

บทที่ 4

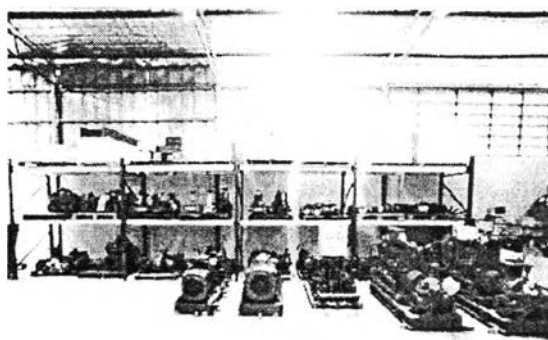
การศึกษาข้อมูลทั่วไปของการปฏิบัติงาน และการขายของบริษัทตัวอย่าง

ในบทนี้จะกล่าวถึงรายละเอียดของความเป็นมาการดำเนินธุรกิจ ผังองค์กร รายละเอียดการทำงานของแต่ละหน่วยธุรกิจ อีกทั้งขั้นตอนงานขายของบริษัทตัวอย่าง

4.1 ความเป็นมาของบริษัทตัวอย่าง

บริษัทกรณีศึกษาตัวอย่าง เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจทางการขาย เครื่องสูบน้ำที่ใช้ในงานอุตสาหกรรม ระบบวิศวกรรมและการให้บริการหลังการขายและอะไหล่ โดยมีโรงงานผลิตซึ่งตั้งในภูมิภาคยุโรปและอเมริกา มีสาขาของการดำเนินงานกว่า 50 สาขาทั่วโลก สำนักงานใหญ่ตั้ง ณ ประเทศอังกฤษ โดยมีสำนักงานใหญ่ประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ณ ประเทศสิงคโปร์

สำนักงานในประเทศไทยได้เปิดดำเนินงานมากกว่า 10 ปี ซึ่งเดิมในช่วงแรก บริษัทดังกล่าวจะเน้นหนักธุรกิจทางด้านเครื่องสูบน้ำดับเพลิง เครื่องสูบน้ำประปา และเครื่องสูบน้ำเพิ่มแรงดันที่ใช้ในงานอาคาร และโรงงานอุตสาหกรรม อีกทั้งครอบคลุมเครื่องสูบน้ำที่ใช้กับงานราชการ อาทิ หน่วยงานประปาภูมิภาค และประปาเทศบาล แต่ในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา สืบเนื่องจากการควมรวมกิจการของบริษัทและโรงงานในต่างประเทศ การดำเนินธุรกิจของบริษัทกรณีศึกษาตัวอย่าง จึงได้ขยายวงออกไปสู่ภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น โดยนำผลิตภัณฑ์เครื่องสูบน้ำของเหลวในงานอุตสาหกรรม ระบบวิศวกรรม ไปสู่ลูกค้า ทั้งอุตสาหกรรมปิโตรเคมี อุตสาหกรรมอาหารและยา เป็นต้น



รูปที่ 4.1 แสดงสำนักงานขาย ศูนย์บริการ กรุงเทพฯ พร้อมสินค้าคงคลังและบริการหลังการขาย

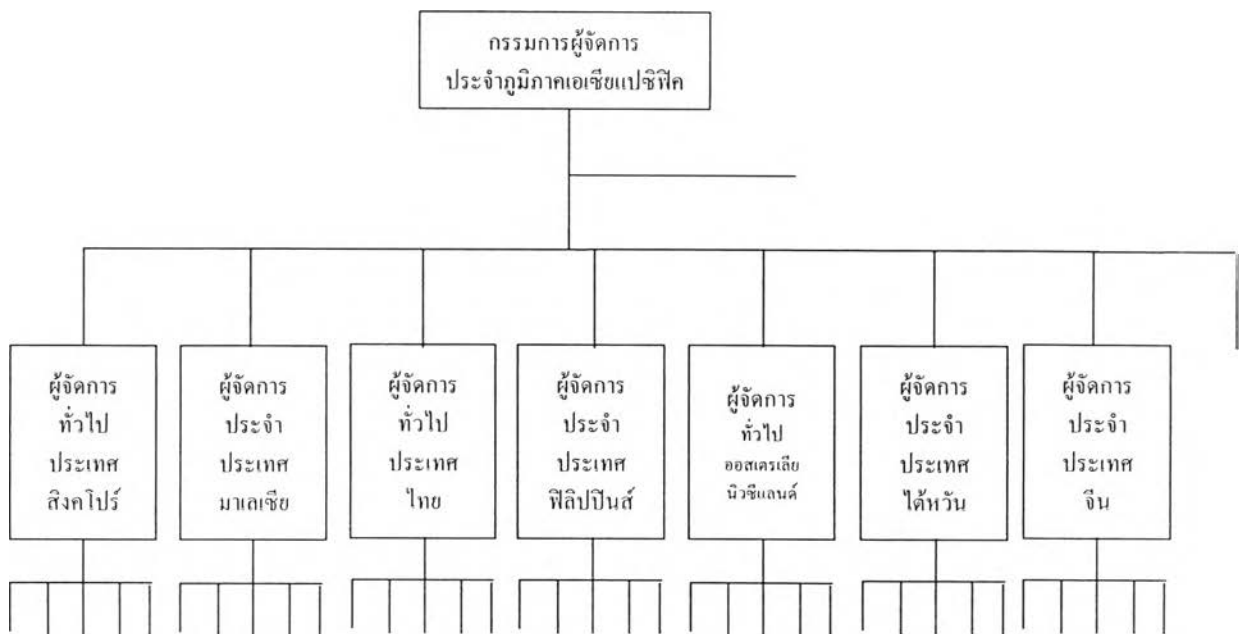
4.2 การดำเนินธุรกิจ

ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนั้น ทางบริษัทแม่มีนโยบายการดำเนินธุรกิจโดยมี สำนักงานประจำแต่ละประเทศ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ ไต้หวันและประเทศจีน ทั้งนี้ ยกเว้นประเทศเวียดนาม กัมพูชา พม่า ลาว บรูไน อินโดนีเซีย เกาหลี และ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจะควบคุมดูแลโดยสิงคโปร์เอง ทั้งนี้เพื่อดำเนินธุรกิจทางการขาย และการให้บริการหลังการขายและอะไหล่ ให้แก่ลูกค้า ณ ประเทศนั้นอย่างใกล้ชิดและทั่วถึง

