

ภาคผนวก ก

คู่มือการใช้ระบบ

ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารในด้านการตลาดบริษัทสหพานิชเชียงใหม่จำกัดนี้เป็น โปรแกรมที่ได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นผลงานการค้นคว้าอิสระ(Independent Study) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการ จบหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ คณะบัณฑิตศึกษาศาสน มหาววิทยาลัยเชียงใหม่ ประจำปีการศึกษา 2546 ของนาย สุภกิจดี พินิจเวชการ และเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงาน คือบริษัทสหพานิชเชียงใหม่จำกัด สำหรับการใช้งานด้านการตลาด

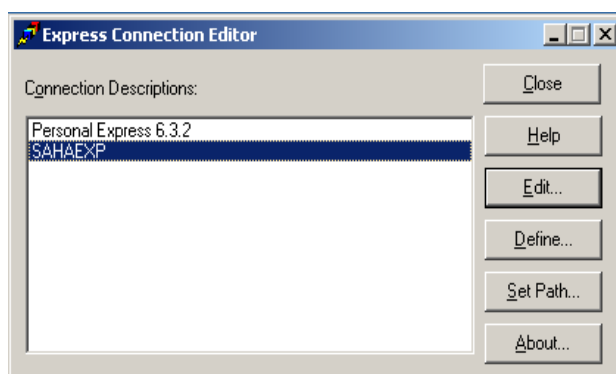
ก.1 การเรียกใช้โปรแกรม

การเรียกใช้โปรแกรมระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารในด้านการตลาด บริษัทสหพานิชเชียงใหม่จำกัดทำโดยการคลิกไอคอนโปรแกรม MARKET ที่อยู่บนdesktop ดังในรูปที่1



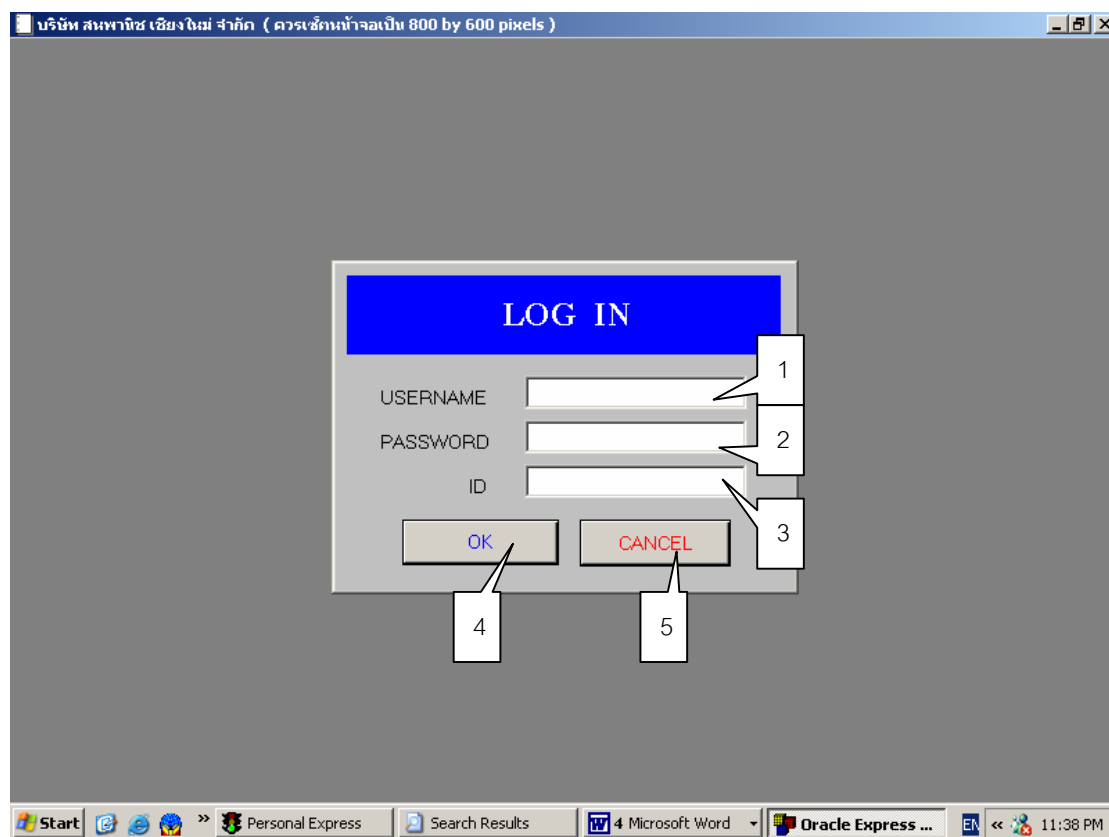
รูป ก.1 ไอคอนโปรแกรม

หลังจากคลิกไอคอนแล้วจะปรากฏหน้าต่างให้เลือกการติดต่อกับคลังข้อมูลที่ได้ทำการสร้างไว้ก่อนหน้านี้ดังรูป



รูป ก.2 หน้าต่างเลือกการเชื่อมต่อกับคลังข้อมูล

จากรูปให้เลือกSAHAEXPเพื่อเลือกเชื่อมต่อกับคลังข้อมูลของบริษัท และเลือกPersonal Express
 6.3.2 หากใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลสำหรับใช้โปรแกรม MARKET หลังจากคลิกเลือก
 คลังข้อมูล SAHAEXP เพื่อติดต่อกับคลังข้อมูลของบริษัทแล้วจะปรากฏหน้าต่างการเข้าสู่ระบบของ
 การใช้งานโปรแกรม

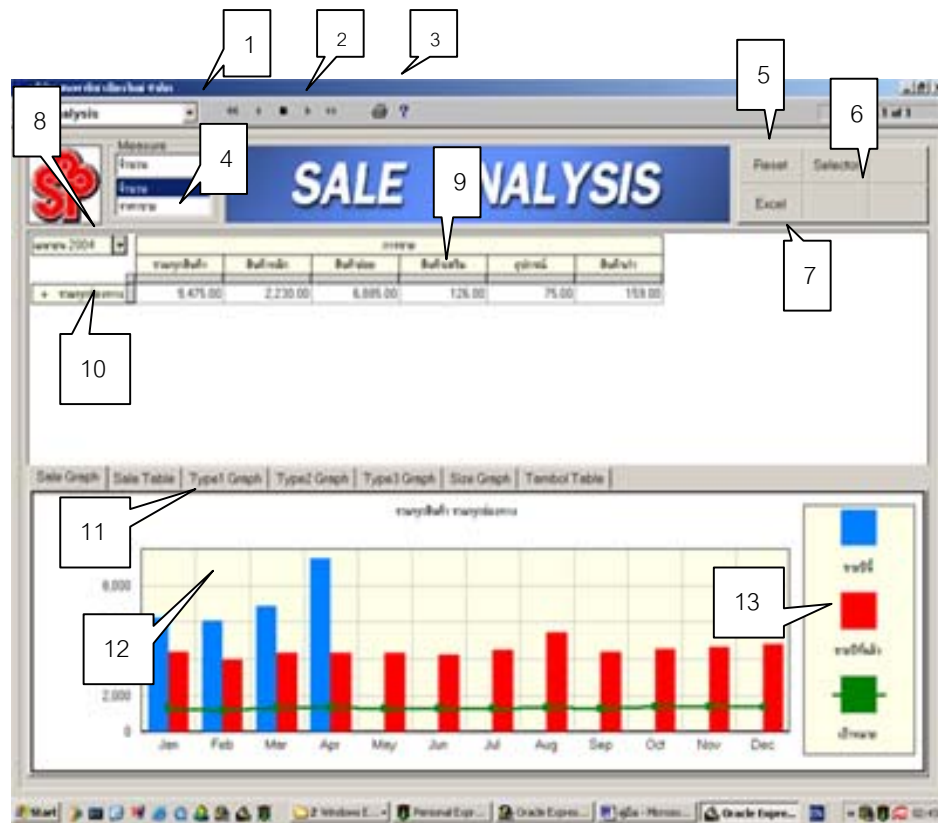


รูป ก.3 หน้าต่างการเข้าสู่ระบบของการใช้โปรแกรม

หน้าต่างการเข้าสู่ระบบของการใช้โปรแกรมมีส่วนประกอบดังนี้

1. ช่องใส่ Username
2. ช่องใส่ Password
3. ช่องใส่ ID
4. ปุ่ม OK เพื่อเข้าสู่ระบบ
5. ปุ่ม Cancel เพื่อยกเลิกการเข้าใช้งานระบบ

จากรูป ก.3 หลังจากผู้ใช้ได้ระบุชื่อและรหัสผ่านได้ถูกต้องแล้ว กดที่ปุ่มตกลง แล้วจะปรากฏ
 หน้าต่างการใช้งานโปรแกรม MARKET ดังรูปที่ 4 ดังนี้คือ



รูป ก.4 หน้าต่างการใช้งานโปรแกรม MARKET

ก2. หน้าต่างการใช้งานโปรแกรม MARKET มีส่วนประกอบดังนี้

หมายเลข 1.แถบหัวเรื่องแสดงชื่อของระบบ

หมายเลข 2.แถบเมนูระบบ

หมายเลข 3.แถบปุ่มสั่งพิมพ์

หมายเลข 4.ช่องเลือกแสดงจำนวนสินค้าที่ขายได้หรือยอดขายเป็นจำนวนเงิน

หมายเลข 5.ปุ่มเริ่มใช้งานใหม่ทั้งหมด

หมายเลข 6.ปุ่มกรองข้อมูล

หมายเลข 7.ปุ่มนำข้อมูลถ่ายลงโปรแกรม Excel

หมายเลข 8.ปุ่มเลือกเดือนที่ต้องการแสดงผล

หมายเลข 9.แสดงข้อมูลในแนวนอน (แสดงสินค้า)

หมายเลข 10.แสดงข้อมูลในแนวตั้ง (แสดงช่องทางจำหน่ายสินค้า)

หมายเลข 11.แถบแสดงกราฟแบบต่างๆมีให้เลือกแสดงทั้ง 7 แบบ

หมายเลข 12.แสดงผลกราฟตามที่ใช้ได้เลือก

หมายเลข 13.ส่วนอธิบายกราฟ

ก3. การออกจากโปรแกรม

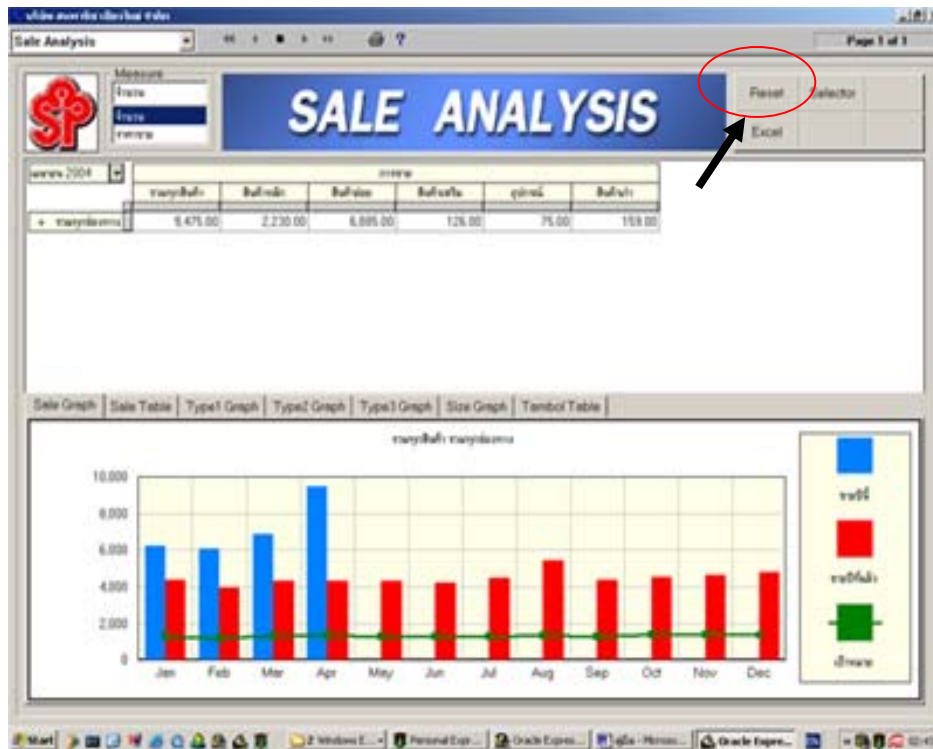
การออกจากโปรแกรมระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารในด้านการตลาด บริษัทสหพานิชเชียงใหม่จำกัดทำโดย 2 วิธี คือการคลิกแถบหยุดระบบ หรือ ปุ่มปิดหน้าต่างการใช้งานหลัก ดังรูป



