่ายขึ้นด้วย ดังนั้นการเรียงลำดับเป็นสิ่งที่เราควรทำเป็นอันดับแรกๆ เมื่อได้ข้อมูลมาเป็นลักษณะตาราง โดยเฉพาะตารางที่มีจำนวนข้อมูลเยอะๆ เป็นต้น

2.1.14.1 วิธีการใช้งานการเรียงลำดับ

- เรียงลำดับอย่างง่ายโดยใช้ข้อมูลฟิลด์(Column) เดียว
 - คลิกในฟิลด์ที่ต้องการจัดเรียง เช่น จะเรียงตามเงินเดือนพนักงานให้คลิกปุ่มฟิลด์เงินเดือน (ในเซลล์ใดก็ได้)

- ถ้าข้อมูลเป็นข้อความ(Text) จะมีให้เลือก 2 แบบ คือ แบบเรียงลำดับจากน้อยไปหามาก(Sort Ascending) เพื่อเรียงข้อมูลจากน้อยไปหามาก และแบบเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย(Sort Descending) เพื่อเรียงข้อมูลจากมากไปหาน้อย
- ข้อมูลเป็นตัวเลข(Number) จะมีให้เลือก 2 แบบ คือ แบบเรียงลำดับจากน้อยไปหามาก(Sort Ascending) เพื่อเรียงข้อมูลจากน้อยไปหามาก และแบบเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย(Sort Descending) เพื่อเรียงข้อมูลจากมากไปหาน้อย
- เรียงลำดับแบบมีเงื่อนไขซับซ้อน
 - คลิกในคอลัมน์ที่จะจัดเรียง
 - คลิกที่แท็บข้อมูล(data) จากนั้นจะปรากฏกล่องเรียงลำดับ(Sort)กำหนดจัดเรียง
 - เลือกคอลัมน์เรียงลำดับตามคอลัมน์ที่ต้องการ(Sort by), เลือกการเรียงลำดับจากสิ่งใดที่(Sort On), เลือกวิธีเรียงข้อมูล(Order)
 - คลิกที่ปุ่ม Add Level (เพิ่มระดับ) กำหนดการจัดเรียงอันดับที่สอง(Then by)
 - เมื่อกำหนดการจัดเรียงเรียบร้อยแล้ว คลิกที่ปุ่มตกลง

2.1.15 ข้อความเป็นคอลัมน์ (TEXT TO COLUMNS)

การออกแบบฐานข้อมูลที่ตัวอย่างหนึ่งก็คือการแยกข้อมูลออกเป็นส่วนๆ ให้แต่ละส่วนอยู่คนละคอลัมน์กัน เพื่อให้สามารถนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์สังเคราะห์ได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น

2.1.15.1 วิธีใช้งานข้อความเป็นคอลัมน์

- สิ่งที่ต้องจำต้องรู้ คือ วิธีใช้งานข้อความเป็นคอลัมน์ จะมี 2 รูปแบบให้เลือก ในการที่จะใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งข้อมูลจากคอลัมน์เดียวเป็นหลายๆ คอลัมน์ ได้แก่
 - การใช้ตัวคั่น(Delimited) ใช้กับกรณีที่มีข้อมูลมีอักขระพิเศษบางตัวทำหน้าที่เป็นตัวแบ่งคอลัมน์ เช่น เครื่องหมายจุลภาค ช่องว่าง เป็นต้น
 - ความกว้างคงที่(Fixed Width) ใช้กับกรณีที่มีข้อมูลสามารถถูกแบ่งคอลัมน์ด้วยความกว้างของจำนวนตัวอักษรที่แน่นอน โดยแต่ละคอลัมน์ไม่จำเป็นต้องเท่ากัน
- ขั้นตอนการใช้งานความกว้างเป็นคอลัมน์
 - คลิกเลือกเซลล์ที่ต้องการ หลังจากนั้นคลิกไปที่เมนู Data คลิกเลือกปุ่ม Text to Columns
 - กดปุ่มเลือกลักษณะการแยกข้อมูลที่คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาคและที่เป็นช่องว่าง(Tabs) โดยการกดปุ่มเลือกที่ใช้ตัวคั่น แล้วกดปุ่มต่อไป
 - กดปุ่มเลือกช่องว่างเพื่อเป็นการระบุให้แบ่งที่ช่องว่างระหว่างข้อความจะเห็นตัวอย่างการแบ่งข้อมูล แล้วกดปุ่มต่อไป

- หลังจากนั้นคลิกเสร็จสิ้น ข้อความจะถูกแยกออกเป็น 2 คอลัมน์

2.1.16 ค้นหาและแทนที่ (FIND AND REPLACE)

ในแผ่นงาน Excel ที่มีข้อมูลต่างๆในแผ่นงานนั้นๆ ในกรณีที่เรากำลังต้องการที่จะหาข้อมูล ส่วนใดส่วนหนึ่งหรือคำใดคำหนึ่ง

2.1.16.1 วิธีการใช้งาน ค้นหาและแทนที่ (Find And Replace)

- การใช้งานเมนูค้นหาและแทนที่ โดยใช้ปุ่มคีย์ลัด
 - กดปุ่ม "Ctrl" บนคีย์บอร์ดและแช่ค้างไว้
 - และกดปุ่ม "F" บนคีย์เช่นเดียวกัน
 - กล่องค้นหาและแทนที่ จะปรากฏขึ้นมาให้เห็นบนแผ่นงาน
 - กรอกข้อมูลที่ต้องการค้นหาลงในช่องว่างๆหลังคำว่าสิ่งที่ค้นหา
 - กดปุ่มค้นหาทั้งหมด กรณีต้องการค้นหาข้อมูลทั้งหมดให้แสดงพร้อมกันทั้งหมด ในคราวเดียวกัน แต่ถ้าต้องการหาไปที่ละคำก็ต้องใช้ปุ่มค้นหาถัดไป แทน
- การเรียกเมนู ค้นหาและแทนที่ (Find and Replace) โดยไม่ใช้ปุ่มคีย์ลัด
 - คลิกบนแถบคำว่า หน้าแรก (Home) บนแถบเครื่องมือ (Bar Ribbon) ซึ่งโดยปกติจะอยู่ระหว่างแถบแฟ้มและแทรก
 - จากนั้นมองหาสัญลักษณ์กล้องส่องทางไกล (Binocular symbol) ซึ่งจะเป็นแถบงานชื่อค้นหาและแทนที่ซึ่งจะเป็นแถบงานย่อยของแถบหลัก (Home)
 - คลิกแถบฟังก์ชันค้นหาและแทนที่
 - คลิกแถบฟังก์ชันคำว่าค้นหา
 - กรอกข้อมูลที่ต้องการค้นหาลงในช่องว่าง
 - กดปุ่มค้นหาทั้งหมด กรณีต้องการค้นหาข้อมูลทั้งหมดให้แสดงพร้อมกันทั้งหมด ในคราวเดียวกัน แต่ถ้าต้องการหาไปที่ละคำก็ต้องใช้ปุ่มค้นหาถัดไปแทน

2.1.17 ตรึงแนว (FREEZE PANES)

การใช้งาน Microsoft Office Excel และการดูข้อมูลในไฟล์ Excel ที่มีข้อมูลเยอะๆ หลายหัวข้อ บางครั้งทำให้เลื่อนลงไปด้านล่างหรือด้านข้าง แล้วทำให้ลืมหัวข้อที่ต้องดู ทำให้ต้องเลื่อนกลับขึ้นไปดูหัวข้อ ซึ่งไม่สะดวกนักเท่าไร การตรึงแนว Excel นี้จึงเป็นฟังก์ชันตัวเลือกที่จะช่วยให้การดูข้อมูลใน excel ได้สะดวกมากขึ้น เป็นการตรึงแนวแถวแรกไว้บนสุด หรือคอลัมน์แรก

2.1.17.1 วิธีการใช้งานตรึงแนว (Freeze Panes)

- คลิกที่มุมมอง (View) แล้วเลือกตรึงแนว (Freeze Panes) จากนั้นจะมีให้เลือกรูปแบบการตรึงแนว
 - Freeze Panes (ตรึงแนว) : เป็นการตรึงแนวแถวบนและคอลัมน์ก่อนที่เลือกเซลล์

- Freeze Top Row (ตรึงแถวบนสุด) : เป็นการตรึงแถวบนสุดไว้ ให้แสดงอยู่ บนสุดเสมอ
- Freeze First Column (ตรึงคอลัมน์แรก) : เป็นการตรึงคอลัมน์แรก ให้แสดง อยู่หน้าเสมอ
- ยกเลิกการตรึงแนว
 - คลิกที่มุมมอง (View) แล้วเลือกตรึงแนว (Freeze Panes) จากนั้นจะมีให้เลือก รูปแบบยกเลิกการตรึงแนว
 - กด ยกเลิกการตรึงแนว

2.2 โปรแกรม IP Messenger

IP Messenger เป็นโปรแกรมประเภทฟรีแวร์ (Open Source) ถูกพัฒนาขึ้นโดยนาย Hiroaki Shirouzu สามารถรันได้บนระบบปฏิบัติการ Windows ตั้งแต่ Version 95 ขึ้นไป โดยใช้โปรโตคอล TCP/IP IP Messenger โปรแกรมที่มีอยู่หลายภาษา ไม่ว่าจะเป็นภาษาญี่ปุ่น, ภาษาเกาหลี, ภาษาอังกฤษ หรือ แม้กระทั่งภาษาดากาล็อก แต่รุ่นที่จะนำมาเสนอในรายงานนี้เป็น Version 3.0 ที่ถูกพัฒนาต่อโดยนาย Junfeng Liu สามารถเข้าเยี่ยมชมได้ที่เว็บไซต์ <http://www.asahi-net.or.jp/~VZ4H-SRUZ/ipmsgeng.html> หรือ โปรแกรม IP Messenger ใช้สำหรับส่งข้อความ, ส่งไฟล์ และโพลเดอร์กันได้ภายใน Network วงเดียวกัน (LAN) โดยจะใช้โปรโตคอล TCP ในการรับ-ส่งไฟล์และ UDP ในการรับ-ส่งข้อความซึ่งไม่ จำเป็นต้องมี Server เป็นตัวกลางในการรับส่งข้อมูล การส่งข้อความ,ไฟล์ และโพลเดอร์จะเกิดขึ้นระหว่าง เครื่องคอมพิวเตอร์ 2 เครื่อง

2.2.1 การทำงานของโปรแกรม

ส่งข้อความ ส่งไฟล์ ส่งโพลเดอร์ระหว่างคอมพิวเตอร์ 2 เครื่อง

2.2.2 การใช้งานโปรแกรม

- เมื่อเริ่มเปิดการใช้งานโปรแกรมครั้งแรก โปรแกรมจะแสดงชื่อผู้ใช้(User) ทั้งหมดที่ กำลังใช้งานอยู่ โดยจะมีรูปแบบดังรูปต่อไปนี้
- การส่งข้อความ ให้คลิกที่ ชื่อผู้ใช้ ที่ต้องการจะส่ง จากนั้นพิมพ์ข้อความที่ต้องการส่ง ลงในช่องว่างที่อยู่บนปุ่ม ส่ง(send) จากนั้นกดปุ่มส่ง เพื่อส่งข้อความ
- การส่งไฟล์ ให้คลิกที่ผู้ใช้ที่ต้องการจะส่ง จากนั้นคลิกปุ่ม แนบไฟล์ (Attach file) แล้ว เลือกไฟล์ที่ต้องการ จากนั้นกดปุ่มส่งเพื่อส่งไฟล์
- การส่งโพลเดอร์ ให้คลิกที่ผู้ส่งที่ต้องการจะส่ง จากนั้นคลิกปุ่ม แนบโพลเดอร์ (Attach Folder) แล้วเลือกโพลเดอร์ที่ต้องการ จากนั้นกดปุ่มส่ง เพื่อส่งโพลเดอร์

2.3 โปรแกรมดึงข้อมูล(Power Play)

เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการดึงข้อมูลจากฐานข้อมูลหลักของบริษัท ออกมาทำการวิเคราะห์คำนวณ ดูยอดขายของสินค้าต่างๆ ภายในร้านสะดวกซื้อและนามสกุลของไฟล์จะลงท้ายด้วย .mdc โดยที่นามสกุลไฟล์ MDC ได้รับการพัฒนาโดย Cognos และนำมาใช้เป็นหลายมิติ Cube ไฟล์แบ่งเป็นไฟล์ข้อมูล ไฟล์ MDC มีหลายมิติ "ข้อมูลก่อน" ที่จะถูกเก็บไว้โดยใช้ซอฟต์แวร์การวิเคราะห์ธุรกิจ Cognos ซอฟต์แวร์นี้เป็นที่รู้จักกันในการปฏิบัติหน้าที่เช่นการระบุและการวิเคราะห์แนวโน้มทางธุรกิจและการดำเนินงานทางการเงิน ซอฟต์แวร์นี้ส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์ทางธุรกิจและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานการเงิน ซอฟต์แวร์ที่ทำให้มันง่ายสำหรับผู้ใช้ในการจัดการการเงินและธุรกิจของพวกเขาประหยัดเงินเพราะพวกเขาไม่จำเป็นต้องจ้างพนักงานพิเศษเพียงในการจัดการธุรกิจและการเงินของพวกเขา ซอฟต์แวร์นี้ยังช่วยให้ผู้ใช้เพื่อตรวจสอบว่าธุรกิจของพวกเขามีการเจริญเติบโตทางการเงินหรือไม่ ฟังก์ชันที่ตีของเครื่องมือนี้ยังเนื่องจากไฟล์ MDC เพราะไฟล์เหล่านี้จัดการกับองค์กรของข้อมูลในมิติที่หลากหลายและตรงนี้เป็นกระบวนการที่ช่วยให้การดึงข้อมูลเพื่อให้พวกเขาสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและง่าย ไฟล์ MDC ที่เรียกว่าก่อน Power Play

2.3.1 วิธีการเปิด .MDC ไฟล์

เปิดตัว .mdc แฟ้มหรือไฟล์อื่น ๆ บนเครื่องคอมพิวเตอร์ของคุณโดยดับเบิลคลิกที่มัน ถ้าความสัมพันธ์ของแฟ้มของคุณจะถูกตั้งค่าอย่างถูกต้องโปรแกรมประยุกต์ที่หมายถึงการเปิดของคุณ .mdc แฟ้มจะเปิดมัน มันเป็นไปได้ที่คุณอาจจำเป็นต้องดาวน์โหลดหรือซื้อโปรแกรมที่ถูกต้อง นอกจากนี้ยังเป็นไปได้ว่าคุณมีโปรแกรมที่ถูกต้องในเครื่องคอมพิวเตอร์ของคุณ แต่ .mdc ไฟล์ที่ยังไม่ได้ที่เกี่ยวข้องกับมัน ในกรณีนี้เมื่อคุณพยายามที่จะเปิด .mdc ไฟล์ที่คุณสามารถบอก Windows ที่แอปพลิเคชันที่ถูกต้องสำหรับแฟ้มที่ จากนั้นเปิด .mdc แฟ้มจะเปิดโปรแกรมที่ถูกต้อง

2.4 โปรแกรม Power Point

โปรแกรม Microsoft PowerPoint 2007 เป็นโปรแกรมหนึ่งในตระกูล Microsoft Office เหมาะสำหรับการจัดสร้างงานนำเสนอข้อมูล(Presentation) สำหรับนำไปประยุกต์ใช้ในงานได้หลายประเภท เช่น การนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการ การจัดทำภาพนิ่ง การออกแบบแผ่นพับ เป็นต้น

2.4.1 หลักการทำงานของ PowerPoint

สำหรับ หลักการทำงานของงานนำเสนอข้อมูล(Presentation) ที่สร้างจาก PowerPoint จะสร้างออกเป็นภาพนิ่ง(slide) ย่อยๆ แต่ละภาพนิ่งสามารถใส่ข้อมูล รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว หรือเสียง เพื่อสร้างความน่าสนใจเพิ่มขึ้น นอกจากนี้เรายังสามารถกำหนดให้งานนำเสนอ

ข้อมูล นำเสนอออกมาแบบในรูปแบบอัตโนมัติได้โดยไม่ต้องมีการกดเลือกให้แสดงทีละภาพหนึ่ง

ก่อนเริ่มต้นสร้างงานนำเสนอข้อมูลควรกำหนดรูปแบบของการนำเสนอก่อน ว่าต้องการให้แสดงออกในรูปแบบใด เช่น ต้องการให้ส่วนด้านบน แสดงเป็นชื่อหัวข้อ ด้านล่างเป็นชื่อบริษัท และฉากหลังให้แสดงเป็นสีน้ำเงิน เป็นต้น แต่ถ้ายังคิดไม่ออก สามารถเลือกรูปแบบจากตัวอย่าง Themes (รูปแบบเดิมเรียกว่า Template) ที่โปรแกรมมีไว้ให้ได้ เช่นเดียวกัน

2.4.2 ลักษณะการใช้งานโปรแกรม Power Point

การทำงานในรูปของภาพนิ่ง(slide) คือแผ่นเอกสารเดี่ยว ๆ ที่แสดงสิ่งต่าง ๆ ตัวอักษร กราฟตาราง รูปภาพ หรืออื่นๆ และสามารถแสดงสไลด์ลงบนแผ่นกระดาษ หรือหน้าจคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วย

โปรแกรม Microsoft PowerPoint เป็นโปรแกรมสำนักงานคอมพิวเตอร์ที่ถูกออกแบบมาให้ใช้กับงานด้าน การนำเสนอเรื่องราว(Presentation) ในลักษณะคล้ายๆ กับการฉายสไลด์ (Slide Show) โดยเราสามารถใช้อำนาจของโปรแกรม PowerPoint สร้างแผ่นสไลด์ที่มีรูปภาพ และข้อความบรรยายเรื่องราวที่ต้องการจะนำเสนอได้อย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งกำหนดลักษณะแสงเงา และลวดลายสีพื้นให้สไลด์แต่ละแผ่นมีความสวยงามน่าสนใจยิ่งขึ้น นอกจากนี้เรายังสามารถกำหนดรูปแบบการฉายสไลด์แต่ละแผ่น อย่างต่อเนื่อง และใช้เทคนิคพิเศษในการแสดงข้อความแต่ละบรรทัด เพื่อให้ผู้ชมการฉายสไลด์ค่อย ๆ เห็นข้อความบรรยายและภาพเหล่านี้ทีละขั้นๆ อย่างต่อเนื่องกันเป็นเรื่องราวตามระยะเวลาที่เรากำหนดไว้

บทที่ 3




วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 การวิเคราะห์ยอดรวมของสินค้า 7 กลุ่มสินค้าในร้านสะดวกซื้อ

การวิเคราะห์ยอดขายของสินค้าในร้านสะดวกซื้อ โดยนำยอดขายและยอดตัดจ่ายของสินค้า 7 กลุ่มประเภทสินค้า คือ กล้วยหอม โจ๊กตัดกร่อน ของทอด ข้าวปั้น ขนมปังปิ้ง และอาหารแช่แข็งในเดือน มกราคม 2016 - เมษายน 2016 มาวิเคราะห์ยอดขายและยอดตัดจ่ายของสินค้า ซึ่งในกรณีที่สินค้ามียอดตัดจ่ายเกิน 10% สินค้าชนิดนั้นจะถูกจัดอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่ามาตรฐาน ต้องพิจารณาสินค้าชนิดนั้นในขั้นตอนถัดไป ทั้งนี้ในแต่ละสาขาของร้านค้าสะดวกซื้อ จะมีแนวโน้มยอดขายและยอดตัดจ่ายที่แตกต่างกัน

รหัสสินค้า	ประเภทสินค้า	รูปแสดงสินค้า
AA	อาหารแช่แข็ง1	
BB	อาหารแช่แข็ง2	
CC	กล้วยหอม	
DD	ขนมปังปิ้ง	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รหัสสินค้า	ประเภทสินค้า	รูปแสดงสินค้า
EE	ข้าวปั้น	
GG	โจ๊กคักร้อน	
HH	ของทอด	

ตารางที่ 3.1 : ตารางแสดงสินค้า 7 กลุ่มสินค้า

3.1.1 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

● ขั้นตอนการเตรียมข้อมูล

- คัดเลือกข้อมูลที่ต้องการ โดยนำมาจากโปรแกรมคัดเลือกข้อมูล(Power Play) ของทางบริษัท โดยข้อมูลที่ต้องการ คือ รหัสร้านค้า, ชื่อร้านค้า, รหัสสินค้า, ชื่อสินค้า, ยอดขาย(บาท) และตัดจ่าย(บาท) โดยการดึงข้อมูล จะทำการดึงข้อมูลที่ละเดือน ตั้งแต่เดือน มกราคม 2559 – เมษายน 2559
- นำข้อมูลจากโปรแกรมคัดเลือกข้อมูล ที่คัดเลือกแล้ว ทำการคัดลอกและนำไปใส่ไว้ในโปรแกรม Microsoft Excel
- นำข้อมูลที่คัดลอกไว้แล้วมาจัดให้ได้หัวข้อดังนี้ รหัสร้านค้า, ชื่อร้านค้า, PMA, รหัสสินค้า, ชื่อสินค้า, ยอดขาย(บาท) และตัดจ่าย(บาท) ดังตารางต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Jan.2016

รหัส ร้านค้า	ชื่อ ร้านค้า	PMA (รหัส กลุ่ม สินค้า)	รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ยอดขาย (บาท)	ตัดจ่าย (บาท)
1	A	AA	AA	อาหารแช่แข็ง1	1520.26	50.00
1	A	BB	BB	อาหารแช่แข็ง2	870.43	30.00
1	A	CC	CC	กล้วยหอม	840.00	0.00
1	A	DD	DD1	แซนด์วิชหมูหยองน้ำพริกเผา	0	0
1	A	DD	DD2	แซนด์วิชไส้เนย	0	0
1	A	DD	DD3	แซนด์วิชไส้สังขยา	0	0
1	A	DD	DD4	แซนด์วิชไส้แฮมสตอเบอร์รี่	0	0
1	A	DD	DD5	ชีบู่ยาโทสต์โอวัลตินนมข้น	0	0
1	A	DD	DD6	แซนด์วิชไส้ช็อคโกแลต	0	0
1	A	DD	DD7	แซนด์วิชไส้หมูหยองน้ำสลัด	0	0
1	A	DD	DD8	แซนด์วิชไส้ส้ม	0	0
1	A	EE	EE1	ข้าวสวยหอมมะลิ	970.73	0
1	A	EE	EE2	โอนิกิริแซลมอนย่างเกลือ	0	0
1	A	EE	EE3	โอนิกิริลาบเห็ดออริจินัล	0	0
1	A	EE	EE4	ซูชิโรลไข่กุ้งยำสาหร่าย	240.92	0
1	A	EE	EE5	ต้มยำกุ้ง	0	0
1	A	EE	EE6	แกงจืดเต้าหู้หมูสับ	0	0
1	A	EE	EE7	โอนิกิริกุ้งมายองเนส	100.00	2.00
1	A	EE	EE8	ซูชิโรลทูน่าไข่กุ้ง	123.00	15.00
1	A	GG	GG	โจ๊กหมู(อุ่นร้อน)	78.00	12.00
1	A	HH	HH1	ปีกบนไก่ทอด	0	0
1	A	HH	HH2	เปาะเปี๊ยะทรงเครื่อง	0	0
1	A	HH	HH3	นักร้องกึ่ง	0	0
1	A	HH	HH4	ปอเปี๊ยะทอดไส้หมู	0	0
1	A	HH	HH5	นักร้องไก่	0	0
1	A	HH	H6	ไก่สติก	0	0
1	A	HH	H7	ปาห่องไก่	0	0
2	B	AA	AA	อาหารแช่แข็ง1	1590.73	120.00
2	B	BB	BB	อาหารแช่แข็ง2	100.95	20.00
2	B	CC	CC	กล้วยหอม	690.00	0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รหัส ร้านค้า	ชื่อ ร้านค้า	PMA (รหัส กลุ่ม สินค้า)	รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ยอดขาย (บาท)	ตัดจ่าย (บาท)
2	B	DD	DD2	แซนด์วิชไส้เนย	370.00	0
2	B	DD	DD3	แซนด์วิชไส้สังขยา	80.00	10.00
2	B	DD	DD4	แซนด์วิชไส้แฮมสตอเบอร์รี่	80.00	0
2	B	DD	DD5	ชิบูย่าโทสต์โอวัลตินนมข้น	220.11	0
2	B	DD	DD6	แซนด์วิชไส้ช็อคโกแลต	110.00	20.00
2	B	DD	DD7	แซนด์วิชไส้หมูหยองน้ำสลัด	60.72	20.00
2	B	DD	DD8	แซนด์วิชไส้ส้ม	0	0
2	B	EE	EE1	ข้าวสวยหอมมะลิ	590.00	0
2	B	EE	EE2	โอนิกิริแซลมอนย่างเกลือ	0	0
2	B	EE	EE3	โอนิกิริลาบเห็ดออริจินิเจ	0	0
2	B	EE	EE4	ซูชิโรลไข่กุ้งยำสาหร่าย	270.00	0
2	B	EE	EE5	ต้มยำกุ้ง	89.00	0
2	B	EE	EE6	แกงจืดเต้าหู้หมูสับ	10.00	0
2	B	EE	EE7	โอนิกิริกุ้งมายองเนส	0	0
2	B	EE	EE8	ซูชิโรลทูน่าไข่กุ้ง	0	0
2	B	GG	GG	โจ๊กหมู(อุ่นร้อน)	0	0
2	B	HH	HH1	ปีกบนไก่ทอด	0	0
2	B	HH	HH2	เปาะเปี๊ยะทรงเครื่อง	0	0
2	B	HH	HH3	นักร้องกึ่ง	0	0
2	B	HH	HH4	ปอเปี๊ยะทอดไส้หมู	0	0
2	B	HH	HH5	นักร้องไก่	0	0
2	B	HH	HH6	ไก่สติก	0	0
2	B	HH	HH7	ปาต่องไก่	0	0
3	C	AA	AA	อาหารแช่แข็ง1	1550.81	124.00
3	C	BB	BB	อาหารแช่แข็ง2	270.00	18.00
3	C	CC	CC	กล้วยหอม	760.00	0
3	C	DD	DD1	แซนด์วิชหมูหยองน้ำพริกเผา	208.00	18.00
3	C	DD	DD2	แซนด์วิชไส้เนย	0	0
3	C	DD	DD3	แซนด์วิชไส้สังขยา	100.00	5.00
3	C	DD	DD4	แซนด์วิชไส้แฮมสตอเบอร์รี่	0	0
3	C	DD	DD5	ชิบูย่าโทสต์โอวัลตินนมข้น	0	0
3	C	DD	DD6	แซนด์วิชไส้ช็อคโกแลต	0	0
3	C	DD	DD7	แซนด์วิชไส้หมูหยองน้ำสลัด	160.00	3.00

