

2. การใช้ระบบคอมมิชชั่น กับการกำหนดค่าธรรมเนียม

วิธีนี้ ทั้งบริษัทลูกค้าและกิจการโฆษณา จะร่วมกันกำหนดค่าธรรมเนียมขั้นต่ำ (Minimum Fee) ที่กิจการโฆษณาควรจะได้รับจากการให้บริการลูกค้ารายนั้น ซึ่งจะเป็นหลักประกันในรายได้ที่แน่นอนของกิจการโฆษณาในช่วงเวลานั้น และเมื่อค่าเนื้องาน ถ้ากิจการโฆษณาได้รับคอมมิชชั่น ก็บันทึกและเก็บไว้ตามปกติ เมื่อครบกำหนดเวลาที่ตกลงกัน อาจเป็นรายเดือนก็ได้ ก็คำนวณดูว่า คอมมิชชั่นที่ได้รับตลอดช่วงเวลานั้นสำหรับงานที่ทำให้ลูกค้ารายนั้น มากหรือน้อยกว่า ค่าธรรมเนียมขั้นต่ำที่ได้ตกลงกันไว้ ถ้าน้อยกว่า บริษัทลูกค้าก็จะจ่ายชดเชยให้จนครบตามจำนวนที่ได้ตกลงกันไว้ แต่ถ้าคอมมิชชั่นที่ได้รับ มากกว่า ค่าธรรมเนียมขั้นต่ำที่ได้กำหนดไว้ โดยทั่วไปแล้ว บริษัทลูกค้ามักจะมอบให้กิจการโฆษณาทั้งหมด

นอกจากนี้ ก็ยังมีวิธีการหนึ่งที่น่าสนใจ เรียกว่า Incentive Fee Method วิธีนี้ทั้งบริษัทลูกค้าและกิจการโฆษณาจะกำหนดค่าธรรมเนียมในระดับต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับระดับยอดขายหรือกำไรที่บริษัทลูกค้าจะได้รับ วิธีการนี้ จะเป็นการจูงใจให้กิจการโฆษณาพยายามสร้างงานโฆษณาที่ดีที่จะทำให้บริษัทลูกค้ามียอดขายหรือกำไรมากขึ้น ซึ่งถ้าบริษัทลูกค้ามียอดขายหรือกำไรเพิ่มขึ้น กิจการโฆษณาก็ได้รับค่าธรรมเนียมสูงขึ้นตามไปด้วย ตัวอย่าง ถ้ากิจการโฆษณา กำหนดเป้าหมายในปีนั้นว่าจะสร้างงานโฆษณา แล้วทำให้บริษัทลูกค้ามียอดขาย 5 ล้านบาท บริษัทลูกค้าจะจ่ายค่าธรรมเนียมในการให้บริการ 200,000.-บาท แต่ถ้ากิจการโฆษณาสร้างงานโฆษณาแล้วทำให้บริษัทลูกค้ามียอดขายสูงหรือต่ำกว่านี้ ก็จะได้รับค่าธรรมเนียม แตกต่างไปดังนี้

ยอดขาย (ล้านบาท)	ค่าธรรมเนียมที่ได้รับ (บาท)
3	0
4	100,000
5	200,000
6	250,000
8	400,000

การคิดค่าบริการภายใน _____

แต่ก่อนนี้กิจการโฆษณา มิได้คิดค่าตอบแทนสำหรับบริการที่จัดทำภายในกิจการโฆษณา เช่น งานเขียนข้อความโฆษณา งานศิลป์ งานจัดทำผังโฆษณา ฯลฯ ยกเว้นในกรณีที่บริษัทลูกค้า ขอให้ทำเป็นกรณีพิเศษ เช่น งานวิจัย งานส่งเสริมการขาย หรือการจัดทำโฆษณาสำหรับสินค้าอุตสาหกรรมที่เผยแพร่ในสื่อโฆษณาที่ไม่มีคอมมิชชั่น ฯ ซึ่งมักจะคิดค่าตอบแทนโดยวิธีการคิดค่าธรรมเนียม ต่อมาเมื่อรายจ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น กิจการโฆษณา จึงเริ่มหันมาเรียกเก็บค่าตอบแทนสำหรับบริการที่จัดทำภายในกิจการโฆษณาด้วย ทั้งนี้เพราะการสร้างงานโฆษณาต้องใช้บุคคลหลายประเภทที่มีระดับเงินเดือนแตกต่างกัน ซึ่งก็เป็นค่าใช้จ่ายที่กิจการโฆษณาจะต้องเสียไปในการสร้างงานโฆษณา

ค่าตอบแทนสำหรับบริการที่จัดทำภายในกิจการโฆษณา (Internal Charges) มีวิธีคิดที่สำคัญ 3 วิธีคือ

1. การกำหนดอัตราค่าตอบแทนต่อชั่วโมง (Hourly Rates)
2. การกำหนดราคามาตรฐานสำหรับงานแต่ละประเภท (Standard Price)
3. การคิดค่าธรรมเนียมสำหรับแต่ละงาน (Job Fee)

การกำหนดอัตราค่าตอบแทนต่อชั่วโมง

วิธีนี้ เป็นวิธีที่ง่ายที่สุดและตรงที่สุด คือ การกำหนดค่าตอบแทนต่อชั่วโมงการทำงาน สำหรับพนักงานแต่ละคนที่จะสามารถปรับใช้ได้ตามเวลาที่ทำงานจริง

วิธีการหาค่าตอบแทนต่อชั่วโมงการทำงานของพนักงาน มีวิธีการดังนี้ คือ โดยทั่วไปถือว่าพนักงานแต่ละคนมีชั่วโมงทำงานมาตรฐาน 1,600 ชั่วโมงต่อปี (รวมเวลาพักผ่อนระหว่างการทำงานแล้ว)⁸ ดังนั้น อัตราค่าจ้างของพนักงานต่อชั่วโมงทำงาน จะหาได้จาก เงินเดือน ทั้งปี หารด้วย 1,600

ตัวอย่าง ถ้าพนักงานฝ่ายศิลปคนหนึ่ง มีเงินเดือน 48,000.-บาทต่อปี อัตราเงินเดือน
ต่อชั่วโมงของพนักงานคนนี้ จะเท่ากับ $\frac{48,000}{1,600} = 30$ บาท