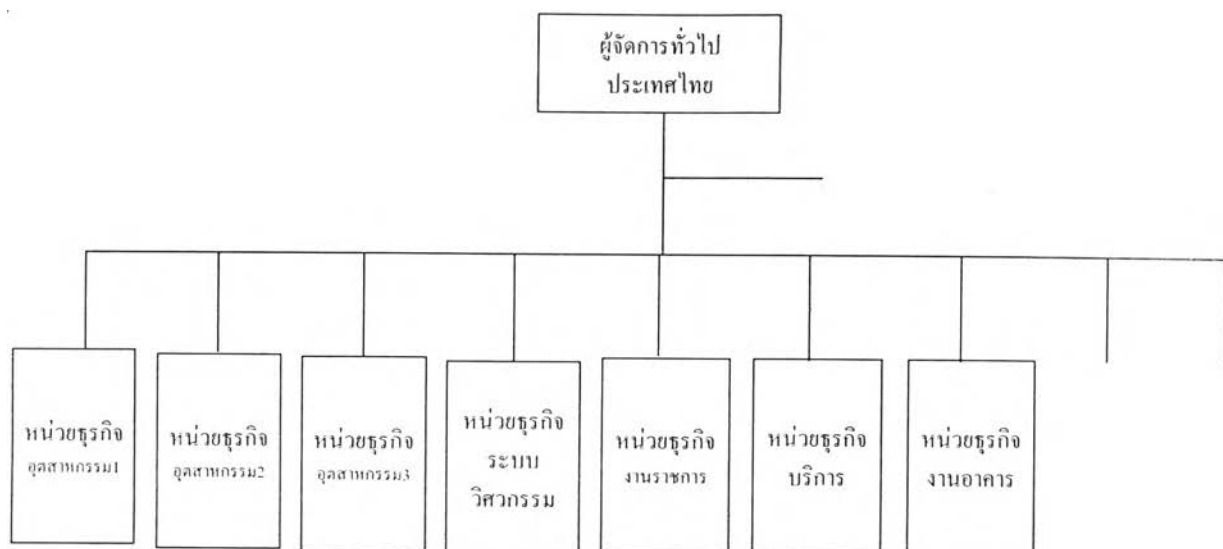


รูปที่ 4.2 แสดงสำนักงานขาย ศูนย์บริการ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ซึ่งรูปแบบการบริหารงานนั้น จะประกอบด้วย กรรมการผู้จัดการเพียง 1 คน เป็นชาวต่างประเทศ ประจำ ณ ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งจะควบคุมเป้าหมายและให้นโยบายงานขายของแต่ละประเทศ โดยในแต่ละประเทศนั้นจะควบคุมการดำเนินงาน บริหาร โดยผู้จัดการทั่วไป (General Manager) หรือผู้จัดการประจำประเทศ (Country Manager) ในส่วนการสนับสนุนข้อมูลการขายทางเทคนิค จะได้รับการช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคประจำแต่ละโรงงาน ขึ้นกับว่าผลิตภัณฑ์นั้นๆมาจากโรงงานใด ซึ่งฟังก์ชันของบริษัทกรณีศึกษาตัวอย่าง ในภาพรวมทั้งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และของบริษัทกรณีศึกษาตัวอย่าง ดังแสดงในรูปที่ 4.3 และ 4.4 ตามลำดับ



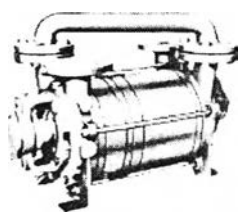
รูปที่ 4.3 แสดงฟังก์ชันของบริษัทกรณีศึกษาตัวอย่าง ในภาพรวมทั้งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก



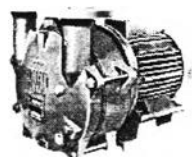
รูปที่ 4.4 แสดงผังองค์กรของบริษัทเคมีศึกษาตัวอย่าง

จากโครงสร้างองค์กรจะแบ่งหน่วยธุรกิจ และลักษณะการดำเนินงาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

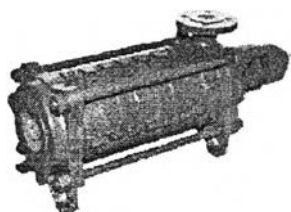
4.2.1 หน่วยธุรกิจอุตสาหกรรม 1



liquid ring vacuum pump



liquid ring vacuum pump



high pressure pump

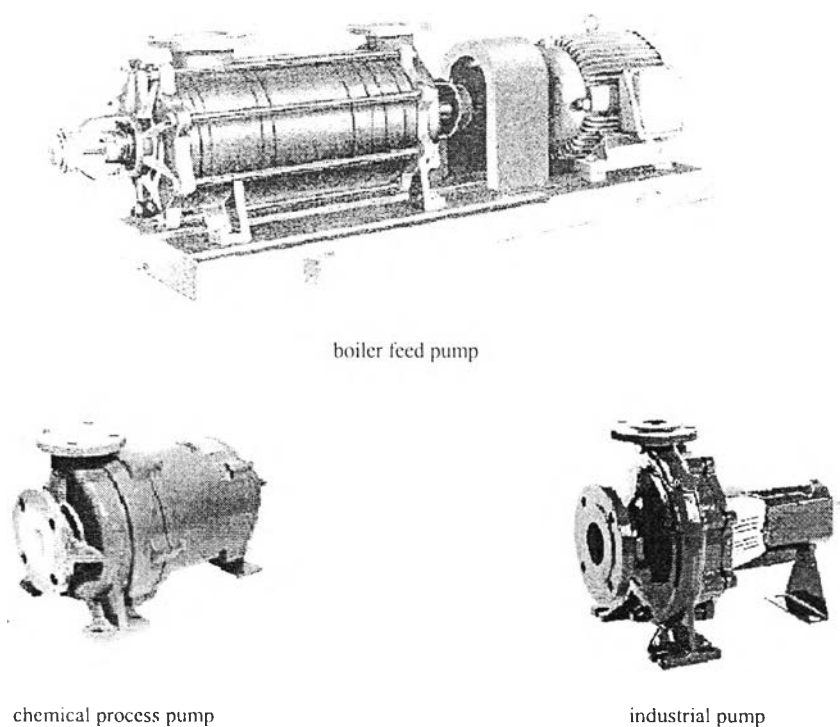


LPG pump

รูปที่ 4.5 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ หน่วยธุรกิจอุตสาหกรรม 1

ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ liquid ring vacuum pump ซึ่งสามารถใช้งานได้หลากหลายการประยุกต์ใช้งาน อาทิ ใช้สร้างสุญญากาศในกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมอาหาร หรือใช้สุญญากาศในกระบวนการผลิตท่อพลาสติก เป็นต้น high pressure pump สำหรับสูบน้ำที่ต้องการแรงดันสูง อาทิ ใช้กับระบบการผลิตในอุตสาหกรรมกระดาษ หรือ ใช้กับระบบกรอง reverse osmosis เป็นต้น LPG pump (side channel pump) สำหรับใช้งานสูบกาซปิโตรเลียมเหลว เป็นต้น

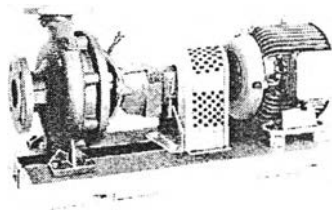
4.2.2 หน่วยธุรกิจอุตสาหกรรม 2



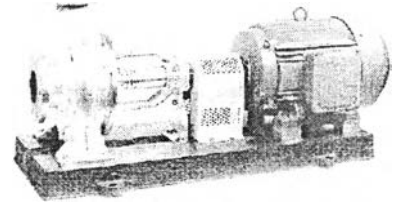
รูปที่ 4.6 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ หน่วยธุรกิจอุตสาหกรรม 2

ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ boiler feed pump ซึ่งใช้งานสูบน้ำร้อนสู่เครื่องกำเนิดไอน้ำ chemical process pump ใช้งานกับกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมเคมี ปิโตรเคมี เป็นต้น industrial pump สามารถประยุกต์ใช้งานกับระบบสาธารณูปโภคของโรงงานอุตสาหกรรม อาทิ เครื่องสูบน้ำระบบน้ำเย็น ระบบน้ำหล่อเย็น ระบบน้ำกรองในกระบวนการผลิต เป็นต้น

4.2.3 หน่วยธุรกิจอุตสาหกรรม 3



self priming pump

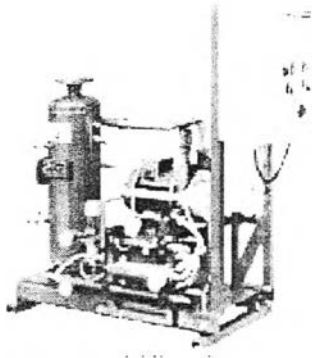


thermal oil pump

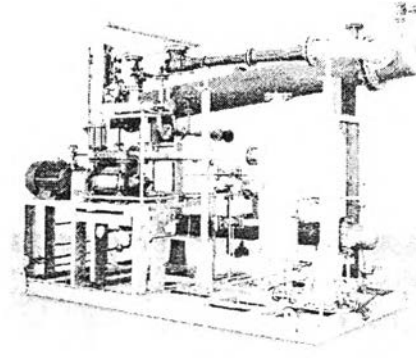
รูปที่ 4.7 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ หน่วยธุรกิจอุตสาหกรรม 3

ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างได้แก่ self priming pump ใช้งานกับกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมเคมี ปิโตรเคมี เป็นต้น thermal oil pump ใช้งานกับกระบวนการผลิตที่ต้องการอุณหภูมิของการผลิตสูง 250-300 องศาเซลเซียส เป็นต้น

4.2.4 หน่วยธุรกิจระบบวิศวกรรม



vacuum package

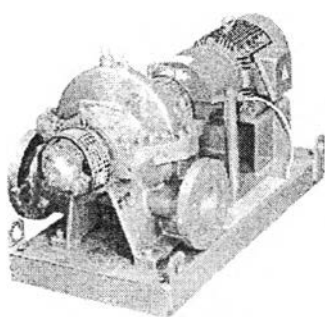


vacuum package

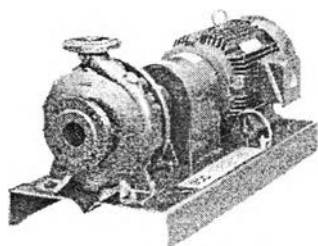
รูปที่ 4.8 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ หน่วยธุรกิจระบบวิศวกรรม

ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างได้แก่ vacuum package ใช้งานกับกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมเคมี ปิโตรเคมี เป็นต้น เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าผู้ใช้งาน เพียงแต่เดินท่อจากกระบวนการผลิตมายัง package เท่านั้น ทั้งนี้ภายใน package ได้เตรียมชุดระบบควบคุมไว้เรียบร้อยแล้ว ซึ่งเป็นที่นิยมมากในต่างประเทศ

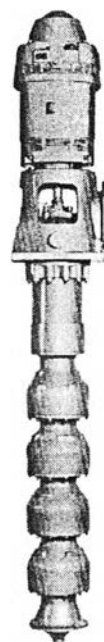
4.2.5 หน่วยธุรกิจงานราชการ



water pump (horizontal split-case)



water pump (end suction)

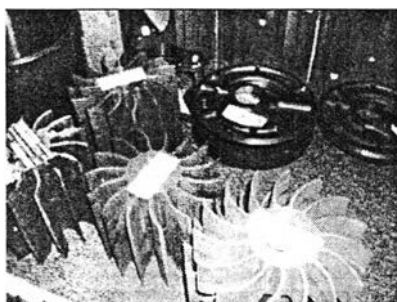


water pump (vertical turbine)

รูปที่ 4.9 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ หน่วยธุรกิจงานราชการ

ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างได้แก่ water pump ซึ่งมีหลายชนิดด้วยกัน อาทิ horizontal split case , end suction หรือ vertical turbine เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นกับสถานที่ติดตั้ง ขนาดของเครื่องสูบน้ำ

4.2.6 หน่วยธุรกิจบริการ



sparepart



field service , service contract

รูปที่ 4.10 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์และบริการ หน่วยธุรกิจบริการ

ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างได้แก่ อะไหล่ อาทิ ใบพัด เพลา mechanical seal ลูกปืน เป็นต้น รวมถึงงานบริการต่างๆ อาทิ สัญญาบริการดูแลเครื่องสูบน้ำดับเพลิง งานซ่อมและเปลี่ยนอะไหล่ เป็นต้น

4.3 ช่องทางการจำหน่าย

จึงได้พิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมโดยแบ่งหมวดหมู่ตามประเภทลูกค้า ดังนี้

ลูกค้าผู้ใช้งาน (Enduser)

ผู้รับเหมา (Contractor)

ผู้ค้าช่วงรายใหญ่ (Dealer)

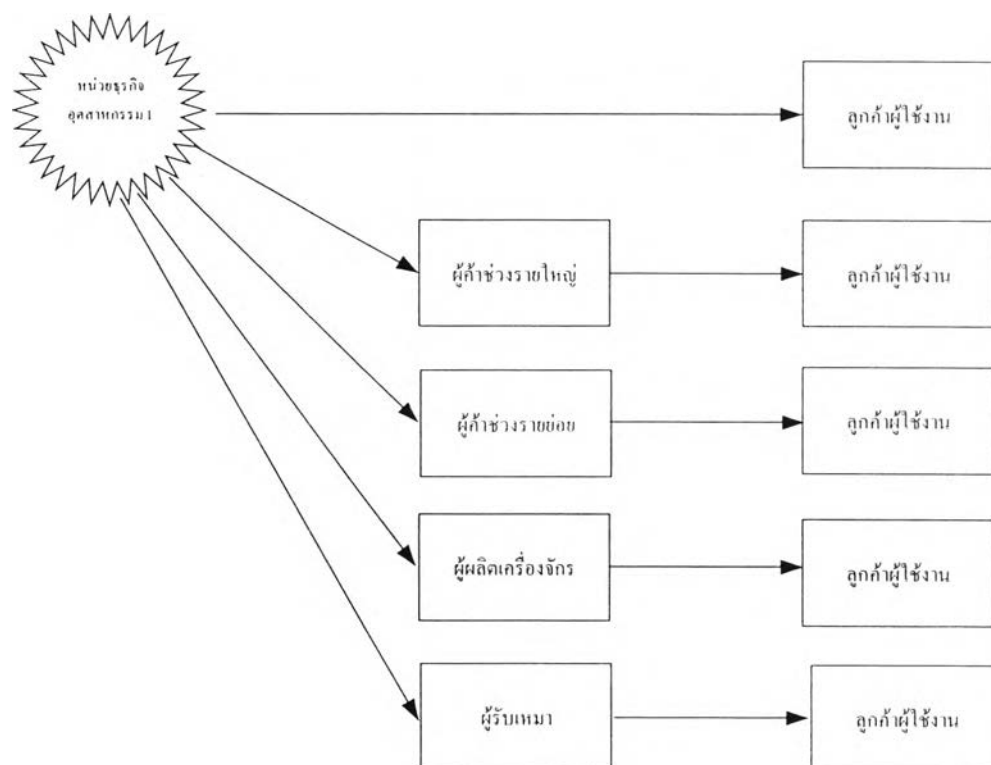
ผู้ค้าช่วงรายย่อย (Trader)

ผู้ผลิตเครื่องจักร (OEM = Original Equipment Manufacturer)

รูปแบบการนำสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการสู่ลูกค้าผู้ใช้งานนั้น จะแตกต่างกันไปโดยแสดงรายละเอียดจำแนกตามหน่วยธุรกิจดังนี้

4.3.1 หน่วยธุรกิจอุตสาหกรรม 1

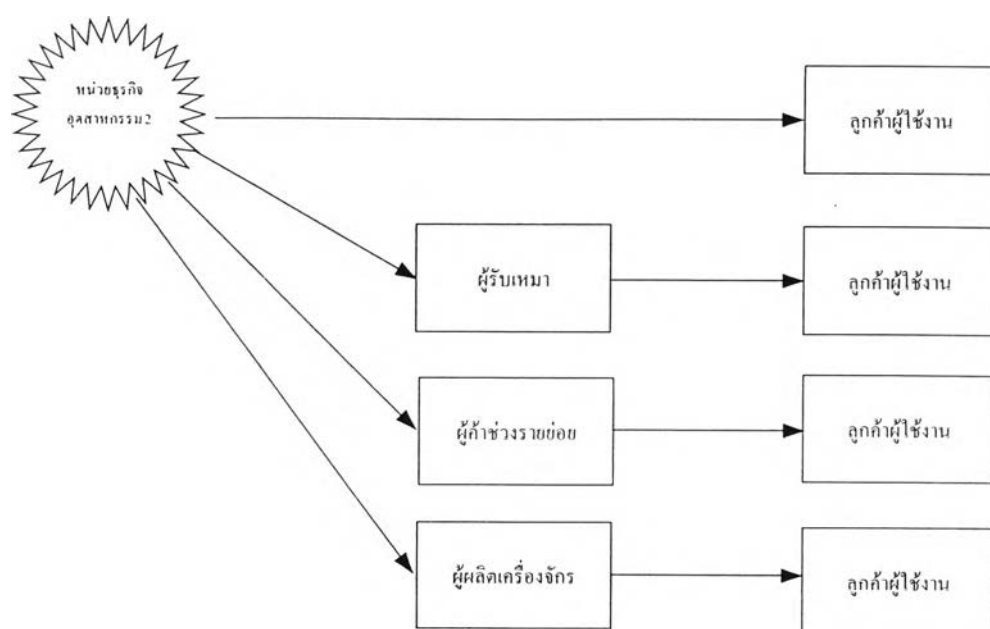
หน่วยธุรกิจอุตสาหกรรม 1 มีช่องทางการจำหน่าย 5 ช่องทาง ดังรูปที่ 4.11 คือ ขายให้กับลูกค้าผู้ใช้งานโดยตรง หรือ ขายให้กับผู้ค้าช่วงรายใหญ่ ผู้ค้าช่วงรายย่อย ผู้ผลิตเครื่องจักร หรือ ผู้รับเหมา ซึ่งจะนำไปติดตั้งหรือขายให้กับลูกค้าผู้ใช้งานอีกทอดหนึ่ง



