

บทที่ 10

งานขาย การตลาดและการควบคุมเงินสดของ ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม

งานขายและการตลาด

งานขายและการตลาด เป็นเป็นงานที่ต้องดำเนินควบคู่กันไปและเป็นปัจจัยสำคัญ ปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจขององค์กรนั้นๆ ประสบความสำเร็จ ปัจจัยอื่นองค์กรต่างๆ หันมาให้ความสำคัญกับงานการขายและการตลาด และนำกลยุทธ์ต่างๆ ในการขายและการตลาด ทั้งทางตรงและทางอ้อมไปใช้แข่งขันทางธุรกิจมากขึ้น สำหรับผู้ที่จะทำธุรกิจทางด้านการบริการ อาหารและเครื่องดื่ม นอกจากจะต้องมีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม แล้วยังควรมีความรู้ในเรื่องงานขายและการตลาด ตลอดจนการควบคุมเงินสด เพื่อบริหารจัดการธุรกิจให้องค์กรให้มีความสมบูรณ์ต่อไป ในบทนี้จะกล่าวถึงเรื่องเหล่านี้แต่พอสังเขป เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับความเข้าใจกระบวนการเหล่านี้ต่อไป

ความหมายของงานขาย

การขาย (Selling) หมายถึง กระบวนการช่วยเหลือ หรือโน้มน้าวชักจูงให้ลูกค้า ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการโดย **วิธีการขายที่ไม่ต้องใช้พนักงานขาย (Non personal Selling)** หรือโดย **วิธีการขายที่ต้องใช้พนักงานขาย (Personal Selling)**²

¹วิเชียร เลิศโกถานนท์ และ พลศรี คชาชีวะ, หน่วยที่ 12 การจัดการการตลาดกับงานภัตตาคาร ในเอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการและเทคนิคการบริการในภัตตาคาร, พิมพ์ครั้งที่ 2, นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545, หน้า 250.

²ประสงค์ แสงพ่าย, การบริหารการโรงแรม, พิมพ์ครั้งที่ 6 (กรุงเทพ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2538) หน้า 190.

ความหมายของการตลาด

สำหรับการตลาดนั้น มีผู้ให้ความหมายมากมาย ขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจนั้นๆว่าจะนำความหมายใดไปใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของตน ซึ่งอาจจะต้องคำนึงถึงสินค้า บริการ และลูกค้าที่เกี่ยวข้องด้วย ดังนั้นในที่นี้ จะขอ นำคำจำกัดความของนักการตลาดที่เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติมานำเสนอ เพื่อผู้อ่านจะได้นำไปปรับใช้ให้เข้ากับลักษณะเฉพาะทางธุรกิจของตน ดังต่อไปนี้³

ฟิลิป คอทเลอร์ (Phillip Kotler) ให้ความหมายการตลาดว่า **“เป็นกิจกรรมของมนุษย์ที่จะดำเนินเพื่อให้มีการตอบสนองความพอใจและความต้องการต่างๆ โดยอาศัยกระบวนการแลกเปลี่ยน”**

อี เจอโรม แมคคาร์ธี (E. Jerome Mc Carthy) ให้ความหมายการตลาดว่า **“เป็นผลงานที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทั้งหลายที่เกี่ยวกับความพยายามให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ โดยอาศัยการคาดหมาย ความต้องการต่างๆ ของลูกค้า และยังรวมถึงการที่สินค้าและบริการผ่านการผู้ผลิตไปยังลูกค้า เพื่อตอบสนองความพอใจให้กับลูกค้า”**

วิลเลียม สแตนตัน (William Stanton) ให้ความหมายของการตลาดว่า **“เป็นระบบของปฏิบัติการกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริหารเพื่อจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และผู้บริโภคที่คาดหมายในอนาคต”**