นอกจากเงินเดือนแล้ว พนักงานแต่ละคนก็จะมีค่าใ้สูญ (Overhead) ซึ่งต้อง
จัดสรรให้กับพนักงานแต่ละคนอย่างเหมาะสม ในสหรัฐอเมริกา ถือว่า ถ้าพนักงานมีเงินเดือน
\$ 1 ต่อชั่วโมง จะมีค่าใ้สูญ \$ 1.10⁹ ทั้งเงินเดือนและใ้สูญนี้ ถือเป็นค่าใช้จ่ายที่กิจการ
โ้ษาจะต้องจ่ายให้กับพนักงานคนนั้น แต่ในการคำนวณธุรกิจ กิจการโ้ษาก็ต้องการกำไรจาก
การลงทุน ดังนั้น ค่าตอบแทนต่อชั่วโมงของพนักงานแต่ละคน จะต้องคิดรวมทั้ง เงินเดือน ใ้สูญ
และกำไรที่ต้องการอีกด้วย

อัตราค่าตอบแทนต่อชั่วโมงนี้ อาจมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงทุกปี หรือตามระยะ
เวลาที่เหมาะสมก็ได้

การกำหนดราคามาตรฐานสำหรับงานแต่ละประเภท

กิจการโ้ษาบางแห่ง จะกำหนดรายการ ราคามาตรฐานสำหรับงานแต่ละประเภท
(Standard Price List) ตามประสบการณ์ของกิจการโ้ษาและราคาตลาด

รายการราคามาตรฐาน จะบอกถึง ราคาของงานแต่ละประเภทในขนาดต่าง ๆ
ตามอุปกรณ์ที่ใช้และรายละเอียดอื่น ๆ

ข้อดีของวิธีนี้ คือ ใ้จ่ายและราคาจะเหมือนกันสำหรับลูกค้าทุกรายที่ทำงาน
อย่างเดียวกัน

การกิดค่าธรรมเนียมสำหรับงานแต่ละชิ้น

กิจการโ้ษาส่วนใหญ่ จะกิดค่าธรรมเนียมสำหรับงานบางอย่างที่ทำภายใน
กิจการโ้ษา เช่น งานเขียนข้อความโ้ษา ฯ ก็จะถูกค่าธรรมเนียมการให้บริการนี้ โดยปกติ
จะมีอัตราแน่นอน ต่องานแต่ละประเภท อย่างไรก็ตาม ค่าธรรมเนียมนี้ควรครอบคลุม รายจ่าย

ค่าเวลาของพนักงาน ค่าวัสดุอุปกรณ์ และค่าไรสำหรับกิจการโฆษณาด้วย

รายจ่ายของกิจการโฆษณา _____

ด้วยเหตุที่กิจการโฆษณาเป็นธุรกิจประเภทหนึ่ง วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานประการหนึ่งก็เพื่อให้ได้กำไร ซึ่งการที่กิจการโฆษณามีกำไรได้นั้น นอกจากจะทำได้โดยเพิ่มรายได้แล้ว ก็ยังอาจทำได้ โดยการลดหรือควบคุมค่าใช้จ่ายอีกทางหนึ่ง ถ้ากิจการโฆษณาสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายให้อยู่ในระดับหนึ่งที่เหมาะสมได้แล้ว โอกาสที่กิจการจะได้กำไรที่ต้องการก็เป็นไปได้มาก

โดยทั่วไปแล้ว รายจ่ายของกิจการโฆษณาก็คล้ายคลึงกับรายจ่ายของธุรกิจประเภทอื่น ๆ ก็มีค่าใช้จ่ายในการผลิต ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน - ค่าจ้างเงินเดือน ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมกิจการ ค่าใช้จ่ายในการบริหารงานทั่วไป ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม เพื่อที่จะได้ใช้ตัวเลขเกี่ยวกับ ค่าใช้จ่ายทั้งหมดเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานแล้ว สามารถแยกค่าใช้จ่ายได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับค่าจ้างเงินเดือนและค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับค่าจ้างเงินเดือน (Payroll and Nonpayroll Expense) ค่าใช้จ่ายวิธีนี้ ใช้เพื่อประโยชน์ในการจัดทำงบประมาณ และควบคุมการดำเนินงานของกิจการโฆษณาโดยทั่วไป
2. ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับลูกค้านำหนึ่งโดยตรง และโดยอ้อม (Direct and Indirect Expense) วิธีนี้ใช้เพื่อประโยชน์ในการควบคุมต้นทุนการดำเนินงานในการให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละราย

ค่าใช้จ่ายทั้ง 2 แบบนี้ แต่ละวิธีก็มีความสำคัญต่อการบริหารกิจการโฆษณา

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าจ้างเงินเดือน _____

คน ถือเป็นทรัพย์สินที่สำคัญของกิจการโฆษณา และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าจ้างเงินเดือน จึงถือเป็นค่าใช้จ่ายรายการใหญ่ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดของกิจการโฆษณา ค่าจ้างเงินเดือนนี้

ควรแยกเป็น ค่าจ้างเงินเดือน สำหรับพนักงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการสร้างงานโฆษณาโดยตรง ซึ่งมี ด้านการติดต่อกับลูกค้า ฝ่ายสร้างสรรค์ ฝ่ายผลิตงานโฆษณา ฝ่ายสื่อโฆษณา และฝ่ายวิจัยโฆษณา ฯ และค่าจ้างเงินเดือนสำหรับพนักงานที่ทำงานด้านอื่น เช่น ฝ่ายบัญชี ฝ่ายบริหารงานทั่วไป ฯ ซึ่งถือเป็นค่าจ้างเงินเดือนทางอ้อมสำหรับลูกค้า และเขกรายจ่ายค่าจ้างเงินเดือนเป็นประเภทนี้ จะเป็นประโยชน์แก่กิจการโฆษณา เพราะจะทำให้ทราบถึงค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไปในการดำเนินงานแต่ละหน้าที่ อันจะใช้ในการเปรียบเทียบกับตัวเลขของอุตสาหกรรมได้ดียิ่งขึ้น