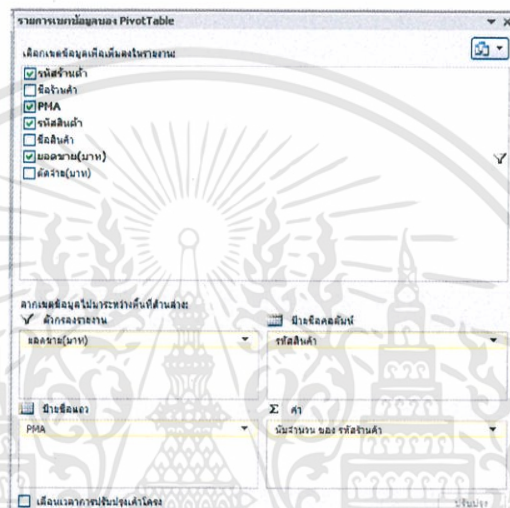
รหัสร้านค้า	ชื่อร้านค้า	PMA (รหัสกลุ่มสินค้า)	รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ยอดขาย (บาท)	ตัดจ่าย (บาท)
3	C	EE	EE1	ข้าวสวยหอมมะลิ	750.55	0
3	C	EE	EE2	โอนิกริเซลมอนย่างเกลือ	0	0
3	C	EE	EE3	โอนิกริลาบเห็ดออริจินิเจ	0	0
3	C	EE	EE4	ซูชิโรลไข่กุ้งยำสาหร่าย	150.00	23.00
3	C	EE	EE5	ต้มยำกุ้ง	0	0
3	C	EE	EE6	แกงจืดเต้าหู้หมูสับ	0	0
3	C	EE	EE7	โอนิกริกุ้งมายองเนส	230.27	4.00
3	C	EE	EE8	ซูชิโรลทูน่าไข่กุ้ง	220.27	7.00
3	C	GG	GG	โจ๊กหมู(อุ่นร้อน)	0	0
3	C	HH	HH1	ปีกบนไก่ทอด	0	0
3	C	HH	HH2	เปาะเปี๊ยะทรงเครื่อง	0	0
3	C	HH	HH3	นั้กเก็ตกุ้ง	0	0
3	C	HH	HH4	ปอเปี๊ยะทอดไส้หมู	0	0
3	C	HH	HH5	นั้กเก็ตไก่	0	0
3	C	HH	HH6	ไก่สติก	0	0
3	C	HH	HH7	ปาห้องไก่	0	0

ตารางที่ 3.2 : ตารางแสดงรายละเอียดของยอดขายและยอดตัดจ่ายในเดือนมกราคม

(จากข้อมูลในตารางที่ 3.2 เป็นข้อมูลที่สมมติขึ้นมาทั้งหมด แต่มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกับข้อมูลจริง)

- ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล
 - สร้างตารางไพลอต(Pivot Table) จากข้อมูลในตารางที่ 3.2
 - ข้อมูลที่ต้องการจากการไพลอต(Pivot) คือ จำนวนร้านค้าที่มียอดขาย(บาท), ยอดขายรวมทั้งหมด(บาท), ยอดตัดจ่ายรวมทั้งหมด(บาท)

เพื่อหาจำนวนร้านค้าที่มียอดขาย(บาท) ให้ทำการ Pivot โดยใส่ข้อมูลของ รหัสร้านค้า, PMA, รหัสสินค้า และยอดขาย(บาท) โดยช่องป้ายชื่อแถว ให้ใส่ข้อมูลของ PMA, ช่องป้ายชื่อคอลัมน์ ให้ใส่ข้อมูลของ รหัสสินค้า, ช่องผลรวมของค่า ให้ใส่ข้อมูลของ นับจำนวนของรหัสร้านค้า และช่องตัวกรองรายงาน ให้ใส่ข้อมูลของ ยอดขาย(บาท) ดังรูป



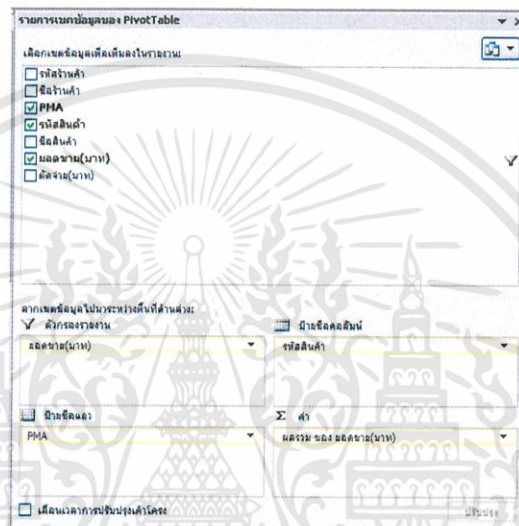
รูปที่ 3.1 : รูปแสดงขั้นตอนการ Pivot เพื่อหาจำนวนร้านค้าที่มียอด

จำนวนร้านค้าที่มียอด ยอดขาย(บาท)	(หลายรายการ)																	รวม								
นับจำนวน ของ รหัสร้านค้า	ป้ายชื่อคอลัมน์																									
ป้ายชื่อแถว	A1	AA1	B1	BB1	C1	CC1	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	E1	E4	E5	E6	E7	E8	EE1	EE4	EE7	EE8	GG1	ผลรวมทั้งหมด	
AA	2	1																							3	
BB			2	1																						3
CC					2	1																				3
DD							1	1	2	1	1	1	2													9
EE														2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1		12
GG																								1		1
ผลรวมทั้งหมด	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31

รูปที่ 3.2 : รูปแสดงผลการ Pivot เพื่อหาจำนวนร้านค้าที่มียอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อหายอดขาย(บาท)โดยรวม ให้ทำการ Pivot ข้อมูล โดยใช้ข้อมูลของ PMA, รหัสสินค้า และยอดขาย(บาท) โดยช่องป้ายชื่อแถว ให้ใส่ข้อมูลของ PMA, ช่องป้ายชื่อคอลัมน์ ให้ใส่ข้อมูลของ รหัสสินค้า, ช่องผลรวมของค่า ให้ใส่ข้อมูลของ ผลรวมของยอดขาย(บาท) และช่องตัวกรองรายงาน ให้ใส่ข้อมูลของ ยอดขาย(บาท) ดังรูป



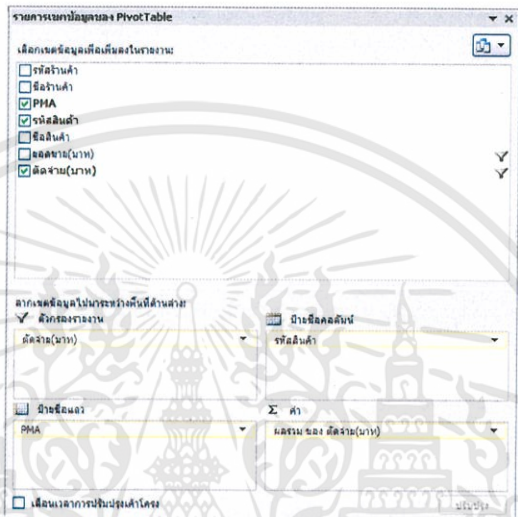
รูปที่ 3.3 : รูปแสดงขั้นตอนการ Pivot เพื่อหายอดขาย(บาท)

ยอดขาย(บาท)	AA1	B1	BB1	CC1	DD1	EE1	GG1	ผลรวมทั้งหมด
AA	3141.54	1520						4661.8
BB			371 870					1241.38
CC				1450 840				2290
DD					208 370 180	80 220 110 221		1388.83
EE							1341 420 89 10 230 220 971 241 100 123	3744.74
GG								78
ผลรวมทั้งหมด	3141.54	1520	371 870	1450 840	208 370 180	80 220 110 221	1341 420 89 10 230 220 971 241 100 123 78	13404.75

รูปที่ 3.4 : รูปแสดงผลการ Pivot เพื่อหายอดขาย(บาท)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อหายอดตัดจ่าย(บาท)โดยรวม ให้ทำการไพอต โดยใช้ข้อมูลของ PMA, รหัสสินค้า และตัดจ่าย(บาท) โดยช่องป้ายชื่อแถว ให้ใส่ข้อมูลของ PMA, ช่องป้ายชื่อคอลัมน์ ให้ใส่ข้อมูลของ รหัสสินค้า, ช่องผลรวมของค่า ให้ใส่ข้อมูลของ ผลรวมของยอดขาย(บาท) และช่องตัวกรองรายงาน ให้ใส่ข้อมูลของ ตัดจ่าย(บาท) ดังรูป



รูปที่ 3.5 : แสดงขั้นตอนการไพอตเพื่อหายอดตัดจ่าย(บาท)

ยอดตัดจ่ายรวม															
ตัดจ่าย(บาท)	(หลายรายการ)	.x													
ผลรวม ของ ตัดจ่าย(บาท) ป้ายชื่อคอลัมน์															
ป้ายชื่อแถว	A1	AA1	B1	BB1	D1	D3	D6	D7	E4	E7	E8	EE7	EE8	GG	ผลรวมทั้งหมด
AA	244	50													294
BB			38	30											68
DD					18	15	20	23							76
EE									23	4	7	2	15		51
GG														12	12
ผลรวมทั้งหมด	244	50	38	30	18	15	20	23	23	4	7	2	15	12	501

รูปที่ 3.6 : แสดงผลการไพอตเพื่อหายอดตัดจ่าย(บาท)

- สร้างแผ่นงานสรุป เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการไพอตทั้งหมดไปวาง เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลยอดขาย(บาท) และตัดจ่าย(บาท)

3.2 ปรับปรุงเกณฑ์การให้คะแนนและเงินรางวัลของร้านค้าสะดวกซื้อ

เพื่อให้ร้านค้าสะดวกซื้อเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดของลูกค้า สิ่งที่สำคัญที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการใส่ใจในด้านการบริการ ความสุภาพของพนักงานในการให้บริการ ก็ต้องคำนึงถึงความสะดวก ปลอดภัย และการวางขายสินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งเพื่อให้องค์ประกอบเหล่านี้ออกมาดีที่สุด ทางสำนักพัฒนาธุรกิจจึงได้จัดทำเกณฑ์การให้คะแนนร้านค้าแบบใหม่ จากเกณฑ์การให้คะแนนร้านค้าแบบเดิม เพื่อพัฒนาให้ร้านค้าเกิดความมุ่งมั่น ตั้งใจ ที่จะพัฒนาร้านค้าของตนเองให้ดีขึ้น มีคุณภาพ และเป็นร้านค้าที่เป็นทางเลือกที่ดีที่สุดของลูกค้า

3.2.1 รายละเอียดข้อมูลที่ใช้ในเรื่องของเกณฑ์การให้คะแนนร้านค้า

โดยข้อมูลที่น่ามาประยุกต์ใช้กับเกณฑ์การให้คะแนนร้านค้าแต่ละร้านนั้น ทางสำนักพัฒนาธุรกิจจำเป็นต้องใช้ข้อมูลดังตารางดังต่อไปนี้ (ซึ่งเป็นข้อมูลหลักที่ทุกร้านค้าต้องมีข้อมูล) เพื่อนำไปใช้ในการคัดเลือกข้อมูลจากโปรแกรมคัดเลือกข้อมูล

- ข้อมูลหลักดังกล่าวข้างต้นสามารถแจกแจงได้ดังนี้
 - ข้อมูลของยอดขายไม่รวมบัตรเครดิตพร้อมแสดมภ์เฉลี่ยต่อวัน
 - ข้อมูลของยอดขายเฉลี่ยต่อวัน บัตรโทรศัพท์
 - ข้อมูลของยอดขายเฉลี่ยต่อวันรวมบัตรเครดิต ไม่รวมแสดมภ์
 - ข้อมูลของยอดขายรวมบัตรเครดิตและแสดมภ์เฉลี่ยต่อวัน
 - ข้อมูลของยอดขายไม่รวมบัตรเครดิตพร้อมแสดมภ์
 - ข้อมูลของจำนวนวันทำการ
 - ข้อมูลของยอดแสดมภ์ที่ลูกค้านำกลับมาใช้(ไม่รวม VAT)
 - ข้อมูลของกำไรขั้นต้นจากการขายไม่รวมบัตรเครดิต
 - ข้อมูลของ %กำไรขั้นต้นจากการขายไม่รวมบัตรเครดิต
 - ข้อมูลของ คชจ. ดำเนินงาน รวมรายได้จากการรับค่าสิทธิ
 - ข้อมูลของ %คชจ. ดำเนินงาน รวมรายได้จากการรับค่าสิทธิ
 - ข้อมูลของกำไร(ขาดทุน)สุทธิระดับร้านสาขาหลังรายได้สาธารณูปโภค
 - ข้อมูลของ %กำไร(ขาดทุน)สุทธิระดับร้านสาขาหลังรายได้สาธารณูปโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำการคัดเลือกข้อมูลจากโปรแกรมคัดเลือกข้อมูล ซึ่งจะได้ข้อมูลร้านค้าตามที่ต้องการ ดังตารางต่อไปนี้

	ยอดขาย		ยอดขายเฉลี่ยต่อวัน		ยอดขายรวม		ยอดขายรวมต่อปี		ยอดขายรวมต่อปีเฉลี่ยต่อวัน		ยอดขายรวมต่อปีเฉลี่ยต่อวัน		ยอดขายรวมต่อปีเฉลี่ยต่อวัน		% คชจ. ค่าเงินบาท		% คชจ. ค่าเงินบาท		กำไรสุทธิระดับร้าน		% กำไรสุทธิระดับร้าน			
	ไม่รวมบัตรโทรศัพท์	รวมบัตรโทรศัพท์	ไม่รวมบัตรโทรศัพท์	รวมบัตรโทรศัพท์	ไม่รวมบัตรโทรศัพท์	รวมบัตรโทรศัพท์	ไม่รวมบัตรโทรศัพท์	รวมบัตรโทรศัพท์	ไม่รวมบัตรโทรศัพท์	รวมบัตรโทรศัพท์	ไม่รวมบัตรโทรศัพท์	รวมบัตรโทรศัพท์	ไม่รวมบัตรโทรศัพท์	รวมบัตรโทรศัพท์	ไม่รวมบัตรโทรศัพท์	รวมบัตรโทรศัพท์	ไม่รวมบัตรโทรศัพท์	รวมบัตรโทรศัพท์	ไม่รวมบัตรโทรศัพท์	ไม่รวมบัตรโทรศัพท์	รวมบัตรโทรศัพท์	ไม่รวมบัตรโทรศัพท์	รวมบัตรโทรศัพท์	
A ร้าน1																								
B ร้าน2																								
C ร้าน3																								
D ร้าน4																								
E ร้าน5																								
G ร้าน6																								
H ร้าน1																								
I ร้าน2																								
J ร้าน3																								
K ร้าน4																								
M ร้าน5																								
N ร้าน6																								
O ร้าน7																								

ตารางที่ 3.3 : ตารางแสดงการเปรียบเทียบข้อมูลที่คัดเลือกมาจากโปรแกรมคัดเลือกข้อมูล(Power Play)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(เนื่องจากข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการคำนวณ เป็นข้อมูลของทางบริษัท ดังนั้นการใช้ข้อมูลในการแสดงตามขั้นตอนต่อไปนี้จะใช้ข้อมูลที่สมมติขึ้นมาทั้งหมด แต่มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกับข้อมูลจริง)

จากเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม ซึ่งใช้มาตั้งแต่ปี 2554 ทางสำนักพัฒนาธุรกิจจึงได้ทำการปรับปรุงเกณฑ์การให้คะแนนที่เหมาะสมขึ้น และเพื่อหาเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบใหม่ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการนำไปใช้กับร้านค้าสะดวกซื้อ จากเกณฑ์การให้คะแนนร้านค้าแบบเดิม ทางสำนักพัฒนาธุรกิจได้ทำการปรับปรุงเกณฑ์การให้คะแนนออกมาเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ 1, รูปแบบที่ 2, รูปแบบที่ 3 และรูปแบบที่ 4

3.2.2 รายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนนของรูปแบบทั้งหมด (รูปแบบเดิม, รูปแบบที่ 1, รูปแบบที่ 2, รูปแบบที่ 3 และรูปแบบที่ 4)

3.2.2.1 เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม

แบ่งเป็นกำไร 60% และมาตรฐานร้าน 40% โดยมีรายละเอียดดังนี้

กำไรหลังรายได้อื่น	40.00%	60%
ยอดขาย	5.00%	
%GP	5.00%	
%Audit	5.00%	
ค่าใช้จ่าย	5.00%	
%Total Score (QSSI) และ Q	30.00%	40%
สินค้าขาดจากร้าน	5.00%	
7 ส	2.50%	
Safety	2.50%	
รวม	100.00%	

โดยเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม แบ่งเป็นการให้คะแนนเป็น 2 กรณี คือ กรณีร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่

- เกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่ของรูปแบบเดิม

ร้านเดิม (รูปแบบเดิม)

หัวข้อ	%เดบิต	คะแนน	สัดส่วน คะแนน
1. กำไร(บาท)หลังรายได้อื่น			
กำไร(บาท) หลังรายได้อื่นมากกว่าปีที่แล้วใน ช่วงเวลาเดียวกัน	20% ขึ้นไป	80	40.00%
	15-19%	50	25.00%
	10-14%	30	15.00%
2. ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ มากกว่า เป้าหมาย	มากกว่า 5% ขึ้น ไป	10	5.00%
	3-5%	5	2.50%
3. %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
%GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ (เป้าหมาย คือ Growth 0.3%)	ทำได้มากกว่า เป้าหมาย/ทำได้ ตามเป้าหมาย	10	5.00%
		5	2.50%
4. %Audit ราคาขาย	0.30%	10	5.00%
5. ค่าใช้จ่ายรวม(บาท)			
ค่าใช้จ่ายรวม(บาท) มากกว่าปีที่แล้วในช่วงเวลา เดียวกัน	0-4%	10	5.00%
	5-7%	5	2.50%
6. %Total Score(QSSI) และ Q		60	30.00%
%Total Score (QSSI)	90		
Q(Quality)	85		
7. สินค้าขาดจากร้าน			
	1	10	5.00%
	2	7	3.50%
	3	3	1.50%
8. 7 ส	80	5	2.50%
9. Safety	100	5	2.50%
รวม		200	100.00%

ตารางที่ 3.4 : ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านเดิม(รูปแบบเดิม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านใหม่/ร้านที่ขาดทุนในปีก่อนหน้า
(รูปแบบเดิม)

หัวข้อ	%เติบโต	คะแนน	สัดส่วน คะแนน
1. กำไร(บาท)หลังรายได้อื่น			
%กำไรหลังรายได้อื่น	7.50% ขึ้นไป	80	40.00%
	4.50-7.49%	50	25.00%
	1.5-4.49%	30	15.00%
2. ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ มากกว่า เกิดจริง(เฉลี่ย 3 เดือนล่าสุด)	11% ขึ้นไป	10	5.00%
	5-10%	5	2.50%
3. %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
%GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ มากกว่าเกิดจริง (เฉลี่ย 3 เดือนล่าสุด)	มากกว่า 0.35% ขึ้นไป	10	5.00%
	0.30-0.35%	5	2.50%
4. %Audit ราคาขาย	0.30%	10	5.00%
5. ค่าใช้จ่ายรวม(บาท)			
ค่าใช้จ่ายรวม(บาท) มากกว่าปีที่แล้วในช่วงเวลา เดียวกัน	น้อยกว่า 20%	10	5.00%
	20-22%	5	2.50%
6. %Total Score(QSSI) และ Q		60	30.00%
%Total Score (QSSI)	90		
Q(Quality)	85		
7. สินค้าขาดจากร้าน			
	1	10	5.00%
	2	7	3.50%
	3	3	1.50%
8. 7 ส	80	5	2.50%
9. Safety	100	5	2.50%
รวม		200	100.00%

ตารางที่ 3.5 : ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านใหม่(รูปแบบเดิม)

- ความแตกต่างของร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่ จะเห็นได้ชัดว่ามีเป้าของ %เติบโตที่
แตกต่างกัน ดังนี้
 - เป้าของกำไร(บาท)หลังหักรายได้อื่น ในกรณีร้านเดิมจะมีเป้าที่สูงกว่าร้านใหม่
 - เป้าของยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ในกรณีร้านเดิมมีเป้าที่ต่ำกว่า แต่จะ
วัดเป้าแบบปีต่อปี ในขณะที่ร้านใหม่จะมีเป้าที่สูงกว่า แต่จะวัดเป้าปีละ 4 ครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เป้าของ %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ในกรณีร้านเดิมสามารถกำหนดเป้าได้เอง โดยเป้าต้องมีความเหมาะสมในการเพิ่มยอดให้กับร้านค้า ตีในกรณีร้านใหม่ทางส่วนกลางจะตั้งเป้าให้ และวัดเป้าปีละ 4 ครั้ง
- เป้าของค่าใช้จ่ายรวม(บาท) ในกรณีร้านเดิมจะมีเป้าของค่าใช้จ่ายต่ำกว่าร้านใหม่

3.2.2.2 เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 1

แบ่งเป็นกำไร 70% และมาตรฐานร้าน 30% โดยมีรายละเอียดดังนี้

กำไรหลังรายได้อื่น	30.00%	70%
ยอดขาย	25.00%	
%GP	5.00%	
%Audit	5.00%	
ค่าใช้จ่าย	5.00%	
%Total Score (QSSI) และ Q	20.00%	30%
สินค้าขาดจากร้าน	5.00%	
7 ส	2.50%	
Safety	2.50%	
รวม	100.00%	

โดยเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 1 แบ่งเป็นการให้คะแนนเป็น 2 กรณี คือ กรณีร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่

- เกณฑ์การให้คะแนนร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่ของรูปแบบที่ 1

ร้านเดิม (รูปแบบที่ 1)

หัวข้อ	%เดบิต	คะแนน	สัดส่วน คะแนน
1. กำไร(บาท)หลังรายได้อื่น			
กำไร(บาท) หลังรายได้อื่นมากกว่าปีที่แล้วใน ช่วงเวลาเดียวกัน	20% ขึ้นไป	60	30.00%
	15-19%	37.5	18.75%
	10-14%	22.5	11.25%
2. ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ มากกว่า เป้าหมาย	มากกว่า 5% ขึ้น ไป	50	25.00%
	3-5%	25	12.50%
3. %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
%GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ (เป้าหมาย คือ Growth 0.3%)	ทำได้มากกว่า เป้าหมาย/ทำได้ ตามเป้าหมาย	10	5.00%
		5	2.50%
4. %Audit ราคาขาย	0.30%	10	5.00%
5. ค่าใช้จ่ายรวม(บาท)			
ค่าใช้จ่ายรวม(บาท) มากกว่าปีที่แล้วในเวลา เดียวกัน	0-4%	10	5.00%
	5-7%	5	2.50%
6. %Total Score(QSSI) และ Q		40	20.00%
%Total Score (QSSI)	90		
Q(Quality)	85		
7. สินค้าขาดจากร้าน			
	1	10	5.00%
	2	7	3.50%
	3	3	1.50%
8. 7 ส	80	5	2.50%
9. Safety	100	5	2.50%
รวม		200	100.00%

ตารางที่ 3.6 : ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านเดิม(รูปแบบที่1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านใหม่/ร้านที่ปีที่แล้วขาดทุน (รูปแบบที่ 1)