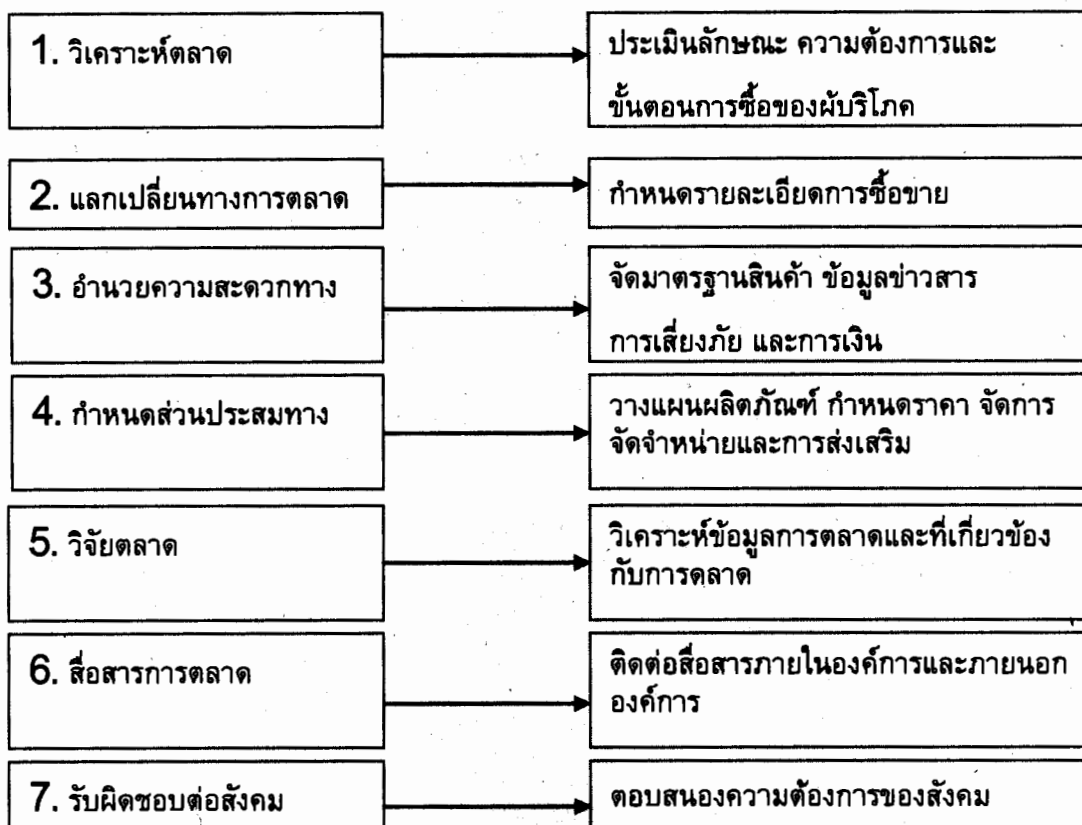
สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย (American Marketing Association) ให้ความหมายการตลาดว่า **“การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทางธุรกิจ อันมีผลทำให้สินค้าและการบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้”**

³พรพนพิมล ก้านกนก และ คณะ, หลักการตลาด, พิมพ์ครั้งที่ 8 (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548, หน้า 3.

หน้าที่ของนักการตลาด (Marketing Function)

จากการประมวลความหมายเบื้องต้นดังกล่าว ทำให้เราทราบว่า กระบวนการทางการตลาดคือการที่นำสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งนักการตลาดที่ดีนั้น จะต้องคำนึงถึงหน้าที่ของนักการตลาด (Marketing Function) 7 ประการ ด้วยกัน ดังนี้⁴