การจัดสรรเงินเดือนของพนักงานแต่ละคนตามประเภทค่าจ้างเงินเดือนข้างต้นนั้น ถ้าพนักงานแต่ละคนทำหน้าที่ใดหน้าที่หนึ่งโดยเฉพาะ ก็ไม่เกิดปัญหาในการจัดสรร แต่ถ้าพนักงานคนหนึ่งทำงาน 2 - 3 หน้าที่ เช่น พนักงานในฝ่ายสร้างสรรค์คนหนึ่งไปทำงานหน้าที่อื่น คือหน้าที่ติดต่อกับลูกค้าด้วย ก็ควรจะมีการคาดคะเนถึงเวลาที่พนักงานคนนั้นใช้ในการทำงานแต่ละหน้าที่ แล้วจัดสรรเงินเดือนของเขาตามสัดส่วนของเวลาที่ใช้ในการทำงานแต่ละหน้าที่ ตัวอย่างพนักงานคนหนึ่งใช้เวลาในการติดต่อกับลูกค้า 45% และใช้เวลาในการทำงานด้านสร้างสรรค์ 55% ของเวลาทำงานทั้งหมด ถ้าพนักงานคนนี้ได้รับเงินเดือน 5,000.-บาท เงินเดือนของเขาก็ควรจัดสรรเป็นค่าใช้จ่ายในการติดต่อกับลูกค้า 2,350.-บาท และจัดสรรเป็นค่าใช้จ่ายในการสร้างสรรค์ 2,650.-บาท เป็นต้น

ค่าใช้จ่ายที่มีใช้ค่าจ้างเงินเดือน _____

รายจ่ายประเภทนี้ จะน้อยกว่า 30% ของรายจ่ายทั้งหมดของกิจการโฆษณา ¹⁰
และค่าใช้จ่ายที่จัดเป็นรายจ่ายประเภทนี้ มีดังต่อไปนี้

1. รายจ่ายที่เกี่ยวกับการจ่ายตอบแทนให้พนักงานเป็นกรณีพิเศษ (Employee Benefits) เพื่อที่จะทำให้พนักงานเกิดความพอใจที่จะทำงาน รายการนี้จะรวมถึง รายจ่ายค่าประกันชีวิต ค่ารักษาพยาบาล การปรับเงินเดือนตามภาวะเศรษฐกิจ แผนการเกษียณบำนาญ และการแบ่งส่วนกำไร ค่าประกันสังคมและค่าประกันการว่างงาน (ถ้ามี)

2. รายจ่ายเพื่ออำนวยความสะดวก (Facilities Expense) รายจ่ายนี้ เกี่ยวกับการจัดหาและรักษาซ่อมแซมสิ่งต่าง ๆ ที่ใช้ในการทำงาน เช่น ค่าเช่าทรัพย์สิน ค่าบำรุงรักษา ซ่อมแซม ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน ค่าประกันการสูญเสีย เป็นต้น ถ้ามีการเช่า เครื่องใช้สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์และอื่น ๆ ก็จัดอยู่ในรายการนี้

3. รายจ่ายเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานหรือบริการ (Services and Supplies Expense) รายการนี้ จะเกี่ยวกับการใช้บริการของนักบัญชี นักกฎหมาย ค่าธรรมเนียมในการ เป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจ ค่าอุปกรณ์และวัสดุสำนักงานและอื่น ๆ

4. ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร (Communication Expense) รายการนี้ จะรวมถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการติดต่อกับบุคคล ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อโดยการเขียน โทรศัพท์ โทรเลข หรือแม้แต่การไปเยี่ยม และพาไปรับประทานอาหาร

5. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (Miscellaneous Expense) ใช้สำหรับรายการ ที่ไม่อาจบอกได้ว่า เป็นงานของฝ่ายใด ซึ่งโดยทั่วไป ธุรกิจต่าง ๆ จะพยายามลดค่าใช้จ่าย ประเภtenี้ให้น้อยที่สุด

ค่าใช้จ่ายทางตรงและค่าใช้จ่ายทางอ้อม _____

ในเรื่องรายจ่ายของกิจการโฆษณา นี้ นอกจากจะรู้ว่า แต่ละหน้าที่ของกิจการโฆษณา มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเท่าไรแล้ว ควรที่ผู้บริหารจะรู้ด้วยว่า ค่าใช้จ่ายนั้นเกี่ยวข้องกับ ลูกค้านายใด และเป็นจำนวนเท่าไร และมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวข้องกับกิจการดำเนินงานทั่วไปของกิจการ โฆษณาเป็นจำนวนเท่าไร ที่ต้องจัดสรรไปให้กับลูกค้าทุกราย ข้อมูลเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์ในการ เปรียบเทียบ ค่าใช้จ่ายในการให้บริการลูกค้านั้น กับรายได้ที่ได้รับจากลูกค้านั้น เพื่อที่ ผู้บริหารจะได้ทราบว่า กิจการโฆษณาได้กำไรจากลูกค้านายใดบ้าง และได้เป็นจำนวนเท่าไร

การจัดสรรค่าใช้จ่ายทางตรงและทางอ้อมนี้ ทำได้โดยแยกค่าใช้จ่ายแต่ละรายการ โดยเฉพาะ ค่าจ้างเงินเดือนตามเวลาที่พนักงานแต่ละคนใช้ในการทำงานให้กับลูกค้านายใด รายหนึ่ง ก็ถือเป็นค่าใช้จ่ายทางตรงของลูกค้านั้น และแยกค่าใช้จ่ายตามเวลาที่พนักงานใช้

ในการทำงานทั่วไป ของกิจการโฆษณา ก็ถือเป็นค่าใช้จ่ายทางอ้อม คือ ถ้าพนักงานคนหนึ่งทำงาน เพื่อให้บริการแก่ลูกค้ารายหนึ่ง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตลอดระยะเวลา นั้น ก็ถือเป็นค่าใช้จ่ายทางตรง สำหรับลูกค้ารายนั้น และถ้าพนักงานทำงาน เกี่ยวกับงานทั่วไปของกิจการโฆษณา ก็ถือเป็น ค่าใช้จ่ายทางอ้อม ตัวอย่าง พนักงานคนหนึ่งใช้เวลา 25% ของเวลาทั้งหมดติดต่อกับลูกค้า ก. และใช้เวลาอีก 10% ในการเขียนข้อความโฆษณาให้ลูกค้ารายนั้น ขณะเดียวกัน ก็ใช้เวลา 30% ในการหาลูกค้าใหม่ และเวลาที่เหลือ 35% ในการทำงานอื่นทั่วไป ถ้าพนักงานคนนี้ได้รับเงินเดือน เดือนละ 1,000.-บาท ก็สามารถจัดสรรเงินเดือนของเขาได้ดังนี้