หัวข้อ	%เดบิต	คะแนน	สัดส่วน คะแนน
1. กำไร(บาท)หลังรายได้อื่น			
กำไร(บาท) หลังรายได้อื่นมากกว่าปีที่แล้วใน ช่วงเวลาเดียวกัน	7.50% ขึ้นไป	60	30.00%
	4.50-7.49%	37.5	18.75%
	1.5-4.49%	22.5	11.25%
2. ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ มากกว่า เป้าหมาย	11% ขึ้นไป	50	25.00%
	5-10%	25	12.50%
3. %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
%GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ (เป้าหมาย คือ Growth 0.3%)	มากกว่า 0.35% ขึ้นไป	10	5.00%
	0.30-0.35%	5	2.50%
4. %Audit ราคาขาย	0.30%	10	5.00%
5. ค่าใช้จ่ายรวม(บาท)			
ค่าใช้จ่ายรวม(บาท) มากกว่าปีที่แล้วในเวลา เดียวกัน	น้อยกว่า 20%	10	5.00%
	20-22%	5	2.50%
6. %Total Score(QSSI) และ Q		40	20.00%
%Total Score (QSSI)	90		
Q(Quality)	85		
7. สินค้าขาดจากร้าน			
	1	10	5.00%
	2	7	3.50%
	3	3	1.50%
8. 7 ส	80	5	2.50%
9. Safety	100	5	2.50%
รวม		200	100.00%

ตารางที่ 3.7 : ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านใหม่(รูปแบบที่1)

- ความแตกต่างของร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่ จะเห็นได้ชัดว่ามีเป้าของ %เดบิตที่
แตกต่างกัน
 - เป้าของกำไร(บาท)หลังหักรายได้อื่น ในกรณีร้านเดิมจะมีเป้าที่สูงกว่าร้านใหม่
 - เป้าของยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ในกรณีร้านเดิมมีเป้าที่ต่ำกว่า แต่จะ
วัดเป้าแบบปีต่อปี ในขณะที่ร้านใหม่จะมีเป้าที่สูงกว่า แต่จะวัดเป้าปีละ 4 ครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เป้าของ %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ในกรณีร้านเดิมสามารถกำหนดเป้าได้เอง โดยเป้าต้องมีความเหมาะสมในการเพิ่มยอดให้กับร้านค้า ดีในกรณีร้านใหม่ทางส่วนกลางจะตั้งเป้าให้ และวัดเป้าปีละ 4 ครั้ง
- เป้าของค่าใช้จ่ายรวม(บาท) ในกรณีร้านเดิมจะมีเป้าของค่าใช้จ่ายต่ำกว่าร้านใหม่
- ความแตกต่างของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมและรูปแบบที่ 1
 - ในหัวข้อกำไร(บาท) หลังหักรายได้อื่นของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 1 จะมีคะแนนและสัดส่วนคะแนนต่ำกว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม
 - ในหัวข้อยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 1 จะมีคะแนนและสัดส่วนคะแนนที่สูงกว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม

3.2.2.3 เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 2

แบ่งเป็นกำไร 72% และมาตรฐานร้าน 28% โดยมีรายละเอียดดังนี้

กำไรหลังรายได้อื่น	20.00%	72%
ยอดขาย	40.00%	
%GP	4.00%	
%Audit	4.00%	
ค่าใช้จ่าย	4.00%	
%Total Score (QSSI) และ Q	20.00%	28%
สินค้าขาดจากร้าน	4.00%	
7 ส	2.00%	
Safety	2.00%	
รวม	100.00%	

โดยเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 1 แบ่งเป็นการให้คะแนนเป็น 2 กรณี คือ กรณีร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่

- เกณฑ์การให้คะแนนร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่ของรูปแบบที่ 2

ร้านเดิม (รูปแบบที่ 2)

หัวข้อ	%เติบโต	คะแนน	สัดส่วน คะแนน
1. กำไร(บาท)หลังรายได้อื่น			
กำไร(บาท) หลังรายได้อื่นมากกว่าปีที่แล้วใน ช่วงเวลาเดียวกัน	20% ขึ้นไป	40	20.00%
	15-19%	25	12.50%
	10-14%	15	7.50%
2. ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ มากกว่า เป้าหมาย	มากกว่า 5% ขึ้นไป	80	40.00%
	3-5%	40	20.00%
3. %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
%GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ (เป้าหมาย คือ Growth 0.3%)	ทำได้มากกว่า เป้าหมาย/ทำ ได้ตาม เป้าหมาย	8	4.00%
		4	2.00%
4. %Audit ราคาขาย	0.30%	8	4.00%
5. ค่าใช้จ่ายรวม(บาท)			
ค่าใช้จ่ายรวม(บาท) มากกว่าปีที่แล้วในช่วงเวลา เดียวกัน	0-4%	8	4.00%
	5-7%	4	2.00%
6. %Total Score(QSSI) และ Q		40	20.00%
%Total Score (QSSI)	90		
Q(Quality)	85		
7. สินค้าขาดจากร้าน			
	1	8	4.00%
	2	6	2.80%
	3	2	1.20%
8. 7 ส	80	4	2.00%
9. Safety	100	4	2.00%
รวม		200	100.00%

ตารางที่ 3.8 : ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านเดิม(รูปแบบที่2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านใหม่/ร้านที่ปีที่แล้วขาดทุน (รูปแบบที่ 2)

หัวข้อ	%เติบโต	คะแนน	สัดส่วน คะแนน
1. กำไร(บาท)หลังรายได้อื่น			
%กำไรหลังรายได้อื่น	7.50% ขึ้นไป	40	20.00%
	4.50-7.49%	25	12.50%
	1.5-4.49%	15	7.50%
2. ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ มากกว่า เกิดจริง(เฉลี่ย 3 เดือนล่าสุด)	11% ขึ้นไป	80	40.00%
	5-10%	40	20.00%
3. %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
%GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ มากกว่าเกิดจริง (เฉลี่ย 3 เดือนล่าสุด)	มากกว่า 0.35% ขึ้นไป	8	4.00%
	0.30-0.35%	4	2.00%
4. %Audit ราคาขาย	0.30%	8	4.00%
5. ค่าใช้จ่ายรวม(บาท)			
ค่าใช้จ่ายรวม(บาท) มากกว่าปีที่แล้วในช่วงเวลา เดียวกัน	น้อยกว่า 20%	8	4.00%
	20-22%	4	2.00%
6. %Total Score(QSSI) และ Q		40	20.00%
%Total Score (QSSI)	95		
Q(Quality)	85		
7. สินค้าขาดจากร้าน			
	1	8	4.00%
	2	6	2.80%
	3	2	1.20%
8. 7 ส	80	4	2.00%
9. Safety	100	4	2.00%
รวม		200	100.00%

ตารางที่ 3.9 : ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านใหม่(รูปแบบที่2)

- ความแตกต่างของร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่ จะเห็นได้ชัดว่ามีเป้าของ %เติบโตที่
แตกต่างกัน
 - เป้าของกำไร(บาท)หลังหักรายได้อื่น ในกรณีร้านเดิมจะมีเป้าที่สูงกว่าร้านใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เป้าของยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ในกรณีร้านเดิมมีเป้าที่ต่ำกว่า แต่จะวัดเป้าแบบปีต่อปี ในขณะที่ร้านใหม่จะมีเป้าที่สูงกว่า แต่จะวัดเป้าปีละ 4 ครั้ง
- เป้าของ %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ในกรณีร้านเดิมสามารถกำหนดเป้าได้เอง โดยเป้าต้องมีความเหมาะสมในการเพิ่มยอดให้กับร้านค้า ทีในกรณีร้านใหม่ทางส่วนกลางจะตั้งเป้าให้ และวัดเป้าปีละ 4 ครั้ง
- เป้าของค่าใช้จ่ายรวม(บาท) ในกรณีร้านเดิมจะมีเป้าของค่าใช้จ่ายต่ำกว่าร้านใหม่
- ความแตกต่างของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมและรูปแบบที่ 2
 - ในทุกหัวข้อ จำนวน 9 หัวข้อของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 2 จะมีคะแนนและสัดส่วนคะแนนต่ำกว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมทั้งหมด

3.2.2.4 เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3

แบ่งเป็นกำไร 60% และมาตรฐานร้าน 40% โดยมีรายละเอียดดังนี้

กำไรหลังรายได้อื่น	20.00%	60%
ยอดขาย	20.00%	
%GP	5.00%	
%Audit	10.00%	
ค่าใช้จ่าย	5.00%	
%Total Score (QSSI) และ Q	30.00%	40%
สินค้าขาดจากร้าน	4.00%	
7 ส	2.00%	
Safety	2.00%	
คนลาออก	2.00%	
รวม	100.00%	

โดยเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 1 แบ่งเป็นการให้คะแนนเป็น 2 กรณี คือ กรณีร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่

- เกณฑ์การให้คะแนนร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่ของรูปแบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านเดิม (รูปแบบที่ 3)			
หัวข้อ	%เติบโต	คะแนน	สัดส่วน คะแนน
1. กำไร(บาท)หลังรายได้อื่น			
กำไร(บาท) หลังรายได้อื่นมากกว่าปีที่แล้วใน ช่วงเวลาเดียวกัน	20% ขึ้นไป	40	20.00%
	15-19%	25	25.00%
	10-14%	15	15.00%
2. ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ มากกว่าเป้าหมาย	มากกว่า 5% ขึ้นไป	40	5.00%
	3-5%	20	2.50%
3. %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
%GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ (เป้าหมาย คือ Growth 0.3%)	ทำได้มากกว่า เป้าหมาย/ทำได้ ตามเป้าหมาย	10	5.00%
		5	2.50%
4. %Audit ราคาขาย	0.30%	20	5.00%
5. ค่าใช้จ่ายรวม(บาท)			
ค่าใช้จ่ายรวม(บาท) มากกว่าปีที่แล้วใน ช่วงเวลาเดียวกัน	0-4%	10	5.00%
	5-7%	5	2.50%
6. %Total Score(QSSI) และ Q		60	30.00%
%Total Score (QSSI)	90		
Q(Quality)	85		
7. สินค้าขาดจากร้าน			
	1	8	5.00%
	2	6	3.50%
	3	2	1.50%
8. 7 ส	80	4	2.50%
9. Safety	100	4	2.50%
10. คนลาออก		4	2.50%
รวม		200	100.00%

ตารางที่ 3.10 : ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านเดิม(รูปแบบที่3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านใหม่/ร้านที่ปีที่แล้วขาดทุน (รูปแบบที่ 3)

หัวข้อ	%เติบโต	คะแนน	สัดส่วน คะแนน
1. กำไร(บาท)หลังรายได้อื่น			
%กำไรหลังรายได้อื่น	7.50% ขึ้นไป	40	20.00%
	4.50-7.49%	25	25.00%
	1.5-4.49%	15	15.00%
2. ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์	11% ขึ้นไป	40	5.00%
มากกว่าเกิดจริง(เฉลี่ย 3 เดือนล่าสุด)	5-10%	20	2.50%
3. %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
%GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ มากกว่าเกิดจริง (เฉลี่ย 3 เดือนล่าสุด)	มากกว่า 0.35% ขึ้นไป	10	5.00%
	0.30-0.35%	5	2.50%
4. %Audit ราคาขาย	0.30%	20	5.00%
5. ค่าใช้จ่ายรวม(บาท)			
ค่าใช้จ่ายรวม(บาท) มากกว่าปีที่แล้วใน ช่วงเวลาเดียวกัน	น้อยกว่า 20%	10	5.00%
	20-22%	5	2.50%
6. %Total Score(QSSI) และ Q		60	30.00%
%Total Score (QSSI)	90		
Q(Quality)	85		
7. สินค้าขาดจากร้าน			
	1	8	5.00%
	2	6	3.50%
	3	2	1.50%
8. 7 ส	80	4	2.50%
9. Safety	100	4	2.50%
10. คนลาออก		4	2.50%
รวม		200	100.00%

ตารางที่ 3.11 : ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านใหม่(รูปแบบที่3)

- ความแตกต่างของร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่ จะเห็นได้ชัดว่ามีเป้าของ %เติบโตที่
แตกต่างกัน
 - เป้าของกำไร(บาท)หลังหักรายได้อื่น ในกรณีร้านเดิมจะมีเป้าที่สูงกว่าร้านใหม่
 - เป้าของยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ในกรณีร้านเดิมมีเป้าที่ต่ำกว่า แต่จะ
วัดเป้าแบบปีต่อปี ในขณะที่ร้านใหม่จะมีเป้าที่สูงกว่า แต่จะวัดเป้าปีละ 4 ครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เป้าของ %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ในกรณีร้านเดิมสามารถกำหนดเป้าได้เอง โดยเป้าต้องมีความเหมาะสมในการเพิ่มยอดให้กับร้านค้า ดีในกรณีร้านใหม่ทางส่วนกลางจะตั้งเป้าให้ และวัดเป้าปีละ 4 ครั้ง
- เป้าของค่าใช้จ่ายรวม(บาท) ในกรณีร้านเดิมจะมีเป้าของค่าใช้จ่ายต่ำกว่าร้านใหม่
- ความแตกต่างของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมและรูปแบบที่ 3
 - ในหัวข้อกำไร(บาท) หลังหักรายได้อื่นของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 จะมีคะแนนและสัดส่วนคะแนนต่ำกว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม
 - ในหัวข้อยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 จะมีคะแนนและสัดส่วนคะแนนที่สูงกว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม
 - ในหัวข้อ %Audit ราคาขายของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 จะมีคะแนนและสัดส่วนคะแนนที่สูงกว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม
 - ในหัวข้อสินค้าขาดจากร้านของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 จะมีคะแนนและสัดส่วนคะแนนที่ต่ำกว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม
 - ในเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 ได้เพิ่มหัวข้อจำนวนคนลาออกเข้ามา โดยมีคะแนนอยู่ที่ 4 คะแนน คิดเป็นสัดส่วนคะแนนเป็น 2.00%

3.2.2.5 เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 4

แบ่งเป็นกำไร 60% และมาตรฐานร้าน 40% โดยมีรายละเอียดดังนี้

กำไรหลังรายได้อื่น	20.00%	} 60%
ยอดขาย	20.00%	
%GP	5.00%	
%Audit	10.00%	
ค่าใช้จ่าย	5.00%	
%Total Score (QSSI) และ Q	20.00%	} 40%
สินค้าขาดจากร้าน	5.00%	
7 ส	3.00%	
Safety	2.00%	
คนลาออก	10.00%	
รวม	100.00%	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 1 แบ่งเป็นการให้คะแนนเป็น 2 กรณี คือ กรณี
ร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่

- เกณฑ์การให้คะแนนร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่ของรูปแบบที่ 4

ร้านค้าเดิม (รูปแบบที่ 4)

หัวข้อ	%เติบโต	คะแนน	สัดส่วน คะแนน
1. กำไร(บาท)หลังรายได้อื่น			
กำไร(บาท) หลังรายได้อื่นมากกว่าปีที่แล้วใน ช่วงเวลาเดียวกัน	20% ขึ้นไป	40	40.00%
	15-19%	25	25.00%
	10-14%	15	15.00%
2. ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ มากกว่า เป้าหมาย	มากกว่า 5% ขึ้นไป	40	5.00%
	3-5%	20	2.50%
3. %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
%GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ (เป้าหมาย คือ Growth 0.3%)	ทำได้มากกว่า เป้าหมาย/ทำ ได้ตาม เป้าหมาย	10	5.00%
		5	2.50%
4. %Audit ราคาขาย	0.30%	20	10.00%
5. ค่าใช้จ่ายรวม(บาท)			
ค่าใช้จ่ายรวม(บาท) มากกว่าปีที่แล้วในช่วงเวลา เดียวกัน	0-4%	10	5.00%
	5-7%	5	2.50%
6. %Total Score(QSSI) และ Q		40	20.00%
%Total Score (QSSI)	90		
Q(Quality)	85		
7. สินค้าขาดจากร้าน			
	1	10	5.00%
	2	7	3.50%
	3	3	1.50%
8. 7 ส	80	6	3.00%
9. Safety	100	4	2.00%
10. คนลาออก		20	10.00%
รวม		200	100.00%

ตารางที่ 3.12 : ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านค้าเดิม(รูปแบบที่4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านใหม่/ร้านที่ปีที่แล้วขาดทุน (รูปแบบที่ 4)

หัวข้อ	%เติบโต	คะแนน	สัดส่วน คะแนน
1. กำไร(บาท)หลังรายได้อื่น			
%กำไรหลังรายได้อื่น	7.50% ขึ้นไป	40	40.00%
	4.50-7.49%	25	25.00%
	1.5-4.49%	15	15.00%
2. ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
ยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ มากกว่า	11% ขึ้นไป	40	5.00%
เกิดจริง(เฉลี่ย 3 เดือนล่าสุด)	5-10%	20	2.50%
3. %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์			
%GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ มากกว่าเกิดจริง	มากกว่า	10	5.00%
(เฉลี่ย 3 เดือนล่าสุด)	0.35% ขึ้นไป	5	2.50%
	0.30-0.35%	5	2.50%
4. %Audit ราคาขาย	0.30%	20	10.00%
5. ค่าใช้จ่ายรวม(บาท)			
ค่าใช้จ่ายรวม(บาท) มากกว่าปีที่แล้วในช่วงเวลา	น้อยกว่า 20%	10	5.00%
เดียวกัน	20-22%	5	2.50%
6. %Total Score(QSSI) และ Q		40	20.00%
%Total Score (QSSI)	90		
Q(Quality)	85		
7. สินค้าขาดจากร้าน			
	1	10	5.00%
	2	7	3.50%
	3	3	1.50%
8. 7 ส	80	6	3.00%
9. Safety	100	4	2.00%
10. คนลาออก		20	10.00%
รวม		200	100.00%

ตารางที่ 3.13 : ตารางแสดงรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนกรณีร้านใหม่(รูปแบบที่4)

- ความแตกต่างของร้านค้าเดิมและร้านค้าใหม่ จะเห็นได้ชัดว่ามีเป้าของ %เติบโตที่แตกต่างกัน
 - เป้าของกำไร(บาท)หลังหักรายได้อื่น ในกรณีร้านเดิมจะมีเป้าที่สูงกว่าร้านใหม่
 - เป้าของยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ในกรณีร้านเดิมมีเป้าที่ต่ำกว่า แต่จะวัดเป้าแบบปีต่อปี ในขณะที่ร้านใหม่จะมีเป้าที่สูงกว่า แต่จะวัดเป้าปีละ 4 ครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เป้าของ %GP ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ในกรณีร้านเดิมสามารถกำหนดเป้าได้เอง โดยเป้าต้องมีความเหมาะสมในการเพิ่มยอดให้กับร้านค้า ติในกรณีร้านใหม่ทางส่วนกลางจะตั้งเป้าให้ และวัดเป้าปีละ 4 ครั้ง
- เป้าของค่าใช้จ่ายรวม(บาท) ในกรณีร้านเดิมจะมีเป้าของค่าใช้จ่ายต่ำกว่าร้านใหม่
- ความแตกต่างของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมและรูปแบบที่ 4
 - ในหัวข้อกำไร(บาท) หลังหักรายได้อื่นของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 4 จะมีคะแนนและสัดส่วนคะแนนต่ำกว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม
 - ในหัวข้อยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 4 จะมีคะแนนและสัดส่วนคะแนนที่สูงกว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม
 - ในหัวข้อ %Audit ราคาขายรูปแบบที่ 4 จะมีคะแนนและสัดส่วนคะแนนที่สูงกว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม
 - ในหัวข้อ %Total Score(QSSI) และ Q กรณีของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 4 จะมีคะแนนและสัดส่วนคะแนนที่ต่ำกว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม
 - ในหัวข้อ 7 ส ของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 4 จะมีคะแนนและสัดส่วนคะแนนที่สูงกว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม
 - ในหัวข้อ Safety ของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 4 จะมีคะแนนและสัดส่วนคะแนนที่ต่ำกว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม
 - ในเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 4 ได้เพิ่มหัวข้อจำนวนคนลาออก โดยมีคะแนนอยู่ที่ 20 คะแนน คิดเป็นสัดส่วนคะแนนเป็น 10.00%

3.2.3 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

- จากข้อมูลเกณฑ์การให้คะแนนของรูปแบบต่าง ซึ่งประกอบด้วย เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม, รูปแบบที่ 1, รูปแบบที่ 2, รูปแบบที่ 3 และรูปแบบที่ 4 เมื่อนำมาใช้กับข้อมูลจริงจากฐานข้อมูลหลักของทางบริษัท โดยคัดเลือกข้อมูลจากโปรแกรมคัดเลือกข้อมูล(Power Play) ตามรายละเอียดในข้อ 3.2.1 จะได้ตารางข้อมูลที่จะทำการคำนวณ โดยการคำนวณจะใช้ฟังก์ชันของโปรแกรม Microsoft Excel ในการคำนวณ
- ทำการคำนวณให้ครบทั้ง 5 รูปแบบ เพื่อที่จะหาเกณฑ์การให้คะแนนร้านค้าที่เหมาะสมที่สุด

เนื่องจากข้อมูลมีจำนวนมาก จึงแสดงการคำนวณข้อมูลโดยใช้ฟังก์ชันของโปรแกรม Microsoft Excel เพียงบางส่วน โดยรูปที่จะแสดงดังต่อไปนี้ เป็นคะแนน

ภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 โดยใช้ข้อมูลของเดือนมกราคม 2016 จะได้ ตารางสรุปคะแนนของร้านค้า ดังตารางต่อไปนี้

รหัสร้าน	ชื่อร้าน	กำไร หลัง รายได้ สิ้น (ร้าน เดิม)	กำไร หลัง รายได้ สิ้น (ร้าน ใหม่)	กำไร หลัง รายได้ สิ้น (ร้าน เดิม+ ร้านใหม่)	เฉลี่ย/ วัน ไม่ รวม มิตร โทรศัพท์ (ร้าน เดิม)	เฉลี่ย/ วัน ไม่ รวม มิตร โทรศัพท์ (ร้าน ใหม่)	เฉลี่ย/ วัน ไม่ รวม มิตร โทรศัพท์ (ร้าน เดิม+ ร้านใหม่)	%GP ไม่ รวม มิตร โทรศัพท์ (ร้าน เดิม)	%GP ไม่ รวม มิตร โทรศัพท์ (ร้าน ใหม่)	%GP ไม่ รวม มิตร โทรศัพท์ (ร้าน เดิม+ ร้านใหม่)	%Audit ราคา ขาย	ค่าใช้จ่าย	%Total Score (QSSI และ Q)	สินค้า ขาด จากร้าน	7 ส	Safety	คน ตลกลก	รวม คะแนน (เต็ม 200 คะแนน)	
1	A	30	0	30	25	0	25	10	0	10	20	10	20	8	4	4	4	4	200
2	B	25	0	25	22	0	22	8	0	8	15	4	20	5	4	4	4	4	166
3	C	18	0	18	20	0	20	10	0	10	14	10	15	8	4	3	0	0	150
4	D	29	0	29	18	0	18	10	0	10	18	3	20	5	3	4	4	0	167
5	E	22	0	22	15	0	15	8	0	8	20	7	15	8	4	4	4	4	152
6	G	17	0	17	20	0	20	5	0	5	20	9	17	8	4	4	4	4	150
7	H	30	0	30	15	0	15	6	0	6	20	9	20	5	3	4	4	4	167
8	I	30	0	30	25	0	25	4	0	4	16	10	19	8	3	4	0	0	178
9	J	22	0	22	25	0	25	10	0	10	20	10	16	8	4	4	0	0	176
10	K	28	0	28	22	0	22	10	0	10	17	10	20	8	3	4	0	0	182

ตาราง 3.14 : ตารางสรุปคะแนนร้านค้าภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3

- จากตารางที่ 3.14 จะได้สรุปคะแนนร้านค้าทั้งหมด จากนั้นนำเอาคะแนนร้านค้าที่ได้ ไปคำนวณหาเงินรางวัลที่ร้านค้าแต่ละร้านจะได้รับ
- โดยเกณฑ์การให้เงินรางวัลมีรายละเอียดดังนี้

การให้เงินรางวัล				
สัดส่วนคะแนน	ช่วงคะแนน	ผู้จัดการร้าน	FC	เขต
96-100%	191-200	500	200	100
91-95%	181-190	400	150	75
86-90%	171-180	300	100	50
81-85%	161-170	200	50	25
75-80%	150-160	100	25	10
น้อยกว่า 75%	น้อยกว่า 150	0	0	0

ตารางที่ 3.15 : ตารางแสดงรายละเอียดการให้เงินรางวัล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จะได้ตารางสรุปจำนวนเงินรางวัลร้านค้าภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 ดังตารางต่อไปนี้