แผนภูมิที่ 10.1 แสดงหน้าที่ของนักการตลาด

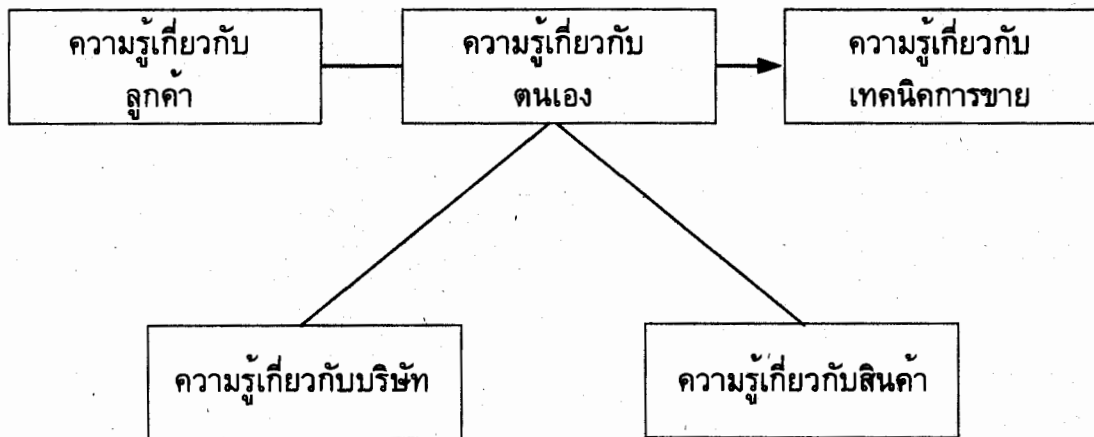


⁴พรพรรณพิมล ก้านกนก และ คณะ, หลักการตลาด, อ่างแล้ว, หน้า 11.

ความรู้พื้นฐานของพนักงานขาย (Basic knowledge of Salesman)

พนักงานขาย เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญมากในงานการตลาด การตลาดวางแผนแล้ว แต่พนักงานขายทำไม่สำเร็จ งานทั้งหมดของแผนกอาหารและเครื่องดื่มที่วางแผนไว้ก็ จะไม่ประสบความสำเร็จ การเป็นพนักงานขาย ต้องมีความสามารถหลายอย่างและต้องเป็น ผู้ที่อดทนและรอบรู้ในหลายๆ เรื่อง ผู้ที่เป็นพนักงานขายจะต้องมีองค์ประกอบ 5 อย่าง ที่มี ปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ดังนี้⁵

แผนภูมิที่ 10.2 ความรู้พื้นฐานของพนักงานขาย



1. ความรู้เกี่ยวกับตนเอง

ผู้รับผิดชอบงานขายของแผนกอาหารและเครื่องดื่ม คือ พนักงานขายฝ่ายจัดเลี้ยง (Catering Sale Executive) โดยมี พนักงานเสิร์ฟในห้องอาหารนั้นๆ เป็นผู้ส่งเสริมการขาย

การที่อาหารและเครื่องดื่มจะขายได้นั้น พนักงานขายฝ่ายจัดเลี้ยงมีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากพนักงานฝ่ายนี้จะต้องทราบว่า จะต้องขายงานแต่งงาน งานประชุม สัมมนา งานครบรอบปีของบริษัทต่างๆ หรือ งานแสดงสินค้า พนักงานจะต้อง สิ่งแรกที่ จากนั้น ควร ในด้านอารมณ์ ดังนั้น พนักงานขายจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบเกี่ยวกับตนเอง 4 ประการ คือ

⁵ประสงค์ แสงพ่ายัพ, การบริหารการโรงแรม, อ่างแล้ว, หน้า 190.

1.1 องค์ประกอบทางด้านจิตใจ

พนักงานขายต้องมีใจรักงานในงานด้านนี้เป็นสิ่งแรก และต้องมีความเชื่อมั่นในโรงแรมของตนว่า เป็นโรงแรมที่สามารถขายบริการต่างๆ ในโรงแรมได้ จิตใจต้องดีงาม พร้อมรับการตัดสินใจของลูกค้า

1.2 องค์ประกอบทางด้านอารมณ์

พนักงานขายต้องรู้จักการควบคุมอารมณ์ มีความอดทน สามารถยอมรับในสภาพและอารมณ์อันหลากหลายของลูกค้าได้

1.3 องค์ประกอบทางด้านร่างกาย

พนักงานขายต้องมีสุขภาพดี เพราะงานเลี้ยงโดยทั่วไปมักจะจัดในช่วงกลางวันถึงช่วงเย็นและเลิกในช่วง 22.00 น. ขึ้นไป ซึ่งพนักงานจะต้องดูแลความเรียบร้อยของสถานที่ ดังนั้น พนักงานจะต้องไม่อ่อนแอ สภาพร่างกายต้องสู้กับงานหนักและสามารถปฏิบัติงานช่วงกลางคืนได้ นอกจากนี้ ยังต้องพิจารณาบุคลิกภาพของตนเอง เช่น การเดิน ท่าทางที่ใช้ในการบริการต่างๆ แก่ลูกค้าต้องเรียบร้อย ดูงาม ต้องรักษาความสะอาดของร่างกาย เช่น ตัดผมสั้นพองาม ตัดเล็บให้เรียบร้อย รวมทั้งต้องแต่งกายให้สุภาพด้วย