รูป ก.5 ส่วนของการออกจากระบบ

ก4. การตั้งต้นการใช้โปรแกรมใหม่

การตั้งต้นโปรแกรมใหม่คือการตั้งค่าเริ่มการใช้งานโปรแกรม MARKET ให้เสมือนเปิดโปรแกรมขึ้นมาใหม่ มีจุดประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้ในกรณีที่ผู้ใช้เปลี่ยนหน้าจอและต้องการกลับมาหน้าจอเริ่มต้น วิธีทำโดยคลิกปุ่ม Reset ดังรูป ก.6



รูป ก.6 ส่วนของการตั้งต้นการใช้งานใหม่

ก5. การเปลี่ยนค่าจำนวนหรือราคาขาย

ในโปรแกรม MARKET ผู้ใช้สามารถเลือก จำนวนหรือจำนวนเงินที่ขายสินค้าได้ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ตามต้องการ โดยที่ช่อง Measure ดังรูปที่ ก.7

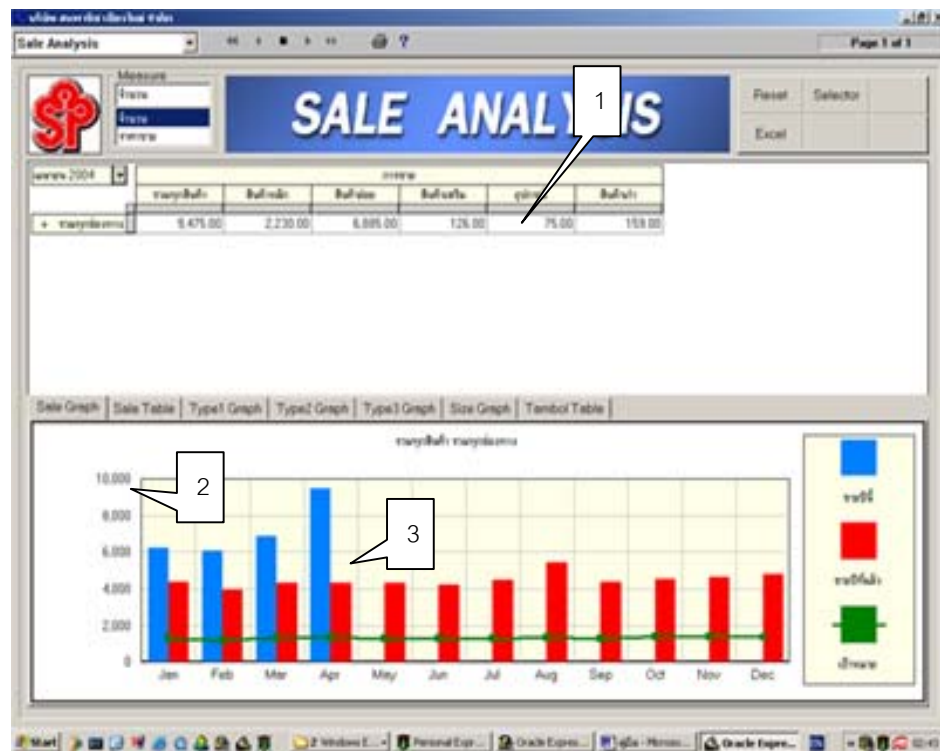


รูป ก.7 ส่วนของการเลือกการแสดงผลจำนวนหรือราคาขาย

จากรูป ก.7 แบ่งส่วนประกอบออกได้ดังนี้

เลือก 1 เมื่อต้องการดูข้อมูลวิเคราะห์การขายแบบเป็นจำนวนสินค้า

เลือก 2 เมื่อต้องการดูข้อมูลวิเคราะห์การขายแบบเป็นจำนวนเงินที่ขายสินค้าได้



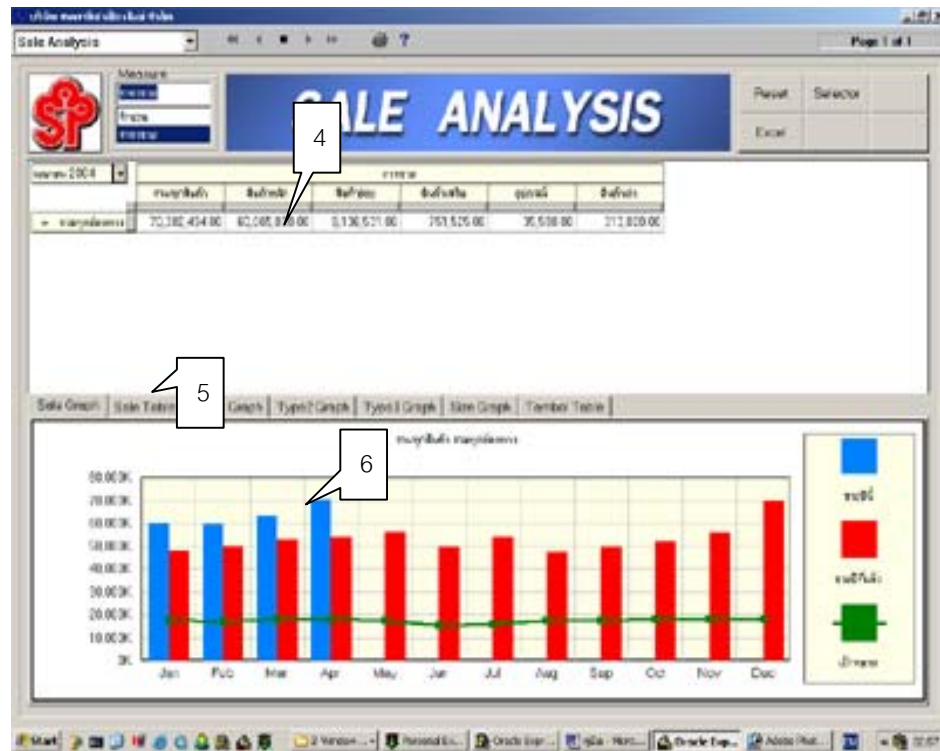
รูป ก.8 รูปการเปลี่ยนค่าจำนวน

จากรูป ก.8 จะเห็นว่าหลังจากผู้ใช้เลือกใช้ค่าจำนวนแล้ว ตัวโปรแกรมจะทำการเปลี่ยนค่าการแสดงผลต่างๆ ให้เป็นค่าจำนวนขาย ดังในรูป

1. ค่าที่แสดงในตารางหลัก แสดงค่าเป็นจำนวนสินค้าที่ขายได้
2. ค่าหน่วยกราฟในแถบแสดงกราฟต่างๆจะเปลี่ยนไปแสดงผลเป็นจำนวนสินค้าที่ขายได้
3. กราฟที่แสดงผลเป็นจำนวนสินค้าที่ขายได้

ในทางกลับกัน หากผู้ใช้ระบบเปลี่ยนไปใช้ค่าจำนวนเป็นจำนวนเงินที่ขายได้ ค่าต่างๆ ก็จะเปลี่ยนไปเป็นจำนวนเงินที่ขายได้ดังรูป ก.9

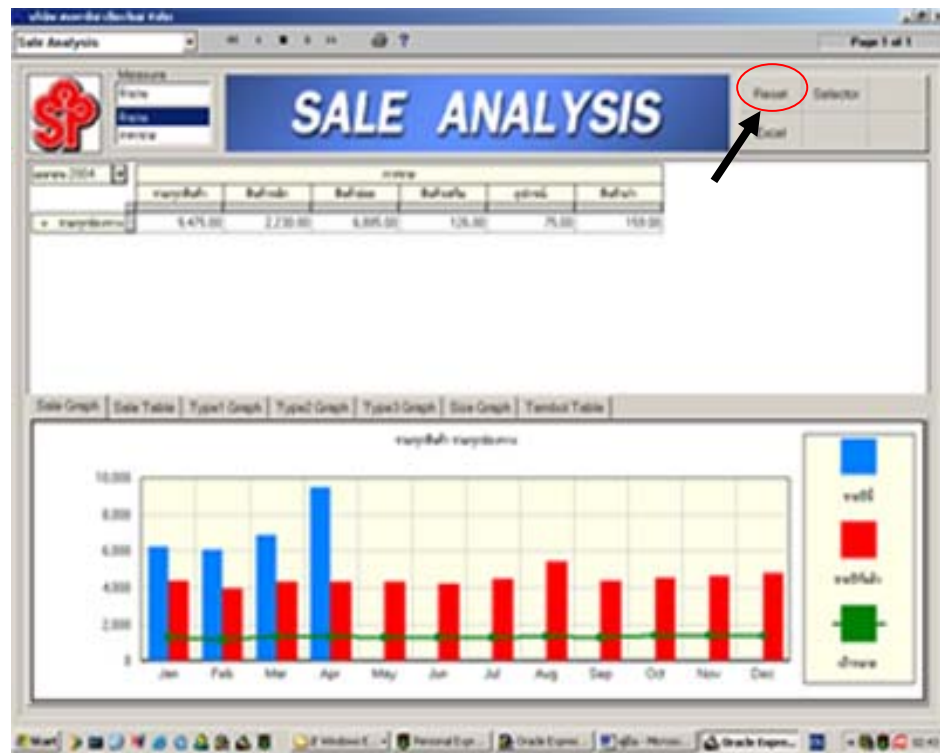
4. ค่าที่แสดงในตารางหลัก แสดงค่าเป็นราคาสินค้าที่ขายได้
5. ค่าหน่วยกราฟในแถบแสดงกราฟต่างๆจะเปลี่ยนไปแสดงผลเป็นราคาสินค้าที่ขายได้
6. กราฟที่แสดงผลเป็นราคาสินค้าที่ขายได้



รูป ก.9 รูปการเปลี่ยนค่าเป็นราคาขาย

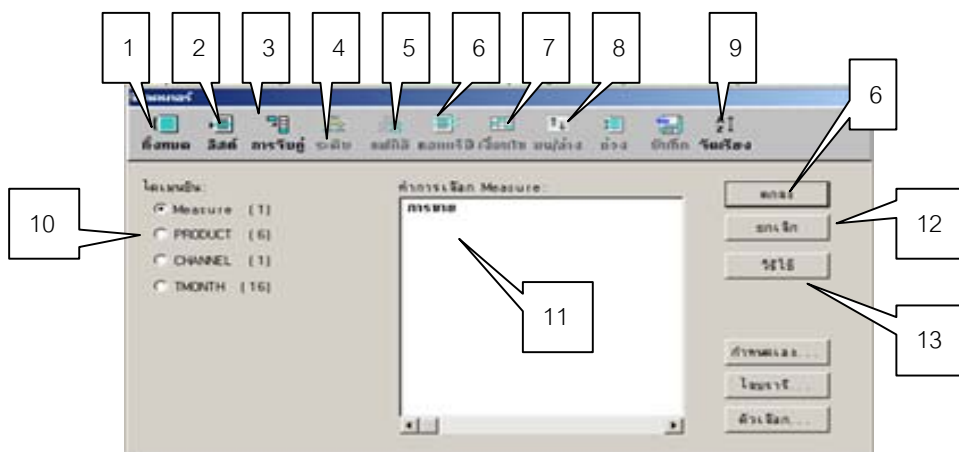
ก6. การกรองข้อมูล

ในโปรแกรม MARKET ผู้ใช้สามารถเลือกข้อมูลที่ต้องการค้นหาเพื่อนำมาแสดงในตารางหลัก โดยวิธีการคือคลิกที่ปุ่ม Selector ดังรูป ก.10



รูป ก.10 ส่วนของการกรองข้อมูล

หลังจากทำการคลิกที่ปุ่มจะปรากฏหน้าต่างการกรองข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังรูป ก.11 ดังนี้

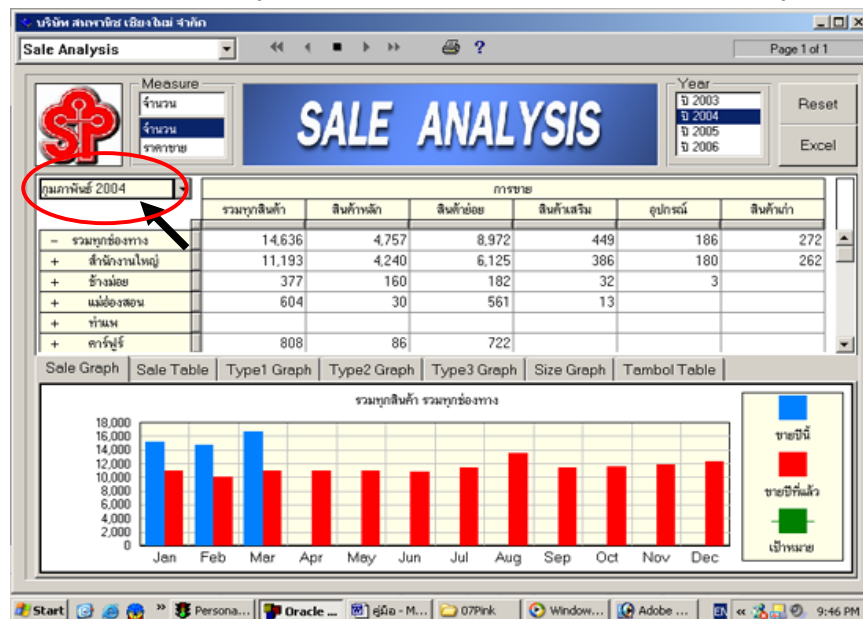


รูป ก.11 หน้าต่างเครื่องมือกรองข้อมูล

1. ปุ่มเลือกข้อมูลทั้งหมด
2. ปุ่มเลือกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกัน
3. ปุ่มเลือกข้อมูลแบบจับคู่
4. ปุ่มเลือกข้อมูลแบบเป็นลำดับ
5. ปุ่มเลือกข้อมูลตามเฟรมี่ในลำดับชั้น
6. ปุ่มเลือกข้อมูลแบบมีเงื่อนไข
7. การเลือกค่าแบบแอททริบิว
8. การเลือกค่าตามช่วง
9. ระบุการจัดเรียงค่า