รหัสร้าน	ภาค	ชื่อร้าน	รวมคะแนน (เต็ม 200 คะแนน)	เงินรางวัล ผู้จัดการ ร้าน	เงินรางวัล FC	เงินรางวัล เขต	รายชื่อผู้จัดการร้าน	รายชื่อ FC	รายชื่อเขต	ชื่อร้านพิเศษ
A	BE	ร้านที่ 1	124	0	0	0	นาย ก	Mr.A	Mrs.K	
B	BN	ร้านที่ 2	180	300	100	50	นาย ข	Mr.B	Mrs.K	
C	BN	ร้านที่ 3	153	100	25	10	นาย ค	Mr.B	Mrs.K	
D	BS	ร้านที่ 4	129	0	0	0	นาย ง	Mr.E	Mrs.T	
E	BN	ร้านที่ 5	192	500	200	100	นาย จ	Mr.G	Mrs.K	Mrs.K
G	BN	ร้านที่ 6	167	200	50	25	นาย ฉ	Mr.G	Mrs.K	Mrs.K
H	BE	ร้านที่ 7	157	100	25	10	นาย ช	Mr.A	Mrs.K	
I	BN	ร้านที่ 8	200	500	200	100	นาย ซ	Mr.B	Mrs.K	
J	BS	ร้านที่ 9	195	500	200	100	นาย ญ	Mr.E	Mrs.T	Mrs.T
K	BN	ร้านที่ 10	178	300	100	50	นาย ด	Mr.G	Mrs.K	
L	BE	ร้านที่ 11	167	200	50	25	นาย ต	Mr.A	Mrs.K	
M	BE	ร้านที่ 12	143	0	0	0	นาย ถ	Mr.H	Mrs.K	Mrs.K
N	BE	ร้านที่ 13	200	500	200	100	นาย ท	Mr.A	Mrs.K	
O	BE	ร้านที่ 14	197	500	200	100	นาย ธ	Mr.A	Mrs.K	
P	BS	ร้านที่ 15	153	100	25	10	นาย น	Mr.E	Mrs.T	Mrs.T
Q	BS	ร้านที่ 16	148	0	0	0	นาย บ	Mr.E	Mrs.T	
R	BW	ร้านที่ 17	185	400	150	75	นาย ป	Mr.D	Mrs.T	
S	BW	ร้านที่ 18	182	400	150	75	นาย ผ	Mr.D	Mrs.T	
T	BS	ร้านที่ 19	135	0	0	0	นาย ฝ	Mr.C	Mrs.T	
U	BS	ร้านที่ 20	165	200	50	25	นาย พ	Mr.C	Mrs.T	
V	BE	ร้านที่ 21	189	400	150	75	นาย ฟ	Mr.H	Mrs.K	
W	BS	ร้านที่ 22	134	0	0	0	นาย ภ	Mr.C	Mrs.T	
X	BN	ร้านที่ 23	145	0	0	0	นาย ม	Mr.G	Mrs.K	
Y	BE	ร้านที่ 24	176	300	100	50	นาย ย	Mr.H	Mrs.K	
Z	BW	ร้านที่ 25	178	300	100	50	นาย ร	Mr.D	Mrs.T	
AA	BS	ร้านที่ 26	198	500	200	100	นาย ล	Mr.C	Mrs.T	
BB	BN	ร้านที่ 27	156	100	25	10	นาย ว	Mr.B	Mrs.K	
CC	BN	ร้านที่ 28	179	300	100	50	นาย ส	Mr.B	Mrs.K	
DD	BW	ร้านที่ 29	132	0	0	0	นาย ห	Mr.D	Mrs.T	
EE	BE	ร้านที่ 30	200	500	200	100	นาย อ	Mr.H	Mrs.K	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รหัสร้าน	ภาค	ชื่อร้าน	รวมค่านน (เต็ม 200 ค่านน)	เงินรางวัลผู้จัดการร้าน	เงินรางวัล FC	เงินรางวัลเขต	รายชื่อผู้จัดการร้าน	รายชื่อ FC	รายชื่อเขต	รายชื่อร้านเขตพิเศษ
GG	RE	ร้านที่ 31	174	300	100	50	นาย กก	Mr.AA	Mrs.Y	Mrs.Y
HH	RN	ร้านที่ 32	138	0	0	0	นาย ขข	Mr.BB	Mrs.Y	
II	RN	ร้านที่ 33	165	200	50	25	นาย คค	Mr.BB	Mrs.Y	
JJ	RS	ร้านที่ 34	179	300	100	50	นาย งง	Mr.EE	Mrs.X	Mrs.Y
KK	RN	ร้านที่ 35	143	0	0	0	นาย จจ	Mr.GG	Mrs.Y	
LL	RN	ร้านที่ 36	157	100	25	10	นาย ฉฉ	Mr.GG	Mrs.Y	
MM	RE	ร้านที่ 37	199	500	200	100	นาย ชช	Mr.AA	Mrs.Y	
NN	RN	ร้านที่ 38	176	300	100	50	นาย ซซ	Mr.BB	Mrs.Y	
OO	RS	ร้านที่ 39	159	100	25	10	นาย ญญ	Mr.EE	Mrs.X	
PP	RN	ร้านที่ 40	142	0	0	0	นาย ดด	Mr.GG	Mrs.Y	
QQ	RE	ร้านที่ 41	182	400	150	75	นาย ตต	Mr.AA	Mrs.Y	
RR	RE	ร้านที่ 42	143	0	0	0	นาย ถถ	Mr.HH	Mrs.Y	
SS	RE	ร้านที่ 43	200	500	200	100	นาย ทท	Mr.AA	Mrs.Y	
TT	RE	ร้านที่ 44	197	500	200	100	นาย ธธ	Mr.AA	Mrs.Y	
UU	RS	ร้านที่ 45	153	100	25	10	นาย นน	Mr.EE	Mrs.X	
VV	RS	ร้านที่ 46	148	0	0	0	นาย บบ	Mr.EE	Mrs.X	Mrs.X
WW	RC	ร้านที่ 47	185	400	150	75	นาย ปป	Mr.DD	Mrs.X	Mrs.X
XX	RC	ร้านที่ 48	182	400	150	75	นาย ผผ	Mr.DD	Mrs.X	
YY	RS	ร้านที่ 49	135	0	0	0	นาย ฝฝ	Mr.CC	Mrs.X	
ZZ	RS	ร้านที่ 50	165	200	50	25	นาย พพ	Mr.CC	Mrs.X	

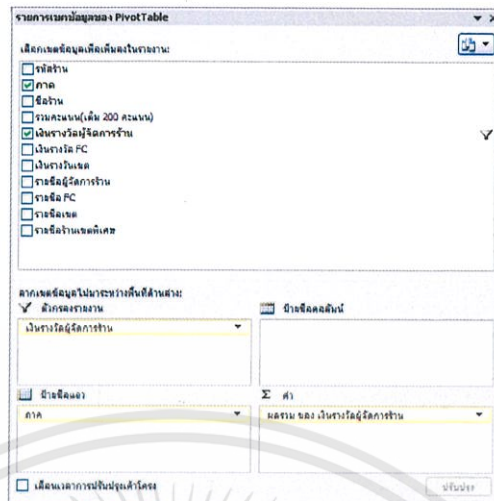
ตารางที่ 3.16 : ตารางแสดงเงินรางวัลร้านค้าภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3

- ทำการสรุปข้อมูลรวมภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 โดยข้อมูลที่ต้องการคือ เงินรางวัลผู้จัดการร้านค้า, เงินรางวัล FC, เงินรางวัลเขต และจำนวนร้านที่ได้และไม่ได้เงินรางวัล

- การหาข้อมูลของผู้จัดการ

เพื่อหายอดรวมของเงินรางวัลผู้จัดการ ให้ทำการไต่ถาม โดยใช้อัตราของภาค, เงินรางวัลผู้จัดการร้าน โดยช่องป้ายชื่อแถว ให้ใส่ข้อมูลของภาค และช่องผลรวมของค่าและตัวกรองรายงาน ให้ใส่ข้อมูลของ ผลรวมของเงินรางวัลผู้จัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

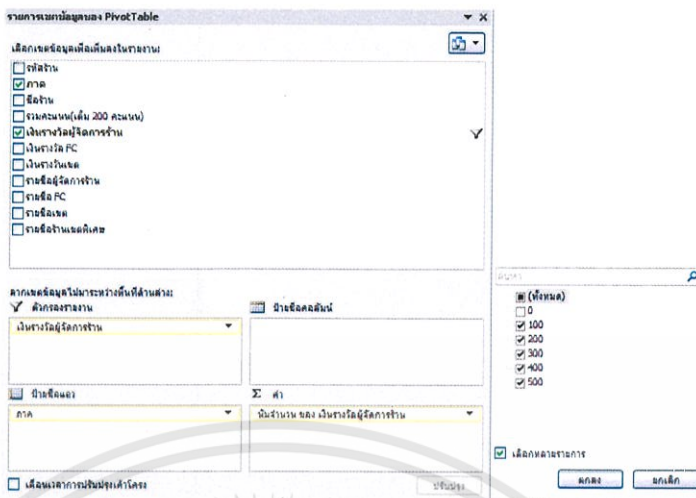


รูปที่ 3.7 : รูปแสดงการไพวัตจำนวนเงินรางวัลของผู้จัดการ

เงินรางวัล ผจก.		
เงินรางวัลผู้จัดการร้าน		(หลายรายการ)
ป้ายชื่อแถว		ผลรวม ของ เงินรางวัลผู้จัดการร้าน
BE	2000	
BN	2300	
BS	1300	
BW	1600	
RC	800	
RE	2200	
RN	600	
RS	700	
ผลรวมทั้งหมด	11500	

รูปที่ 3.8 : รูปแสดงผลการไพวัตจำนวนเงินรางวัลผู้จัดการ

เพื่อหาจำนวนร้านที่ได้เงินรางวัล ให้ทำการไพวัต โดยใช้ข้อมูลของ ภาค, เงินรางวัลผู้จัดการร้าน โดยช่องป้ายชื่อแถว ให้ใส่ข้อมูลของภาค และช่องผลรวมของค่าและตัวกรองรายงาน ให้ใส่ข้อมูลของ ผลรวมของเงินรางวัลผู้จัดการ และคลิกช่องตัวกรองเพื่อนำข้อมูลของเลข 0 ออกไป

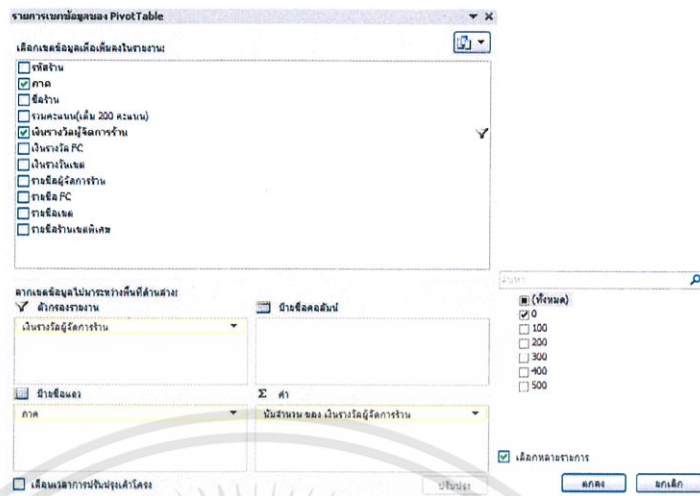


รูปที่ 3.9 : รูปแสดงการไพวอตจำนวนร้านที่ได้เงินรางวัล(ผจก.)

จำนวนร้านที่ได้เงินรางวัล ผจก.		
เงินรางวัลผู้จัดการร้าน		(หลายรายการ)
ป้ายชื่อแถว	นับจำนวน	ของ เงินรางวัลผู้จัดการร้าน
BE	6	
BN	8	
BS	4	
BW	4	
RC	2	
RE	5	
RN	3	
RS	4	
ผลรวมทั้งหมด	36	

รูปที่ 3.10 : รูปแสดงผลการไพวอตจำนวนร้านที่ได้เงินรางวัล(ผจก.)

เพื่อหาจำนวนร้านที่ไม่ได้เงินรางวัล ให้ทำการไพวอต โดยใช้ข้อมูลของ ภาค, เงินรางวัลผู้จัดการร้าน โดยช่องป้ายชื่อแถว ให้ใส่ข้อมูลของภาค และช่อง ผลรวมของค่าและตัวกรองรายงาน ให้ใส่ข้อมูลของ ผลรวมของเงินรางวัลผู้จัดการ และคลิกช่องตัวกรองให้เหลือเพียงข้อมูลของเลข 0 เท่านั้น



รูปที่ 3.11 : รูปแสดงการใ้พวอดจำนวนร้านที่ไม่ได้เงินรางวัล(ผจก.)

จำนวนร้านที่ไม่ได้เงินรางวัล ผจก. เงินรางวัลผู้จัดการร้าน	นับจำนวน ของ เงินรางวัลผู้จัดการร้าน
BE	2
BN	1
BS	4
BW	1
RE	1
RN	3
RS	2
ผลรวมทั้งหมด	14

รูปที่ 3.12 : รูปแสดงผลการใ้พวอดจำนวนร้านที่ไม่ได้เงินรางวัล(ผจก.)

- การหาข้อมูลของ FC และเขต
- ในส่วนข้อมูลของ FCและเขต จากตารางที่ 3.15 จะเห็นได้ว่า มีรายชื่อร้านเขตพิเศษ อยู่ โดยรายชื่อจะไปซ้ำกับรายชื่อเขต จึงไม่สามารถทำการใ้พวอดได้ทันที ดังนั้นต้องมีการจัดเตรียมข้อมูลขึ้นมาใหม่ โดยทำการลบข้อมูลของรายชื่อเขตพิเศษ และรายชื่อเขตที่ซ้ำกันออก จะได้ข้อมูลใหม่ดังนี้

รหัส ร้าน	ภาค	ชื่อร้าน	รวม คะแนน (เต็ม 200 คะแนน)	เงิน รางวัล ผู้จ้ ดก รางวัล ร้าน	เงิน รางวัล FC	เงิน รางวัล เขต	รายชื่อ ผู้จัดการ ร้าน	รายชื่อ FC	รายชื่อ เขต
A	BE	ร้านที่ 1	124	0	0	0	นาย ก	Mr.A	Mrs.K
B	BN	ร้านที่ 2	180	300	100	50	นาย ข	Mr.B	Mrs.K
C	BN	ร้านที่ 3	153	100	25	10	นาย ค	Mr.B	Mrs.K
D	BS	ร้านที่ 4	129	0	0	0	นาย ง	Mr.E	Mrs.T
E	BN	ร้านที่ 5	0	0	0	0			
G	BN	ร้านที่ 6	0	0	0	0			
H	BE	ร้านที่ 7	157	100	25	10	นาย ช	Mr.A	Mrs.K
I	BN	ร้านที่ 8	200	500	200	100	นาย ซ	Mr.B	Mrs.K
J	BS	ร้านที่ 9	0	0	0	0			
K	BN	ร้านที่ 10	178	300	100	50	นาย ด	Mr.G	Mrs.K
L	BE	ร้านที่ 11	167	200	50	25	นาย ต	Mr.A	Mrs.K
M	BE	ร้านที่ 12	143	0	0	0	นาย ถ	Mr.H	
N	BE	ร้านที่ 13	200	500	200	100	นาย ท	Mr.A	Mrs.K
O	BE	ร้านที่ 14	197	500	200	100	นาย ธ	Mr.A	Mrs.K
P	BS	ร้านที่ 15	0	0	0	0			
Q	BS	ร้านที่ 16	148	0	0	0	นาย บ	Mr.E	Mrs.T
R	BW	ร้านที่ 17	185	400	150	75	นาย ป	Mr.D	Mrs.T
S	BW	ร้านที่ 18	182	400	150	75	นาย ผ	Mr.D	Mrs.T
T	BS	ร้านที่ 19	135	0	0	0	นาย ฝ	Mr.C	Mrs.T
U	BS	ร้านที่ 20	165	200	50	25	นาย พ	Mr.C	Mrs.T
V	BE	ร้านที่ 21	189	400	150	75	นาย ฟ	Mr.H	Mrs.K
W	BS	ร้านที่ 22	134	0	0	0	นาย ภ	Mr.C	Mrs.T
X	BN	ร้านที่ 23	145	0	0	0	นาย ม	Mr.G	Mrs.K
Y	BE	ร้านที่ 24	176	300	100	50	นาย ย	Mr.H	Mrs.K
Z	BW	ร้านที่ 25	178	300	100	50	นาย ร	Mr.D	Mrs.T
AA	BS	ร้านที่ 26	198	500	200	100	นาย ล	Mr.C	Mrs.T
BB	BN	ร้านที่ 27	156	100	25	10	นาย ว	Mr.B	Mrs.K
CC	BN	ร้านที่ 28	179	300	100	50	นาย ส	Mr.B	Mrs.K
DD	BW	ร้านที่ 29	132	0	0	0	นาย ห	Mr.D	Mrs.T
EE	BW	ร้านที่ 30	200	500	200	100	นาย อ	Mr.H	Mrs.K

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

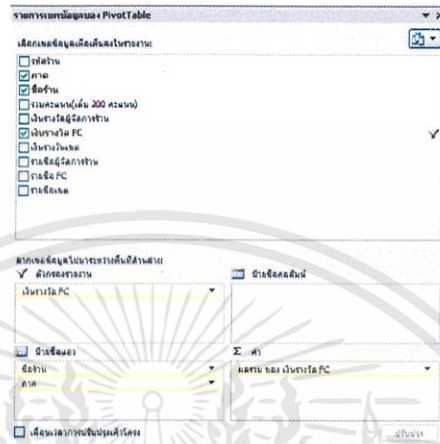
รหัส ร้าน	ภาค	ชื่อร้าน	รวม คะแนน (เต็ม 200 คะแนน)	เงิน รางวัล ผู้จ ัดกร ร้าน	เงิน รางวัล FC	เงิน รางวัล เขต	รายชื่อ ผู้จัดการ ร้าน	รายชื่อ FC	รายชื่อ เขต
GG	RE	ร้านที่ 31	0	0	0	0			
HH	RN	ร้านที่ 32	138	0	0	0	นาย ขข	Mr.BB	Mrs.Y
II	RN	ร้านที่ 33	165	200	50	25	นาย คค	Mr.BB	Mrs.Y
JJ	RS	ร้านที่ 34	0	0	0	0			
KK	RN	ร้านที่ 35	143	0	0	0	นาย จจ	Mr.GG	Mrs.Y
LL	RN	ร้านที่ 36	157	100	25	10	นาย ฉฉ	Mr.GG	Mrs.Y
MM	RE	ร้านที่ 37	199	500	200	100	นาย ซซ	Mr.AA	Mrs.Y
NN	RN	ร้านที่ 38	176	300	100	50	นาย ซซ	Mr.BB	Mrs.Y
OO	RS	ร้านที่ 39	159	100	25	10	นาย ญญ	Mr.EE	Mrs.X
PP	RN	ร้านที่ 40	142	0	0	0	นาย ดด	Mr.GG	Mrs.Y
QQ	RE	ร้านที่ 41	182	400	150	75	นาย ตต	Mr.AA	Mrs.Y
RR	RE	ร้านที่ 42	143	0	0	0	นาย ถถ	Mr.HH	Mrs.Y
SS	RE	ร้านที่ 43	200	500	200	100	นาย ทท	Mr.AA	Mrs.Y
TT	RE	ร้านที่ 44	197	500	200	100	นาย ธธ	Mr.AA	Mrs.Y
UU	RS	ร้านที่ 45	153	100	25	10	นาย นน	Mr.EE	Mrs.X
VV	RS	ร้านที่ 46	0	0	0	0			
WW	RC	ร้านที่ 47	0	0	0	0			
XX	RC	ร้านที่ 48	182	400	150	75	นาย ผผ	Mr.DD	Mrs.X
YY	RS	ร้านที่ 49	135	0	0	0	นาย ฝฝ	Mr.CC	Mrs.X
ZZ	RS	ร้านที่ 50	165	200	50	25	นาย พพ	Mr.CC	Mrs.X

ตารางที่ 3.17 : ตารางแสดงเงินรางวัลร้านค้าไม่รวมรายชื่อเขตพิเศษ

- ทำการไต่สวนหา เงินรางวัล, จำนวนร้านที่ได้รับเงินรางวัลและจำนวนร้านที่ไม่ได้รับเงินรางวัล ของFC และเขต แต่จะเห็นว่าจากตารางที่ 3.16 มีตารางที่มีช่องว่าง คือ ไม่มีข้อมูล จึงทำการไต่สวนข้อมูลจากตารางที่ 3.16 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีค่าทั้งหมด เพื่อหายอดรวมของเงินรางวัล FC ให้ทำการไต่สวน โดยใช้ข้อมูลของ ภาค, ชื่อร้าน, เงินรางวัล FC โดยช่องป้ายชื่อแถว ให้ใส่ข้อมูลของชื่อร้านและภาค, ช่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลรวมของค่า ให้ใส่ผลรวมของเงินรางวัล FC และช่องตัวกรองรายงาน ให้ใส่ข้อมูลของเงินรางวัล FC



รูปที่ 3.13 : รูปแสดงการไพวอตหาข้อมูลที่มีค่าเงินรางวัลรวมของ FC

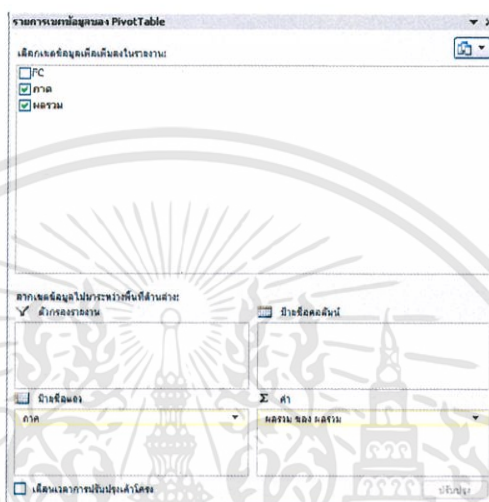
จากนั้นเข้าไปตั้งค่าที่ตัวเลือกไพวอต เลือกตัวเลือกแสดงผลแบบดั้งเดิม จะได้ข้อมูลใหม่ที่มีค่าทั้งหมด ดังรูปต่อไปนี้

ผลรวม ของ เงิน	ชื่อร้าน	ภาค	NA7M
๑	ร้านที่ 10	BN	100
๑	ร้านที่ 11	BE	50
๑	ร้านที่ 13	BE	200
๑	ร้านที่ 14	BE	200
๑	ร้านที่ 17	BW	150
๑	ร้านที่ 18	BW	150
๑	ร้านที่ 2	BN	100
๑	ร้านที่ 20	BS	50
๑	ร้านที่ 21	BE	150
๑	ร้านที่ 24	BE	100
๑	ร้านที่ 25	BW	100
๑	ร้านที่ 26	BS	200
๑	ร้านที่ 27	BN	25
๑	ร้านที่ 28	BN	100
๑	ร้านที่ 3	BN	25
๑	ร้านที่ 30	BW	200
๑	ร้านที่ 33	RN	50
๑	ร้านที่ 36	RN	25
๑	ร้านที่ 37	RE	200
๑	ร้านที่ 38	RN	100
๑	ร้านที่ 39	RS	25
๑	ร้านที่ 41	RE	150
๑	ร้านที่ 43	RE	200
๑	ร้านที่ 44	RE	200
๑	ร้านที่ 45	RS	25
๑	ร้านที่ 48	RC	150
๑	ร้านที่ 50	RS	50
๑	ร้านที่ 7	BE	25
๑	ร้านที่ 8	BN	200
ผลรวมทั้งหมด			3300

รูปที่ 3.14 : รูปแสดงผลการไพวอตหาข้อมูลที่มีค่าของเงินรางวัลรวมของ FC

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำการ Pivot ข้อมูลจากตารางที่ 3.15 เพื่อหาข้อมูลของเงินรางวัลของ FC และเพื่อหายอดรวมของเงินรางวัล FC ให้ทำการ Pivot โดยใช้ข้อมูลของ ภาค และ ผลรวม โดยช่องป้ายชื่อแถว ให้ใส่ข้อมูลของภาค, ช่องผลรวมของค่า ให้ใส่ผลรวมของผลรวม

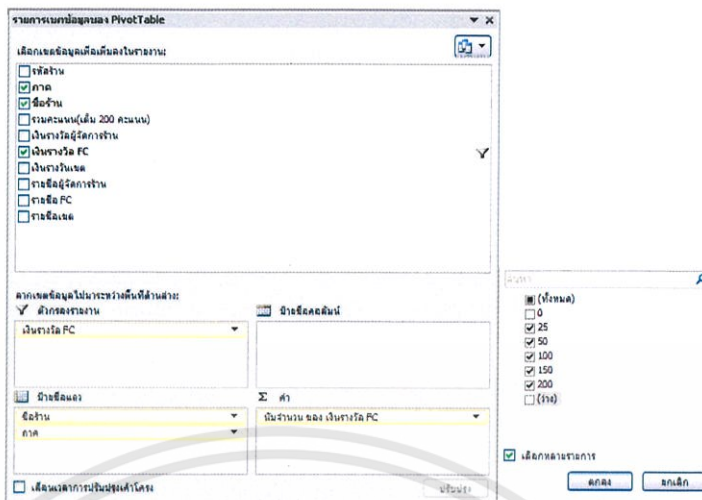


รูปที่ 3.15 : รูปแสดงการ Pivot หาเงินรางวัลรวมของ FC

เงินรางวัล FC	ป้ายชื่อแถว	ผลรวม ของ ผลรวม
BE		725
BN		550
BS		250
BW		600
RC		150
RE		750
RN		175
RS		100
ผลรวมทั้งหมด		3300