1.4 องค์ประกอบทางด้านสังคม

พนักงานต้องทำตนให้เป็นที่ยอมรับของสังคม รู้จักการวางตนให้เหมาะสม มีอัธยาศัยอ่อนโยน มีความอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่ยกตนข่มท่าน ไม่เย่อหยิ่งจองหอง และที่สำคัญที่สุด คือ ต้องวางตนให้เหมาะกับกาลเทศะ

2. ความรู้เกี่ยวกับสินค้า

พนักงานขายจะต้องทราบถึงรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับห้องอาหารหรือภัตตาคารทุกแห่งในโรงแรม เพื่อนำไปอธิบายเสนอต่อลูกค้า รวมทั้งตอบข้อสงสัยที่ลูกค้าอาจจะซักถามด้วยเช่น ลักษณะของการบริการ ขนาดของห้องจัดเลี้ยง ประเภทของอาหาร รายการอาหาร หรือ ราคาที่น่าเสนอ เป็นต้น

3. ความรู้เกี่ยวกับบริษัท

พนักงานขายควรจะทราบประวัติข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมของตน เช่น โครงสร้างการบริหารของโรงแรม ข้อมูลผู้บริหารโรงแรม ตลอดจนนโยบายการขายและระบบการเงินพอสมควร เพื่อตอบข้อสงสัยของลูกค้าในเรื่องของระบบการจ่ายเงิน และหลักการวางมัดจำ

4. ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า

พนักงานขายควรจะต้องวิเคราะห์ลักษณะของลูกค้าโดยคร่าวๆ ได้ โดยสังเกตจากบุคลิกภาพตลอดจนนิสัยที่แสดงออก หรือในกรณีที่จำเป็นต้องไปพบลูกค้านอกสถานที่ ควรศึกษาเกี่ยวกับประวัติ อุปนิสัยและระดับความต้องการของลูกค้า ตลอดจนพฤติกรรมและวัฒนธรรมการบริโภค ก่อนที่จะเดินทางไปพบลูกค้า เช่น ลูกค้าบางท่านนิยมอาหารจีนราคาสูง การนำเสนอรายการอาหาร (Menu) ก็ควรจะเป็นรายการอาหารที่เหมาะสมกับราคา ลูกค้าบางท่านเป็นมุสลิมหรืออิสลาม ลูกค้าบางท่านเป็นมังสวิรัต เป็นต้น ดังนั้น พนักงานขายควรจะต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้าบ้าง

5. ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย

พนักงานขายจะต้องเรียนรู้เทคนิคต่างๆ เกี่ยวกับงานขาย เนื่องจากลูกค้ามีหลายประเภท ต้องใช้เทคนิคการขายให้ตรงกับลูกค้า เทคนิคการขายของฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มก็คือ หากพนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับตนเอง สินค้า บริษัท และ ลูกค้า เป็นอย่างดี ย่อมทำให้เกิดความมั่นใจในการนำเสนอบริการต่างๆ ในโรงแรม สามารถอธิบายเรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับโรงแรมได้ ทำให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้บริการ ทั้งหมดนี้ย่อมส่งผลให้การปิดการขายง่ายขึ้น เกิดรายได้เข้าโรงแรมรวดเร็วขึ้น

กระบวนการขาย (Selling Process)

กระบวนการขาย เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญ แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ^๑

1. การสรรหาลูกค้ามุ่งหวัง (Prospecting)

กลุ่มลูกค้าที่มุ่งหวัง คือ กลุ่มลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการของโรงแรม โดยพนักงานขายจะต้องเป็นผู้คาดการณ์ว่านี่ถึงว่า ลูกค้าของโรงแรมคือใคร อาหารในห้องอาหารประเภทนั้นๆ เหมาะกับลูกค้าประเภทใด เป็นต้น

2. การเตรียมการขาย (Preparation)

เมื่อทราบว่า ลูกค้าที่จะมาใช้บริการคือใคร พนักงานขายจะต้องเตรียมการขายก่อนที่จะขายจริง เช่น ต้องจัดเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าและสินค้า เป็นต้น

^๑พรพรรณพิมล ก้านนก และ คณะ, หลักการตลาด, อ่างแล้ว, หน้า 453.