ก7. การเลือกเดือนเพื่อดูค่าต่างๆ

ในโปรแกรม MARKET ผู้ใช้สามารถเลือก เดือนที่ต้องการวิเคราะห์ได้ในรูปที่ 12

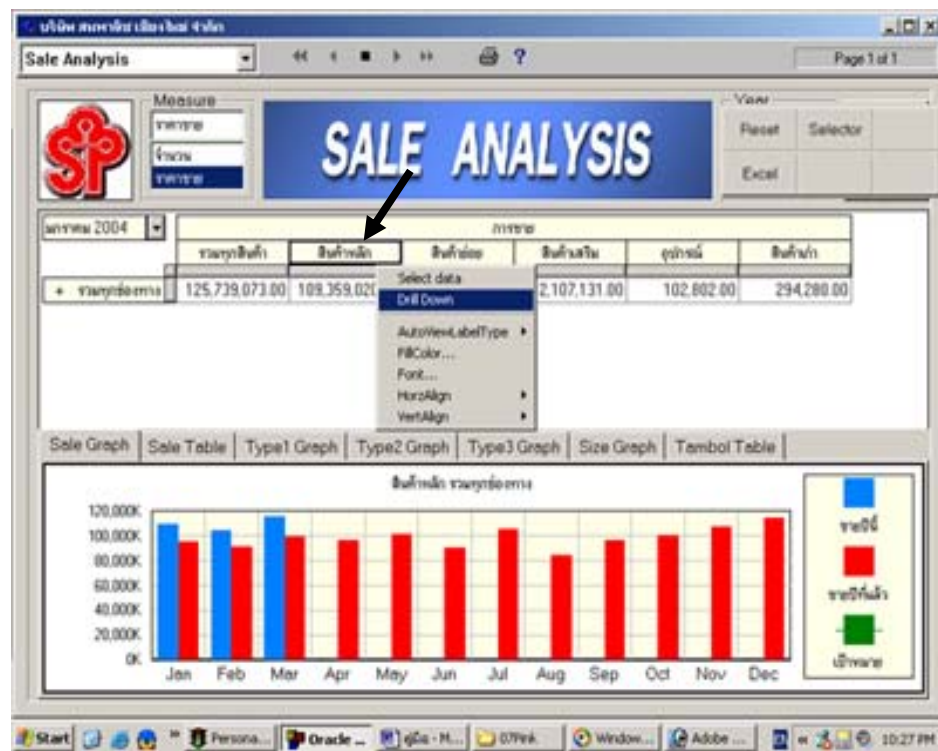


รูป ก.12 ส่วนของการเลือกเดือนที่ต้องการวิเคราะห์

จากรูป ก.12 จะพบว่าค่าที่แสดงในตารางจะเป็นค่าในเดือน กุมภาพันธ์ 2004

ก8. การเจาะลึกข้อมูลสินค้า

ในโปรแกรม MARKET ผู้ใช้สามารถเจาะลึกข้อมูลสินค้าได้เพื่อค้นหาข้อมูลในส่วนต่างๆ ได้อย่างละเอียด วิธีการเจาะลึกข้อมูลสินค้านั้นทำได้โดยการเลือกสินค้าที่ต้องการแล้วคลิกขวาแล้วเลือก Drill Down ในเมนูที่ปรากฏขึ้นมาดังดูได้จากตัวอย่าง



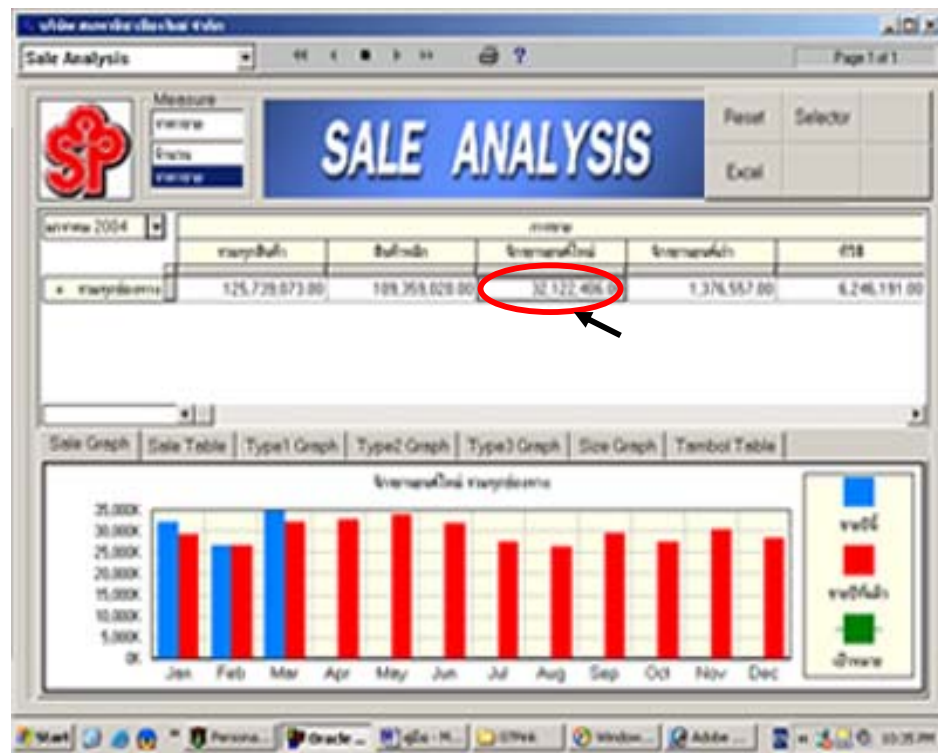
รูป ก.13 วิธีการเจาะลึกข้อมูล

จากรูป ก.13 จะเห็นว่าเมื่อทำการเจาะลึกข้อมูลสินค้าหลักแล้วในตารางถัดมาจะมีสินค้าต่างๆ ที่เป็นส่วนของสินค้าหลักปรากฏขึ้นมาดังรูป ก.14



รูป ก.14 วิธีการเจาะลึกข้อมูล2

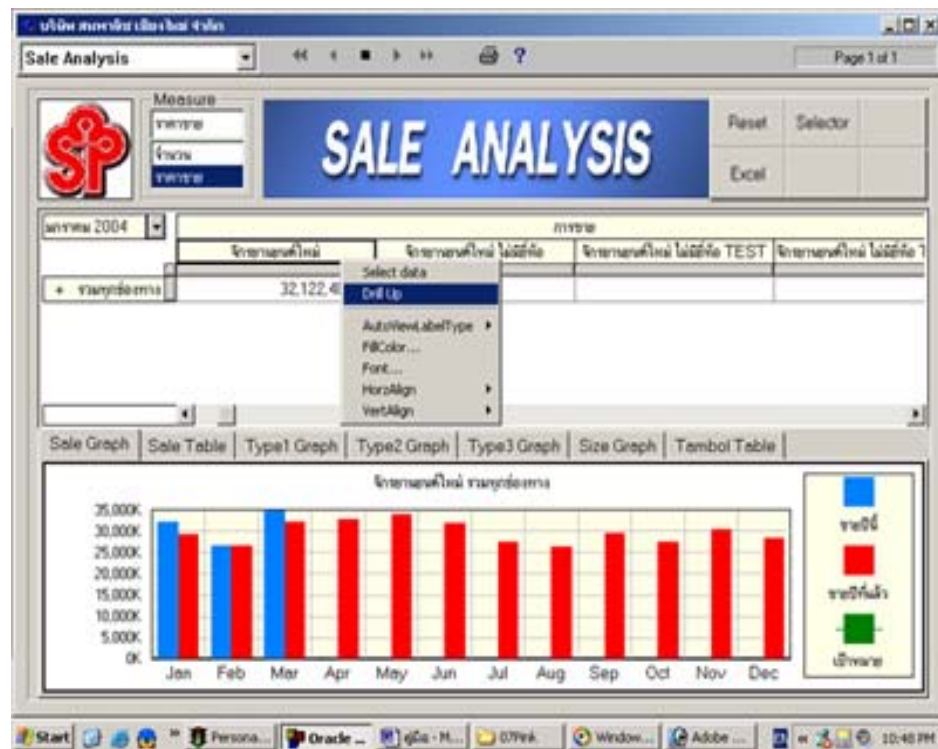
ในส่วนของกราฟด้านล่างของตารางหลักผู้ใช้สามารถดูค่ากราฟที่เปลี่ยนแปลงไปตามข้อมูลที่ใช้ได้ทำการเจาะลึกโดยการคลิกไปที่ตารางข้อมูลที่แสดงดังรูป ก.15



รูป ก.15 วิธีการใช้งานกราฟหลังจากได้มีการเจาะลึกข้อมูล

จากรูป ก.15 จะเห็นว่ากราฟที่อยู่ด้านล่างการแสดงผลของตารางหลักได้แสดงข้อมูลที่เปลี่ยนไปตามสินค้าที่ผู้ใช้ทำการคลิกนั้นก็คือผู้ใช้สามารถเห็นถึงยอดขายของสินค้าที่ถูกเจาะลึกข้อมูลได้ทางกราฟได้อีกทางหนึ่งและเมื่อมีการเจาะลึกข้อมูลสินค้าลงไปในแต่ละลำดับของสินค้า

การ Drill Up คือการที่ผู้ใช้ต้องการดูข้อมูลในลำดับที่สูงขึ้นภายหลังจากการ Drill Down การ Drill Up นี้สามารถทำได้โดยการคลิกขวาไปที่ลำดับสินค้าที่อยู่สูงกว่าหมายความว่า หากผู้ใช้ได้เจาะลึกข้อมูลลงไปในระดับย่อยสินค้า ดังนั้นลำดับที่สูงกว่าคือ ประเภทสินค้า เช่น ผู้ใช้ Drill Down ข้อมูลไปถึงลำดับจักรยานยนต์ใหม่ สอนดำ ดังนั้นลำดับที่สูงกว่าในที่นี้คือ จักรยานยนต์ใหม่ ดังนั้นให้ผู้ใช้คลิกขวาแล้วเลือก Drill Up ที่ตำแหน่งจักรยานยนต์ใหม่ เพื่อทำการ Drill Up ดังรูป ก.16



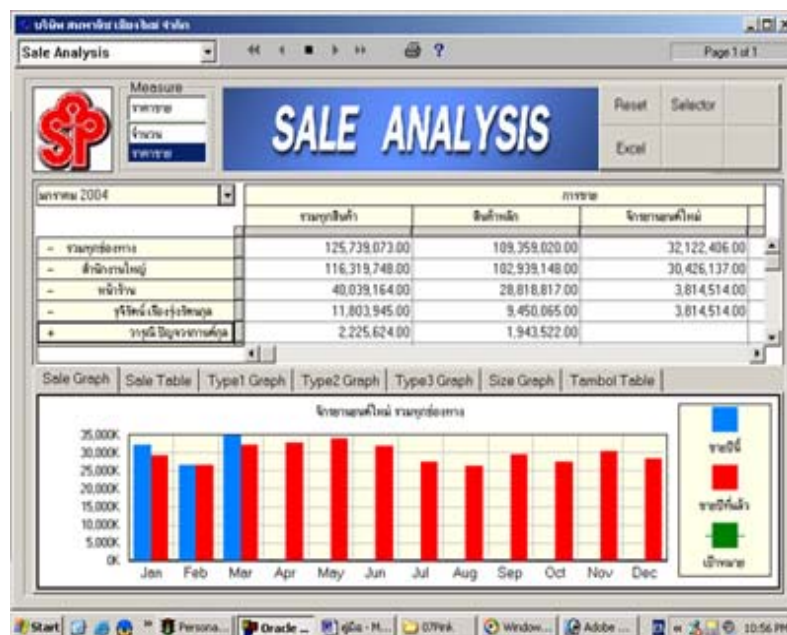
รูป ก.16 วิธีการใช้ Drill Up ข้อมูล

ก9. การเจาะลึกช่องทางจำหน่ายสินค้า

นอกจากการเจาะลึกข้อมูลสินค้าแล้ว ช่องทางการขายก็เป็นอีกมุมมองหนึ่งที่สามารถเจาะลึกข้อมูลลงไปได้ เพื่อให้ผู้ใช้นำข้อมูลจากช่องทางในลำดับต่างๆ ไปวิเคราะห์ วิธีการนั้นทำได้โดยการที่ผู้ใช้คลิกไปที่เครื่องหมายบวกทางตารางแนวดังรูป ก.17