รูปที่ 4.11 :แสดง ช่องทางการจำหน่ายหน่วยธุรกิจอุตสาหกรรม 1

4.3.2 หน่วยธุรกิจอุตสาหกรรม 2

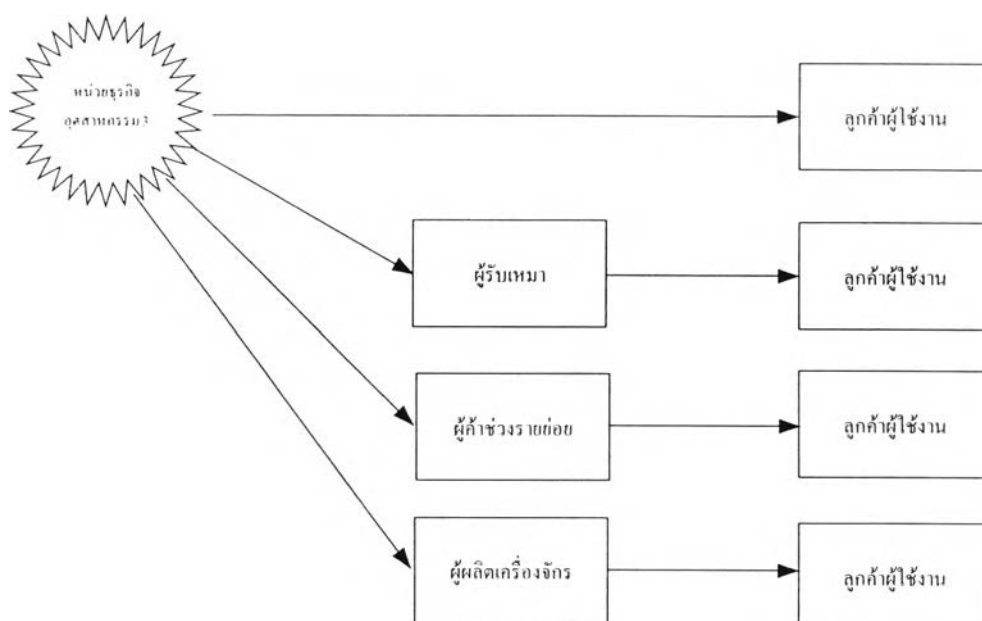
หน่วยธุรกิจอุตสาหกรรม 2 มีช่องทางการจำหน่าย 4 ช่องทาง ดังรูปที่ 4.12 คือ ขายให้กับลูกค้าผู้ใช้งานโดยตรง หรือ ผู้ค้าช่วงรายย่อย ผู้ผลิตเครื่องจักร หรือ ผู้รับเหมา ซึ่งจะนำไปติดตั้งหรือขายให้กับลูกค้าผู้ใช้งานอีกทอดหนึ่ง



รูปที่ 4.12 :แสดง ช่องทางการจำหน่ายหน่วยธุรกิจอุตสาหกรรม 2

4.3.3 หน่วยธุรกิจเครื่องสูบน้ำอุตสาหกรรม 3

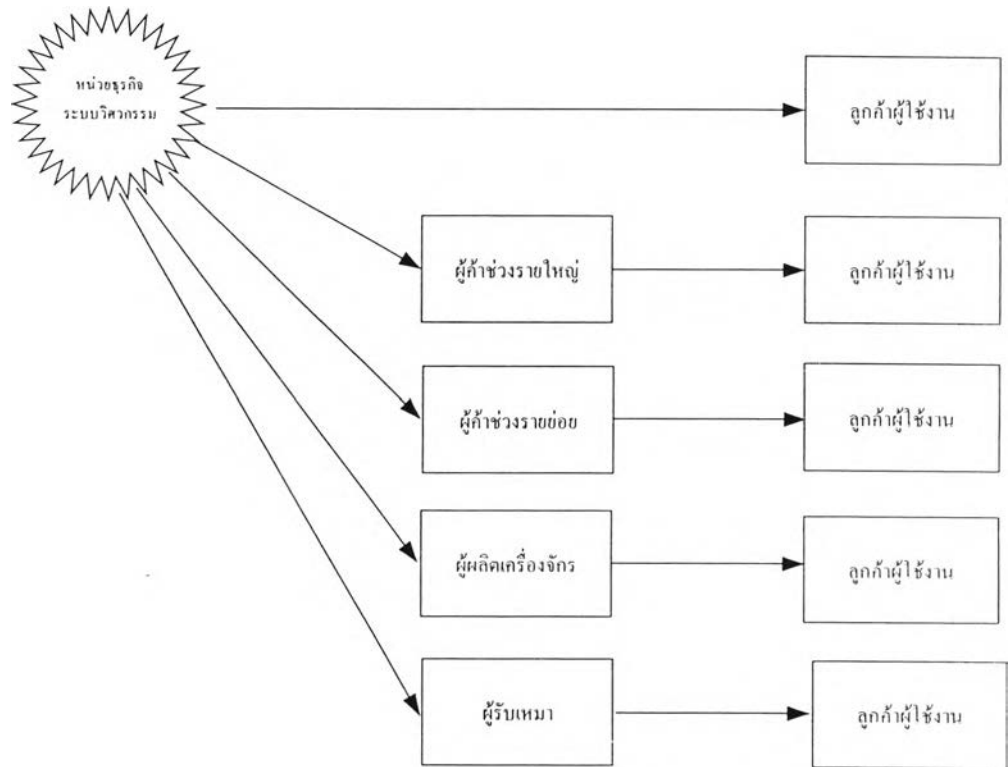
หน่วยธุรกิจเครื่องสูบน้ำอุตสาหกรรม 3 มีช่องทางการจำหน่าย 4 ช่องทาง ดังรูปที่ 4.13 คือ ขายให้กับลูกค้าผู้ใช้งานโดยตรง หรือ ขายให้กับผู้ค้าช่วงรายย่อย ผู้ผลิตเครื่องจักร หรือ ผู้รับเหมา ซึ่งจะนำไปติดตั้งหรือขายให้กับลูกค้าผู้ใช้งานอีกทอดหนึ่ง