3. การเสนอขาย (Presentation)

การเสนอขายเป็นขั้นตอนแรกของการเปิดการขาย สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

3.1 การเสนอขายแบบสำเร็จรูป (Canned Presentation)

พนักงานขายจะต้องเตรียมข้อมูลในการขายไว้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ระบบการขายแบบนี้ จะมีการลำดับการเสนอขาย ครอบคลุมประเด็นต่างๆ ไม่เสียเวลามาก ในการเสนอขาย ทำให้ผู้ขายไม่หลงลืม เหมาะกับพนักงานขายใหม่ แต่ข้อเสียก็คือ จะวิธีการขายจะซ้ำซาก ไม่มีความแตกต่าง ไม่มีชีวิตชีวา และไม่เหมาะกับการเสนอขายสินค้า หลายๆ ชนิดในเวลาเดียวกัน

3.2 การเสนอขายแบบโปรแกรม (Programmed Presentation)

เป็นลักษณะการขาย ที่ดัดแปลงให้เหมาะสมกับสถานการณ์ขายในแต่ละครั้ง ไม่จำเป็นจะต้องขายแบบมีแผน ลำดับขั้นตอน พนักงานขายจะคิดโครงหลักสำคัญในการขายไว้ก่อน และนำเสนอเป็นลักษณะการสนทนาตามความเหมาะสม ผู้ขายที่มีประสบการณ์ด้านนี้มักจะประสบความสำเร็จ การเสนอขายลักษณะนี้มีความคล่องตัวมากขึ้น มีการยืดหยุ่น บางครั้งการเสนอขายครั้งเดียว อาจไม่ได้ผล พนักงานขายจะต้องเป็นผู้ที่มีสัญชาติญาณ นักขาย เพื่อเปิดการขายได้อย่างงดงาม

4. การติดตามผลภายหลังการขาย (Post-sale Support)

เมื่อพนักงานขายเสนอการขายให้แก่ลูกค้า อาจจะถูกปฏิเสธการนำเสนอขาย หรือถูกเลื่อนการสั่งซื้อออกไปก่อน ดังนั้น พนักงานขายจะต้องมีความอดทน เมื่อลูกค้าปฏิเสธการเสนอขายจะต้องไม่แสดงกิริยาที่ไม่สุภาพ ต้องคิดว่าในวันนี้ลูกค้าอาจติดขัดบางประการ ลูกค้าอาจซื้อในวันข้างหน้า พนักงานต้องไม่หมดกำลังใจในการทำงาน เพราะจะเสียกำลังใจในการขายครั้งต่อไป ควรรับข้อเสนอแนะจากลูกค้า ซึ่งอาจจะมีประโยชน์ในการขายครั้งต่อไป และนำข้อบกพร่องในการเสนอขายไปปรับปรุงให้ดีขึ้น ควรแสดงความขอบคุณลูกค้าที่สละเวลาในการฟังการนำเสนอขายของพนักงานขาย ถึงแม้ลูกค้ายังไม่ซื้อสินค้าและบริการของเรา ควรจะมีการไปพบเพื่อเยี่ยมเยียนลูกค้าบ้างเป็นระยะ เพื่อสร้างความสัมพันธ์

การควบคุมเงินสด

แผนกอาหารและเครื่องดื่ม เป็นแผนกหนึ่งที่มีรายรับมากแผนกหนึ่ง เป็นแผนกที่มีการรับและจ่ายเงินเป็นประจำ โอกาสที่จะเกิดการสูญหายของเงินและการทุจริต จึงมีขึ้นได้เสมอ ดังนั้น จึงต้องมีระบบการควบคุมเงินสดที่ดี เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากสาเหตุต่างๆ กัน