รูปที่ 3.16 : รูปแสดงผลการ Pivot จำนวนเงินรางวัลรวมของ FC

เพื่อหาจำนวนร้านที่ได้เงินรางวัลของ FC ให้ทำการ Pivot โดยใช้ข้อมูลของ ภาค, ชื่อร้าน, เงินรางวัล FC โดยช่องป้ายชื่อแถว ให้ใส่ข้อมูลของชื่อร้านและภาค, ช่องผลรวมของค่า ให้ใส่นับจำนวนของเงินรางวัล FC และช่องตัวกรองรายงาน ให้ใส่ข้อมูลของเงินรางวัล FC และคลิกช่องตัวกรองเพื่อนำข้อมูลของเลข 0 และว่างออกไป



รูปที่ 3.17 : รูปแสดงตาราง PivotTable หาจำนวนบ้านที่ได้รางวัลของ FC

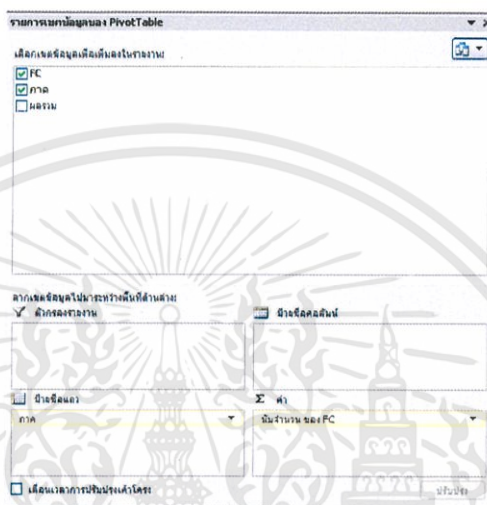
จากนั้นเข้าไปตั้งค่าที่ตัวเลือก PivotTable เลือกตัวเลือกแสดงผลแบบดั้งเดิม จะได้ข้อมูลใหม่ที่มีค่าทั้งหมด ดังรูปต่อไปนี้

บ้าน	ปี	จำนวนรางวัล
บ้านที่ 10	BN	1
บ้านที่ 11	BE	1
บ้านที่ 13	BE	1
บ้านที่ 14	BE	1
บ้านที่ 17	BW	1
บ้านที่ 18	BW	1
บ้านที่ 2	BN	1
บ้านที่ 20	BS	1
บ้านที่ 21	BE	1
บ้านที่ 24	BE	1
บ้านที่ 25	BW	1
บ้านที่ 26	BS	1
บ้านที่ 27	BN	1
บ้านที่ 28	BN	1
บ้านที่ 3	BN	1
บ้านที่ 30	BW	1
บ้านที่ 33	RN	1
บ้านที่ 36	RN	1
บ้านที่ 37	RE	1
บ้านที่ 38	RN	1
บ้านที่ 39	RS	1
บ้านที่ 41	RE	1
บ้านที่ 43	RE	1
บ้านที่ 44	RE	1
บ้านที่ 45	RS	1
บ้านที่ 48	RC	1
บ้านที่ 50	RS	1
บ้านที่ 7	BE	1
บ้านที่ 8	BN	1
ผลรวมทั้งหมด		29

รูปที่ 3.18 : รูปแสดงผลการ PivotTable หาข้อมูลที่มีค่าของจำนวนบ้านที่ได้เงินรางวัลของ FC

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำการ Pivot ข้อมูลจากตารางที่ 3.19 เพื่อหาข้อมูลของจำนวนร้านที่ได้เงินรางวัลของ FC และเพื่อหาข้อมูลร้านที่ได้เงินรางวัลของ FC ให้ทำการ Pivot โดยใช้ข้อมูลของ ภาคและผลรวม โดยช่องป้ายชื่อแถว ให้ใส่ข้อมูลของภาค, ช่องผลรวมของค่า ให้ใส่จำนวนของ FC

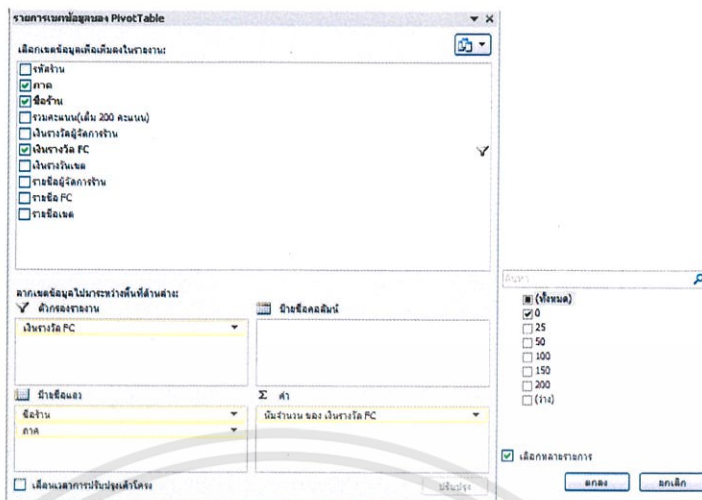


รูปที่ 3.19 : รูปแสดงการ Pivot หาจำนวนร้านที่ได้เงินรางวัลของ FC

ป้ายชื่อแถว	Σ ค่า
ภาค	จำนวนของ FC
Incentive	
ป้ายชื่อแถว	จำนวนของ FC
BE	6
BN	6
BS	2
BW	4
RC	1
RE	4
RN	3
RS	3
ผลรวมทั้งหมด	29

รูปที่ 3.20 : รูปแสดงผลการ Pivot หาข้อมูลที่มีค่าของจำนวนร้านที่ได้เงินรางวัลของ FC

เพื่อหาจำนวนร้านที่ไม่ได้เงินรางวัลของ FC ให้ทำการ Pivot โดยใช้ข้อมูลของ ภาค, ชื่อร้าน, เงินรางวัล FC โดยช่องป้ายชื่อแถว ให้ใส่ข้อมูลของชื่อร้านและภาค, ช่องผลรวมของค่า ให้ใส่จำนวนของเงินรางวัล FC และช่องตัวกรองรายงาน ให้ใส่ข้อมูลของเงินรางวัล FC และคลิกช่องตัวกรองเพื่อเหลือเพียงข้อมูลของเลข 0 เท่านั้น



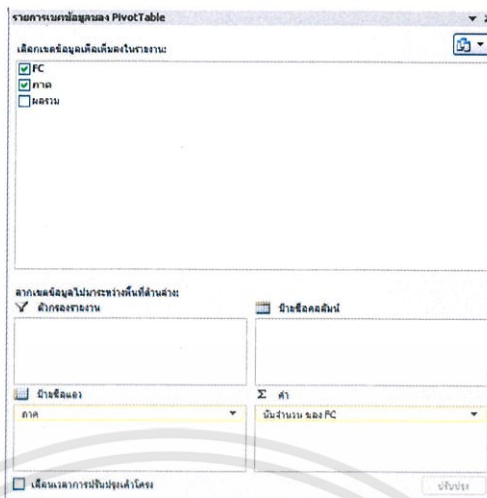
รูปที่ 3.21 : รูปแสดงการไฮไลต์หาจำนวนร้านที่ไม่ได้รางวัลของ FC

จากนั้นเข้าไปตั้งค่าที่ตัวเลือกไฮไลต์ เลือกตัวเลือกแสดงผลแบบดั้งเดิม จะได้ข้อมูลใหม่ที่มีค่าทั้งหมด ดังรูปต่อไปนี้

ชื่อย่อร้าน	ภาค	ผลรวม
= ร้านที่ 1	BE	1
= ร้านที่ 12	BE	1
= ร้านที่ 16	BS	1
= ร้านที่ 19	BS	1
= ร้านที่ 22	BS	1
= ร้านที่ 23	BN	1
= ร้านที่ 29	BW	1
= ร้านที่ 32	RN	1
= ร้านที่ 35	RN	1
= ร้านที่ 4	BS	1
= ร้านที่ 40	RN	1
= ร้านที่ 42	RE	1
= ร้านที่ 49	RS	1
ผลรวมทั้งหมด		13

รูปที่ 3.22 : รูปแสดงผลการไฮไลต์หาข้อมูลที่มีค่าของจำนวนร้านที่ไม่ได้เงินรางวัลของ FC

ทำการไฮไลต์ข้อมูลจากตารางที่ 3.23 เพื่อหาข้อมูลของจำนวนร้านที่ไม่ได้เงินรางวัลของ FC และเพื่อหาข้อมูลร้านที่ไม่ได้เงินรางวัลของ FC ให้ทำการไฮไลต์โดยใช้ข้อมูลของ ภาคและผลรวม โดยช่องป้ายชื่อแถว ให้ใส่ข้อมูลของภาค, ช่องผลรวมของค่า ให้ใส่จำนวนของ FC



รูปที่ 3.23 : รูปแสดงการไพวอตหาจำนวนร้านที่ได้ไม่เงินรางวัลของ FC

No.Incentive	นับจำนวน ของ FC
BE	2
BN	1
BS	4
BW	1
RE	1
RN	3
RS	1
ผลรวมทั้งหมด	13

รูปที่ 3.24 : รูปแสดงผลการไพวอตหาข้อมูลที่มีค่าของจำนวนร้านที่ได้ไม่เงินรางวัลของ FC

- ซึ่งการหาจำนวนเงินรางวัลรวมของเขต, จำนวนร้านที่ได้เงินรางวัลของเขต และจำนวนร้านที่ไม่ได้เงินรางวัลของเขต สามารถทำตามขั้นตอนของการหาข้อมูลของ FC ได้เลย โดยเปลี่ยนข้อมูลจาก FC เป็นเขตทั้งหมด
- เมื่อทำตามขั้นตอนการหาข้อมูลของ FC แล้ว จะได้ผลการไพวอตเงินรางวัลรวมของเขต, จำนวนร้านที่ได้เงินรางวัลของเขต และจำนวนร้านที่ไม่ได้เงินรางวัลของเขต ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงินรางวัลเขต	
ป้ายชื่อแถว	ผลรวม ของ ผลรวม
BE	360
BN	270
BS	125
BW	300
RC	75
RE	375
RN	85
RS	45
ผลรวมทั้งหมด	1635

รูปที่ 3.25 : รูปแสดงผลการไพวอตจำนวนเงินรางวัลรวมของเขต

Incentive เขต	
ป้ายชื่อแถว	นับจำนวน ของ เขต
BE	6
BN	6
BS	2
BW	4
RC	1
RE	4
RN	3
RS	3
ผลรวมทั้งหมด	29

รูปที่ 3.26 : รูปแสดงผลการไพวอตของจำนวนร้านที่ได้เงินรางวัลของเขต

No.Incentive เขต	
ป้ายชื่อแถว	นับจำนวน ของ เขต
BE	2
BN	1
BS	4
BW	1
RE	1
RN	3
RS	1
ผลรวมทั้งหมด	13

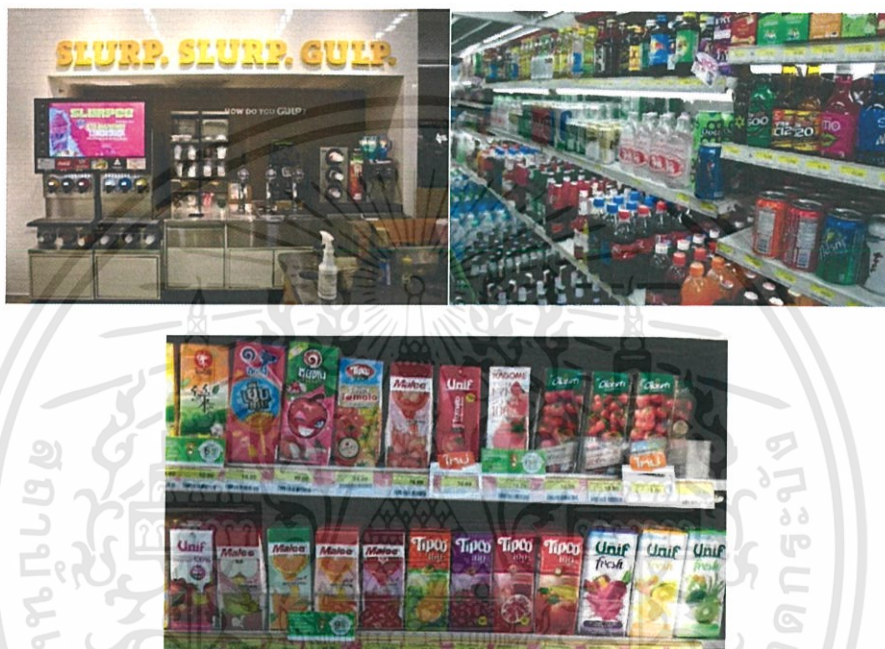
รูปที่ 3.27 : รูปแสดงผลการไพวอตของจำนวนร้านที่ไม่ได้เงินรางวัลของเขต

- นำข้อมูลทั้งหมดของ ผู้จัดการร้านค้า, FC และเขต ไปสรุป เพื่อดูว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบไหนที่เหมาะสมที่สุดในการใช้งานจริงสำหรับร้านค้าสะดวกซื้อ 7-eleven มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 วิเคราะห์ข้อมูลของสินค้ากลุ่มเครื่องดื่ม (Beverage)

จากข้อมูลของสินค้ากลุ่มเครื่องดื่ม ได้รับมอบหมายให้นำข้อมูล ยอดขาย(ชิ้น), ยอดขาย(บาท), ยอดตัดจ่าย(ชิ้น) และยอดตัดจ่าย(บาท) ของเดือน มกราคม 2559 – เมษายน 2559 มาเปรียบเทียบ เพื่อหาแนวโน้มในสั่งซื้อสินค้าหรือการยกเลิกสินค้าภายในร้านสะดวกซื้อ



รูปที่ 3.28 : รูปแสดงสินค้าในกลุ่มเครื่องดื่ม

3.3.1 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

- ขั้นตอนการเตรียมข้อมูล
 - คัดเลือกข้อมูลที่ต้องการจากโปรแกรมคัดเลือกข้อมูล(Power Play) โดยหัวข้อที่ต้องการข้อมูล คือ รหัสร้านค้า, ชื่อร้านค้า, รหัสสินค้า, ชื่อสินค้า, ยอดขาย(ชิ้น), ยอดขาย(บาท), ตัดจ่าย(ชิ้น) และตัดจ่าย(บาท) โดยการคัดเลือกข้อมูล จะทำการคัดเลือกข้อมูลทีละเดือน ตั้งแต่เดือน มกราคม 2559 – เดือนเมษายน 2559
 - นำข้อมูลจากโปรแกรมคัดเลือกข้อมูลที่คัดเลือกไว้แล้ว ทำการคัดลอกไปใส่ไว้ในโปรแกรม Microsoft Excel และทำการแยกข้อมูลของชื่อสินค้าและรหัสสินค้าออกจากกัน โดยใช้ คำสั่งข้อความเป็นคอลัมน์ หรือ ฟังก์ชันแยกข้อความช่วยในการแยกข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เนื่องจากข้อมูลมีจำนวนมาก จึงจะแสดงข้อมูลของเดือน มกราคม 2016 และเดือน กุมภาพันธ์ 2016 ดังตารางต่อไปนี้

(เนื่องจากข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการคำนวณ เป็นข้อมูลของทางบริษัท ดังนั้นการใช้ข้อมูลในการแสดงตามขั้นตอนต่อไปนี้ จะใช้ข้อมูลที่สมมติขึ้นมาทั้งหมด แต่มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกับข้อมูลจริง)

Jan.2016					
รหัสสินค้า	ประเภทสินค้า	ยอดขาย (ชิ้น)	ยอดขาย (บาท)	ตัดจ่าย (ชิ้น)	ตัดจ่าย (บาท)
A1	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิ โอซีคอมอลด์200มล.	21,843.00	254,974.48	1,201.00	15,015.00
A2	โยเกิร์ตแอตทีเวียสตอเบอร์รี่105กรัม	67,024.00	761,387.23	668.00	8,192.00
A3	โยเกิร์ตแอตทีเวียสตอเบอร์รี่110กรัม	4,163.00	381,978.00	257.00	23,588.25
A4	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิ พร่องมันเนยชาเขียว 200cc.	50,861.00	569,244.13	1,333.00	16,671.50
A5	นมเปรี้ยวเมจิคลพีรส สตรอเบอร์รี่ขวด80 มล.	-	-	-	-
A6	โยเกิร์ตดัชชีแอลคาร์นิทีน120g.	18,107.00	221,716.53	1,865.00	22,847.75
A7	นมเปรี้ยวโฟร์โมสต์โอเมกา3	21,776.00	522,503.48	717.00	17,208.00
A8	โยเกิร์ตแอตทีเวียบลูเบอร์รี่	74,707.00	915,254.99	803.00	9,846.50
A9	นมสดพาสเจอร์ไรส์โฟร์ โมสต์จี๊ด2ลิตร	66,890.00	1,752,198.81	322.00	8,540.50
A10	โยเกิร์ตแอตทีเวียจี๊ด	39,895.00	1,816,029.06	265.00	12,080.50
A11	นมสดพาสเจอร์ไรส์ดัช มิลล์กาแฟขวด	41,647.00	74,924.90	204.00	9,313.50
A12	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิ พร่องมันเนยสตรอเบอร์รี่	41,851.00	391,306.63	567.00	5,679.00
A13	โยเกิร์ตริชเชสสตรอเบอร์รี่	25,132.00	293,719.28	566.00	7,077.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รหัสสินค้า	ประเภทสินค้า	ยอดขาย (ชิ้น)	ยอดขาย (บาท)	ตัดจ่าย (ชิ้น)	ตัดจ่าย (บาท)
A14	นมเปรี้ยวบิทาเกินพ รื่องมันเนย	46,572.00	1,097,110.91	731.00	17,921.50
B2	แก้วกระดาษ Slurpee16Oz.	111.00	1,987.41	-	-
B3	แก้วกระดาษ Slurpee22Oz.	113.00	2,553.95	-	-
B4	S-SLURโคล่า	130,399.00	1,376,776.91	-	-
B5	S-SLURสตรอเบอร์รี่	36,920.00	392,000.13	-	-
B6	M-SLURโคล่า	86,369.00	1,534,281.97	-	-
B7	M-SLURสตรอเบอร์รี่	23,455.00	416,702.58	-	-
B8	L-SLURโคล่า	69,384.00	1,556,896.85	-	-
B9	L-SLURสตรอเบอร์รี่	15,949.00	357,895.00	-	-
B10	2311SYRUPSLURPEE โค้ก	-	-	-	-
B11	SyrupSlurpeeน้ำแดง	-	-	-	-
B12	งานบินสเลอปี้X	-	-	-	-
B13	M-สเลอปี้+งานบินX	407.00	9,152.51	-	-
B14	L-สเลอปี้+งานบินX	4,198.00	96,497.53	-	-
B15	AJESSyrupSlurpeeโค ล่า	-	-	-	-
B16	AJESSyrupSlurpee สตรอเบอร์รี่	-	-	-	-
B17	S-Slurpeeไอซ์ซีเล มอนโลม	274.00	2,976.00	-	-
B18	M-Slurpeeไอซ์ซีเล มอนโลม	220.00	3,918.33	-	-
B19	L-Slurpeeไอซ์ซีเล มอนโลม	206.00	4,625.41	-	-

ตารางที่ 3.18 : ตารางแสดงข้อมูลสินค้ากลุ่มเครื่องดื่มเดือนมกราคม 2016

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Feb.2016					
รหัสสินค้า	ประเภทสินค้า	ยอดขาย (ชิ้น)	ยอดขาย (บาท)	ตัดจ่าย (ชิ้น)	ตัดจ่าย (บาท)
A1	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิ ไอช็อคมอลด์200มล.	21,843.00	254,974.48	1,201.00	35,015.00
AA2	โยเกิร์ตแอตทีเวียสตอ เบอร์รี่	67,024.00	761,387.23	668.00	8,192.00
AA3	นมเปรี้ยว	4,163.00	381,978.00	257.00	13,588.25
AA4	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิ พร้อมมันเนยซาเซียว	50,861.00	569,244.13	1,333.00	26,671.50
A5	นมเปรี้ยวเมจิคลพีรส สตอเบอร์รี่ขวด80 มล.	-	-	-	-
A6	โยเกิร์ตดัชชีแอลคาร์นิ ทีน120g.	18,107.00	221,716.53	1,865.00	22,847.75
AA7	นมจืด	-	-	-	-
A8	โยเกิร์ตแอตทีเวียบลู เบอร์รี่	-	-	-	-
A9	นมสดพาสเจอร์ไรส์โฟร์ โมสต์จืด2ลิตร	-	-	-	-
A10	โยเกิร์ตแอตทีเวียจืด	42,895.00	2,316,029.06	308.00	25,080.50
A11	นมสดพาสเจอร์ไรส์ดัชชี มิลล์กาแพขวด	-	-	-	-
A12	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิ พร้อมมันเนยสตอ เบอร์รี่	41,851.00	391,306.63	567.00	15,679.00
AA13	นมหวาน	25,132.00	293,719.28	566.00	9,077.00
A14	นมเปรี้ยววิทาเกินพ ร้อมมันเนย	52,572.00	1,397,110.91	1,435.00	9,821.50
B1	แก้วกระดาษ Slurpee10Oz.	137.00	1,545.83	-	-
BB2	แก้วกระดาษSlurpee	135.00	2,487.41	-	-
B3	แก้วกระดาษ Slurpee22Oz.	113.00	2,553.95	-	-
B4	S-SLURโคล่า	-	-	-	-
B5	S-SLURสตอเบอร์รี่	-	-	-	-

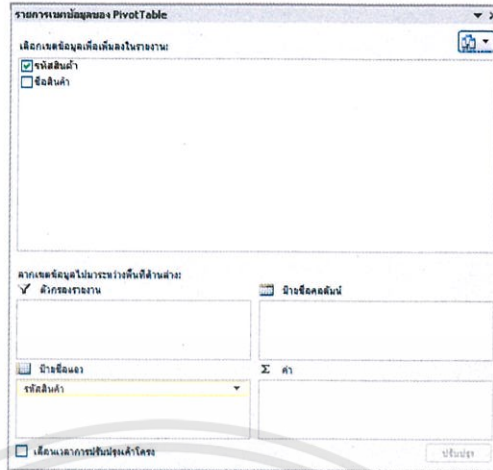
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รหัสสินค้า	ประเภทสินค้า	ยอดขาย (ชิ้น)	ยอดขาย (บาท)	ตัดจ่าย (ชิ้น)	ตัดจ่าย (บาท)
BB6	M-SLURโคลาล่า	-	-	-	-
B7	M-SLURสตรอเบอร์รี่	-	-	-	-
B8	L-SLURโคลาล่า	-	-	-	-
B9	L-SLURสตรอเบอร์รี่	-	-	-	-
B10	2311SYRUPSLURPEE โค้ก	-	-	-	-
B11	SyrupSlurpeeน้ำแดง	-	-	-	-
B12	งานบินสเลอปี้X	-	-	-	-
B13	M-สเลอปี้+งานบินX	407.00	9,152.51	-	-
B14	L-สเลอปี้+งานบินX	4,198.00	96,497.53	-	-
B15	AJESSyrupSlurpeeโค ลาล่า	-	-	-	-
B16	AJESSyrupSlurpee สตรอเบอร์รี่	-	-	-	-

ตารางที่ 3.19 : ตารางแสดงข้อมูลสินค้ากลุ่มเครื่องดื่มเดือนกุมภาพันธ์ 2016

- จากตารางที่แสดงข้างต้น แสดงข้อมูลของทั้ง 2 เดือน คือ เดือนมกราคม 2106 และ เดือนกุมภาพันธ์ 2016 จะเห็นได้ว่าข้อมูลของทั้ง 2 เดือนไม่เท่ากัน เนื่องจากมีการยกเลิกสินค้าและสั่งสินค้าเพิ่มในแต่ละร้าน
- ในการนำข้อมูลมาวิเคราะห์นั้น เนื่องจากมีรายการสินค้าที่ถูกยกเลิก จึงต้องตัดรายการสินค้านั้นๆ ออกไป โดยทำการไพลอตข้อมูลของสินค้า จะได้ข้อมูลของสินค้าที่มียอดขายทั้งหมด

เพื่อหาข้อมูลของสินค้าที่มียอดขาย ให้ทำการไพลอต โดยใช้ข้อมูลของรหัสสินค้า โดยนำไปใส่ไว้ในช่องป้ายชื่อแถว



รูปที่ 3.29 : รูปแสดงตาราง PivotTable ของอาหารหัตถ์สินค้าที่มียอดขาย

ป้ายชื่อคนก
A1
A10
A11
A12
A13
A14
A2
A3
A4
A5
A6
A7
B14
B15
B16
B17
B18
B19
B2
B3
B4
B5
B5
B7
B8
B9
BB2
BB5
ผลรวมทั้งหมด