รูปที่ 4.13 :แสดง ช่องทางการจำหน่ายหน่วยธุรกิจอุตสาหกรรม 3

4.3.4 หน่วยธุรกิจระบบวิศวกรรม

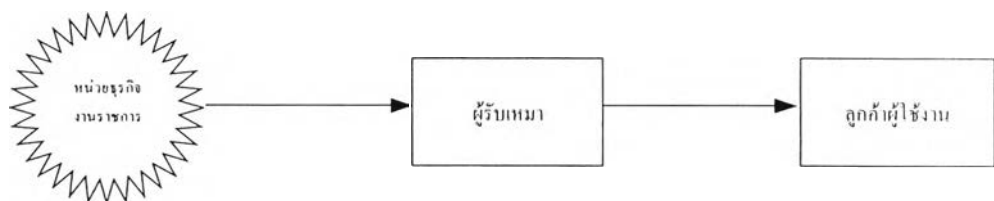
หน่วยธุรกิจระบบวิศวกรรม มีช่องทางการจำหน่าย 5 ช่องทาง ดังรูปที่ 4.14 คือ ขายให้กับลูกค้าผู้ใช้งานโดยตรง หรือ ขายให้กับผู้ค้าช่วงรายใหญ่ ผู้ค้าช่วงรายย่อย ผู้ผลิตเครื่องจักร หรือ ผู้รับเหมา ซึ่งจะนำไปติดตั้งหรือขายให้กับลูกค้าผู้ใช้งานอีกทอดหนึ่ง



รูปที่ 4.14 :แสดง ช่องทางการจำหน่ายหน่วยธุรกิจระบบวิศวกรรม

4.3.5 หน่วยธุรกิจเครื่องสูบน้ำงานราชการ

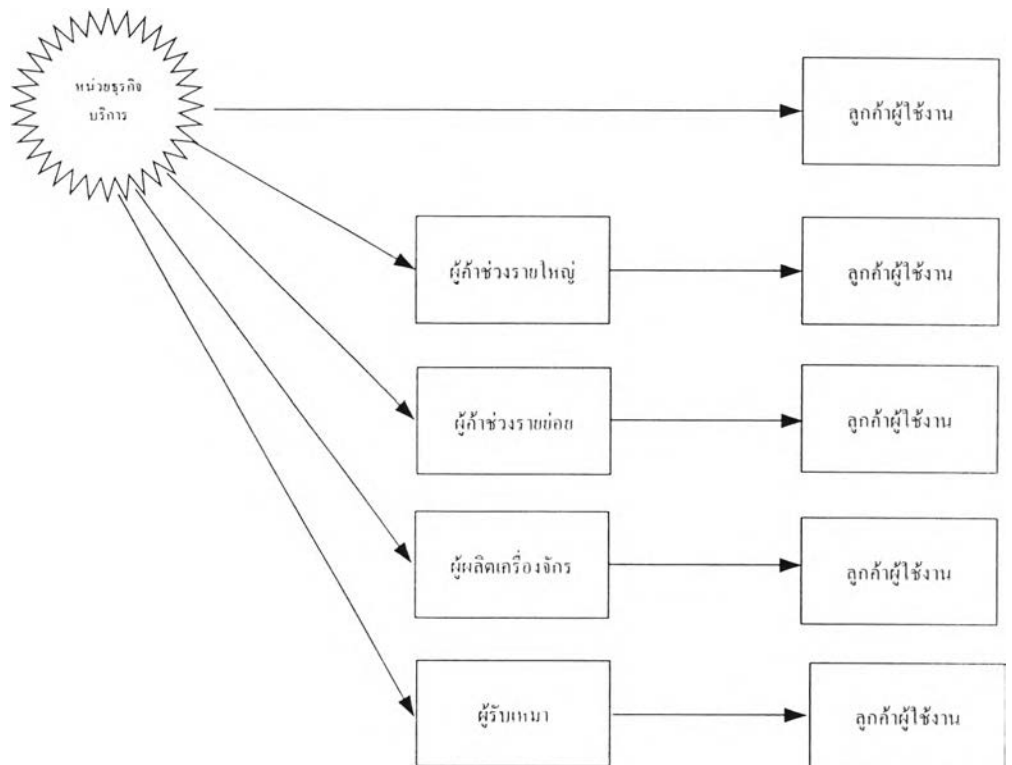
หน่วยธุรกิจเครื่องสูบน้ำงานราชการ มีช่องทางการจำหน่ายเพียงช่องทางเดียว ดังรูปที่ 4.15 คือ ขายให้กับผู้รับเหมา ซึ่งจะนำไปติดตั้งหรือขายให้กับลูกค้าผู้ใช้งานอีกทอดหนึ่ง



รูปที่ 4.15 :แสดง ช่องทางการจำหน่ายหน่วยธุรกิจงานราชการ

4.3.6 หน่วยธุรกิจบริการหลังการขาย

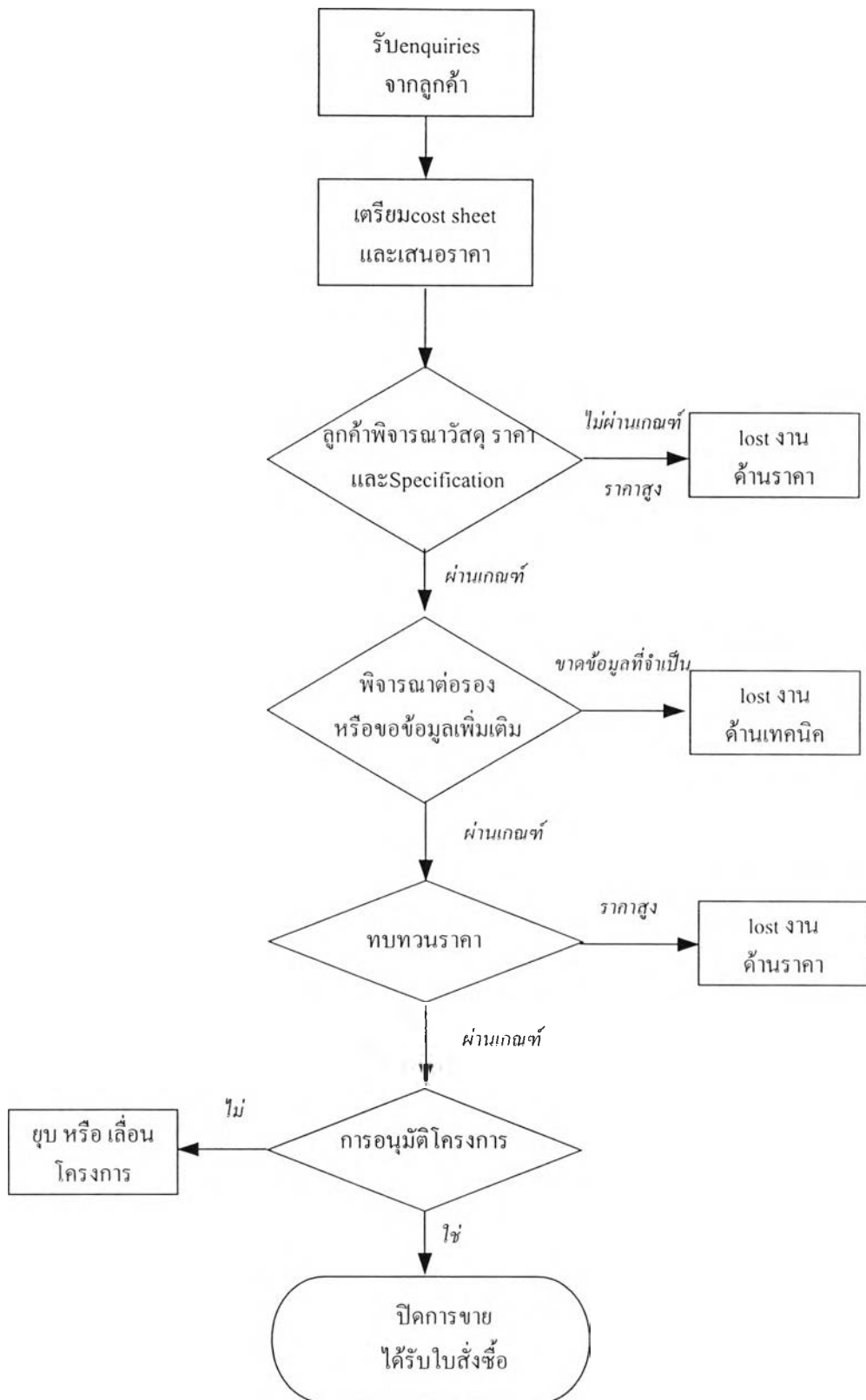
หน่วยธุรกิจบริการหลังการขาย มีช่องทางการจำหน่าย 5 ช่องทาง ดังรูปที่ 4.16 คือ ขายให้กับลูกค้าผู้ใช้งานโดยตรง หรือ ขายให้กับลูกค้าช่วงรายใหญ่ ผู้ค้าช่วงรายย่อย ผู้ผลิตเครื่องจักร หรือ ผู้รับเหมา ซึ่งจะนำไปติดตั้งหรือขายให้กับลูกค้าผู้ใช้งานอีกทอดหนึ่ง