หน่วย : บาท

ค่าใช้จ่ายในการติดต่อกับลูกค้า ก.	250
ค่าสร้างสรรค์ (เขียนข้อความโฆษณา) ให้กับลูกค้า ก.	100
เงินเดือนที่จัดเป็นค่าใช้จ่ายทางตรงสำหรับลูกค้า ก.	350
ค่าหาลูกค้าใหม่	300
ค่าบริหารงานทั่วไป	350
เงินเดือนที่จัดเป็นค่าใช้จ่ายทางอ้อม	650

และด้วยเหตุที่พนักงานทุกคนมักจะต้องทำงานทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับลูกค้า ของกิจการโฆษณา ดังนั้น ก็ควรที่จะต้องจัดสรรเงินเดือนของพนักงานทุกคนตามระบบนี้ แล้วนำ เงินเดือนที่จัดสรรแล้วของพนักงานทุกคนที่ทำให้กับลูกค้ารายหนึ่งมารวมกัน ก็จะได้ค่าใช้จ่าย ประเภทเงินเดือนทางตรงที่กิจการโฆษณาต้องเสียในการให้บริการลูกค้ารายนั้น และถ้า นำ ค่าใช้จ่ายประเภทเงินเดือน ที่จัดสรรเป็นค่าใช้จ่ายทางตรง สำหรับลูกค้าทุกรายมารวมกัน ก็จะเป็นค่าใช้จ่ายประเภทเงินเดือนทางตรงทั้งหมดของกิจการโฆษณา และค่าใช้จ่ายประเภท เงินเดือนทางอ้อมทั้งหมด ก็จะได้จากการนำ เงินเดือนที่จัดเป็นค่าใช้จ่ายทางอ้อมของพนักงาน ทุกคนมารวมกัน

ส่วนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เงินเดือนนั้น ก็สามารถจัดสรรเป็นค่าใช้จ่ายทางตรง และทางอ้อม สำหรับลูกค้าแต่ละรายได้ มีบางส่วนที่สามารถจัดเป็นค่าใช้จ่ายทางตรงสำหรับ ลูกค้ารายหนึ่งได้ เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่ารับรอง ฯ แต่ส่วนใหญ่ของค่าใช้จ่ายประเภทนี้ ไม่สามารถ จัดสรรได้ว่าเป็นของลูกค้ารายใดโดยตรง ก็เป็นค่าใช้จ่ายทางอ้อม หรืออาจเรียกกันว่าใสุหุข (Overhead)

ตัวอย่าง ในการให้บริการแก่ลูกค้ารายหนึ่ง ต้องเสียค่าโทรศัพท์ 100.-บาท จากจำนวนทั้งหมด 200.-บาท ค่าเดินทาง 150.-บาท จากจำนวนทั้งหมด 350.-บาท และมีค่าใช้จ่ายอันเนื่อง มาจากความผิดพลาด 200.-บาท จากจำนวนทั้งหมด 250.-บาท และมีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จัดเป็น ค่าใช้จ่ายทางอ้อม 1,400.-บาท ค่าใช้จ่ายที่มีใช้เงินเดือนทางตรงและทางอ้อมสำหรับลูกค้า รายนี้ จะเป็นดังนี้

	หน่วย : บาท
ค่าโทรศัพท์ทางตรง	100
ค่าเดินทาง	150
ค่าใช้จ่ายจากความผิดพลาด	200
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จัดเป็นค่าใช้จ่ายทางตรงของลูกค้ารายหนึ่ง	450
ค่าโทรศัพท์ของกิจการโฆษณา	100
ค่าเดินทาง	200
ค่าใช้จ่ายจากความผิดพลาด	50
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่มีใช้เงินเดือน	1,400
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่จัดเป็นค่าใช้จ่ายทางอ้อม(ค่าใสุหุข)	1,750
ค่าใช้จ่ายที่มีใช้เงินเดือนทั้งหมด	2,200

ถ้านำค่าใช้จ่ายประเภทเงินเดือนทางตรงทั้งหมด มารวมกับ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จัดเป็นค่าใช้จ่ายทางตรงของลูกจ้างทั้งหมด ก็จะเป็น ค่าใช้จ่ายทางตรงในการให้บริการลูกค้าทั้งหมดของกิจการโฆษณา และถ้า นำ ค่าใช้จ่ายประเภทเงินเดือนทางอ้อม มารวมกับ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จัดเป็นค่าใช้จ่ายทางอ้อม ก็จะได้ค่าใช้จ่ายทางอ้อมในการให้บริการลูกค้าทั้งหมดของกิจการโฆษณา และถ้า นำ ค่าใช้จ่ายทางตรงทั้งหมด และค่าใช้จ่ายทางอ้อมทั้งหมด มารวมกัน จะได้ ค่าใช้จ่ายทั้งหมดของกิจการโฆษณา นั่นเอง

การเรียกเก็บเงินค่าบริการ (Billing)

เมื่อมีการให้บริการกับลูกค้าแล้ว ก็จะต้องมีการเรียกเก็บเงินสำหรับบริการนั้น ในการเรียกเก็บเงินนี้ สิ่งสำคัญ ก็คือ จะต้องได้รับเงินก่อนที่จะต้องจ่ายเงินนั้นออกไป ¹¹ สำหรับกิจการโฆษณา ก็จะต้องได้รับเงินค่าสร้างสรรค์งานโฆษณาและอื่น ๆ ก่อนที่จะจ่ายให้กับสื่อหรือผู้ส่งวัสดุ (Suppliers) เป็นค่าสื่อโฆษณา หรือค่าจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ ในเรื่องนี้ กิจการโฆษณาควรจะได้มีการตกลงกับลูกค้านับตั้งแต่ตกลงทำสัญญาที่จะทำงานร่วมกันว่า กิจการโฆษณาจะเรียกเก็บเงินก่อนที่จะต้องจ่ายเงินให้กับสื่อโฆษณาและอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตาม ก็ควรให้เวลาแก่ลูกค้าพอสมควรในการที่จะจัดหาเงินมาจ่ายให้ตรงเวลา กิจการโฆษณาควรจะได้ศึกษาลักษณะกำหนดการจ่ายเงินหลังได้รับใบเรียกเก็บเงินของลูกค้าแต่ละราย เพื่อจะได้ส่งใบเรียกเก็บเงินล่วงหน้า เพื่อให้ได้รับเงินตามเวลาที่ต้องจ่ายเงินนั้น ตัวอย่าง ถ้าลูกค้ารายหนึ่ง เมื่อได้รับใบเรียกเก็บเงินแล้วจะรอไว้จนครบ 30 วัน จึงจ่ายเงินตามใบเรียกเก็บเงินนั้น ในกรณีเช่นนี้ กิจการโฆษณารีบจัดส่งใบเรียกเก็บเงินไปล่วงหน้าให้นานพอที่จะได้รับเงินตรงตามเวลาที่จ่ายไม่ควรรอจนได้รับใบแจ้งหนี้ จากสื่อโฆษณา แล้วจึงเรียกเก็บจากลูกค้า ควรจะเรียกเก็บจากลูกค้าก่อนที่จะถึงกำหนดวันสุดท้ายของใบเรียกเก็บเงินนั้น 30 วัน