รูปที่ 3.30 : รูปแสดงผลตาราง PivotTable ของอาหารหัตถ์สินค้าที่มียอดขาย

- จากรูปที่ 3.31 จะได้รับหัตถ์สินค้าที่มียอดขาย จากนั้นทำการใส่ชื่อสินค้าให้ตรงกับหัตถ์สินค้า โดยใช้คำสั่งวีลคอป(VLOOKUP) จากโปรแกรม Microsoft Excel จะได้รายชื่อและหัตถ์สินค้าที่มียอดตามตารางต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รหัสสินค้า	ประเภทสินค้า
A1	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิไอซ์ช็อคมอลต์200มล.
A10	โยเกิร์ตแอตทีเวียจี๊ด
A11	นมสดพาสเจอร์ไรส์ดัดขมิ้นล็กาแพชวด
A12	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิพร้อมมันเนยสตรอเบอร์รี่
A13	โยเกิร์ตริชเชสสตรอเบอร์รี่
A14	นมเปรี้ยวบิทากันพร้อมมันเนย
A2	โยเกิร์ตแอตทีเวียสตรอเบอร์รี่105กรัม
A3	โยเกิร์ตแอตทีเวียสตรอเบอร์รี่110กรัม
A4	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิพร้อมมันเนยชาเขียว200cc.
A5	นมเปรี้ยวเมจิคลัทร์สตรอเบอร์รี่ขวด80 มล.
A6	โยเกิร์ตดัชชีแอลคาร์นิทีน120g.
A7	นมเปรี้ยวโฟร์โมสต์โอเมกา3
A8	โยเกิร์ตแอตทีเวียบลูเบอร์รี่
A9	นมสดพาสเจอร์ไรส์โฟร์โมสต์จืด2ลิตร
AA13	นมหวาน
AA2	โยเกิร์ตแอตทีเวียสตรอเบอร์รี่
AA3	นมเปรี้ยว
AA4	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิพร้อมมันเนยชาเขียว
AA7	นมจืด
B1	แก้วกระดาษSlurpee10Oz.
B10	2311SYRUPSLURPEEไค้
B11	SyrupSlurpeeน้ำแดง
B12	จานบีนสเลอปี้X
B13	M-สเลอปี้+จานบีนX
B14	L-สเลอปี้+จานบีนX
B15	AJESSyrupSlurpeeโคล่า
B16	AJESSyrupSlurpeeสตรอเบอร์รี่
B17	S-Slurpeeไอซ์ซีเลมอนโลม์
B18	M-Slurpeeไอซ์ซีเลมอนโลม์
B19	L-Slurpeeไอซ์ซีเลมอนโลม์
B2	แก้วกระดาษSlurpee16Oz.
B3	แก้วกระดาษSlurpee22Oz.
B4	S-SLURโคล่า
B5	S-SLURสตรอเบอร์รี่
B6	M-SLURโคล่า
B7	M-SLURสตรอเบอร์รี่
B8	L-SLURโคล่า
B9	L-SLURสตรอเบอร์รี่
BB2	แก้วกระดาษSlurpee
BB6	M-SLURโคล่า

ตารางที่ 3.20 : ตารางแสดงข้อมูลของสินค้าที่มียอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล
 - สร้างแผนงานสรุป เพื่อนำข้อมูลจากตารางที่ 3.32 ไปวาง และโดยใช้คำสั่งวีลคัพ (VLPOOKUP) จากโปรแกรม Microsoft Excel เพื่อหาข้อมูลที่ต้องการ คือ ยอดขาย(บาท), ยอดขาย(ชิ้น), ยอดตัดจ่าย(บาท), ยอดตัดจ่าย(ชิ้น) และเปอร์เซ็นต์ ยอดตัดจ่าย(บาท) มาไว้ในแผนงานสรุป
 - ทำการวิเคราะห์ข้อมูลยอดขาย(บาท) และยอดตัดจ่าย(บาท)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน

การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ในวันที่ 4 มกราคม – 29 เมษายน 2016 โดยปฏิบัติงานภายใต้สำนักพัฒนาธุรกิจ เพื่อช่วยให้ร้านค้าสะดวกซื้อแต่ละร้านสาขา ทำยอดขายได้ถึงเป้า จำเป็นต้องใส่ใจในรายละเอียดของการสั่งซื้อ และการยกเลิกรายการสินค้า โดยสำนักพัฒนาธุรกิจได้นำข้อมูลการขายสินค้าประเภทต่างๆ มาทำการวิเคราะห์ เพื่อดูแนวโน้ม ยอดขาย และยอดตัดจ่าย ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในร้านค้า และสำนักอื่นๆ ต่อไป

นอกจากการใส่ใจในรายละเอียดของการสั่งซื้อและยกเลิกสินค้าแล้ว การกระตุ้นให้พนักงาน ภายในร้านค้าสะดวกซื้อ มีความกระตือรือร้นและตื่นตัวที่จะทำยอดขายให้ได้ตามเป้า จึงจัดให้มีการ ให้คะแนนและเงินรางวัลแก่ร้านค้าที่มียอดขาย และบริการที่ดี ทางสำนักพัฒนาธุรกิจจึงได้ทำการ ปรับปรุง พัฒนาเกณฑ์คะแนนและเงินรางวัลเหล่านี้ให้เป็นไปอย่างสมเหตุสมผล เพื่อประโยชน์สูงสุด กับทางร้านค้าและทางบริษัท

4.1 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

สำนักพัฒนาธุรกิจได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลของสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อ โดยงานที่ได้รับ มอบหมาย มี 3 หัวข้อหลัก ซึ่งได้อธิบายขั้นตอนในการปฏิบัติงานไว้ในรายงานข้างต้น ได้แก่

- หัวข้อเรื่องที่ 1 การวิเคราะห์ยอดรวมของสินค้า 7 กลุ่มสินค้าในร้านสะดวกซื้อ
- หัวข้อเรื่องที่ 2 ปรับปรุงเกณฑ์การให้คะแนนและเงินรางวัลของร้านค้าสะดวกซื้อ
- หัวข้อเรื่องที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลของสินค้ากลุ่มเครื่องดื่ม (Beverage)

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล จะทำการสรุปที่ละหัวข้อเรื่อง ดังต่อไปนี้

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ยอดรวมของสินค้า 7 กลุ่มสินค้าในร้านสะดวกซื้อ

เนื่องจากสินค้าจาก 7 กลุ่มสินค้าที่นำมาวิเคราะห์นั้น เป็นสินค้าที่ขายดี โดยถูกจัดให้ อยู่ในกลุ่มสินค้าที่มียอดตัดจ่าย(บาท)ต่ำในหลายๆ ร้านสาขา และสินค้าที่มียอดตัดจ่าย(บาท) สูงในหลายๆ ร้านสาขา ทางสำนักพัฒนาธุรกิจได้รับมอบหมายให้ทำการติดตามข้อมูลของ สินค้า 7 กลุ่มสินค้าเหล่านี้ เพื่อนำไปวิเคราะห์ยอดขาย(บาท)และยอดตัดจ่าย(บาท) โดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลที่สนใจเป็นพิเศษ คือข้อมูลในส่วนของยอดตัดจ่าย(บาท) จากข้อมูลที่ได้เตรียมไว้ในข้อ 3.1 จะได้ตารางสรุปผลของเดือนมกราคม 2016 – เดือนเมษายน 2016 ดังนี้

	Jan.2016			
	จำนวนสาขา	ยอดขาย (บาท)	ตัดจ่าย (บาท)	%ตัดจ่าย (บาท)
อาหารแช่แข็ง1	3	4661.8	294	6.31%
อาหารแช่แข็ง2	3	1241.38	68	5.48%
กล้วยหอม	3	2290	35	1.53%
ขนมปังปิ้ง	9	1388.83	76	5.47%
ข้าวปั้น	12	3744.74	51	1.36%
โจ๊กตักร้อน	1	78	12	15.38%
ของทอด	1	397	76	19.14%

ตารางที่ 4.1 : ตารางสรุปผลของสินค้า 7 กลุ่มสินค้าของเดือนมกราคม 2016

	Feb.2016			
	จำนวนสาขา	ยอดขาย (บาท)	ตัดจ่าย (บาท)	%ตัดจ่าย (บาท)
อาหารแช่แข็ง1	3	5461.72	356	6.52%
อาหารแช่แข็ง2	2	1911.8	92	4.81%
กล้วยหอม	3	3450	76	2.20%
ขนมปังปิ้ง	9	1988.23	96	4.83%
ข้าวปั้น	12	4098.45	65	1.59%
โจ๊กตักร้อน	2	98	22	22.45%
ของทอด	1	548	102	18.61%

ตารางที่ 4.2 : ตารางสรุปผลของสินค้า 7 กลุ่มสินค้าของเดือนกุมภาพันธ์ 2016

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	Mar.2016			
	จำนวนสาขา	ยอดขาย (บาท)	ตัดจ่าย (บาท)	%ตัดจ่าย (บาท)
อาหารแช่แข็ง1	3	5948.21	402	6.76%
อาหารแช่แข็ง2	2	2111.8	101	4.78%
กล้วยหอม	4	5271.87	143	2.71%
ขนมปังปิ้ง	9	1388.23	66	4.75%
ข้าวปั้น	12	3998.45	51	1.28%
โจ๊กตักร้อน	2	86	20	23.26%
ของทอด	1	604	109	18.05%

ตารางที่ 4.3 : ตารางสรุปผลของสินค้า 7 กลุ่มสินค้าของเดือนมีนาคม 2016

	Apr.2016			
	จำนวนสาขา	ยอดขาย (บาท)	ตัดจ่าย (บาท)	%ตัดจ่าย(บาท)
อาหารแช่แข็ง1	4	9848.21	675	6.85%
อาหารแช่แข็ง2	2	4108.54	308	7.50%
กล้วยหอม	5	5998.79	128	2.13%
ขนมปังปิ้ง	10	2354.25	54	2.29%
ข้าวปั้น	12	4650.29	51	1.10%
โจ๊กตักร้อน	2	94	19	20.21%
ของทอด	0	0	0	0.00%

ตารางที่ 4.4 : ตารางสรุปผลของสินค้า 7 กลุ่มสินค้าของเดือนเมษายน 2016

จากตารางสรุปข้อมูลแสดงให้เห็นถึงจำนวนสาขาที่ขายสินค้าประเภทนั้นๆ, ยอดขาย (บาท), ยอดตัดจ่าย(บาท), %ตัดจ่าย(บาท) ของแต่ละประเภทสินค้า

โดยจะจำแนกสินค้า 7 กลุ่มสินค้าข้างต้นที่ละประเภท เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลว่าควรวางแผนการขายสินค้าชนิดใดในรูปแบบใดที่ดีที่สุด

4.2.1.1 การสรุปผลการวิเคราะห์ของสินค้าแต่ละประเภท

- สินค้าประเภทอาหารแช่แข็ง 1

- การเทียบ %ตัดจ่าย(บาท)

จะเห็นว่ามียอดตัดจ่าย(บาท) อยู่ที่ 6-7% ในทุกๆ เดือน จึงจัดให้อยู่ในรายการสินค้าที่มียอดตัดจ่าย(บาท) ดี เพราะเนื่องจากสินค้าประเภทนี้ มีอายุของ

การบริโภคไม่มาก คืออยู่ที่ 3 วัน หลังจากนั้นสินค้าก็จะถูกจัดเป็นสินค้าประเภทหมดอายุ จึงต้องทำการตัดจ่ายสินค้านิดนั้นๆ

- การสั่งและยกเลิกสินค้า

สินค้าประเภทอาหารแช่แข็ง 1 นั้นเนื่องจากถูกจัดให้อยู่ในเกณฑ์ ดี จึงสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าได้ตามปกติ

- ปัจจัยจากวันหยุดเทศกาล

จากตารางสรุปผล จะเห็นว่ายอดขาย(บาท) ของเดือนเมษายนสูงขึ้นกว่าปกติ เพราะเป็นช่วงเทศกาลสงกรานต์ แต่เมื่อยอดขาย(บาท) สูงขึ้น ยอดตัดจ่าย(บาท) ก็สูงขึ้นเช่นกัน จึงควรระมัดระวังเรื่องของการสั่งสินค้ามาขายในช่วงเทศกาล

ในเทศกาลสงกรานต์ มีช่วงวันหยุดยาวตั้งแต่วันที่ 13 - 17 เมษายน การจัดส่งสินค้าครั้งสุดท้ายก่อนช่วงวันหยุด คือ วันที่ 12 เมษายน ดังนั้นการสั่งของมาเก็บไว้เพื่อขายในวันหยุดยาว จะต้องบริหารจัดการให้ดี โดยสินค้าประเภทนี้จะมีอายุอยู่ได้แค่ 3 วัน ดังนั้นการจะสั่งสินค้านิดนี้มาขายเพราะคิดว่าจะสามารถเพิ่มยอดขายให้ทางร้าน ก็จะต้องเสี่ยงต่อการตัดจ่ายที่สูงด้วยเช่นกัน

- สินค้าประเภทอาหารแช่แข็ง 2

- การเทียบ %ตัดจ่าย(บาท)

จะเห็นว่ามียอดตัดจ่าย(บาท) อยู่ที่ 4-7% และในทุกๆ เดือน จึงจัดให้อยู่ในรายการสินค้าที่มียอดตัดจ่าย(บาท) ดี เพราะเนื่องจากสินค้าประเภทนี้ มีอายุของการบริโภคอยู่ที่ 7 วัน หลังจากนั้นสินค้าก็จะถูกจัดเป็นสินค้าประเภทหมดอายุ จึงต้องทำการตัดจ่ายสินค้านิดนั้นๆ และจะสังเกตได้ว่า ในเดือนเมษายนนั้นสินค้านิดนี้จะมี %ตัดจ่ายที่สูงขึ้น แต่ยังคงอยู่ในเกณฑ์ที่ดี

- การสั่งและยกเลิกสินค้า

สินค้าประเภทอาหารแช่แข็ง 2 นั้นเนื่องจากถูกจัดให้อยู่ในเกณฑ์ ดี จึงสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าได้ตามปกติ

- ปัจจัยจากวันหยุดเทศกาล

จากตารางสรุปผล จะเห็นว่ายอดขาย(บาท) ของเดือนเมษายนสูงขึ้นกว่าปกติ เพราะเป็นช่วงเทศกาลสงกรานต์ แต่เมื่อยอดขาย(บาท) สูงขึ้น ยอดตัดจ่าย(บาท) ก็สูงขึ้นเช่นกัน จึงควรระมัดระวังเรื่องของการสั่งสินค้ามาขายในช่วงเทศกาล

ในเทศกาลสงกรานต์ มีช่วงวันหยุดยาวตั้งแต่วันที่ 13 - 17 เมษายน การจัดส่งสินค้าครั้งสุดท้ายก่อนช่วงวันหยุด คือ วันที่ 12 เมษายน ดังนั้นการสั่งของมาเก็บไว้เพื่อขายในวันหยุดยาว จะต้องบริหารจัดการให้ดี โดยสินค้าประเภทนี้

จะมีอายุอยู่ได้ 7 วัน ดังนั้นการจะสั่งสินค้าชนิดนี้มามากเพราะคิดว่าจะสามารถเพิ่มยอดขายให้ทางร้าน ก็เสี่ยงต่อการตัดจ่ายที่สูงด้วยเช่นกัน

- สินค้าประเภทกล้วยหอม

- การเทียบ %ตัดจ่าย(บาท)

จะเห็นว่ามียอดตัดจ่าย(บาท) อยู่ที่ 2-3% และในทุกๆ เดือน จึงจัดให้อยู่ในรายการสินค้าที่มียอดตัดจ่าย(บาท) ต่ำมาก เพราะเนื่องจากสินค้าประเภทนี้ มีอายุของการบริโภคค่อนข้างนาน และเป็นสินค้าที่ช่วยให้อิ่มท้องในราคาที่ไม่สูงมาก อีกทั้งยังอุดมไปด้วยวิตามินต่างๆ มากมาย ทำให้ในแต่ละร้านสาขามียอดตัดจ่าย(บาท) สินค้าชนิดนี้ค่อนข้างต่ำ

- การสั่งและยกเลิกสินค้า

สินค้าประเภทกล้วยหอม นั้น เนื่องจากถูกจัดให้อยู่ในเกณฑ์ ต่ำมาก จึงสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าได้ตามปกติ หรือมากกว่าปกติได้อีกด้วย

- ปัจจัยจากวันหยุดเทศกาล

จากตารางสรุปผล จะเห็นว่ายอดขาย(บาท) ของเดือนเมษายนสูงขึ้นกว่าปกติเล็กน้อย เป็นผลจากการที่มีร้านสาขาที่เพิ่มสินค้าชนิดนี้เข้าร้านใหม่ และสินค้าชนิดนี้มียอดขาย(บาท) ที่สูงขึ้น แต่ยอดตัดจ่าย(บาท) กลับต่ำลง ซึ่งเป็นผลมาจากเทศกาลสงกรานต์ กล้วยหอมจึงเป็นหนึ่งในตัวเลือกที่ผู้บริโภคต้องการ

ในเทศกาลสงกรานต์ มีช่วงวันหยุดยาวตั้งแต่วันที่ 13 - 17 เมษายน การจัดส่งสินค้าครั้งสุดท้ายก่อนช่วงวันหยุด คือ วันที่ 12 เมษายน ดังนั้นการสั่งของมาเก็บไว้เพื่อขายในวันหยุดยาว จะต้องบริหารจัดการให้ดี โดยสินค้าประเภทนี้ถึงจะมีอายุการบริโภคค่อนข้างนาน แต่การจะสั่งสินค้าชนิดนี้มามากเพราะคิดว่าจะสามารถเพิ่มยอดขายให้ทางร้าน ก็เสี่ยงต่อการตัดจ่ายที่สูงด้วยเช่นกัน

- สินค้าประเภทขนมปังปัง

- การเทียบ %ตัดจ่าย(บาท)

จะเห็นว่ามียอดตัดจ่าย(บาท) อยู่ที่ 4-6% และในทุกๆ เดือน(ยกเว้นในเดือนเมษายน ซึ่งมียอดตัดจ่าย(บาท)ค่อนข้างต่ำ ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยวันหยุดยาว) จึงจัดให้อยู่ในรายการสินค้าที่มียอดตัดจ่าย(บาท) ต่ำ เพราะเนื่องจากสินค้าประเภทนี้ มีอายุของการบริโภคอยู่ที่ 3-7 วัน แต่เป็นสินค้าที่ช่วยให้อิ่มท้องในราคาที่ไม่สูงมาก ทำให้ในแต่ละร้านสาขามียอดตัดจ่าย(บาท) สินค้าชนิดนี้ไม่สูงมากเช่นกัน

- การสั่งและยกเลิกสินค้า

สินค้าประเภทขนมปังปังนั้น เนื่องจากถูกจัดให้อยู่ในเกณฑ์ ต่ำ จึงสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าได้ตามปกติ

- ปัจจัยจากวันหยุดเทศกาล

จากตารางสรุปผล จะเห็นว่ายอดขาย(บาท) ของเดือนเมษายนสูงขึ้นกว่าปกติ แต่ยอดตัดจ่าย(บาท) กลับต่ำลง ซึ่งเป็นผลจากเทศกาลสงกรานต์

ในเทศกาลสงกรานต์ มีช่วงวันหยุดยาวตั้งแต่ วันที่ 13 – 17 เมษายน การจัดส่งสินค้าครั้งสุดท้ายก่อนช่วงวันหยุด คือ วันที่ 12 เมษายน ดังนั้นการสั่งของมาเก็บไว้เพื่อขายในวันหยุดยาว จะต้องบริหารจัดการให้ดี โดยสินค้าประเภทนี้จะมีอายุการบริโภคค่อนข้างนาน ดังนั้นการจะสั่งสินค้าชนิดนี้มามากเพราะคิดว่าจะสามารถเพิ่มยอดขายให้ทางร้าน ก็เสี่ยงต่อการตัดจ่ายที่สูงด้วยเช่นกัน

● สินค้าประเภทข้าวปั้น

- การเทียบ %ตัดจ่าย(บาท)

จะเห็นว่ามียอดตัดจ่าย(บาท) อยู่ที่ 1-2% และในทุกๆ เดือน จึงจัดให้อยู่ในรายการสินค้าที่มียอดตัดจ่าย(บาท) ต่ำมาก เพราะเนื่องจากสินค้าประเภทนี้ มีอายุของการบริโภคค่อนข้างนาน และเป็นสินค้าที่ช่วยให้มีอิมท็องในราคาที่ไม่สูงมาก ทำให้ในแต่ละร้านสาขามียอดตัดจ่าย(บาท) สินค้าชนิดนี้ต่ำ

- การสั่งและยกเลิกสินค้า

สินค้าประเภทข้าวปั้นนั้น เนื่องจากถูกจัดให้อยู่ในเกณฑ์ ต่ำมาก จึงสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าได้ตามปกติ หรือมากกว่าปกติได้อีกด้วย

- ปัจจัยจากวันหยุดเทศกาล

จากตารางสรุปผล จะเห็นว่ายอดขาย(บาท) ของเดือนเมษายนสูงขึ้นกว่าปกติ แต่ยอดตัดจ่าย(บาท) กลับต่ำลงมากถ้าเทียบกับยอดขาย(บาท) ซึ่งเป็นผลจากเทศกาลสงกรานต์

ในเทศกาลสงกรานต์ มีช่วงวันหยุดยาวตั้งแต่ วันที่ 13 – 17 เมษายน การจัดส่งสินค้าครั้งสุดท้ายก่อนช่วงวันหยุด คือ วันที่ 12 เมษายน ดังนั้นการสั่งของมาเก็บไว้เพื่อขายในวันหยุดยาว จะต้องบริหารจัดการให้ดี โดยสินค้าประเภทนี้จะมีอายุการบริโภคค่อนข้างนาน ดังนั้นการจะสั่งสินค้าชนิดนี้มามากเพราะคิดว่าจะสามารถเพิ่มยอดขายให้ทางร้าน ก็เสี่ยงต่อการตัดจ่ายที่สูงด้วยเช่นกัน

● สินค้าประเภทโจ๊กตกร้อน

- การเทียบ %ตัดจ่าย(บาท)

จะเห็นว่ามียอดตัดจ่าย(บาท) อยู่ที่ 20-25% และในทุกๆ เดือน(ยกเว้นในเดือนมกราคม ซึ่งมียอดตัดจ่าย(บาท) ต่ำกว่าเดือนอื่นๆ ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยจากการที่มีร้านสาขาที่ขายสินค้าชนิดนี้น้อยกว่าเดือนอื่นๆ) จึงจัดให้อยู่ในรายการสินค้าที่มียอดตัดจ่าย(บาท) เยี่ยมมาก เพราะเนื่องจากสินค้าประเภทนี้ มีอายุของการบริโภคค่อนข้างต่ำ คือมีอายุการบริโภคอยู่ที่ 6 ชั่วโมง หลังจาก 6 ชั่วโมงจะ

ทำการตัดจ่ายสินค้าชนิดนี้ทันที เพราะถือว่าเป็นสินค้าที่ขาดคุณภาพแล้ว ทำให้ในแต่ละร้านสาขามียอดตัดจ่าย(บาท) สินค้าชนิดนี้สูงมาก

- การสั่งและยกเลิกสินค้า

สินค้าประเภทโจ๊กตักร้อน เนื่องจากถูกจัดให้อยู่ในเกณฑ์ แย่มาก จึงจำเป็นต้องคอยติดตาม คอยให้ความรู้กับทางร้านสาขา ในเรื่องของการเตรียมตัวขายและสั่งสินค้าชนิดนี้อย่างใกล้ชิด แต่ถ้าร้านสาขาไหนที่มีปัญหา และทางส่วนกลางได้ประเมินอย่างรอบคอบแล้วก็สามารถทำการยกเลิกการขายสินค้าชนิดนี้ได้ทันที

- ปัจจัยจากวันหยุดเทศกาล

จากตารางสรุปผล จะเห็นว่ายอดขาย(บาท) ของเดือนเมษายนสูงขึ้นกว่าปกติเล็กน้อย และยอดตัดจ่าย(บาท) ยังมียอดที่ต่ำลงอีกด้วย ซึ่งเป็นผลจากเทศกาลสงกรานต์

● สินค้าประเภทของทอด

- การเทียบ %ตัดจ่าย(บาท)

จะเห็นว่ามียอดตัดจ่าย(บาท) อยู่ที่ 18-20% และในทุกๆ เดือน (ยกเว้นในเดือนเมษายน ซึ่งทางร้านสาขาได้ยกเลิกการขายสินค้าประเภทนี้แล้ว) จึงจัดให้อยู่ในรายการสินค้าที่มียอดตัดจ่าย(บาท) แย่มาก เพราะเนื่องจากสินค้าประเภทนี้มีอายุของการบริโภคค่อนข้างต่ำ ทำให้ในแต่ละร้านสาขามียอดตัดจ่าย(บาท) สินค้าประเภทนี้สูงมาก

- การสั่งและยกเลิกสินค้า

สินค้าประเภทของทอด เนื่องจากถูกจัดให้อยู่ในเกณฑ์ แย่มาก จึงจำเป็นต้องคอยติดตาม คอยให้ความรู้กับทางร้านสาขา ในเรื่องของการเตรียมตัวขายและสั่งสินค้าชนิดนี้อย่างใกล้ชิด แต่ถ้าร้านสาขาไหนที่มีปัญหา และทางส่วนกลางได้ประเมินอย่างรอบคอบแล้วก็สามารถทำการยกเลิกการขายสินค้าชนิดนี้ได้ทันที

- ปัจจัยจากวันหยุดเทศกาล

ไม่มีผลใดๆ ต่อต่อรายการขายสินค้าชนิดนี้ เพราะตัวอย่างที่นำมา ได้มีการยกเลิกการขายสินค้าชนิดนี้ไปในเดือนเมษายน