รูปที่ 4.16 :แสดง ช่องทางการจำหน่ายหน่วยธุรกิจบริการ

4.4 ขั้นตอนงาน

กระบวนการขั้นตอนงาน สามารถพิจารณาจาก รูปที่ 4.17 โดยเริ่มจากการรับ enquiries จากลูกค้า เตรียม cost sheet และเสนอราคาให้กับลูกค้า หากลูกค้าพิจารณาด้านวัสดุ ราคา และ specification แล้ว ไม่ผ่านเกณฑ์หรือราคาสูงเกินไป ก็จะทำให้สูญเสียงานในด้านราคา แต่หากลูกค้าพิจารณาแล้วผ่านเกณฑ์ด้านวัสดุ ราคา และ specification แล้ว ก็พิจารณาต่อรองหรือขอข้อมูลเพิ่มเติมจากทางบริษัท ถ้าขาดข้อมูลที่จำเป็น ก็จะทำให้บริษัทสูญเสียงานทางด้านเทคนิค แต่หากผ่านเกณฑ์แล้ว ลูกค้าก็จะทบทวนราคาอีกครั้ง หากราคาสูง ก็จะสูญเสียงานในด้านราคา หรือหากผ่านเกณฑ์ด้านราคา ก็จะอยู่ในขั้นตอนการอนุมัติโครงการ ซึ่งถ้าโครงการไม่มีการยุบหรือเลื่อนโครงการ จะทำการปิดการขายและได้รับใบสั่งซื้อ



รูปที่ 4.17 : ผังแสดงกระบวนการขั้นตอนการเสนอราคาโดยฝ่ายขาย

4.5 ลักษณะการเสนอราคาของบริษัทตัวอย่าง

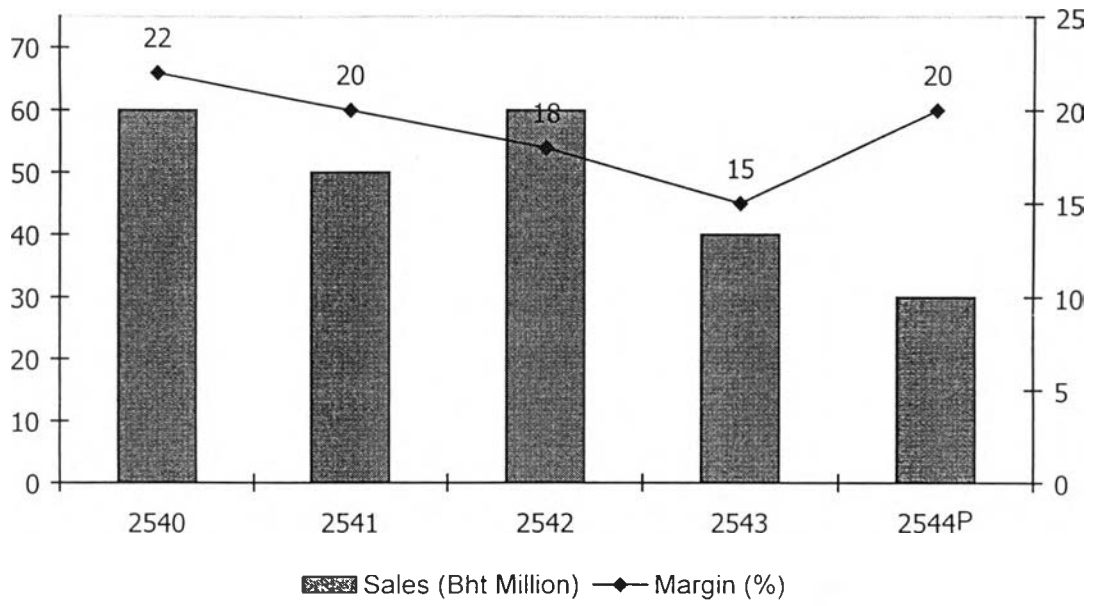
สำหรับการเสนอราคา เป็นขั้นตอนที่สำคัญของงานขาย ของบริษัทตัวอย่างนั้น จะมีความแตกต่างกับงานขายของบางบริษัทหลายๆบริษัท ซึ่งปกติสามารถให้ราคาตั้งสินค้าและส่วนลดทางการค้าให้แก่ลูกค้า หากแต่บริษัทตัวอย่างมักจะต้องเตรียมราคาขายและ ค่าแตกต่างระหว่างราคาทุนกับราคาขาย เป็นลักษณะเป็นงานๆไป เนื่องจากความต้องการโดยส่วนมากจะเป็นลักษณะสั่งตามความต้องการ อาทิ เครื่องสูบน้ำ 1 ชุด อาจจะประกอบกับมอเตอร์ยี่ห้อใดๆก็ได้ รวมกับชนิดของอุปกรณ์ส่งกำลัง อีกทั้งวัสดุที่ใช้ทำฐานรองเครื่อง เป็นต้น

ลักษณะการเสนอราคานั้นก็ขึ้นกับหลายปัจจัย เช่น อาจเป็นลักษณะการประมูลงาน โดยต้องเสนอแข่งขันกับคู่แข่งหลายราย อาจเป็นการเสนอราคาให้ตัวแทนจำหน่ายเพื่อนำไปขายช่วงต่อ หรืออาจเป็นการเสนอราคาให้กับลูกค้าผู้ใช้งานโดยตรง ซึ่งโดยปกติแล้วโครงสร้างราคาขายและค่าแตกต่างระหว่างราคาทุนกับราคาขาย นั้น อาจมีความแตกต่างกันไปขึ้นกับแต่ละกรณีและปัจจัย

4.6 ผลการดำเนินงานในอดีต

งานขายในบริษัทตัวอย่างมีหน่วยธุรกิจซึ่งเป็นส่วนผลัดกันให้ยอดขายบรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งในการทำงานขายที่ดันทันทีนั้นควรต้องมีการจัดการรวบรวมสาเหตุที่ไม่สามารถปิดการขายได้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการขายให้ดีขึ้น