การเรียกเก็บเงินค่าสื่อโฆษณา

การเรียกเก็บเงินสำหรับสื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์

เมื่อทำสัญญากับสื่อโฆษณาให้เผยแพร่โฆษณาแล้ว กิจการโฆษณาจะต้องเก็บสำเนาของใบสั่ง ให้ทำการเผยแพร่โฆษณา (Insertion) ไว้ที่ฝ่ายบัญชี เพื่อตรวจสอบกับใบแจ้งการโฆษณา (Invoice) ที่สื่อโฆษณาส่งมาเพื่อเรียกเก็บเงินเมื่อได้ทำการเผยแพร่งานโฆษณานั้นแล้ว ใบแจ้งการโฆษณานี้จะมีรายละเอียดเกี่ยวกับขนาดของภาพโฆษณา จำนวนครั้งที่โฆษณา อัตราค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายทั้งหมด ส่วนลดเงินสด (ถ้ามี) เมื่อกิจการโฆษณาตรวจสอบใบแจ้งการโฆษณา กับสำเนาใบสั่งให้โฆษณาแล้ว เห็นว่าถูกต้อง ก็จะทำการเรียกเก็บเงินจากลูกค้า ซึ่งจะต้องเรียกเก็บก่อนที่จะถึงกำหนดเวลาจ่ายเงิน ในกรณีที่มีส่วนลดเงินสด ควรเสนอให้ลูกค้าทราบด้วย เพื่อลูกค้าจะได้พิจารณากำหนดเวลาจ่ายเงินว่าจะรับส่วนลดเงินสดนั้นหรือไม่

การเรียกเก็บเงินสำหรับสื่อโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ ไม่มีปัญหามากนัก เพราะสามารถทำการตรวจสอบใบสั่งให้โฆษณา กับโฆษณาที่เผยแพร่จริง ในสื่อโฆษณานั้นได้ไม่ยากนัก

การเรียกเก็บเงินสำหรับสื่อประเภทกระจายเสียง

การเรียกเก็บเงินสำหรับสื่อประเภทนี้ อาจมีปัญหามาเนื่องจากอาจมีการเปลี่ยนแปลงเวลาการโฆษณา โดยไม่ได้คาดคิดมาก่อน หรือโฆษณาอาจขาดหายไปบางส่วน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่อาจทราบล่วงหน้าทันที อย่างไรก็ตาม ในการเรียกเก็บเงินจากลูกค้าสำหรับการโฆษณาในสื่อประเภทนี้ กิจการโฆษณาจะอาศัยตารางเวลาโฆษณาที่กำหนดไว้และได้รับความเห็นชอบจากลูกค้าเป็นหลักในการคิดจำนวนเงินที่ลูกค้าจะต้องจ่ายทั้งหมดโดยประมาณ เพื่อเรียกเก็บเงินจากลูกค้าล่วงหน้าตามกำหนดเวลาที่ได้ตกลงกันไว้ อาจเป็นทุก ๆ เดือน เมื่อลูกค้าได้รับใบเรียกเก็บเงินแล้ว ก็จะต้องจ่ายภายในกำหนดเวลาที่ได้ตกลงกันด้วย เช่น จ่ายภายใน 30 วัน หลังจากได้รับใบเรียกเก็บเงินนั้น

เมื่อกิจการโฆษณาได้รับใบแจ้งการโฆษณาและใบเรียกเก็บเงินจากสถานี กิจการโฆษณาจะต้องตรวจสอบกับใบสั่งให้ทำการโฆษณากับข้อมูลที่มีการโฆษณาปรากฏจริง (สำหรับ

การโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทย กิจกรรมโฆษณาสามารถหาซื้อข้อมูลเกี่ยวกับการโฆษณาที่ปรากฏจริงได้จากบริษัทที่รวบรวมข้อมูลเหล่านี้ โดยการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ บันทึกการออกอากาศของสถานีวิทยุโทรทัศน์ทุกสถานีไว้ตลอดเวลาแล้วพิมพ์จำหน่ายให้แก่ผู้ที่ต้องการข้อมูลประเภทนี้) แล้วจึงจัดเตรียมใบเรียกเก็บเงินจริง พร้อมกับแจ้งรายละเอียดของวันเวลาที่โฆษณาและสิ่งที่แตกต่างกันไปจากใบเรียกเก็บเงินโดยประมาณ ไปให้ลูกค้าด้วย

ด้วยเหตุที่ การโฆษณาในสื่อโฆษณาประเภทนี้ มักจะมีข้อผิดพลาด จากวันเวลาโฆษณาที่ได้กำหนดไว้ ทำให้ลูกค้าอาจได้รับเงินคืน เนื่องจากการจ่ายเงินเต็มจำนวนไปล่วงหน้า แต่การโฆษณาจริงอาจไม่เป็นไปตามกำหนดนั้นเสมอ ดังนั้น กิจกรรมโฆษณาและบริษัทลูกค้าอาจมีการพิจารณาว่า จำนวนเงินที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดที่เกิดขึ้นนั้นโดยเฉลี่ยคิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ของจำนวนเงินเรียกเก็บทั้งหมด แล้วลูกค้าก็จ่ายเงินตามจำนวนเงินค่าสื่อโฆษณาตามตารางที่กำหนดไว้ล่วงหน้า หักด้วยจำนวนเงินที่ควรจะได้รับคืน เนื่องจากความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการโฆษณาจริง ให้กับกิจกรรมโฆษณา