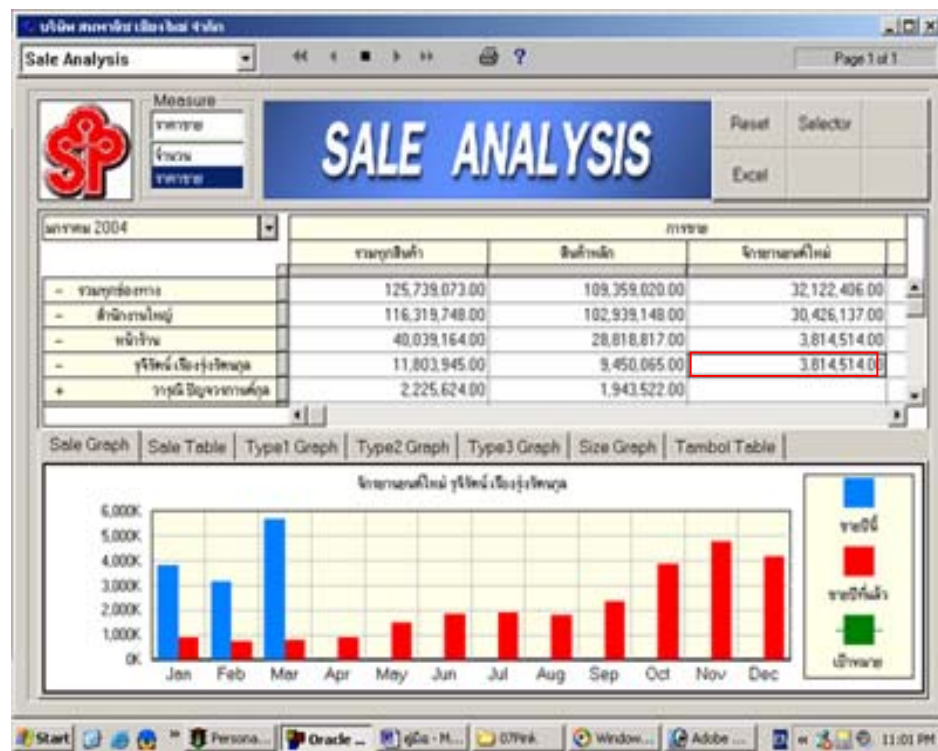


รูป ก.17 วิธีการใช้ Drill Down ช่องทางการจำหน่ายสินค้า 1



รูป ก.18 วิธีการใช้ Drill Down ช่องทางการจำหน่ายสินค้า 2

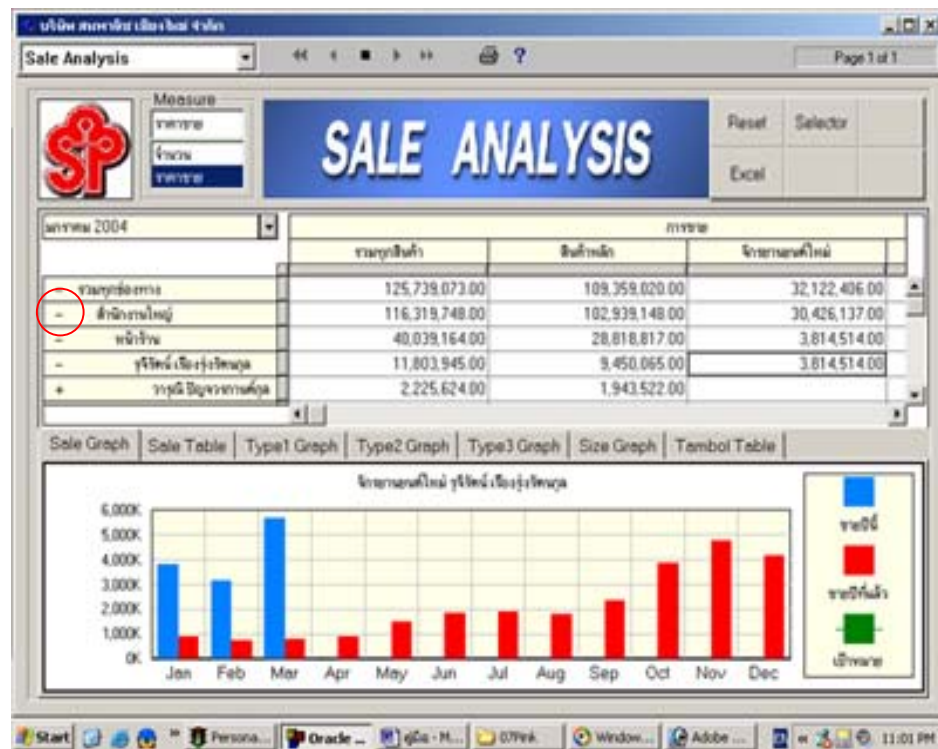
จากรูป ก.15 และ ก.16 จะเห็นว่าข้อมูลช่องทางการจำหน่ายสินค้า ผู้ใช้สามารถเจาะลึกข้อมูลได้หลายลำดับลงไปจากช่องทางสาขา หน้าร้าน ผู้จัดการหน้าร้าน หัวหน้าทีม หัวหน้าทีมย่อย และสามารถเจาะลึกลงไปได้ถึงระดับพนักงานขายหน้าร้าน และเมื่อผู้ใช้งานต้องการดูกราฟของช่องทางต่างๆ สามารถคลิกได้ที่ข้อมูลในตารางดังรูป ก.19



รูป ก.19 วิธีการใช้ กราฟหลังจาก Drill Down ช่องทางจำหน่ายสินค้า

จากรูป ก.19 จะเห็นว่ากราฟด้านล่างจะเปลี่ยนตามข้อมูลในตารางที่ได้ทำการคลิกดังตัวอย่าง แสดงให้เห็นว่า รุจิรัตน์ เรืองรุ่งรัตนกุล และ ลูกน้อง (ช่องทางการขายที่อยู่ในลำดับที่ต่ำกว่าถัดไป) ทำการขาย รถจักรยานยนต์ใหม่ได้ เป็นเงิน 3,814,514 บาท

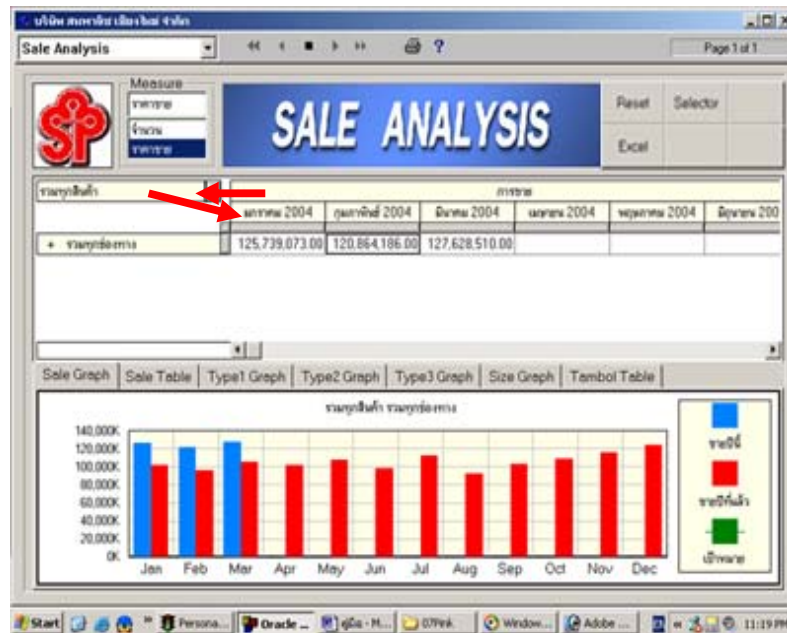
การ Drill Up ผู้ใช้สามารถทำได้โดยการคลิกไปที่เครื่องหมายลบของลำดับช่องทางที่อยู่สูงกว่าเช่น ผู้ใช้ Drill Down ข้อมูลลงไปถึงลำดับ หน้าร้าน ดังนั้นลำดับที่สูงกว่าในที่นี้คือ สำนักงานใหญ่ ดังนั้นให้ผู้ใช้งานคลิกเครื่องหมายลบที่ตำแหน่ง สำนักงานใหญ่ เพื่อทำการ Drill Up ดังรูป ก.20



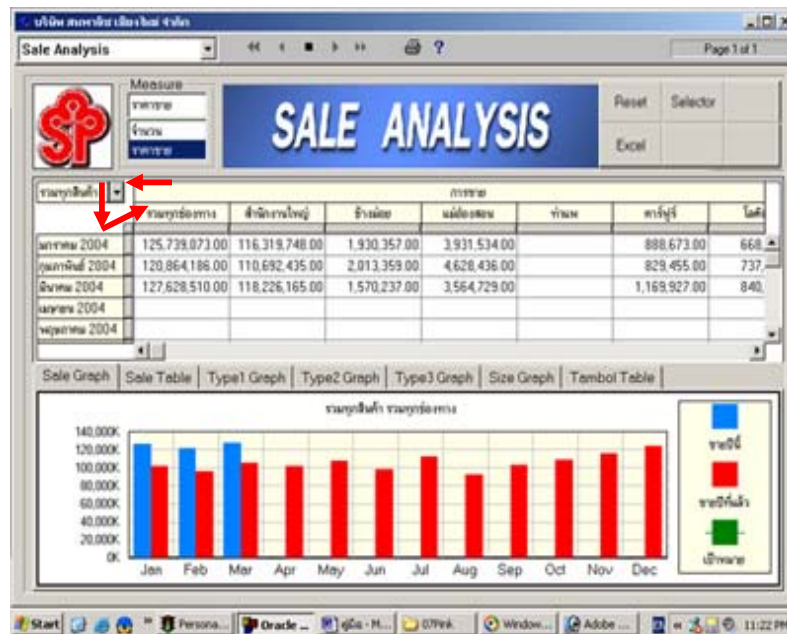
รูป ก.20 การใช้ Drill Up ของช่องทางการจำหน่ายสินค้า

ก10 การหมุนแกนเพื่อเลือกดูข้อมูลในมุมมองต่างๆ

นอกเหนือจากการเจาะลึกข้อมูลสินค้าหรือ ช่องทางการขายโปรแกรม MARKET ที่สร้างขึ้นนี้ยังสามารถดูข้อมูลได้ในรูปแบบที่แตกต่างกัน เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเปลี่ยนมุมมองการดูข้อมูลได้หลากหลายขึ้นโดยการเปลี่ยนมุมมองนี้เรียกว่าการหมุนแกน โดยวิธีการหมุนแกนสามารถทำได้โดยการลากหรือสลับข้อมูลระหว่างแกนกัน เช่นการลาก ข้อมูลสินค้าไปแทนที่เดือนที่แสดงสินค้า ดังรูป ก.19 และสามารถสลับแกนทั้งสามแกนได้ดังรูป ก.21



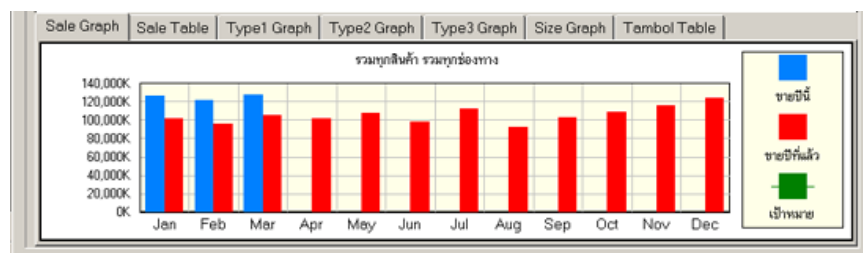
รูป ก.21 การหมุนแกนเดือนสลับกับแกนสินค้า



รูป ก.22 การหมุนแกนช่องทางสลับกับแกนเดือนและสลับกับแกนสินค้า

ก11. การวิเคราะห์การขายโดยใช้ Sale Graph

Sale Graph เป็นส่วนแสดงค่าของจำนวนสินค้าที่ขายได้ ยอดเงินสินค้าที่ขายได้ และเป้าหมายการขายในรูปแบบกราฟสี โดยจะมีการเปรียบเทียบในสามส่วนคือ ยอดปัจจุบัน ในอดีต และเป้าหมาย โดยตัวกราฟนี้จะแสดงค่าต่างๆ ตามการ Drill Down สินค้าหรือช่องทางดังรูป ก.23