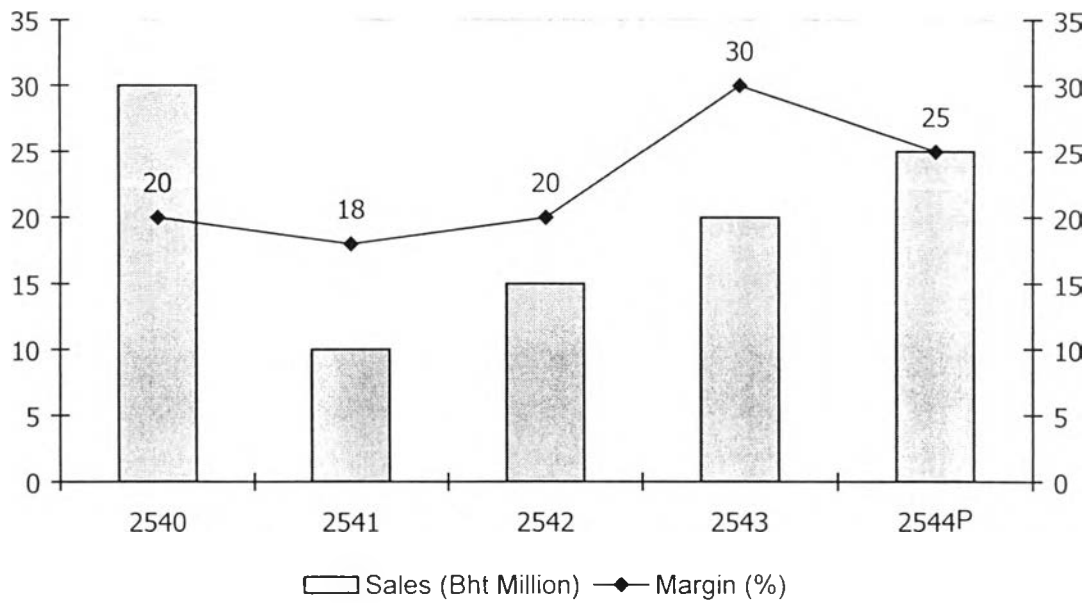
งานวางแผนการจำหน่าย เป็นส่วนสำคัญของธุรกิจ การที่ดำเนินการ โดยปราศจากการวางแผนและการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นอาจเป็นผลให้เกิดเสียจำนวนมากในการใช้ทรัพยากร ธุรกิจต้องการการวิเคราะห์และการวางแผนที่ควบคุมได้ ยืดหยุ่นได้ และมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการขายนั้น ทรัพยากรที่สำคัญ คือ ทีมงานขาย โดยเน้นที่ฝ่ายขาย ถ้าหากมีได้มีการวางแผนล่วงหน้าแล้ว เมื่อพลาดจากการได้รับงานจากลูกค้าแล้ว จะพบว่า เกิดการสูญเสียเวลาในการดำเนินการเป็นจำนวนมากซึ่งอาจจะพิจารณาได้จากตัวเลขประกอบ ในอดีตย้อนหลังช่วงปีพ.ศ.2540 – 2543 ซึ่งพบว่าโอกาสที่ได้งานจากลูกค้า จะหลากหลายตามแต่ละตลาด ซึ่งพิจารณาได้จากรูปที่ 4.18 ถึง 4.21 ซึ่งโดยภาพรวมพบว่ายอดขายมีการเติบโตจริงแต่ หากมองในแง่ของ margin แล้วนั้นจะพบว่า เป็นแนวโน้มที่ถดถอย



รูปที่ 4.18 : กราฟแสดงปริมาณยอดขาย งานแผนกเครื่องสูบน้ำดับเพลิง

ตารางที่ 4.1 : เปอร์เซนต์การปิดการขาย งานแผนกเครื่องสูบน้ำดับเพลิง

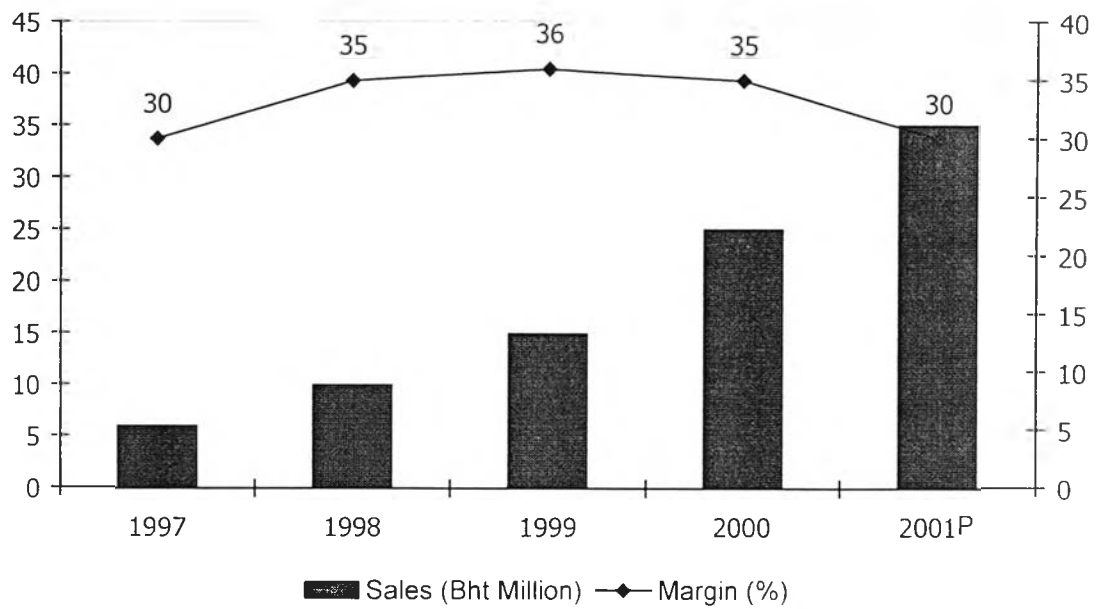
Year	2540	2541	2542	2543	2544P
Closing Ratio %	*	*	*	20	15



รูปที่ 4.19 : กราฟแสดงปริมาณยอดขาย งานแผนกงานราชการ

ตารางที่ 4.2 : เปอร์เซนต์การปิดการขาย งานแผนกงานราชการ

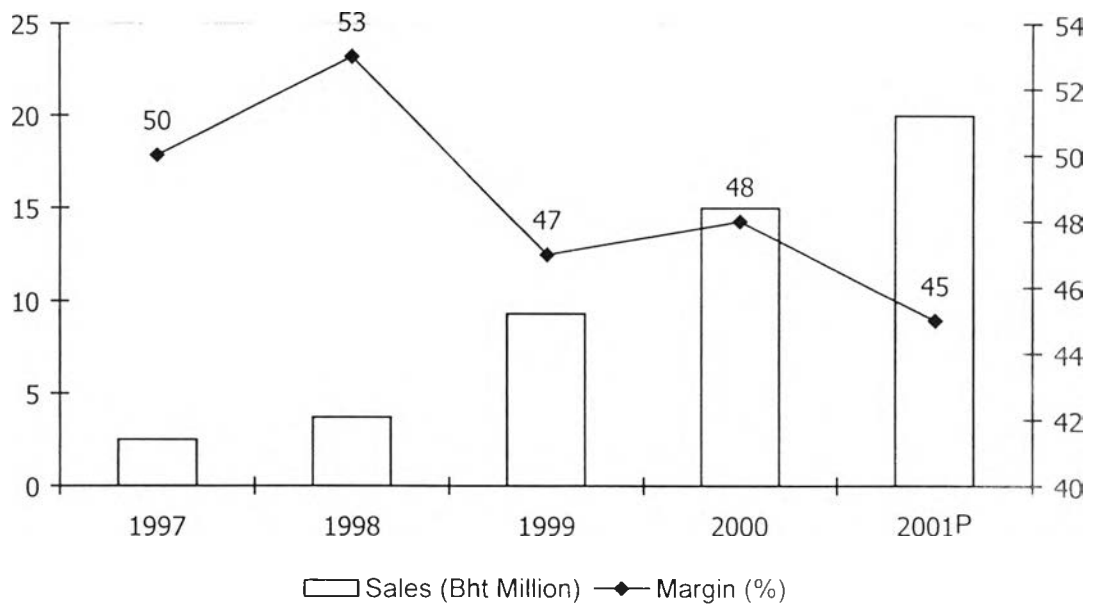
Year	2540	2541	2542	2543	2544P
Closing Ratio %	*	*	25	28	30