การเรียกเก็บเงินค่าวัสดุเพื่อการสร้างสรรค์งานโฆษณาและค่าบริการอื่น ๆ _____

เมื่อมีการสั่งซื้อวัสดุ หรือ งานศิลป์ หรืออื่น ๆ เพื่อนำมาใช้ในการสร้างสรรค์โฆษณา กิจกรรมโฆษณาก็จะต้องเก็บสำเนาใบสั่งซื้อไว้ที่ฝ่ายบัญชี เมื่อใบส่งของมาถึง ฝ่ายบัญชีก็จะต้องตรวจสอบกับใบสั่งซื้อ แล้วส่งใบสั่งซื้อและใบส่งของไปให้ผู้ที่สั่งซื้อตรวจสอบ ถ้าเห็นว่าถูกต้องตรงกับที่ความต้องการก็จะเซ็นรับและส่งไปฝ่ายบัญชีเพื่อจ่ายชำระเงินค่านั้น

นอกจากนี้ กิจกรรมโฆษณาอาจให้บริการอื่น ๆ เช่น งานวิจัย การจัดทำโฆษณา ๗ จุดขาย ฯ แก่ลูกค้าด้วย ซึ่งงานเหล่านี้จะต้องมีการทาคะเนค่าใช้จ่ายล่วงหน้า ซึ่งจะต้องรวมค่าเวลาที่พนักงานที่เกี่ยวข้องจะไปเพื่องานนี้ด้วย สำหรับการเรียกเก็บเงินเหล่านี้จากบริษัทลูกค้า กิจกรรมโฆษณาจะคิดค่าบริการเพิ่ม 17.65% จากค่าใช้จ่ายจริง และในกรณีที่บริษัทผู้ขายวัสดุ เสนอให้ส่วนลดเงินสด กิจกรรมโฆษณาก็จะแจ้งให้ลูกค้าทราบ เพื่อให้พิจารณาที่จะจ่ายเงินเพื่อจะรับส่วนลดนั้นหรือไม่ ส่วนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าเดินทาง ค่าแสตมป์ ฯลฯ จะเรียกเก็บตามค่าใช้จ่ายจริง

ในการเรียกเก็บเงินจากบริษัทลูกค้านั้น ด้วยเหตุที่มีงานบางงานต้องใช้เวลานาน ในการที่จะทำงานนั้นให้แล้วเสร็จ กิจกรรมโฆษณา จึงอาจทำสัญญากับบริษัทลูกค้าเกี่ยวกับวิธีการ เรียกเก็บเงินประเภทนี้ โดยอาจเสนอขอเรียกเก็บตามระยะเวลา เช่น เรียกเก็บทุกเดือน เป็นต้น หรืออาจเรียกเก็บเงินตามสัดส่วนของงานที่ทำสำเร็จแล้ว หรืออาจเรียกเก็บเมื่องานนั้น แล้วเสร็จ ก็ได้

ปัญหาในการเรียกเก็บเงิน

โดยทั่วไป เมื่อกิจกรรมโฆษณาเรียกเก็บเงินจากบริษัทลูกค้าแล้ว บริษัทลูกค้าอาจ ไม่ได้จ่ายเงินทันที หรือภายในช่วงเวลาที่กิจกรรมโฆษณาต้องการ ดังนั้น กิจกรรมโฆษณาจะต้อง ศึกษานโยบายการจ่ายเงินของบริษัทลูกค้า และควรดำเนินงานทุกวิธีเพื่อที่จะให้แน่ใจได้ว่า จะได้ เงินมาทันเวลาที่จะต้องจ่ายไป สำหรับวิธีการก็มีดังต่อไปนี้

1. การจงใจให้ชำระเงินเมื่อถึงกำหนดชำระ เมื่อครบกำหนดชำระเงิน ตามใบเรียกเก็บเงิน ถ้าบริษัทลูกค้ายังไม่ชำระเงินนั้น ก็เป็นความรับผิดชอบของฝ่ายบริการ ลูกค้าที่จะต้องติดตามทวงถาม โดยอาจต้องทำให้ลูกค้าทราบในที่ว่า งานนั้นจะเสร็จเรียบร้อย ก็ต่อเมื่อกิจกรรมโฆษณาได้รับเงินแล้ว

กิจกรรมโฆษณาบางแห่งให้ฝ่ายการเงินเป็นผู้ทำหน้าที่นี้

2. การเสนอให้ส่วนลดเงินสด (Cash Discounts) ของสื่อโฆษณา เรือบริษัทผู้ขายวัสดุ กิจกรรมโฆษณาก็จะแจ้งให้บริษัทลูกค้าทราบว่า สื่อโฆษณาหรือบริษัทผู้ขายวัสดุ ได้เสนอเงื่อนไขการชำระเงินเพื่อให้ได้รับส่วนลดเงินสด เพื่อเป็นการจงใจให้บริษัทลูกค้าจ่ายเงิน ให้เร็วขึ้น เพื่อที่จะได้รับส่วนลดนั้น

3. หากบริษัทลูกค้าไม่ชำระเงินภายในกำหนดเวลา และกิจกรรมโฆษณา จำเป็นที่จะต้องจ่ายเงินล่วงหน้า ก็อาจมีการตกลงกับบริษัทลูกค้าว่า กิจกรรมโฆษณาจะคิดค่าบริการ 0.5 - 1% ต่อเดือน สำหรับหนี้ที่บริษัทลูกค้าค้างชำระ ก็ได้

การจัดทำรายงานทางการเงิน (Financial Reporting)

ฝ่ายการเงิน นอกจากจะทำหน้าที่ส่งใบเรียกเก็บเงิน ตรวจสอบการชำระเงินของบริษัทลูกค้า และการจ่ายเงินต่าง ๆ แล้ว ยังควรที่จะต้องจัดทำรายงานทางการเงินด้านต่าง ๆ ด้วย รายงานทางการเงินนี้ ควรจัดทำเป็นประจำทุกเดือน ไม่ว่ากิจการโฆษณาแห่งนั้น จะมีบุคคลที่รับผิดชอบงานด้านนี้เอง หรือให้บริการด้านนี้จากบริษัทภายนอกก็ตาม รายงานที่จัดทำเป็นประจำนี้ ควรจัดทำในรูปแบบที่เหมือนกัน เพราะถ้าหากข้อมูลในรายงานมีความแตกต่างกันไปในแต่ละเดือน ก็จะขาดความสม่ำเสมอในการรวบรวมข้อมูลและอาจใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่ได้ไม่ได้ผลเท่าที่ควร และการจัดทำรายงานทางการเงินนี้ กิจการโฆษณาต้องมีระบบบัญชีต้นทุนที่ดีด้วย