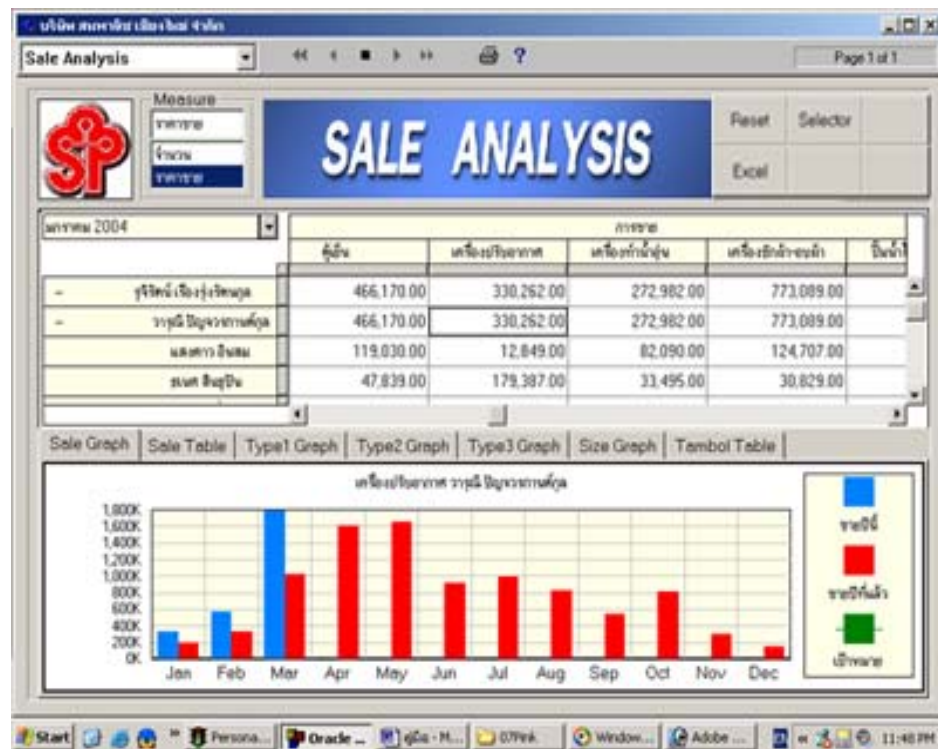


รูป ก.23 หน้าต่างSale Graph ที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าการขายต่างๆ

การวิเคราะห์โดยใช้ Sale Graph นี้ผู้ใช้งานสามารถวิเคราะห์ค่าในมุมมองที่แตกต่างกันได้ ดังนี้

1. ความสามารถของช่องทางต่างๆจนถึงความสามารถของพนักงานแต่ละคน เช่น

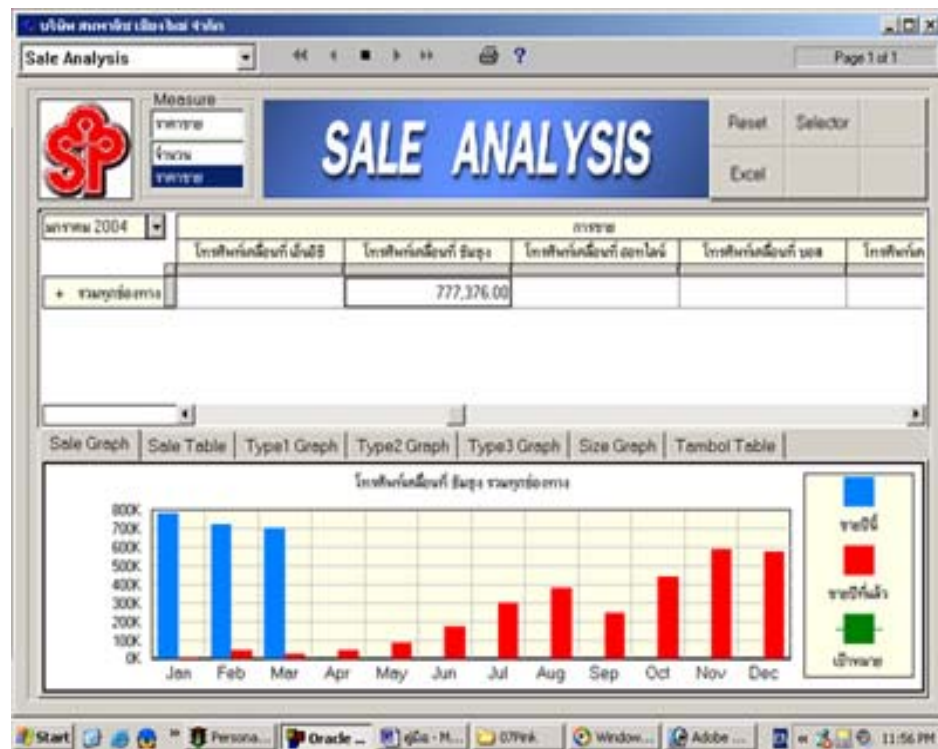
วารุณี ปัญจวรกานต์กุล เป็นพนักงานขาย ที่สำนักงานใหญ่ สังกัดแผนกการขายหน้าร้าน และเป็นลูกน้องของ รุจิรัตน์ เรืองรุ่งรัตนกุล สามารถขายของได้ 330,262 บาทในเดือนมกราคมปีนี้ และจากรูปที่ 24 ตรงส่วนของกราฟ จะเห็นการพัฒนาความสามารถเทียบกับปีที่แล้วว่าขายของในช่วงเวลาเดือนนี้ได้มากขึ้น



รูป ก.24 ความสามารถของพนักงาน

2. สินค้าที่ขายดีที่มีอนาคตน่าลงทุนทำตลาด

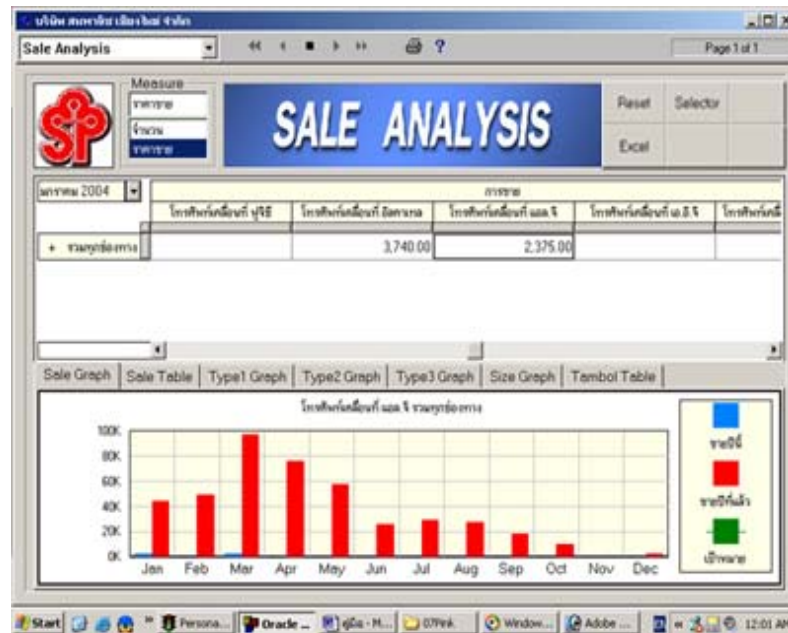
จากรูป ก.24 จะเห็นว่าสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ ชัมซุง นั้นมียอดขายดีขึ้นเมื่อเทียบกับยอดขายในปีที่ผ่านมา อันเกิดจากปัจจัยที่หลากหลาย แต่เมื่อเทียบยอดขายแล้วเป็นโทรศัพท์มือถือที่น่าทำตลาดเป็นอย่างยิ่ง



รูป ก.25 สินค้าที่ขายดีที่มีอนาคต

3. สินค้าที่มีปัญหาต้องรีบวิเคราะห์แก้ไขการทำตลาด

จากรูป ก.25 จะเห็นว่าสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ แอล จี นั้นมียอดขายลดลงเมื่อเทียบกับยอดขายในปีที่ผ่านมา หลายสาเหตุ ทั้งภายใน และภายนอก ดังนั้นผู้บริหารต้องทำการวิเคราะห์หาสาเหตุของยอดขายที่ลดลง และหาวิธีแก้ไข เพื่อเพิ่มยอดขายของสินค้านี้



รูป ก.26 สินค้าที่มีปัญหา

ก12. การวิเคราะห์การขายโดยใช้ Sale Table

Sale Table เป็นส่วนแสดงค่าของจำนวนสินค้าที่ขายได้ ยอดเงินสินค้าที่ขายได้ และเป้าหมายการขายในรูปแบบตาราง โดยใช้วิเคราะห์ค่าต่างๆคล้ายๆ กับ Sale Graph แต่ต่างกันตรงรูปแบบการแสดง และรายละเอียดที่เพิ่มขึ้น โดยที่ Sale Table นี้จะมีรูปแบบการแสดงค่าเป็นตารางที่มีรายละเอียดดังที่เห็นดังตารางนี้

ตาราง ก.1 รายละเอียด Sale Table

หัวข้อ	ความหมาย
ขายปีนี้	ยอดขายของปีที่เราเลือกวิเคราะห์
ขายปีที่แล้ว	ยอดขายของปีที่ผ่านมา
เป้าหมาย	เป้าหมายของปีที่เราเลือกวิเคราะห์
% ผลต่างปีที่แล้ว	ผลต่างของยอดขายเป็น %
% บรรลุเป้าหมาย	เปรียบเทียบยอดขายกับเป้าหมายเป็น%

ตาราง ก.1 รายละเอียด Sale Table (ต่อ)

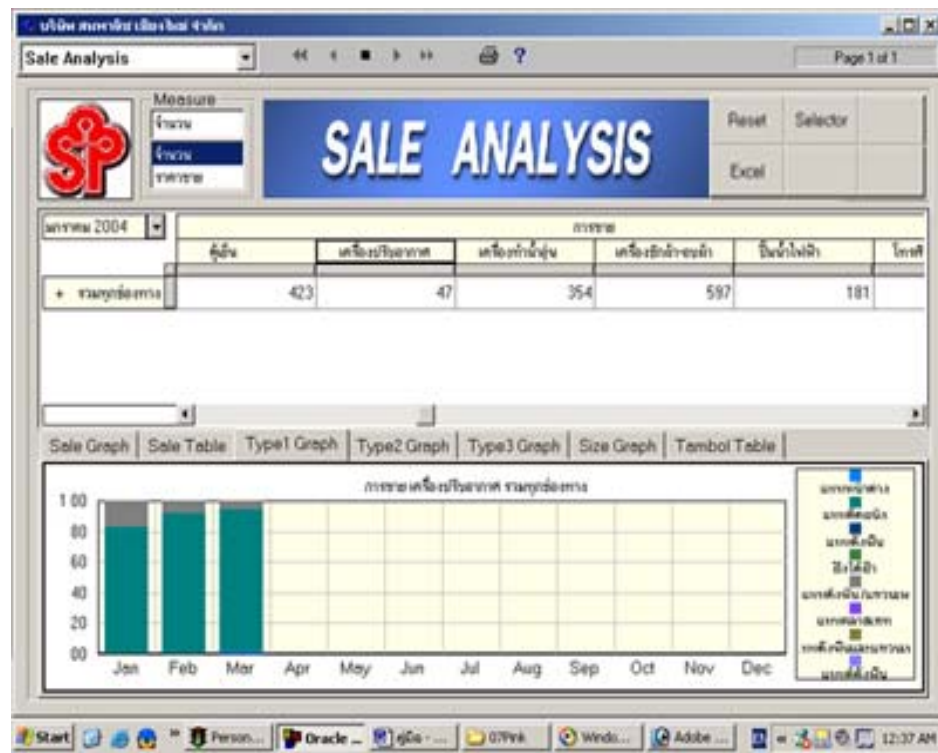
หัวข้อ	ความหมาย
ขายสะสม	ยอดขายสะสมเป็นเดือน
เป้าหมายสะสม	เป้าหมายสะสมเป็นเดือน
ขายสะสมปีที่แล้ว	ยอดขายสะสมของปีที่แล้ว
% ผลต่างสะสมปีที่แล้ว	ผลต่างของยอดขายสะสมเป็น %
% บรรลุเป้าหมายสะสม	% ยอดบรรลุเป้าหมายสะสม

Sale Graph	Sale Table	Type1 Graph	Type2 Graph	Type3 Graph	Size Graph	Tambol Table
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun
ขายปีนี้	5,463	4,757	5,633			
ขายปีที่แล้ว	5,544.00	5,394.00	5,752.00	5,702.00	5,681.00	5,412.00
เป้าหมาย						
% ผลต่างปีที่แล้ว	-1.46	-11.81	-2.07			
Size Graph Tambol Table						