4.2.1.2 การสรุปผลการวิเคราะห์ของสินค้า 7 กลุ่มสินค้า

- สินค้าที่จัดอยู่ในเกณฑ์ที่พอใช้ – ดี จะสมควรได้รับการพิจารณาในเรื่องของการเพิ่มสินค้าชนิดนั้นๆ ในคลังให้มากขึ้น ได้แก่ สินค้าในประเภท อาหารแช่แข็ง 1, อาหารแช่แข็ง 2, กล้วยหอม, ขนมปังปิ้ง, ข้าวปั้น

- สินค้าที่จัดอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่ดี - แยก จะสมควรได้รับการพิจารณาในเรื่องของการปรับปรุงเพื่อให้ได้ยอดตัดจ่ายที่ลดลง หรือได้รับการพิจารณาในเรื่องของการยกเลิกการขาย ได้แก่ สินค้าในกลุ่มประเภท โจ๊กตักร้อน และของทอด

4.2.2 ผลปรับปรุงเกณฑ์การให้คะแนนและเงินรางวัลของร้านค้าสะดวกซื้อ

การพัฒนาธุรกิจภายในร้านค้าสะดวกซื้อ นอกจากจะสนใจพัฒนาสินค้า รสชาติอาหาร และเครื่องดื่ม รวมไปถึงการพัฒนาราคาของสินค้าให้ได้คุณภาพที่เหมาะสมต่อสินค้าชนิดนั้นๆ แล้ว การพัฒนาที่ขาดไม่ได้ คือ การพัฒนาบุคลากรและสถานที่ประกอบการให้มีคุณภาพ และมีศักยภาพที่สูง เพื่อพนักงานภายในร้านค้าสะดวกซื้อมีความกระตือรือร้นและตื่นตัวที่จะทำยอดขายให้ได้ตามเป้า จึงจัดให้มีการให้คะแนนและเงินรางวัลแก่ร้านค้าที่มียอดขายและบริการที่ดีด้วยการนำไปใช้กับเกณฑ์การให้คะแนนและเงินรางวัลร้านค้า โดยเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมที่จัดตั้งขึ้นมานั้น เริ่มใช้จริงกับร้านค้าสะดวกซื้อ ตั้งแต่ เดือน เมษายน ปี 2554 ซึ่งก็ถือว่าเป็นเกณฑ์การให้คะแนนที่ถูกใช้มาเป็นเวลานาน ทางสำนักพัฒนาธุรกิจจึงได้จัดทำเกณฑ์การให้คะแนนใหม่ขึ้นมา เพื่อเลือกหาว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบใด ที่เหมาะสมที่จะใช้จริงกับร้านค้ามากที่สุด โดยได้ทำการพัฒนาเกณฑ์การให้คะแนนมา 4 รูปแบบ ได้แก่ เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 1, รูปแบบที่ 2, รูปแบบที่ 3 และรูปแบบที่ 4

คะแนนร้านค้าที่ได้มานั้น จะนำไปใช้กับเกณฑ์การให้เงินรางวัลร้าน และเพื่อหาเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่เหมาะสมมากที่สุด จึงทำการเปรียบเทียบเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบใหม่ทั้ง 4 รูปแบบกับเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม ตามหัวข้อที่ 3.2 จึงได้ตารางสรุปผลเงินรางวัลดังนี้

- ##### 4.2.2.1 ตารางสรุปผลการให้เงินรางวัลร้านค้า ภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมกับเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบใหม่ (เนื่องจากข้อมูลมีจำนวนมาก ตารางสรุปผลในที่นี่ จะแสดงการเปรียบเทียบตารางสรุปผลของเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม, รูปแบบที่ 2 และรูปแบบที่ 3 เท่านั้น)

- ตารางสรุปเงินรางวัลร้านค้าภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม

ผจก.				
ภาค	Jan.2016			
	จำนวนร้านที่ ได้เงินรางวัล	จำนวน ร้านที่ไม่ได้ เงินรางวัล	%ร้านที่ ไม่ได้เงิน รางวัล	เงินรางวัล ผจก.
BE	7	1	13%	2,500
BN	8	1	11%	2,800
BS	5	3	38%	1,800
BW	4	1	20%	2,100
RC	1	1	50%	1,300
RE	5	1	17%	2,700
RN	4	2	33%	1,100
RS	4	2	33%	1,200
รวม	38	12	24%	15,500

ตารางที่ 4.5 : ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมของผู้จัดการร้าน

FC				
ภาค	Jan.2016			
	จำนวนร้านที่ ได้เงินรางวัล	จำนวนร้าน ที่ไม่ได้เงิน รางวัล	%ร้านที่ ไม่ได้เงิน รางวัล	เงินรางวัล FC
BE	6	2	25%	1,025
BN	6	1	14%	850
BS	2	4	67%	550
BW	4	1	20%	900
RC	1	0	0%	450
RE	4	1	20%	1,050
RN	3	3	50%	475
RS	3	1	25%	400
รวม	29	13	31%	5,700

ตารางที่ 4.6 : ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมของ FC

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เขต	Jan.2016			
	จำนวนร้านที่ ได้เงินรางวัล	จำนวนร้าน ที่ไม่ได้เงิน รางวัล	%ร้านที่ ไม่ได้เงิน รางวัล	เงินรางวัล เขต
BE	6	2	25%	460
BN	6	1	14%	370
BS	2	4	67%	225
BW	4	1	20%	400
RC	1	0	0%	175
RE	4	1	20%	475
RN	3	3	50%	185
RS	3	1	25%	145
รวม	29	13	31%	2,435

ตารางที่ 4.7 : ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมของเขต

ตารางสรุปผลการให้เงินรางวัลร้านค้า ภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมเป็นรูปแบบที่ใช้จริงกับร้านค้า ตั้งแต่ เดือนเมษายน 2554 โดยเมื่อนำมาใช้กับข้อมูลจริง จะได้เงินรางวัลร้านค้า โดยแบ่งเป็น เงินรางวัลผู้จัดการร้านค้า, เงินรางวัล FC และเงินรางวัลเขต

- ตารางสรุปเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 2

ผจก.				
ภาค	Jan.2016			
	จำนวนร้านที่ ได้เงินรางวัล	จำนวนร้าน ที่ไม่ได้เงิน รางวัล	%ร้านที่ ไม่ได้เงิน รางวัล	เงินรางวัล ผจก.
BE	7	1	13%	1,600
BN	7	2	22%	1,900
BS	5	3	38%	900
BW	4	1	20%	1,200
RC	1	1	50%	400
RE	4	2	33%	1,800
RN	4	2	33%	200
RS	4	2	33%	300
รวม	36	14	28%	8,300

ตารางที่ 4.8 : ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 2 ของผู้จัดการร้าน

FC				
ภาค	Jan.2016			
	จำนวนร้านที่ ได้เงินรางวัล	จำนวนร้านที่ ไม่ได้เงิน รางวัล	%ร้านที่ ไม่ได้เงิน รางวัล	เงินรางวัล FC
BE	6	2	25%	695
BN	6	1	14%	500
BS	2	4	67%	200
BW	4	1	20%	550
RC	1	0	0%	100
RE	4	1	20%	700
RN	3	3	50%	125
RS	3	1	25%	50
รวม	29	13	31%	2,900

ตารางที่ 4.9 : ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 2 ของ FC

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เขต				
ภาค	Jan.2016			
	จำนวนร้านที่ ได้เงินรางวัล	จำนวนร้านที่ ไม่ได้เงิน รางวัล	%ร้านที่ ไม่ได้เงิน รางวัล	เงินรางวัล เขต
BE	6	2	25%	360
BN	6	1	14%	270
BS	2	4	67%	125
BW	4	1	20%	300
RC	1	0	0%	75
RE	4	1	20%	375
RN	3	3	50%	85
RS	3	1	25%	45
รวม	29	13	31%	1,635

ตารางที่ 4.10 : ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 2 ของเขต

ตารางสรุปผลการให้เงินรางวัลร้านค้าภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนในรูปแบบที่ 2 จะเห็นว่าจำนวนเงินรางวัลร้านค้า โดยแบ่งเป็น เงินรางวัลผู้จัดการร้านค้า เงินรางวัล FC และ เงินรางวัลเขต มีจำนวนที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม แต่จำนวนร้านที่ได้รับเงินรางวัลและร้านที่ไม่ได้รับเงินรางวัล จะมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

- ตารางสรุปเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3

ผจก.				
ภาค	Jan.2016			
	จำนวนร้านที่ ได้เงินรางวัล	จำนวนร้าน ที่ไม่ได้เงิน รางวัล	%ร้านที่ ไม่ได้เงิน รางวัล	เงินรางวัล ผจก.
BE	6	2	25%	2,000
BN	8	1	11%	2,300
BS	4	4	50%	1,300
BW	4	1	20%	1,600
RC	2	0	0%	800
RE	5	1	17%	2,200
RN	3	3	50%	600
RS	4	2	33%	700
รวม	36	14	28%	11,500

ตารางที่ 4.11 : ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 ของผู้จัดการร้านค้า

FC				
ภาค	Jan.2016			
	จำนวนร้านที่ได้ เงินรางวัล	จำนวนร้าน ที่ไม่ได้เงิน รางวัล	%ร้านที่ ไม่ได้เงิน รางวัล	เงินรางวัล FC
BE	6	2	25%	725
BN	6	1	14%	550
BS	2	4	67%	250
BW	4	1	20%	600
RC	1	0	0%	150
RE	4	1	20%	750
RN	3	3	50%	175
RS	3	1	25%	100
รวม	29	13	31%	3,300

ตารางที่ 4.12 : ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 ของ FC

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เขต	Jan.2016			
	จำนวนร้านที่ได้เงินรางวัล	จำนวนร้านที่ไม่ได้เงินรางวัล	%ร้านที่ไม่ได้เงินรางวัล	เงินรางวัล เขต
BE	6	2	25%	360
BN	6	1	14%	270
BS	2	4	67%	125
BW	4	1	20%	300
RC	1	0	0%	75
RE	4	1	20%	375
RN	3	3	50%	85
RS	3	1	25%	45
รวม	29	13	31%	1,635

ตารางที่ 4.13 : ตารางสรุปผลเงินรางวัลภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 ของเขต

ตารางสรุปผลการให้เงินรางวัลร้านค้า ภายใต้เกณฑ์การให้คะแนนในรูปแบบที่ 3 จะเห็นได้ว่าจำนวนเงินรางวัลร้านค้า โดยแบ่งเป็น เงินรางวัลผู้จัดการร้านค้า เงินรางวัล FC และ เงินรางวัลเขต มีจำนวนที่ลดลงเล็กน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม (V.0) แต่จำนวนร้านที่ได้รับเงินรางวัลและร้านที่ไม่ได้รับเงินรางวัล จะมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

4.2.2.2 การคัดเลือกเกณฑ์การให้คะแนนและเงินรางวัลร้านค้าในรูปแบบใหม่ จากการเปรียบเทียบเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิมกับเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 2 และรูปแบบที่ 3

- จำนวนร้านที่ได้เงินรางวัล
 - ส่วนของผู้จัดการร้านค้า มีความใกล้เคียงกันทั้ง 3 รูปแบบ แตกต่างกันเล็กน้อย
 - ส่วนของ FC มีความใกล้เคียงกันทั้ง 3 รูปแบบ แตกต่างกันเล็กน้อย
 - ส่วนของเขต มีความใกล้เคียงกันทั้ง 3 รูปแบบ แตกต่างกันเล็กน้อย
- จำนวนร้านที่ไม่ได้เงินรางวัล
 - ส่วนของผู้จัดการร้านค้า มีความใกล้เคียงกันทั้ง 3 รูปแบบ แตกต่างกันเล็กน้อย
 - ส่วนของ FC มีความใกล้เคียงกันทั้ง 3 รูปแบบ แตกต่างกันเล็กน้อย
 - ส่วนของเขต มีความใกล้เคียงกันทั้ง 3 รูปแบบ แตกต่างกันเล็กน้อย
- เงินรางวัลร้านค้า
 - ส่วนของผู้จัดการ เมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบที่ 2 มีจำนวนเงินรางวัลที่ลดลงมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการลดลงของเกณฑ์คะแนนต่างๆ ทุกหัวข้อ ยกเว้นเพียงหัวข้อของยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ แต่ถึงแม้ในหัวข้อนี้จะมีคะแนนที่สูงขึ้น แต่ก็ไม่สามารถทำให้คะแนนของร้านค้าสูงได้มากนัก เมื่อคะแนนไม่มาก จึงทำให้จำนวนเงินรางวัลที่ทางร้านได้รับ น้อยลงเช่นกัน

รูปแบบที่ 3 มีจำนวนเงินรางวัลที่ลดลง แต่ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ซึ่งเป็นผลมาจากการลดลงของเกณฑ์คะแนนในหัวข้อกำไร(บาท) หลังหักรายได้อื่น แต่ได้เพิ่มคะแนนในหัวข้อยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ทำให้มีข้อมูลคะแนนที่กระจายตัว ไม่รวมตัวอยู่ที่หัวข้อใดหัวข้อหนึ่งและมีความสมเหตุสมผลในการให้คะแนน ไม่สูงจนเกินไป และไม่ต่ำจนเกินไป ทำให้จำนวนเงินรางวัลมีค่าที่เหมาะสม

- ส่วนของ FC เมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม

จำนวนเงินรางวัลของรูปแบบที่ 2 และรูปแบบที่ 3 มีจำนวนต่างกันไม่มาก แต่เมื่อนำทั้ง 2 รูปแบบไปเทียบกับรูปแบบเดิม จะเห็นว่าจำนวนเงินลดลงอย่างชัดเจน เป็นผลมาจากการที่มีจำนวนร้านค้าที่ได้รางวัลลดลง

- ส่วนของเขต เมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม

จำนวนเงินรางวัลของรูปแบบที่ 2 และรูปแบบที่ 3 มีจำนวนต่างกันไม่มาก แต่เมื่อนำทั้ง 2 รูปแบบไปเทียบกับรูปแบบเดิม จะเห็นว่าจำนวนเงินลดลงอย่างชัดเจน เป็นผลมาจากการที่มีจำนวนร้านค้าที่ได้รางวัลลดลง

4.2.2.3 สรุปผลการคัดเลือกเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบใหม่ ทั้ง 4 แบบ

จากเกณฑ์การให้คะแนนทั้ง 4 แบบ จะเห็นได้ว่าเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่มีความเหมาะสม คือ เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 เนื่องจากมีเกณฑ์การให้คะแนนที่ไม่สูงมากในแต่ละหัวข้อ คะแนนกระจายตัว ไม่รวมตัวอยู่ที่หัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง และมีความสมเหตุสมผลในการให้คะแนน ไม่สูงจนเกินไป และไม่ต่ำจนเกินไป ทำให้จำนวนเงินรางวัลมีค่าที่เหมาะสม ซึ่งเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบเดิม จะมีการเฉลี่ยของคะแนนกำไร(บาท) หลังรายได้อื่นจากคะแนนเดิม 80 คะแนน เฉลี่ยเป็นคะแนนจากหัวข้อกำไร(บาท) หลังรายได้อื่น 40 คะแนนและยอดขายเฉลี่ย/วัน ไม่รวมบัตรโทรศัพท์อีก 40 คะแนน และจากเกณฑ์การให้คะแนนจะเพิ่มคะแนนของจำนวนคนลาออกเข้ามาอีกด้วย จึงทำให้การให้คะแนนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4.2.3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลของสินค้ากลุ่มเครื่องดื่ม (Beverage)

เนื่องจากสินค้ากลุ่มเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีข้อมูลจำนวนมาก ซึ่งในการวิเคราะห์สินค้าชนิดนี้จะสนใจเพียงยอดขาย(บาท) และยอดตัดจ่าย(บาท) ของประเภทสินค้า ซึ่งต่างจากการวิเคราะห์แบบอื่นที่ผ่านมา ที่สนใจยอดขาย(บาท), ยอดตัดจ่าย(บาท) ของร้านค้าและการขายยอดขายให้ได้ตามเป้าในแต่ละร้านเท่านั้น ซึ่งจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงเดือน มกราคม – เมษายน 2016

4.2.3.1 ตารางสรุปผลข้อมูลของสินค้ากลุ่มเครื่องดื่ม (เนื่องจากข้อมูลของสินค้าชนิดนี้มีจำนวนค่อนข้างมาก ตารางสรุปผลในที่นี้ จึงจะแสดงการเปรียบเทียบตารางสรุปข้อมูลของสินค้ากลุ่มเครื่องดื่มในเดือน มกราคม และ เดือนกุมภาพันธ์ เพื่อให้ดูแนวโน้มของสินค้าว่าไปในทิศทางไหนเท่านั้น)

- ตารางข้อมูลเดือนมกราคม 2016

		Jan.2016				
รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ยอดขาย (ชิ้น)	ยอดขาย(บาท)	ตัดจ่าย (ชิ้น)	ตัดจ่าย (บาท)	%ตัดจ่าย (บาท)
A1	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิไอซ์ คมอลด์200มล.	21,843.00	254,974.48	1,201.0	15,015.0	5.89%
A10	โยเกิร์ตแอตทีเวียจืด	39,895.00	1,816,029.6	265.00	12,080.5	0.67%
A11	นมสดพาสเจอร์ไรส์ดัช มิลล์กาแพชวด	41,647.00	74,924.90	204.00	9,313.50	12.43%
A12	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิพร้อม มั่นเนยสตรอเบอร์รี่	41,851.00	391,306.63	567.00	5,679.00	1.45%
A13	โยเกิร์ตริชเชสสตรอเบอร์รี่	25,132.00	293,719.28	566.00	7,077.00	2.41%
A14	นมเปรี้ยววิทาเกินพร้อม มั่นเนย	46,572.00	1,097,110.9	731.00	17,921.5	1.63%
A2	โยเกิร์ตแอตทีเวียสตอเบอร์รี่105กรัม	67,024.00	761,387.23	668.00	8,192.00	1.08%
A3	โยเกิร์ตแอตทีเวียสตอเบอร์รี่110กรัม	4,163.00	381,978.00	257.00	23,588.2	6.18%
A4	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิพร้อม มั่นเนยชาเขียว200cc.	50,861.00	569,244.13	1,333.0	16,671.5	2.93%
A5	นมเปรี้ยวเมจิสดพร้อมรสชาวด	-	-	-	-	-
A6	โยเกิร์ตดัชชีแอลคาร์นิทีน 120g.	18,107.00	221,716.53	1,865.0	22,847.7	10.3%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รหัส สินค้า	ชื่อสินค้า	ยอดขาย (ชิ้น)	ยอดขาย(บาท)	ตัดจ่าย (ชิ้น)	ตัดจ่าย (บาท)	%ตัดจ่าย (บาท)
A7	นมเปรี้ยวโฟรเมสต์โอเม กา3	21,776.00	522,503.48	717.00	17,208.0	3.29%
A8	โยเกิร์ตแอตทีเวียบลูเบอร์รี่	74,707.00	915,254.99	803.00	9,846.50	1.08%
A9	นมสดพาสเจอร์ไรส์โฟร์ โมสต์จืด2ลิตร	66,890.00	1,752,198.8	322.00	8,540.50	0.49%
AA13	นมหวาน	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
AA2	โยเกิร์ตแอตทีเวียสตอ เบอร์รี่	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
AA3	นมเปรี้ยว	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
AA4	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิพร้อม มันเนยชาเขียว	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
AA7	นมจืด	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
B1	แก้วกระดาษ Slurpee10Oz.	137.00	1,545.83	-	-	0.00%
B10	2311SYRUPSLURPEE โค้ก	-	-	-	-	-
B11	SyrupSlurpee น้ำแดง	-	-	-	-	-
B12	งานบินสเลอปี้X	-	-	-	-	-
B13	M-สเลอปี้+งานบินX	407.00	9,152.51	-	-	0.00%
B14	L-สเลอปี้+งานบินX	4,198.00	96,497.53	-	-	0.00%
B15	AJESSyrupSlurpee โคล ล่า	-	-	-	-	-
B16	AJESSyrupSlurpee สตร อเบอร์รี่	-	-	-	-	-
B17	S-Slurpee ไอซ์ซีเลมอน โลม	274.00	2,976.00	-	-	0.00%
B18	M-Slurpee ไอซ์ซีเลมอน โลม	220.00	3,918.33	-	-	0.00%
B19	L-Slurpee ไอซ์ซีเลมอน โลม	206.00	4,625.41	-	-	0.00%
B2	แก้วกระดาษ Slurpee16Oz.	111.00	1,987.41	-	-	0.00%
B3	แก้วกระดาษ Slurpee22Oz.	113.00	2,553.95	-	-	0.00%
B4	S-SLUR โคลล่า	130,399.0	1,376,776.9	-	-	0.00%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รหัส สินค้า	ชื่อสินค้า	ยอดขาย (ชิ้น)	ยอดขาย(บาท)	ตัดจ่าย (ชิ้น)	ตัดจ่าย (บาท)	%ตัดจ่าย (บาท)
B5	S-SLURสตอเบอร์รี่	36,920.00	392,000.13	-	-	0.00%
B6	M-SLURโคล่า	86,369.00	1,534,281.9	-	-	0.00%
B7	M-SLURสตอเบอร์รี่	23,455.00	416,702.58	-	-	0.00%
B8	L-SLURโคล่า	69,384.00	1,556,896.8	-	-	0.00%
B9	L-SLURสตอเบอร์รี่	15,949.00	357,895.00	-	-	0.00%
BB2	แก้วกระดาษSlurpee	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
BB6	M-SLURโคอาล่า	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A

ตารางที่ 4.14 : ตารางสรุปข้อมูลสินค้ากลุ่มเครื่องดื่ม เดือนมกราคม 2016

• ตารางข้อมูลเดือนกุมภาพันธ์ 2016

		Feb.2016				
รหัส สินค้า	ชื่อสินค้า	ยอดขาย (ชิ้น)	ยอดขาย(บาท)	ตัดจ่าย (ชิ้น)	ตัดจ่าย (บาท)	%ตัด จ่าย (บาท)
A1	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิโอช็อค มอลต์200มล.	21,843.0	254,974.48	1,201.0	35,015.0	13.7%
A10	โยเกิร์ตแอตทีเวียจัด	42,895.0	2,316,029.0	308.00	25,080.5	1.08%
A11	นมสดพาสเจอร์ไรส์ดัช มิลล์กาแฟขวด	-	-	-	-	-
A12	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิพร้อม มันเนยสตอเบอร์รี่	41,851.0	391,306.63	567.00	15,679.0	4.01%
A13	โยเกิร์ตริชเชสสตอเบอร์รี่	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
A14	นมเปรี้ยววิทาเกินพร้อม มันเนย	52,572.0	1,397,110.9	1,435.0	9,821.50	0.70%
A2	โยเกิร์ตแอตทีเวียสตอ เบอร์รี่105กรัม	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
A3	โยเกิร์ตแอตทีเวียสตอ เบอร์รี่110กรัม	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
A4	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิพร้อม มันเนยชาเขียว200cc.	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รหัส สินค้า	ชื่อสินค้า	ยอดขาย (ชิ้น)	ยอดขาย(บาท)	ตัดจ่าย (ชิ้น)	ตัดจ่าย (บาท)	%ตัด จ่าย (บาท)
A5	นมเปรี้ยวเมจิคลพีรสตรอ เบอร์รี่ขวด80 มล.	-	-	-	-	-
A6	โยเกิร์ตดัชชีแอลคาร์นิทีน 120g.	18,107.0	221,716.53	1,865.0	22,847.7	10.3%
A7	นมเปรี้ยวโฟร์โมสต์โอเมกา 3	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
A8	โยเกิร์ตแอตทีเวียบลูเบอร์รี่	-	-	-	-	-
A9	นมสดพาสเจอร์ไรส์โฟร์ โมสต์จืด2ลิตร	-	-	-	-	-
AA13	นมหวานดัชชีมิลล์กลีนสตอ เบอร์รี่	25,132.00	293,719.28	566.00	9,077.00	3.09%
AA2	โยเกิร์ตแอตทีเวียสตอ เบอร์รี่	67,024.00	761,387.23	668.00	8,192.00	1.08%
AA3	นมเปรี้ยว	4,163.00	381,978.00	257.00	13,588.25	3.56%
AA4	นมพาสเจอร์ไรส์เมจิพร้อม มันเนยชาเขียว	50,861.00	569,244.13	1,333.00	26,671.50	4.69%
AA7	นมจืด	-	-	-	-	-
B1	แก้วกระดาษ Slurpee10Oz.	137.00	1,545.83	-	-	0.00%
B10	2311SYRUPSLURPEE โค้ก	-	-	-	-	-
B11	SyrupSlurpee น้ำแดง	-	-	-	-	-
B12	งานบินสเลอปี้X	-	-	-	-	-
B13	M-สเลอปี้+งานบินX	407.00	9,152.51	-	-	0.00%
B14	L-สเลอปี้+งานบินX	4,198.00	96,497.53	-	-	0.00%
B15	AJESSyrupSlurpeeโคล่า	-	-	-	-	-
B16	AJESSyrupSlurpeeสตอ เบอร์รี่	-	-	-	-	-
B17	S-Slurpeeไอซ์ซีเลมอน โลม์	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
B18	M-Slurpeeไอซ์ซีเลมอน โลม์	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	ยอดขาย (ชิ้น)	ยอดขาย(บาท)	ตัดจ่าย (ชิ้น)	ตัดจ่าย (บาท)	%ตัดจ่าย (บาท)
B19	L-Strurpeeไอซ์ซีเลมอนโลม์	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
B2	แก้วกระดาษ Strurpee16Oz.	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
B3	แก้วกระดาษ Strurpee22Oz.	113.00	2,553.95	-	-	0.00%
B4	S-SLURโคล่า	-	-	-	-	-
B5	S-SLURสตรอเบอร์รี่	-	-	-	-	-
B6	M-SLURโคล่า	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
B7	M-SLURสตรอเบอร์รี่	-	-	-	-	-
B8	L-SLURโคล่า	-	-	-	-	-
B9	L-SLURสตรอเบอร์รี่	-	-	-	-	-
BB2	แก้วกระดาษStrurpee	135.00	2,487.41	-	-	0.00%
BB6	M-SLURโคล่า	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.15 : ตารางสรุปข้อมูลสินค้ากลุ่มเครื่องดื่มเดือนกุมภาพันธ์ 2016

- จากตารางที่ 4.11 และตารางที่ 4.12 จะยกตัวอย่างการวิเคราะห์สินค้าจาก 4 รายการที่มียอดตัดจ่ายที่น่าสนใจเมื่อเทียบกับระหว่าง 2 เดือน คือ นมพาสเจอร์ไรส์ เมจิไอซ์คอมอลด์200มล., นมสดพาสเจอร์ไรส์ดัชมิลล์กาแฟขวด, นมเปรี้ยววิทากั้นพร้อมมันเนย, โยเกิร์ตแอตทีเวียสตอเบอร์รี่

- นมพาสเจอร์ไรส์เมจิไอซ์คอมอลด์200มล.