สำหรับรายงานทางการเงินที่กิจการโฆษณา ควรจัดทำหรือได้รับเป็นประจำทุกเดือน ก็มี

1. งบการดำเนินงาน (Operating Statement) หรืองบกำไรขาดทุน (Profit and Loss Statement) ควรแสดงถึงตัวเลขผลการดำเนินงานในเดือนที่ผ่านมาและตัวเลขผลการดำเนินงาน ตั้งแต่เริ่มปีงบประมาณ จนถึงเดือนปัจจุบัน และถ้ากิจการโฆษณามีการจัดทำงบกำไรขาดทุนโดยประมาณ ก็ควรจะมีตัวเลขของงบการดำเนินงานโดยประมาณนั้นประกอบด้วย สำหรับสิ่งที่จะปรากฏในงบการดำเนินงานนี้ ก็มี 3 รายการที่สำคัญคือ รายได้ รายจ่ายและผลสุทธิ

รายได้ ที่ปรากฏในงบการดำเนินงานนี้ ไม่ใช่ยอดเงินเรียกเก็บ (Billings) แต่จะเป็นรายได้ขั้นต้นของกิจการโฆษณา ถือเป็นค่าคอมมิชชั่น ค่าบริการเพิ่ม และค่าธรรมเนียมที่กิจการโฆษณาได้รับทั้งหมด ซึ่งไม่ควรรวมส่วนลดเงินสด

รายจ่าย ที่ต้องเสียไปในการให้บริการและการดำเนินงานของกิจการโฆษณา ควรแยกเป็นรายจ่ายที่เป็นเงินเคียนค่าจ้างและรายจ่ายที่มีใช้เงินเคียนและค่าจ้าง

ผลแตกต่างระหว่างรายได้และรายจ่าย ที่ควรนำมาเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้

2. งบดุล (Balance Sheet) เป็นงบการเงินที่แสดงฐานะการเงินของบริษัท ณ วันหนึ่งในแต่ละเดือน ซึ่งจะทำให้ทราบว่า กิจกรรมโฆณะมีทรัพย์สินและหนี้สิน เป็นจำนวนเท่าไร

3. งบแสดงรายการลูกหนี้ (Account Receivable) ควรจัดทำโดยแยกแสดงลูกหนี้แต่ละราย โดยเริ่มจากลูกหนี้ที่เก่าที่สุด แล้วเรียงลำดับตามอายุ

นอกจากนี้ ฝ่ายการเงินควรจัดทำงบที่แสดงต้นทุนในการให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละราย ซึ่งงบการเงินประเภทนี้ควรจัดทำทุก 3 เดือน และควรมีข้อมูลต่อไปนี้

1. เงินเดือนพนักงานที่ทำงานให้กับลูกค้าแต่ละราย (Direct Salaries)

ควรจะแยกรายละเอียดเป็นเงินเดือนของพนักงานในแต่ละแผนก ซึ่งถ้าซึ่งแยกได้ละเอียดมากเท่าไร ก็จะสามารถควบคุมได้ดีมากขึ้น วิธีการหนึ่งที่จะบอกได้ว่า เงินเดือนของพนักงานแต่ละคน จะจัดสรรเป็นค่าใช้จ่ายในการให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละรายเป็นจำนวนมากน้อยเท่าไร ก็คือ การให้พนักงานที่ทำงานให้ลูกค้าแต่ละรายจัดทำบันทึก เวลาการทำงาน (Functional Time Sheet) ไว้เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดสรรค่าใช้จ่าย เพราะสิ่งที่ต้องการทราบในการจัดสรรค่าใช้จ่ายประเภทเงินเดือน ก็คือ ใคร ใช้เวลาเท่าไร ในการทำงานหน้าที่ใด ให้กับลูกค้ารายใด

2. ค่าใช้จ่ายทางตรงของลูกค้าแต่ละราย (Direct Client Expenses)

เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการให้บริการรายหนึ่ง เช่น ค่าเดินทาง ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ ซึ่งสามารถบอกได้แน่นอนว่า ค่าใช้จ่ายนั้นเกิดขึ้นเพื่อให้บริการแก่ลูกค้ารายใด

3. ค่าโสหุ้ย (Overhead) เป็นค่าใช้จ่ายทางอ้อมของกิจการโฆณะ ที่ไม่

สามารถแยกเป็นค่าใช้จ่ายในการให้บริการแก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งได้ ที่ต้องจัดสรร เป็นค่าใช้จ่ายให้กับลูกค้าแต่ละราย วิธีการหาค่าโสหุ้ยที่ง่ายที่สุด คือ นำค่าใช้จ่ายประเภทเงินเดือน ที่ทำให้กับลูกค้าทุกราย รวมกับ ค่าใช้จ่ายอื่นที่มีใช้เงินเดือนที่ทำให้กับลูกค้าทุกราย แล้วหักออกจาก ค่าใช้จ่ายทั้งหมดของกิจการ ก็จะได้ ค่าโสหุ้ย

สำหรับการจัดสรรค่าใ้สูหุ่ย ใ้กับลูกค้าแต่ละรายนั้น มีวิธีการ อยู่ 3 วิธี ¹² คือ

1. การจัดสรรตามสั้ส่วนของรายได้ชั้นต้น (Gross Income) ที่กิจการโฆษณา ใ้ได้รับจากลูกค้าแต่ละราย เหตุผลของวิธีนี้คือ สิ่งที่จะก่อให้เกิดรายได้ ก็คือ ค่าใ้จ่าย กั้งนั้น การจัดสรรค่าใ้สูหุ่ย จึงควรจัดสรรตามรายได้ที่จะได้รับ ข้อบกพร่องที่สั้คัญของวิธีนี้คือ ค่าใ้สูหุ่ยนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ที่ใ้ได้รับ เพราะกิจการไม่สามารถทำงานใ้ให้ลูกค้าโดยไม่มี กวาไรพอดควรได้ ซึ่งถ้าเป็นเช่นนั้น กิจการโฆษณาจะคิดค่าธรรมเนียมเพิ่ม แม้วางานที่ท้าจะไม่ เพิ่มขึ้น และไม่ค่าใ้จ่ายเพิ่มขึ้น แต่กิจการโฆษณาจะมีรายได้จากลูกค้าเพิ่มขึ้น