รูป ก.27 ส่วนแสดงค่าต่างๆของ Sale Table

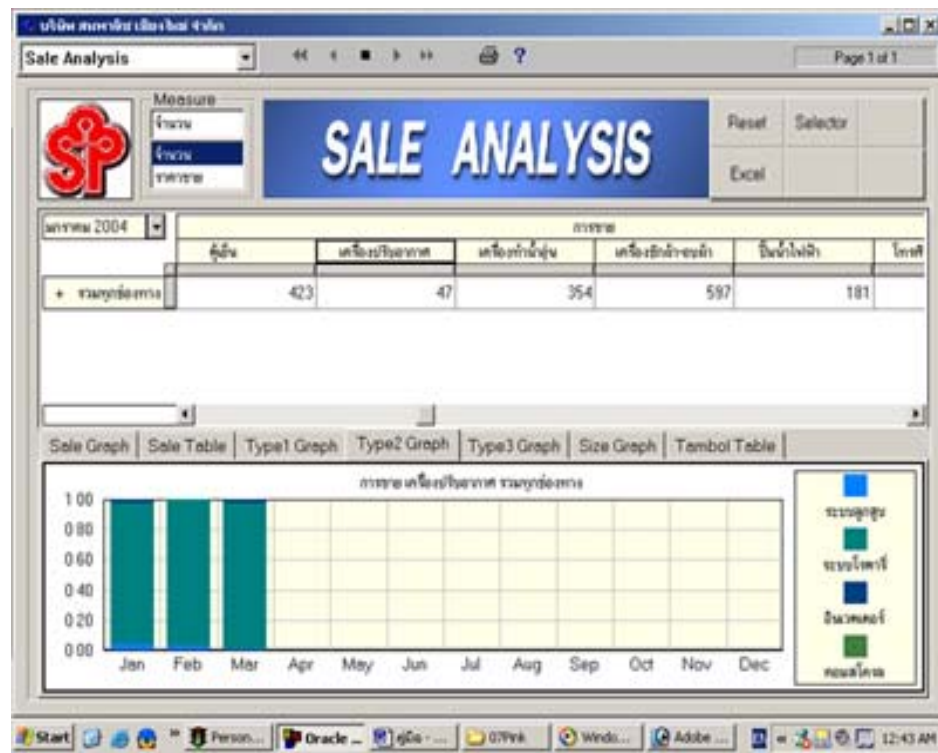
ก13. การวิเคราะห์ประเภทสินค้าขายดีในแบบต่างๆโดยใช้ส่วนแสดงข้อมูล Type1,2,3 Graph

การวิเคราะห์ประเภทสินค้าขายดีในแบบต่างๆ คือการนำเอกลักษณ์ของสินค้านั้นมาวิเคราะห์ว่าสินค้าชนิดนี้มีลักษณะใดที่ทำให้ขายดี โดยข้อมูลประเภทสินค้านี้สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้ฝ่ายการตลาดสามารถทำการตลาดได้อย่างถูกต้อง และสามารถวิเคราะห์ว่าควรใช้สินค้าประเภทใดมาทำตลาดในช่วงเวลาต่างๆได้อย่างเหมาะสม โดยการวิเคราะห์ของบริษัทสหพานิชเชียงใหม่จำกัดนี้จะใช้ประเภทสินค้าที่แตกต่างกันถึงสามแบบมาทำการวิเคราะห์โดยใช้กราฟที่แตกต่างกันยกตัวอย่างเช่น



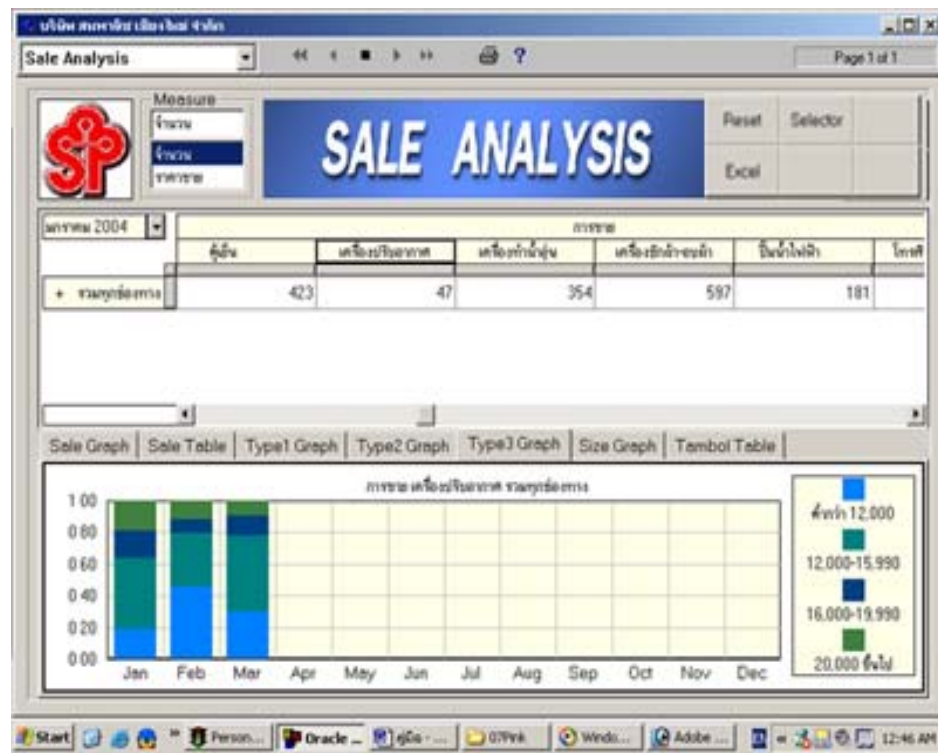
รูป ก.28 แสดงสินค้าเครื่องปรับอากาศแบบที่กำลังได้รับความนิยมในปี 2004 ในมุมมองที่ 1

จากรูป ก.28 จะเห็นว่าแนวโน้มเครื่องปรับอากาศที่กำลังได้รับความนิยมในขณะนี้ คือเครื่องปรับอากาศแบบติดผนัง และเครื่องปรับอากาศแบบติดเพดานและตั้งพื้น ส่วนเครื่องปรับอากาศแบบหน้าต่าง และแบบฝังใต้ฝานั้นไม่ได้รับความนิยมในขณะนี้ จาก Type1 Graph จะเห็นได้ว่าเครื่องปรับอากาศที่ควรทำตลาดมีอยู่สองแบบคือ แบบติดผนังและแบบติดเพดานหรือตั้งพื้น ตามลำดับ



รูป ก.29 แสดงสินค้าเครื่องปรับอากาศแบบที่กำลังได้รับความนิยมในปี 2004 ในมุมมองที่ 2

จากรูป 29 จะเห็นว่าแนวโน้มเครื่องปรับอากาศที่กำลังได้รับความนิยมในขณะนี้คือ เครื่องปรับอากาศแบบโรตารี ส่วนเครื่องปรับอากาศแบบลูกสูบ หรือ อินเวอร์เตอร์นั้นไม่ได้รับความนิยม ในขณะนี้ จาก Type2 Graph จะเห็นว่าเครื่องปรับอากาศที่ควรทำตลาดมีอยู่หนึ่งแบบคือแบบโรตารี

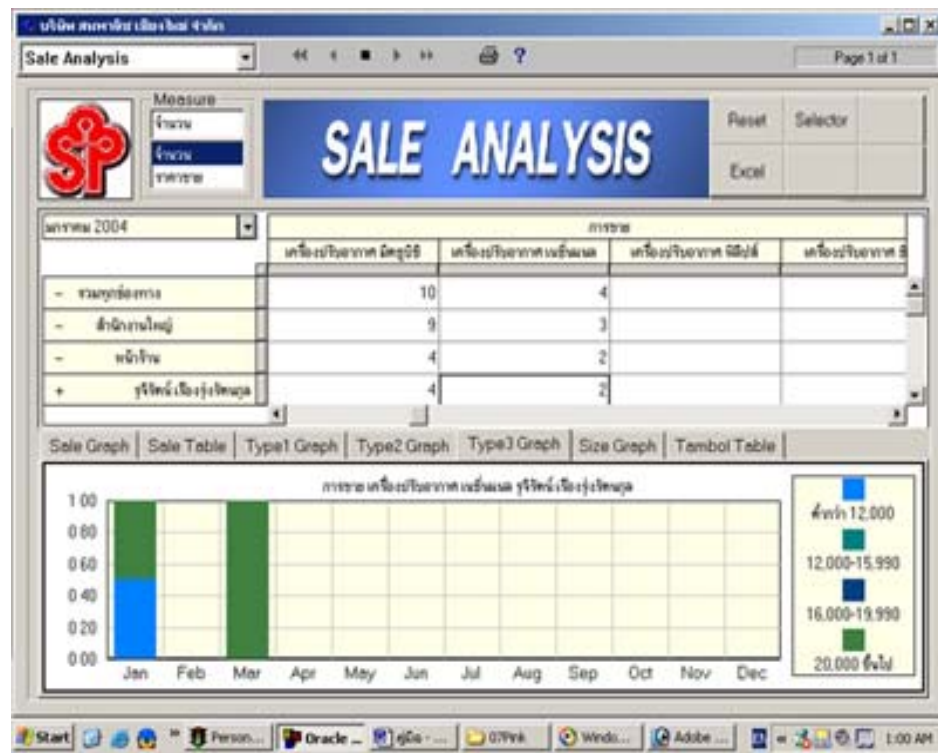


รูป ก.30 แสดงสินค้าเครื่องปรับอากาศแบบที่กำลังได้รับความนิยมในปี 2004 ในมุมมองที่ 3 แบบภาพรวม

จากรูป ก.30 จะเห็นว่าแนวโน้มเครื่องปรับอากาศที่กำลังได้รับความนิยมในขณะนี้คือเครื่องปรับอากาศแบบ ส่วนเครื่องปรับอากาศแบบ 12000-15000 BTU และ แบบต่ำกว่า 12000 BTU ถ้า BTU มากกว่านี้มักไม่ได้รับความนิยมในขณะนี้ อาจเป็นสาเหตุมาจากค่าไฟฟ้าที่มากตาม BTU คนจึงไม่นิยม จาก Type3 Graph แสดงให้เห็นว่าเครื่องปรับอากาศที่ควรทำตลาดควรต่ำกว่า 15000 BTU

จากข้อมูลต่างๆสรุปได้ว่าเครื่องปรับอากาศที่ได้รับความนิยมควรเป็นแบบแขวนผนัง ขนาดต่ำกว่า 15000 BTU และควรเป็นแบบโรตารี

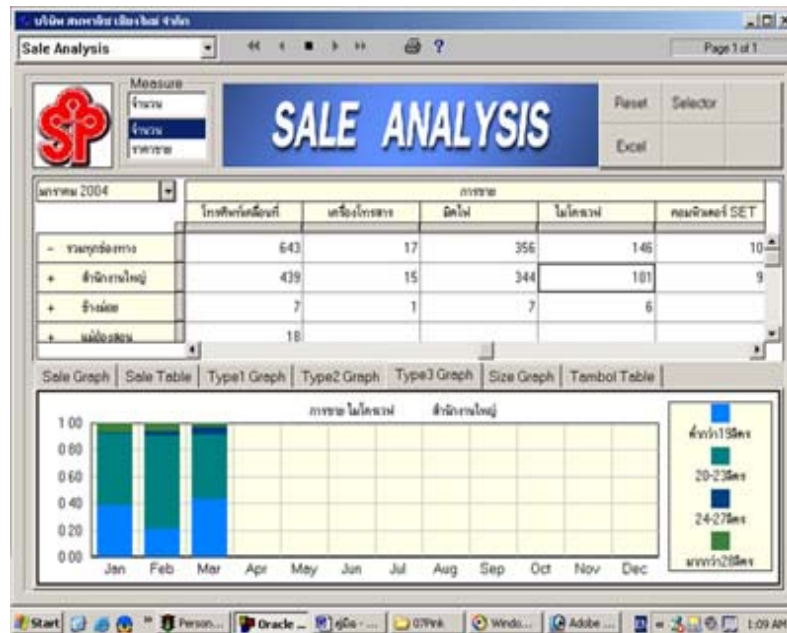
จากวิเคราะห์สินค้าขายดีตามประเภทต่างๆถึง 3 แบบแล้ว ผู้ใช้สามารถนำ Type1, 2, 3 Graph มาวิเคราะห์หาแนวทางการตลาดต่างๆได้อีกเช่น ช่องทางใดขายเครื่องปรับอากาศแบบใดได้ดี หรือว่าพนักงานคนไหนถนัดขายสินค้าประเภทใดได้ดีกว่า เพื่อจัดสรรความเหมาะสมต่างๆให้เป็นประโยชน์กับการทำการตลาดของบริษัท