จะเห็นได้ว่า ในเดือนมกราคม มียอดตัดจ่ายอยู่ที่ 5.89% และในเดือนกุมภาพันธ์ มียอดตัดจ่ายอยู่ที่ 13.78% ซึ่งสูงขึ้นไปกว่าเดิมมาก จึงจัดให้เป็นสินค้าที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิดเพื่อพิจารณาในส่วนของการยกเลิกสินค้า

- นมสดพาสเจอร์ไรส์ดัชมิลล์กาแฟขวด

จะเห็นได้ว่า ในเดือนมกราคม มียอดตัดจ่ายอยู่ที่ 12.43% และในเดือนกุมภาพันธ์ มียอดตัดจ่ายอยู่ที่ 0.00% ซึ่งเป็นผลมาจากการยกเลิกการขายสินค้าประเภทดังกล่าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- นมเปรี้ยววิทาแก่นพร่องมันเนย

จะเห็นได้ว่า ในเดือนมกราคม มียอดตัดจ่ายอยู่ที่ 1.63% และในเดือนกุมภาพันธ์ มียอดตัดจ่ายอยู่ที่ 0.70% ซึ่งลดลงกว่าเดิมมาก จึงจัดให้เป็นสินค้าที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด เพื่อพิจารณาในส่วนของการพัฒนาสินค้าและการเพิ่มสินค้าในคลังเพื่อให้เพียงพอต่อการส่งสินค้าเพื่อเข้าไปขายในร้านค้าที่มากยิ่งขึ้น

- โยเกิร์ตแอตทีเวียสตอเบอร์รี่

จะเห็นได้ว่า ในเดือนมกราคม มียอดตัดจ่ายอยู่ที่ 0.00% และในเดือนกุมภาพันธ์ มียอดตัดจ่ายอยู่ที่ 1.08% ซึ่งยอดขายที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการเพิ่มสินค้าประเภทดังกล่าวให้เป็นสินค้าใหม่ ต้องดูยอดตัดจ่ายในเดือนต่อไป ว่ามี ยอดตัดจ่ายที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร



สรุปผลการปฏิบัติงานและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อ โดยได้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับยอดขายและยอดตัดจ่าย รวมไปถึงการทำเกณฑ์การให้คะแนนและเงินรางวัลร้านค้า ซึ่งเพื่อกระตุ้นยอดขายให้ได้ตามเป้าในแต่ละร้านค้า ปัจจัยเหล่านี้จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

จากขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูลได้แสดงให้เห็นถึงวิธีการจัดเตรียมข้อมูลในการวิเคราะห์ยอดรวมของสินค้าใน 7 กลุ่มสินค้าและสินค้าในกลุ่มเครื่องดื่ม โดยตัวแปรที่ให้ความสนใจเป็นพิเศษคือ ยอดตัดจ่าย(บาท) ซึ่งถ้าสินค้าชนิดใด มียอดตัดจ่ายที่ต่ำ ทางบริษัทจะนำสินค้าประเภทดังกล่าวไปพัฒนาต่อยอด และเพิ่มสินค้าในคลังเพื่อรองรับการส่งสินค้าจากร้านที่เพิ่มสูงขึ้น และในทางกลับกัน ถ้าสินค้าชนิดใดมียอดตัดจ่ายที่สูง ทางบริษัทจะนำไปพิจารณาว่าสามารถปรับปรุงให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้นได้หรือไม่ ถ้าทำการแก้ไขปรับปรุงแล้วยังไม่อยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้น ทางบริษัทก็จะพิจารณาเรื่องของการยกเลิกการขายสินค้าประเภทนั้นต่อไป

นอกจากนี้ยังมีกรจัดทำเกณฑ์การให้คะแนนและเงินรางวัลร้านค้าแบบใหม่จากแบบเดิมที่ใช้อยู่ตั้งแต่เดือนเมษายน 2554 – ปัจจุบัน เพื่อกระตุ้นพนักงานให้เกิดความตื่นตัวในหลายๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นด้านการทำยอดขาย ความสะอาดของร้าน คุณภาพของสินค้าและบริการ โดยจากเกณฑ์การให้คะแนนแบบใหม่ทั้ง 4 รูปแบบ รูปแบบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้จริงกับร้านค้าได้ดีที่สุดคือ เกณฑ์การให้คะแนนรูปแบบที่ 3 เพราะการให้คะแนนมีการกระจายตัว และมีการเพิ่มคะแนนของจำนวนคนลาออก ทำให้สัดส่วนคะแนนมีประสิทธิภาพมากขึ้น และจากคะแนนที่ร้านค้าได้รับเหล่านี้เมื่อนำไปประยุกต์ใช้กับเกณฑ์การให้รางวัลร้านค้า จะพบว่าเงินรางวัลร้านค้ามีอัตราการลดและเพิ่มที่ไม่สูงมาก เมื่อเทียบกับเกณฑ์การให้คะแนนแบบเดิม ซึ่งต่างจากเกณฑ์การให้คะแนนในรูปแบบอื่นๆ ที่พบว่าเงินรางวัลร้านค้ามีอัตราการลดและเพิ่มที่สูงมาเมื่อเทียบกับเกณฑ์การให้คะแนนแบบเดิม

5.2 ข้อเสนอแนะ

ในส่วนของการทำเกณฑ์การให้คะแนนและเงินรางวัลร้านค้า ในการเพิ่มหัวข้อมาจำนวนคนลาออก จากเกณฑ์ที่ให้มา ถ้ามีจำนวนคนลาออก 0 คนจะได้คะแนนเต็ม 4 คะแนน แต่ถ้ามีคนลาออกตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป คะแนนจะกลายเป็น 0 แทนที่ จึงอยากให้เพิ่มช่วงของเกณฑ์การให้คะแนนเหล่านี้ให้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

DMC.2557. [Online]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.reviversoft.com/th/file-extension/dmc>

บทเรียนExcel.2554. [Online]. เข้าถึงได้จาก:

http://www.skr.ac.th/link/web_education/web_teacher/com/ben/web_30201/web_site_m2/excel/html/

งานพื้นฐานในExcel2013.2554. [Online]. เข้าถึงได้จาก:

<http://excel-advanced.blogspot.com/?m=1>

การใส่สูตร(Formular)และการใช้ฟังก์ชัน(Function).2556. [Online]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.inwexcel.com/formula-function/>

เกี่ยวกับCPALL. [Online]. เข้าถึงได้จาก:

<https://www.cpall.co.th//Corporate/about-cp-all>

IP Messenger. [Online]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.msit.mut.ac.th/newweb/phpfile/show.php?Qid=5921>

คู่มือการใช้งานโปรแกรม IP Messenger. [Online]. เข้าถึงได้จาก:

http://www.ipemk.ac.th/main/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=170&Itemid=82



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน่วยงานในการปฏิบัติงาน

สำนัก : พัฒนาธุรกิจ
ฝ่าย : วิเคราะห์ข้อมูลด้านปฏิบัติการ

ชื่อและตำแหน่งของพนักงานพี่เลี้ยง

ชื่อ-นามสกุล : คุณนิศา พุกสอน
ตำแหน่ง : ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายวิเคราะห์ข้อมูลด้านปฏิบัติการ
เบอร์โทรศัพท์ : 02-6779651

งานที่ได้รับมอบหมาย

1. การวิเคราะห์ยอดขายรวมของสินค้า 7 กลุ่มสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อ
2. ปรับปรุงเกณฑ์การให้คะแนนและเงินรางวัลร้านค้าสะดวกซื้อ
3. วิเคราะห์ข้อมูลของสินค้ากลุ่มเครื่องดื่ม (Beverage)

ลักษณะและโครงสร้างของสถานประกอบการ

○ ลักษณะการประกอบการ

- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้ประกอบธุรกิจต่างๆ ที่เป็นการสนับสนุนธุรกิจหลัก ได้แก่
- ธุรกิจเป็นตัวแทนรับชำระค่าสินค้าและบริการ (บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด) - ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนรับชำระค่าสินค้าและบริการ
 - ธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูป และเบเกอรี่ (บริษัท ซีพีแรม จำกัด) - ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารแช่แข็ง และเบเกอรี่
 - ธุรกิจจำหน่ายและซ่อมแซมอุปกรณ์ค้าปลีก (บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด) - ประกอบธุรกิจการจำหน่ายและซ่อมแซมอุปกรณ์ค้าปลีก
 - ธุรกิจให้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบัตรสมาร์ตการ์ด (บริษัท ไทยสมาร์ตการ์ด จำกัด) - ให้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบัตรเติมเงินอิเล็กทรอนิกส์
 - ธุรกิจให้บริการด้านระบบสารสนเทศ (บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด) - ให้บริการออกแบบและพัฒนาระบบงานด้านสารสนเทศ
 - ธุรกิจบริการขนส่งและกระจายสินค้า (บริษัท ไทนามิค แมนเนจเม้นท์ จำกัด) - ให้บริการบริหารงานกิจการส่งและกระจายสินค้า

- ธุรกิจให้บริการ ด้านการตลาด (บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด) - ให้บริการปรึกษาวางแผนกิจกรรมทางการตลาด
- ธุรกิจวิทยาลัยอาชีวศึกษาด้านค้าปลีกและสถาบันการศึกษาด้านการจัดการ (บริษัท ศึกษา ภิวัฒน์ จำกัด) - ให้บริการด้านการศึกษา
- ธุรกิจการจัดฝึกอบรม การจัดการสัมมนาทางวิชาการทางธุรกิจ (บริษัท ปัญญาราช จำกัด และบริษัท ออลล์ เทรนนิง จำกัด) - ประกอบกิจกรรมการฝึกอบรมและจัดสัมมนาทางวิชาการ
- บริษัท ทเวนตีโฟร์ ช้อปปิง จำกัด (24shopping) - เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคยุคใหม่ด้วยระบบออนไลน์
- บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด(มหาชน) (Makro) - ธุรกิจค้าส่งแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง



และบริษัทยังมีการขยายช่องทางธุรกิจภายใต้การบริหารจัดการของบริษัท ได้แก่

- ธุรกิจ 7-Catalog order - เป็นการขยายช่องทางธุรกิจด้วยการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางวารสารแคตตาล็อก
- ธุรกิจ Book Smile - เป็นช่องทางในการจำหน่ายหนังสือและวารสาร
- ธุรกิจ Exta - เป็นร้านสุขภาพและความงาม ดำเนินเป็นธุรกิจจำหน่ายสินค้าประเภทยาและเวชภัณฑ์ สินค้าสุขภาพ และเครื่องสำอาง
- ธุรกิจ Kudsan - เป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าที่คัดสรรพิเศษทั้งกาแฟและเบเกอรี่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

○ รูปแบบการจัดการองค์กรและการบริหารงานของสถานประกอบการ

ส่วนกลาง 4 สำนัก คือ BE BN BS BW

- BE (Bangkok East) กรุงเทพฯและปริมณฑลตะวันออก เช่น นวมินทร์, พหลโยธิน
- BN (Bangkok North) กรุงเทพฯและปริมณฑลเหนือ เช่น พญาไท
- BS (Bangkok South) กรุงเทพฯและปริมณฑลใต้ เช่น อ่อนนุช
- BW (Bangkok West) กรุงเทพฯและปริมณฑลตะวันตก เช่น บ่อนไก่

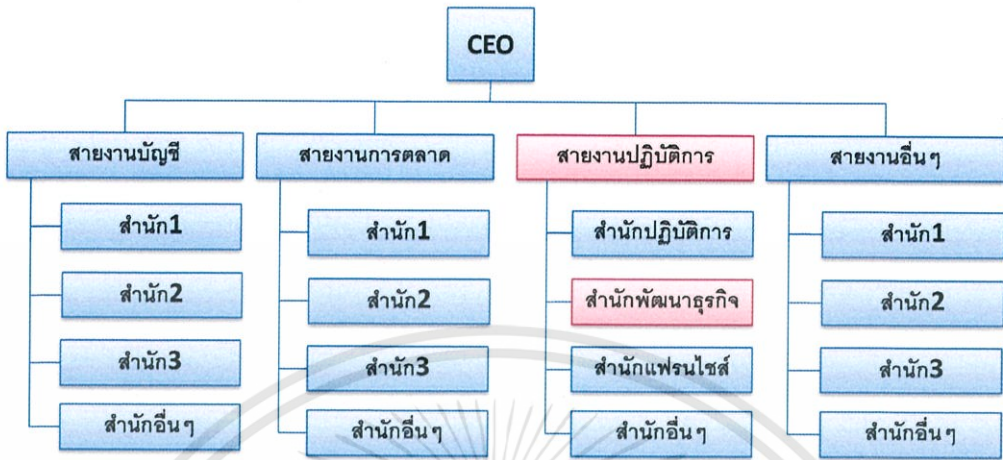
มณฑลทั้ง 4 สำนัก คือ RC RE RS RN

- RC (Region Central) มณฑลกลาง เป็นพื้นที่ภาคกลางจรดภาคเหนือตอนล่าง มีออฟฟิศอยู่ที่ จังหวัดนครสวรรค์
- RE (Region East) มณฑลตะวันออก เป็นพื้นที่ภาคตะวันออก มีออฟฟิศอยู่ที่ พัทยา
- RS (Region South) มณฑลใต้ เป็นพื้นที่ภาคใต้ มีออฟฟิศอยู่ที่ จังหวัดกระบี่ จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดภูเก็ต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดสงขลา จังหวัดชุมพร และสมุย
- RN (Region North) มณฑลเหนือ เป็นพื้นที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีออฟฟิศอยู่ที่ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดเชียงราย จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดลำปาง

Sub Area 4 สำนัก คือ CM PK UB YL

- CM (Chaing Mai) ดูแลภาคเหนือตอนบน โดยบริษัทช้อยส์ มินิสโตร์ จำกัด ของ ตระกูล ตันตรานนท์ แห่งเชียงใหม่ รับผิดชอบเปิดร้านค้าสะดวกซื้อ ในพื้นที่เชียงใหม่ ลำพูน แม่ฮ่องสอน
- UB (Ubonratchathani) ดูแลภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง บริษัท ซี.เอ็น.บี (1993) ขยายร้านในเขตอุบลราชธานี ศรีสะเกษ สุรินทร์ และอำนาจเจริญ
- PK (Phuket) ดูแลภาคใต้ตอนบน บริษัท งานหนึ่ง จำกัด ขยายในเขตภูเก็ต พังงา ระนอง กระบี่ และตรัง
- YL (Yala) ดูแลภาคใต้ตอนล่าง บริษัท ยะลาคริสตัล ขยายร้านในเขตยะลา ปัตตานี และ นราธิวาส

○ โครงสร้างภายในสถานประกอบการ



รูปแสดงโครงสร้างภายในสถานประกอบการ



รูปแสดงโครงสร้างภายในของด้านวิเคราะห์ข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สิ่งที่ได้รับและลักษณะกิจกรรมจากการปฏิบัติงาน

○ สิ่งที่ได้รับจากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- ได้รับประสบการณ์ตามสาขาวิชาที่เรียนเพิ่มเติมนอกเหนือไปจากการเรียนในห้องเรียน
- เกิดการเรียนรู้และพัฒนาตนเองในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ความรับผิดชอบมากขึ้น
- ได้รับทักษะการสื่อสารข้อมูล การใช้อุปกรณ์พื้นฐานของงานสายอาชีพิตต่างๆ
- สามารถเลือกสายอาชีพได้ถูกต้องเนื่องจากได้รับทราบความถนัดของตนเองมากขึ้น
- สร้างความรับผิดชอบต่อให้กับตัวเอง ให้มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย ความอดทน ความตรงต่อเวลา
- ได้รับโอกาสในการเข้าร่วมงานหลักสำเร็จการศึกษา

○ ค่าตอบแทน

- ค่าเดินทางขณะปฏิบัติงานนอกสถานประกอบการ

○ ลงปฏิบัติงานที่ร้านค้าสะดวกซื้อ

ทางบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด(มหาชน) ได้จัดให้นักศึกษาฝึกงานทุกคน ได้ลงปฏิบัติงานจริงที่ร้าน 7-eleven โดยร้านที่ทางบริษัทให้ลงปฏิบัติงานนั้น คือ ร้านค้าสะดวกซื้อ สาขาสิบุญเรือง2 รหัสร้าน 8888 เป็นเวลา 3 วัน ตั้งแต่วันที่ 1-3 กุมภาพันธ์ 2559 เวลา 8.30-17.00 น.



รูปร้านค้าสะดวกซื้อ สาขาสิบุญเรือง2 ที่ลงปฏิบัติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ลงปฏิบัติงานที่ร้านค้าสะดวกซื้อ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2559
 - เข้ารายงานตัวกับผู้จัดการร้านค้าสะดวกซื้อ
 - ช่วยงานทางร้าน โดยการเช็คสินค้าตามเซลล์ ว่ามีความสกปรก ของหมดอายุ หรือวางผิดตำแหน่งหรือไม่



รูปขณะตรวจเช็คสินค้าตามเซลล์

- ลงปฏิบัติงานที่ร้านค้าสะดวกซื้อ วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2559
 - นำของในสต็อกหลังร้านออกมาเติมในเซลล์
 - ช่วยงานทางร้าน โดยการเช็คสินค้าตามเซลล์ ว่ามีความสกปรก ของหมดอายุ หรือวางผิดตำแหน่งหรือไม่
 - ปิด กวาด เช็ด ถู บริเวณที่สกปรกในร้าน



รูปขณะเช็คของหลังร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ลงปฏิบัติงานที่ร้านค้าสะดวกซื้อ วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2559
 - ช่วยงานทางร้าน โดยการเช็คสินค้าตามเชลล์ ว่ามีความสมบูรณ์ ของหมดอายุ หรือวางผิดตำแหน่งหรือไม่
 - ตรวจสอบเช็คสินค้าในกลุ่มของเครื่องดื่ม คอยเติมและทำความสะอาดอยู่ตลอดเวลา



รูปขณะตรวจเช็คสินค้าในกลุ่มของเครื่องดื่ม

○ เข้าร่วมกิจกรรมของทางบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด(มหาชน)

ทางบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด(มหาชน) ได้จัดกิจกรรมให้กับนักศึกษาฝึกงาน เพื่อให้ทำความรู้จักซึ่งกันและกัน เพื่อส่งเสริมความสามัคคี ความคิดสร้างสรรค์ และกระบวนการคิดของนักศึกษาฝึกงานทุกคน จึงจัดให้มีกิจกรรมร่วมกัน หลากหลายกิจกรรม ดังนี้

- กิจกรรมปฐมนิเทศ
 - ลักษณะของการจัดกิจกรรม
 - ให้ความรู้เกี่ยวกับ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด(มหาชน)
 - กิจกรรมออกกำลังกายกระชับความสัมพันธ์
 - กิจกรรมตามล่าหาซื้อเพื่อน ภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยให้ถามคำถาม 1 คำถามต่อเพื่อน 1 คน เป็นจำนวน 20 คำถาม
 - แบ่งกลุ่มทำกิจกรรมใบ้คำ
 - กิจกรรมร้องเพลงสร้างความสามัคคี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปขณะเล่นเกมใช้คำ

▪ กิจกรรมหมากล้อม

กิจกรรมหมากล้อมที่ทางบริษัทจัดขึ้นมานี้ ได้แข่งขันกัน 5 กระดาน ผลคือชนะ 3 กระดาน แพ้ 2 กระดาน ทั้งนี้ผลวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหิดลพบว่า การเล่นเกมหมากล้อมมีประโยชน์เป็นอย่างมาก โดยจะส่งผลต่อจินตนาการ, การคิดนอกกรอบ, การมีความสุข, การคิดได้รวดเร็วขึ้น, รู้จักการประเมินสถานการณ์ และการวางแผนที่รอบคอบ



รูปขณะทำกิจกรรมหมากล้อม

▪ กิจกรรม Morning Talk

ทางบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด(มหาชน) ได้จัดกิจกรรม Morning Talk ให้กับนักศึกษาฝึกงาน เพื่อให้ได้ฝึกความกล้าแสดงออก ฝึกกระบวนการความคิด การพูด และการแสดงความคิดเห็น จัดให้มีกิจกรรมร่วมกัน ในวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2559-4 มีนาคม 2559 เวลา 8.30-9.30 น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะของการจัดกิจกรรม

ในระยะเวลา 5 วัน ของกิจกรรม Morning Talk จะแบ่งเป็น 1 วันที่ได้พูด บอกเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจให้เพื่อนๆ ฟัง และอีก 4 วัน ที่ฟังเพื่อนๆ บอกเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจ

โดยเรื่องที่ได้พูดในกิจกรรม Morning Talk นี้ หัวข้อเรื่องที่ได้พูดก็คือ “คำสาปแห่งลังกาวิ”



รูปขณะกิจกรรม Morning Talk

■ กิจกรรมปัจฉิมนิเทศ

ลักษณะของการจัดกิจกรรม

- ออกกำลังกาย เพลงหลวงพี่4G
- ร่วมกันร้องเพลงขององค์กรเพื่อเสริมสร้างความรัก ความสามัคคี
- กิจกรรมสมเพลมพัต
- กิจกรรมกล้วยกลม
- กิจกรรมรื้อข้าวสาร
- กิจกรรมคัดเลือกขวัญใจมหาชน
- กิจกรรมวาดภาพตามคำบอก
- กิจกรรมการสื่อสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปบรรยากาศกิจกรรมปัจฉิมนิเทศ

○ ร่วมงาน FC Conference

งาน FC Conference คือ งานที่จัดประชุมสัมมนาทุกๆ วันอังคารของทุกสัปดาห์ โดยจัดประชุมสัมมนาที่ธาราพาร์ค แจ้งวัฒนะ จะเป็นงานที่รวมผู้บริหารระดับฝ่ายและสายงาน Operation ระดับ FC ขึ้นไป การประชุมนี้จัดขึ้นมาเพื่อ แสดงความคิดเห็นในการพัฒนาธุรกิจ วิธีการกระตุ้นยอดขายสินค้า และเป็นการร่วมมือกันหาทางออกที่ดีที่สุดเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร

- หัวข้อหลักที่ใช้ในการพูดของแต่ละอาทิตย์
 - การประกาศนโยบายใหม่
 - ประกาศสินค้า New Product
 - วิธีการกระตุ้นยอดขาย
 - แนะนำวิธีการสั่งสินค้ามา Stock ไว้ภายในร้านค้า



รูปแสดงสถานที่จัดประชุมธาราพาร์ค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

○ เรียนรู้การใช้อุปกรณ์ทั่วไปภายในสำนักงาน

- โทรศัพท์
 - โทรศัพท์ ถือว่าเป็นอุปกรณ์ขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้ให้เป็น ไม่ว่าจะ เป็น หลักการรับสาย การโอนสาย การบันทึกข้อมูลการโทรเข้า-ออก
- เครื่องถ่ายเอกสาร
 - เครื่องถ่ายเอกสาร เป็นอุปกรณ์ที่สามารถใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะ เป็น การถ่ายเอกสาร การสแกน ปริ๊นงาน
- ที่ทำลายเอกสาร
 - เป็นอุปกรณ์ที่สำคัญอีกชนิดหนึ่ง เพราะเมื่อจะทิ้ง หรือไม่ใช้เอกสาร ภายในองค์กร จะทิ้งไปเฉยๆ ไม่ได้ ต้องมีการทำลายหรือฉีกก่อน ส่วนนิยามใช้เครื่องทำลาย เพราะ สะดวก ง่ายต่อการทำลายเอกสารที่ไม่ใช้แล้ว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้