2. การจัดสรรตามจำนวนชั่วโมงที่ทำงานใ้ให้กับลูกค้าแต่ละราย (Direct Time in Hours) วิธีนี้นิยมใ้ใช้กันมาก และวิธีนี้ใ้ใ้แก่ใ้ข้อบกพร่องของวิธีที่ 1 เพราะ จำนวนชั่วโมง ที่ใ้ใช้ในการทำงานจะสัมพันธ์กับงานที่ท้า แต่วิธีการนี้ก็ยังไม่ใ้ความสนใจต่อความจริงที่ว่า ชั่วโมง การทำงานของพนักงานแต่ละคนมีค่าแตกต่างกัน

3. การจัดสรรตามสั้ส่วนของค่าใ้จ่ายประเภทเงินเดือนทางตรงสำหรับลูกค้า แต่ละราย (Direct Salary Costs) วิธีนี้ยอมรับว่า ชั่วโมงการทำงานของพนักงานแต่ละคน มีค่าแตกต่างกัน เช่น ชั่วโมงการทำงานของหัวหน้างาน จะมีค่าใ้สูหุ่ยมากกว่า ชั่วโมงการทำงาน ที่ใ้เท่ากันของเสมียนคนหนึ่ง ทั้งนี้เพราะ หัวหน้างานมีห้องทำงาน มีเครื่องรับโทรศัพท์ มีเสมียน หรือเลขานุการ คอยช่วยงานเป็นต้น วิธีนี้ ค่าใ้จ่ายประเภทเงินเดือนทางตรง จึงสัมพันธ์กับ ค่าใ้สูหุ่ยที่เกิดขึ้น

ตัวอย่าง วิธีการหาค้าใ้สูหุ่ยและการจัดสรรค่าใ้สูหุ่ยใ้กับลูกค้าแต่ละราย

หน่วย : บาท

ค่าใช้จ่ายทั้งหมด

100,000

เงินเคื่อนทางตรง :

ลูกค้ำ ก.	20,000
ลูกค้ำ ข.	15,000
ลูกค้ำ ค.	11,000

46,000

ค่าใช้จ่ายทางตรงอื่น ๆ ที่มีใช้เงินเคื่อน

2,500

ค่าใช้จ่ายทางตรงทั้งหมด

48,500

ค่าใส่หุ้ย

51,500

การจัดสรรค่าใส่หุ้ยให้กับลูกค้ำแต่ละราย ถ้าจะจัดสรรตามสัดส่วนของค่าใช้จ่ายประเภทเงินเคื่อนทางตรงแล้ว จากตัวอย่างข้างคั้น จะพบว่า

เงินเคื่อนทางตรงของลูกค้ำ ก. ข. และ ค. คิดเป็น 43.48% 32.6% และ 23.92% ของค่าใช้จ่ายประเภทเงินเคื่อนทางตรงทั้งหมด คั้งนั้น ลูกค้ำ ก. ข. และ ค. จะมีค่าใส่หุ้ยที่จัดสรรเป็นจำนวนประมาณ 22,390.-บาท 16,790.-บาท และ 12,320.-บาท ตามลำดับ

ตัวอย่าง งบแสดง ค่าใส่จ่ายในการให้บริการลูกค้ำรายหนึ่ง

สมมติ ลูกค้ำ ก.	3 เดือน	บาท คั้นปีถึงปัจจุบัน
รายใค้คั้นคั้น	15,000	45,000
เงินเคื่อนทางตรง	6,000	20,000
ค่าใส่หุ้ยที่จัดสรรให้	6,717	22,390
ค่าใส่จ่ายเกี่ยวกับลูกค้ำโดยตรง	500	1,000
ค่าใส่จ่ายทั้งหมด	13,217	43,390
กำไรก่อนหักภาษี	1,783	1,610

นอกจากนี้ ฝ่ายการเงินควรได้มีส่วนร่วมในการกำหนดงบประมาณเพื่อการโฆษณา
ของลูกค้านั้น โดยให้ผู้ประสานงานกับลูกค้า เป็นผู้คาดคะเนรายได้ที่คาดว่าจะได้รับในการ
ให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละราย

คำถามท้ายบท

1. ค่าตอบแทนที่กิจการโฆษณาเรียกเก็บจากบริษัทลูกค้า มีกี่วิธี อะไรบ้าง
จงอธิบายพร้อมบอกข้อดีข้อเสียของแต่ละวิธีมาด้วย
2. กิจการโฆษณาแห่งหนึ่ง ทำการโฆษณาทางนิตยสารให้กับบริษัทลูกค้ารายหนึ่ง
โดยมีค่าซื้อเนื้อที่โฆษณา 15,300.-บาท ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับงานศิลป์และรายจ่ายที่จ่ายให้กับ
บริษัทภายนอก 2,500.-บาท ค่าใช้จ่ายในการวิจัย 4,800.-บาท จงคำนวณหา
 - 2.1 จำนวนเงินที่สื่อโฆษณาเรียกเก็บจากกิจการโฆษณา ทั้งในกรณีที่ไม่มี
ส่วนลดเงินสด และในกรณีที่บริษัทลูกค้าจ่ายเงินภายในกำหนดเวลา
เพื่อให้ได้รับส่วนลดเงินสด 2% นั้น
 - 2.2 จำนวนเงินที่กิจการโฆษณาเรียกเก็บจากลูกค้ารายนี้ (Billing)
ทั้งในกรณีที่มีส่วนลดและไม่มีส่วนลด
 - 2.3 ค่าใช้จ่ายในการทำโฆษณาให้กับลูกค้ารายนี้
 - 2.4 รายได้ขั้นต้นของกิจการโฆษณา (Gross Income)
 ทั้งนี้โดยกำหนดให้กิจการโฆษณาแห่งนี้ กิตค่าตอบแทนการให้บริการโดยใช้
วิธีกิตค่าคอมมิชชั่น 15% และ กิตค่าบริการ 17.65% ประกอบกัน
3. การแจ้งหลักการในการเรียกเก็บเงินให้บริษัทลูกค้าทราบ และ การจัดทำ
รายงานทางการเงินของกิจการโฆษณา จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกิจการโฆษณา
อย่างไรบ้าง จงอธิบาย