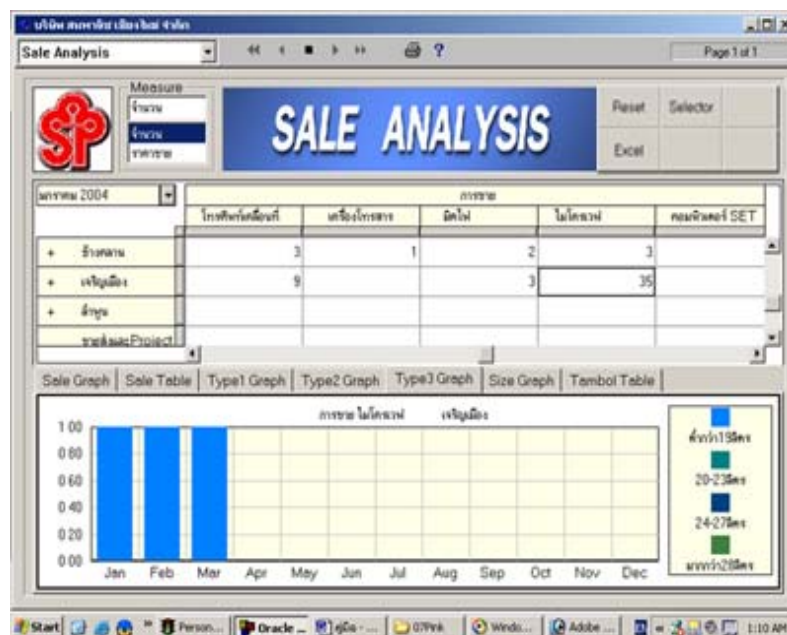
รูป ก.31 แสดงสินค้าเครื่องปรับอากาศแบบที่กำลังได้รับความนิยมในปี 2004 ในมุมมองที่ 3 แบบเจาะรายละเอียด

จากรูป ก.31 ทำให้ทราบว่า รูจิร์ตน์ เรืองรุ่งรัตนกุล ขายเครื่องปรับอากาศ เนชั่นแนล ได้ดีในแบบ 20000 BTU ในเดือน มีนาคม 2004 ได้ 4 ตัว ดังนั้นควรสนับสนุนให้รูจิร์ตน์ ทำตลาดกับสินค้านี้เพื่อความเหมาะสม

นอกเหนือจากการวิเคราะห์ดังกล่าวแล้วผู้บริหารยังสามารถใช้ Type1, 2, 3 Graph ในการวิเคราะห์สินค้าที่ขายดีตามพื้นที่ต่างๆ และด้านสินค้าคงคลังที่สาขาต่างๆ ได้ดังรูป ก.28ก.29 และ ก.30



รูป ก.32 แสดงสินค้าไมโครเวฟที่สำนักงานใหญ่ในมุมมองที่3 แบบภาพรวม

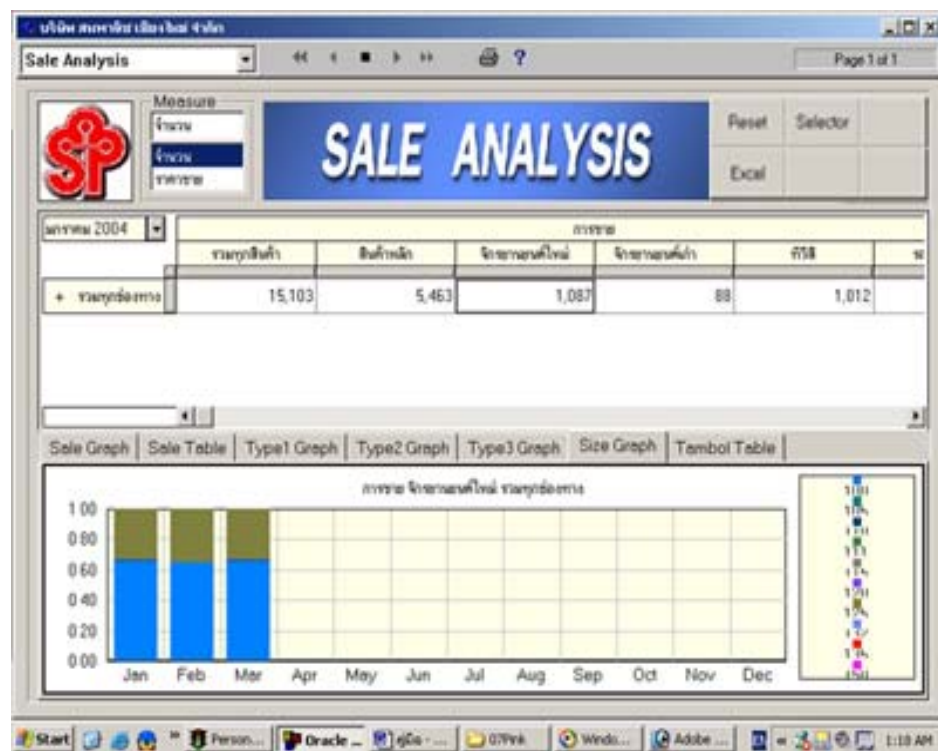


รูป ก.33 แสดงสินค้าไมโครเวฟที่สาขาเจริญเมืองในมุมมองที่3 แบบเจาะรายละเอียด

จากข้อมูลที่ได้จากทั้งสองรูปแสดงให้เห็นว่าที่สาขาส่วนใหญ่ลูกค้าจะนิยมไมโครเวฟที่ต่ำกว่า 19 ลิตร ไม่หลากหลายเหมือนสำนักงานใหญ่ ดังนั้นการเตรียมของในสินค้าคงคลังของสาขานี้จึงไม่จำเป็นต้องเตรียมไมโครเวฟมีขนาดที่หลากหลายมากนัก

ก14. การวิเคราะห์ประเภทสินค้าขายดีในขนาดต่างๆกันโดยใช้ Size Graph

นอกเหนือจากการวิเคราะห์ Type1, 2, 3 Graph แล้ว สินค้าบางประเภทเช่นรถจักรยานยนต์ยังสามารถใช้ขนาดมาใช้ในการวิเคราะห์สินค้าที่ขายดีได้



รูป ก.34 แสดงสินค้ารถจักรยานยนต์ที่ขนาดต่างๆกัน

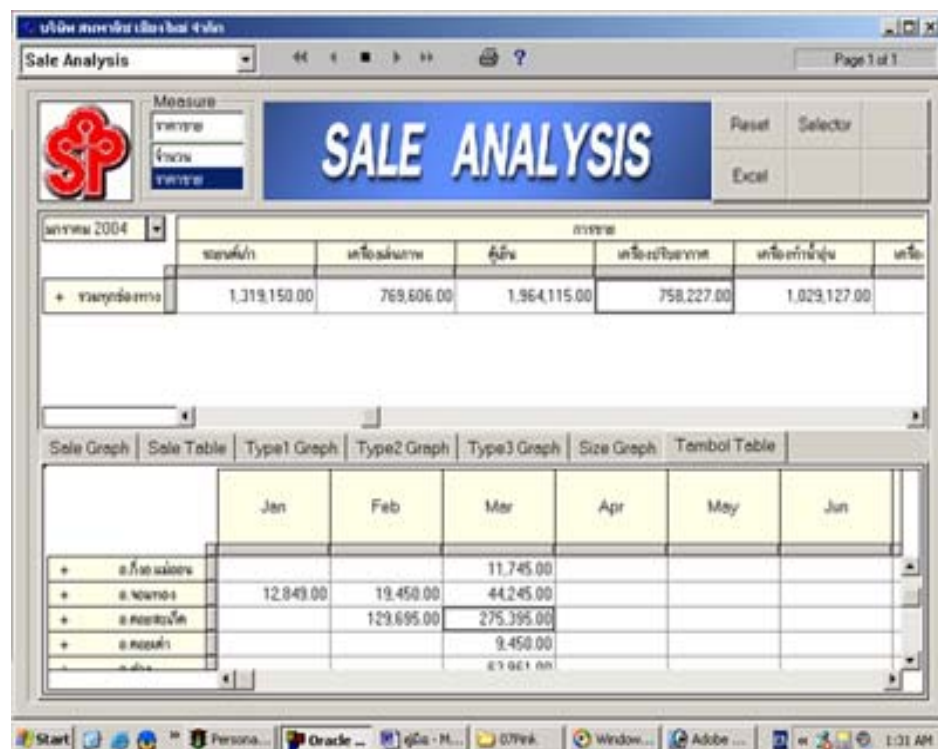
จากรูป ก.34 จะพบว่าสินค้ารถจักรยานยนต์ที่ขายดีในปีนี้ได้แก่รถจักรยานยนต์ 100 cc กับ 125 cc ดังนั้นผู้บริหารสามารถวางแผนการทำตลาดจักรยานยนต์ได้ง่ายขึ้น

ก15. การวิเคราะห์พื้นที่ขายสินค้าโดยใช้ส่วนแสดงข้อมูล Tambon Table

1) การวิเคราะห์สินค้าโดยดูในแต่ละพื้นที่

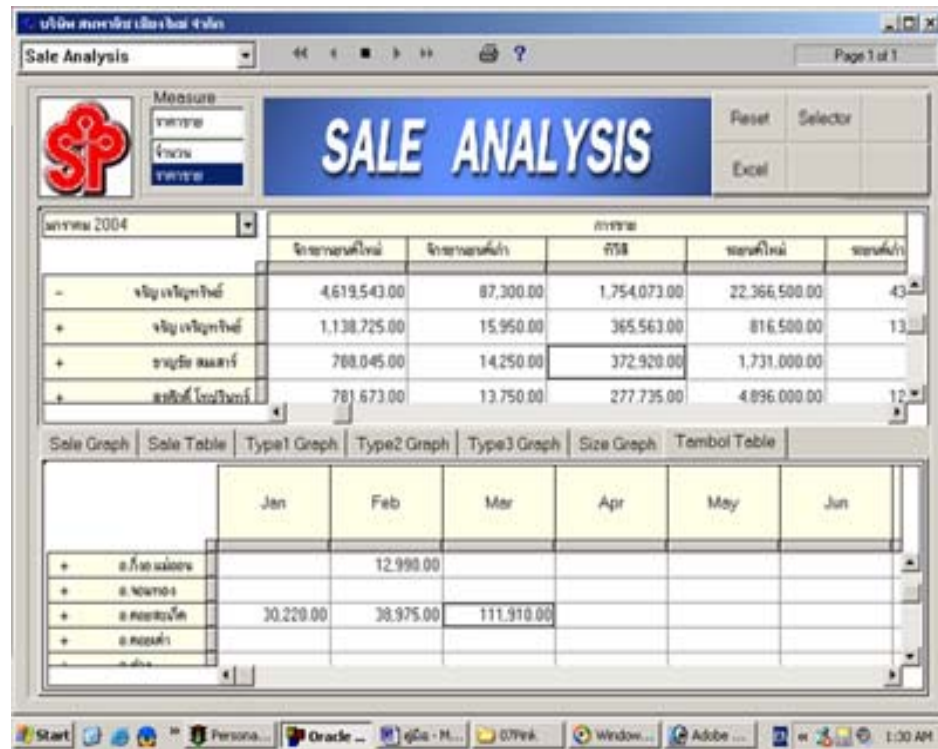
ผู้ใช้งานสามารถนำข้อมูลจากโปรแกรมมาวิเคราะห์หาพื้นที่ที่ขายสินค้าชนิดใดได้คิดว่าควรทำตลาดแบบใดให้เหมาะสมกับพื้นที่ใด วิธีวิเคราะห์ทำได้โดย

- เลือกแสดงค่าการขายเป็นจำนวน หรือ ราคาขาย
- เลือกปีที่ต้องการวิเคราะห์
- เลือกเดือนที่ต้องการวิเคราะห์
- การเลือกช่องทางจำหน่ายสินค้าเป็นแบบรวมทุกช่องทาง
- เลือกสินค้า เช่น เครื่องปรับอากาศ
- คลิกที่ค่าในตารางการขาย
- เลือก Tambon Table
- เลือก Drill Down หาพื้นที่ที่ขายเครื่องปรับอากาศได้มาก