รูปที่ 4.20 : กราฟแสดงปริมาณยอดขาย งานแผนกเครื่องสูบน้ำอากาศยาน

ตารางที่ 4.3 : เปอร์เซนต์การปิดการขาย งานแผนกเครื่องสูบน้ำอากาศยาน

Year	2540	2541	2542	2543	2544P
Closing Ratio %	*	*	30	35	30



รูปที่ 4.21 : กราฟแสดงปริมาณยอดขาย งานแผนกบริการ

ตารางที่ 4.4 : เปอร์เซนต์การปิดการขาย งานแผนกบริการ

Year	2540	2541	2542	2543	2544P
Closing Ratio %	30	38	45	48	50

หากพิจารณาในแง่ของสัดส่วนของการปิดการขาย (% Closing ratio) นั้น จากตารางที่ 4.1 ถึง 4.4 จะพบว่าในแต่ละหน่วยธุรกิจนั้น จะอยู่ในตัวเลขที่ค่อนข้างต่ำที่ประมาณ 15-30% ยกเว้นแผนกบริการ ซึ่งตัวเลขดังกล่าวได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร เป็นการแสดงภาพของการทำงานที่สูญเสีย ไม่เฉพาะเวลา แรงงานแต่เพียงเท่านั้น ยังมีได้ครอบคลุมรวมถึงค่าใช้จ่ายค่าติดต่อสื่อสารซึ่งส่วนใหญ่ต้องทำการติดต่อกับต่างประเทศ

หากพิจารณารูปแบบการบันทึกข้อมูลการขายต่างๆที่ผ่านมา ซึ่งได้สัมภาษณ์ผู้บริหารของบริษัทกรณีศึกษาตัวอย่างนี้ พบว่าขาดการบันทึก จัดเก็บ และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ วิศวกรฝ่ายขายคนนั้นก็จะมีระบบการบันทึกเป็นของตนเอง ซึ่งจะไม่เหมือนกัน เป็นผลให้การนำข้อมูลมาประมวลผลรวมเป็นไปได้อย่างลำบาก ทั้งหมดนี้กล่าวมานี้เป็นจุดที่เห็นว่าเป็นจุดด้อย และเห็นควรที่จะต้องเข้าไปปรับปรุง และพัฒนาระบบข้อมูลเพื่อการตัดสินใจด้านการขาย

4.7 ศัพท์ทางการขาย

การที่จะทราบได้ว่าการดำเนินธุรกิจนั้น ประสบผลสำเร็จหรือไม่ จำเป็นที่ต้องใช้ตัวชี้วัดเพื่อประเมินว่าสิ่งที่ดำเนินการนั้นมีประสิทธิภาพอย่างไร เพื่อให้เห็นถึงจุดบกพร่อง เพื่อนำไปสู่แนวทางการปรับปรุงแก้ไขต่อไป ซึ่งอาจนำไปสู่การกำหนดเป้าหมายที่สูงขึ้น หรือปรับปรุงให้ดียิ่งๆขึ้นไป

ตัวชี้วัดที่ใช้ในงานขาย ในกรณีบริษัทกรณีศึกษาตัวอย่างมีดังนี้

- ยอดขาย
- เปอร์เซ็นต์ค่าแตกต่างระหว่างราคาทุนกับราคาขาย
- เปอร์เซ็นต์การปิดการขาย

ค่าแตกต่างระหว่างราคาทุนกับราคาขาย = ราคาขาย - ราคาทุน

เปอร์เซ็นต์ ค่าแตกต่างระหว่างราคาทุนกับราคาขาย = $\frac{\text{ค่าแตกต่างระหว่างราคาทุนกับราคาขาย}}{\text{ราคาขาย}} \times 100\%$

เปอร์เซ็นต์ การปิดการขาย = $\frac{\text{ยอดขายรวม (ที่ได้งาน)}}{\text{ยอดเสนอราคารวม}} \times 100\%$

ราคาขาย หมายถึง มูลค่าที่แสดงไว้ในใบเสนอราคาต่อลูกค้า ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ทั้งนี้ไม่จำกัดว่าได้เสนอราคาในหน่วยสกุลใดๆ อีกทั้งไม่ขึ้นกับเงื่อนไขทางการค้าและการชำระเงิน

ราคาทุน หมายถึง มูลค่าที่เป็นต้นทุนของสินค้า ซึ่งรวมต้นทุนขาย อาทิ ค่าขนส่ง ค่าระวางสินค้า ค่าธรรมเนียม
ศุลกากร เป็นต้น แต่ไม่รวมค่าใช้จ่ายในการบริหาร และค่าใช้จ่ายในการขาย

ค่าแตกต่างระหว่างราคาทุนกับราคาขาย หมายถึง ผลแตกต่างของราคาขาย หักลบด้วยราคาทุนของสินค้า หรือ
บริการนั้น จะเป็นค่าที่สะท้อนให้เห็นผลกำไรได้

เปอร์เซ็นต์ค่าแตกต่างระหว่างราคาทุนกับราคาขาย หมายถึง สัดส่วนระหว่างค่าแตกต่างระหว่างราคาทุนกับ
ราคาขาย ต่อราคาขาย ค่าที่มากจะเป็นค่าที่สะท้อนให้เห็นผลกำไรได้

ยอดขาย หมายถึง มูลค่าที่ได้รับใบสั่งซื้อจากลูกค้า ไม่ว่าจะป็นสินค้า หรือบริการก็ตาม

ยอดเสนอราคารวม หมายถึง มูลค่าสินค้า หรือบริการ ที่ได้นำเสนอให้กับลูกค้า ซึ่งรวมทุกสถานะของการขาย
อาทิ ระหว่างการพิจารณา ได้รับใบสั่งซื้อ เลื่อนโครงการ เลื่อนการสรุป การยกเลิก ที่ไม่สามารถปิดการขายได้จาก
สาเหตุด้านราคา ที่ไม่สามารถปิดการขายได้จากสาเหตุด้านเทคนิค เป็นต้น

เปอร์เซ็นต์การปิดการขาย หมายถึง สัดส่วนระหว่างยอดขาย ต่อยอดเสนอรวม การปิดการขาย หรือสัดส่วน
การปิดการขายนั้นเป็นตัวชี้วัด ว่าการขายนั้นมีประสิทธิภาพมากน้อย อย่างไร ในขณะที่เดียวกันตัวชี้วัดนี้ยังสามารถที่จะ
เป็นตัวที่ใช้เปรียบเทียบกับบรรดาพนักงานขายด้วยกันได้ และในขณะเดียวกันสัดส่วนการปิดการขายนี้จะป็นวัดบ่ง
บอกได้ว่า ณ จุดใดจำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุง

บริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านการขายสามารถใช้ เปอร์เซ็นต์การปิดการขาย ในการบันทึก ติดตาม ตรวจสอบ
สมรรถนะ ของฝ่ายขาย อาทิ ตรวจสอบติดตามว่า พนักงานขายใหม่คนใดจำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุง ในบางงานที่
ต้องการปรับปรุง อีกทั้งสามารถใช้ตรวจสอบติดตามพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพได้เช่นกัน

สำหรับการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของแต่ละหน่วยธุรกิจนั้น เราสามารถพิจารณาจำนวนงานที่ปิดการขายได้
เฉลี่ย มูลค่ายอดขายเฉลี่ยต่อเดือน เพื่อแสดงให้เห็นว่าการทำงานนั้นดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

จำนวนงานที่ปิดการขายได้เฉลี่ย หมายถึง จำนวนงานที่ได้รับใบสั่งซื้อจากลูกค้า คิดเฉลี่ยต่อหนึ่งเดือน

มูลค่ายอดขายเฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง มูลค่าที่แสดงไว้ในใบเสนอราคาต่อลูกค้า ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ที่ได้รับ
ใบสั่งซื้อจากลูกค้า คิดเฉลี่ยต่อหนึ่งเดือน

$$\text{จำนวนงานที่ปิดการขายได้เฉลี่ย} = \frac{\text{จำนวนงานที่ปิดการขายได้รวม}}{\text{รอบระยะเวลา (12 เดือน)}}$$

$$\text{มูลค่ายอดขายเฉลี่ยต่อเดือน} = \frac{\text{มูลค่ายอดขายรวมงานที่ปิดการขายได้}}{\text{รอบระยะเวลา (12 เดือน)}}$$