รูป ก.35 พื้นที่ที่เครื่องปรับอากาศขายดีในเดือนมีนาคม 2004

2) พนักงานเสนอขายคนใดทำการตลาดได้ดีในพื้นที่ใด

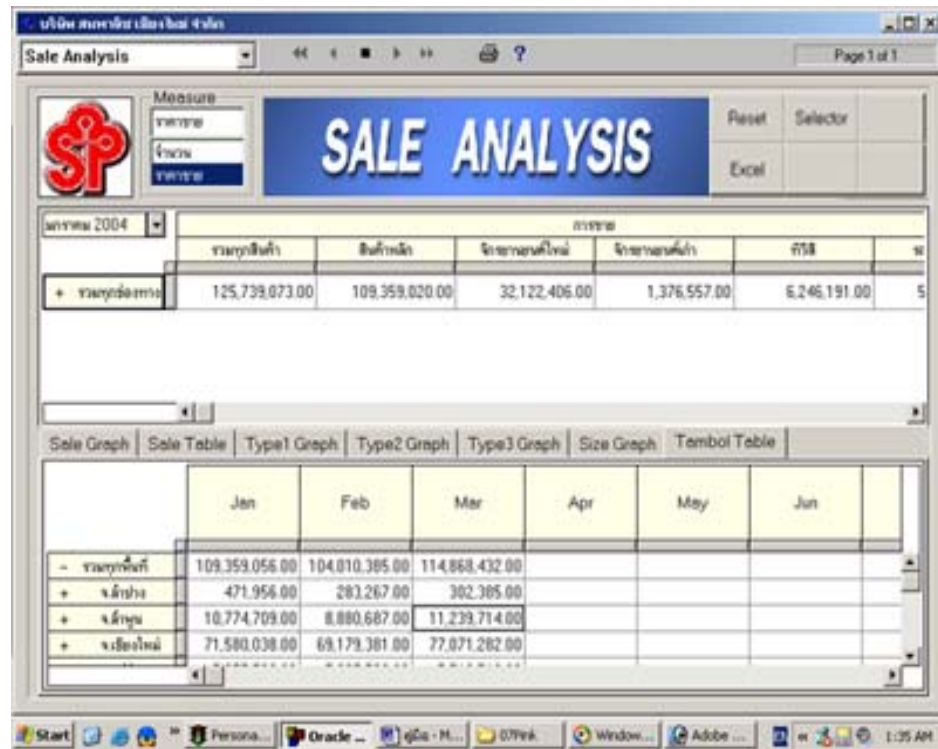


รูป ก.36 พนักงานเสนอขายที่ทำการตลาดด้านทีวีได้ดีใน อ. คอยสะแก

จากรูป ก.36 ผู้ใช้สามารถนำข้อมูลจากโปรแกรมมาวิเคราะห์ว่าพนักงานเสนอขายท่านใดทำน้ดการทำการตลาดในพื้นที่ใด วิธีวิเคราะห์ทำได้โดย

- เลือกแสดงค่าการขายเป็นจำนวน หรือ ราคาขาย
- เลือกปีที่ต้องการวิเคราะห์
- เลือกเดือนที่ต้องการวิเคราะห์
- เลือกชื่อพนักงานเสนอขายที่อยู่ในแกนช่องทางจำหน่ายสินค้า
- เลือกสินค้า เช่น ทีวีสี
- คลิกที่ค่าในตารางการขาย
- เลือก Tambon Table
- เลือก Drill Down จนหาพื้นที่ที่ขายทีวีสีได้มากจนพบ

3) พื้นที่ใดมีแนวโน้มที่จะได้ขยายสาขา

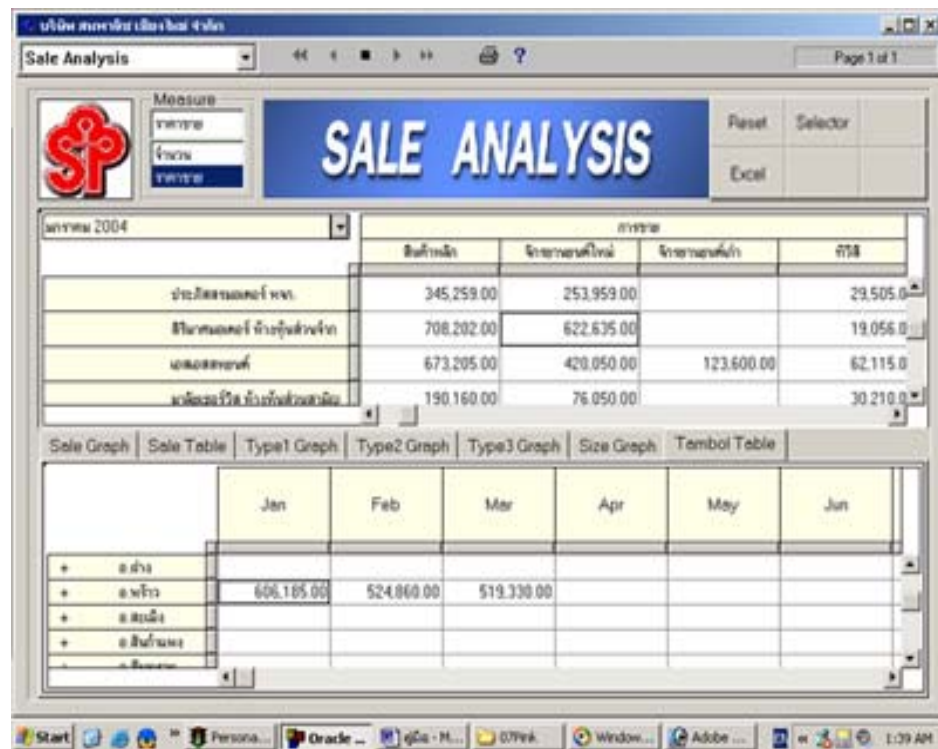


รูป ก.37 พื้นที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายมาก

จากรูป ก.37 ผู้ใช้สามารถนำข้อมูลจากโปรแกรมมาวิเคราะห์ว่าพื้นที่ใดมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาก เหมาะแก่การส่งตัวแทนเสนอขายไปทำการตลาดวิธีวิเคราะห์ทำได้โดย

- เลือกแสดงค่าการขายเป็นจำนวน หรือ ราคาขาย
- เลือกปีที่ต้องการวิเคราะห์
- เลือกเดือนที่ต้องการวิเคราะห์
- เลือกรวมทุกช่องทาง
- เลือกสินค้า เช่น จักรยานยนต์
- คลิกที่ค่าในตารางการขาย
- เลือก Tambol Table
- เลือก Drill Down จนหาพื้นที่ที่ขายรถจักรยานยนต์ได้มากที่สุด

4) ควรช่วยตัวแทนจำหน่ายในการทำการตลาดที่ใด



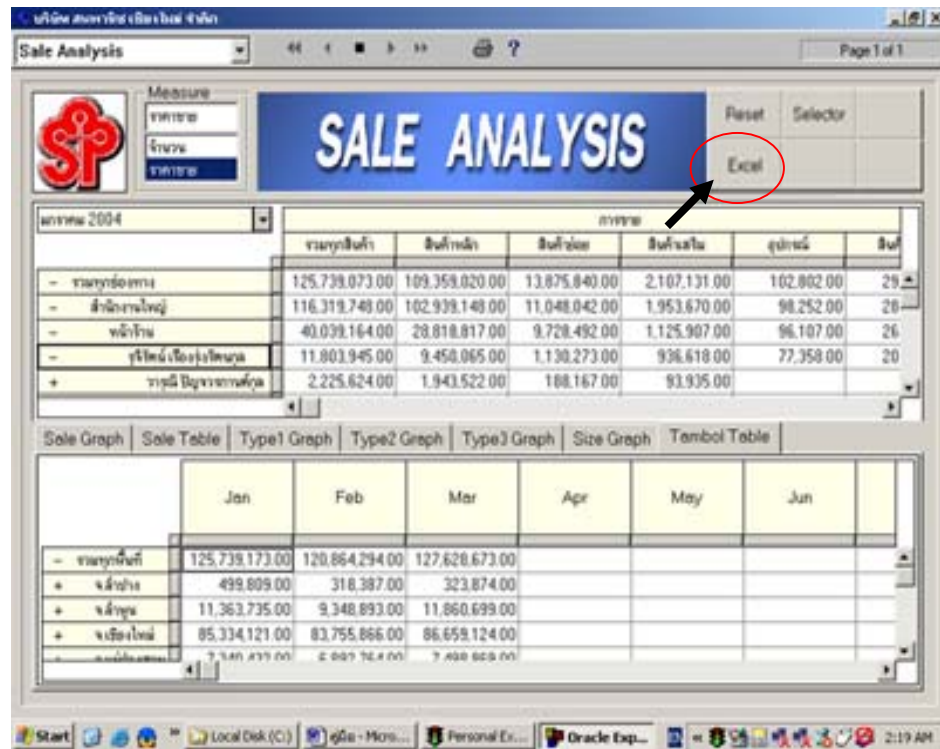
รูป ก.38 ตัวแทนที่มียอดขายรายรถจักรยานยนต์สูง

จากรูป ก.38 ผู้ใช้สามารถนำข้อมูลจากโปรแกรมมาวิเคราะห์ว่าตัวแทนใดมียอดขายสินค้าได้ดี เหมาะแก่เตรียมสินค้าสนับสนุนจากสำนักงานใหญ่ไปให้ ทำได้โดย

- เลือกแสดงค่าการขายเป็นจำนวน
- เลือกปีที่ต้องการวิเคราะห์
- เลือกเดือนที่ต้องการวิเคราะห์
- เลือกตัวแทนจำหน่ายจากช่องทางจำหน่ายสินค้า
- เลือกสินค้า เช่น จักรยานยนต์ใหม่
- คลิกที่ค่าในตารางการขาย
- เลือก Tambon Table
- เลือก Drill Down จนหาพื้นที่ที่ขายรถจักรยานยนต์ใหม่ได้มากที่สุด

ก16. การนำข้อมูลต่างๆลงโปรแกรม Excel

ผู้ใช้โปรแกรมสามารถนำข้อมูลต่างๆ ในตารางการขายถ่ายลงสู่โปรแกรม Microsoft Excel ได้ โดยการคลิกเลือกข้อมูลที่ต้องการ จากนั้นคลิกที่ปุ่ม Excel ดังรูป ก.39



รูป ก.39 ปุ่มถ่ายข้อมูล Sale ลงโปรแกรม Microsoft Excel

Microsoft Excel - market

File Edit View Insert Format Tools Data Window Help

Type a question for help

MS Sans Serif 10

A1 6 มกราคม 2004

	A	B	C	D	E	F	G
				การรวม			
		รวมทุกสินค้า	สินค้าหลัก	สินค้ารอง	สินค้าเสริม	อุปกรณ์	สินค้าฝาก
4	รวมทุกสินค้า	125,739,073.00	109,359,020.00	13,875,840.00	2,107,131.00	102,002.00	294,280.00
5	สินค้าหลัก (รวม)	116,319,748.00	102,939,148.00	11,048,042.00	1,953,670.00	98,252.00	280,636.00
6	สินค้าหลัก	40,039,164.00	28,818,817.00	9,728,492.00	1,125,907.00	96,107.00	269,841.00
7	สินค้าหลัก สินค้ารอง	11,803,945.00	9,458,065.00	1,130,273.00	936,618.00	77,358.00	209,631.00
8	รวมสินค้าหลัก	2,225,624.00	1,943,522.00	188,167.00	93,935.00		
9	รวมสินค้าหลัก	3,841,987.00	3,814,514.00	27,473.00			
10	รวมสินค้าหลัก สินค้ารอง	2,349,871.00	1,749,683.00	59,162.00	524,928.00	16,098.00	
11	รวมสินค้าหลัก สินค้ารอง	756,452.00	251,048.00	498,904.00	6,500.00		
12	รวมสินค้าหลัก สินค้ารอง	1,092,345.00	686,165.00	36,315.00	309,505.00	60,360.00	
13	รวมสินค้าหลัก สินค้ารอง	721,339.00	440,477.00	250,702.00	1,750.00	900.00	27,510.00
14	รวมสินค้าหลัก สินค้ารอง	69,550.00		69,550.00			
15	รวมสินค้าหลัก สินค้ารอง	170,500.00					170,500.00
16	รวมสินค้าหลัก สินค้ารอง	576,197.00	564,656.00				11,541.00
17	รวมสินค้าหลัก						
18	รวมสินค้าหลัก	19,158,802.00	19,104,310.00				54,492.00
19	รวมสินค้าหลัก	101,365.00			97,865.00	3,500.00	
20	รวมสินค้าหลัก	8,249,801.00	99,239.00	8,135,872.00	11,550.00		3,140.00
21	รวมสินค้าหลัก	725,251.00	165,203.00	462,347.00	79,674.00	15,249.00	2,578.00
22	รวมสินค้าหลัก	34,250,331.00	33,580,094.00	236,662.00	428,585.00	1,995.00	2,995.00
23	รวมสินค้าหลัก	42,030,253.00	40,540,237.00	1,082,888.00	399,178.00	150.00	7,600.00
24	รวมสินค้าหลัก	1,930,357.00	1,752,214.00	97,154.00	76,439.00	4,550.00	
25	รวมสินค้าหลัก	3,931,534.00	2,488,222.00	1,418,454.00	18,299.00		8,559.00
26	รวมสินค้าหลัก						

Ready

Start Local... ฮาร์ดดิสก์... Pers... Orac... Add... Micr... 2:22 AM

รูป ก.40 ข้อมูลที่ถูกถ่ายลงมาบน Excel