ความหมายของการควบคุมเงินสด

ระบบการควบคุมเงินสด หมายถึง ระบบปฏิบัติการเพื่อเก็บรักษาเงินสดของกิจการอย่างปลอดภัย เพียงพอที่จะไม่มีการสูญหายหรือเกิดการทุจริต ประกอบด้วย การควบคุมดูแลเงินสด ควบคุมรายรับและรายจ่ายของกิจการทุกรายการที่เกิดขึ้น โดยมีการบันทึกรายการที่ถูกต้องและครบถ้วน ตลอดจนสามารถนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเงินสดคงเหลือได้ถูกต้อง ทันทีที่ต้องการ⁷

หลักการทั่วไปของการควบคุมเงินสด

หลักการควบคุมเงินสด ประกอบด้วย

1. ระบบข้อมูลเงินสด

1.1 ระบบตรวจสอบเอกสารการรับและจ่ายเงินประจำวัน ยอดรวมเพื่อให้ถูกต้องก่อนการลงบันทึกการบัญชี

1.2 บันทึกการบัญชีเงินสดและเงินฝากธนาคาร

1.3 ตรวจสอบรายการรับเงินและการนำฝากธนาคาร การจ่ายเงินด้วยเช็ค กับใบแจ้งยอดธนาคาร และการจัดบกระทบยอดเงินฝากธนาคาร

1.4 จัดทำรายงานเงินสดรับและจ่าย

2. สภาพแวดล้อมในการควบคุมเงินสด

2.1 กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานการเงิน

2.2 มีการแบ่งหน้าที่ การรับเงิน การจ่ายเงิน การอนุมัติ การตรวจสอบ เพื่อบันทึกบัญชี

⁷ชูศรี เกียรติเพชร, การบัญชีโรงแรม ระบบการบัญชีและการควบคุม (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ซิลค์เวอร์ม, 2545) หน้า 112.

- 2.3 มีเครื่องมือในการปฏิบัติงาน เช่น เครื่องบันทึกเงินสด เป็นต้น
- 2.4 มีการประกันความซื่อสัตย์ของพนักงานที่เกี่ยวกับเงินสด โดยวงเงินประกัน
ค้ำพอเพียงกับความรับผิดชอบ
- 2.5 พนักงานที่เกี่ยวข้องกับเงินสด และการบันทึกข้อมูล ควรมีการปรับเปลี่ยน
โดยไม่บอก

3. กระบวนการควบคุมเงินสด

- 3.1 เงินสดที่ได้รับควรเก็บไว้ในที่ปลอดภัย
- 3.2 ทุกครั้งที่ได้รับเงินสด จะต้องออกใบเสร็จรับเงินให้ผู้รับและมีสำเนาเก็บ
- 3.3 เงินสดควรจัดส่งให้หัวหน้าพนักงานการเงิน
- 3.4 มีการจัดทำงบกระทบยอดเงินฝากธนาคารทุกเดือน
- 3.5 จะต้องมีการทำใบลดหนี้ กรณีมีรายการส่วนลด
- 3.6 เช็คส่งจ่ายควรใช้เรียงตามลำดับเลข และระบุชื่อผู้รับพร้อมขีดคร่อม
- 3.7 เช็คส่งจ่ายแล้วควรลงบันทึกทะเบียนคุมเช็ค
- 3.8 เช็คที่ยกเลิกต้องมีการประทับตราและเก็บต้นฉบับ
- 3.9 กรณีมีการจ่ายทุกครั้ง ควรจัดทำใบสำคัญจ่าย โดยมีเอกสารประกอบและ
ผ่านการอนุมัติ
- 3.10 เงินสดย่อยควรมีวงเงินกำหนดไว้
- 3.11 ระบบการจ่ายเงิน จะต้องออกเอกสารแสดงการรับเงินแนบและประทับ
ตราบริษัท

การควบคุมเงินสดรับของธุรกิจโรงแรม

เงินสดรับของธุรกิจโรงแรมจะได้มาจาก 2 ทางด้วยกัน คือ

1. การขายสดประจำวัน ซึ่งก็คือรายได้ที่มาจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการต่างๆ ของ
โรงแรม เช่น การใช้ห้องพัก การใช้บริการสปา รวมถึง การรับประทานอาหารในห้องอาหาร
ต่างๆ
2. การรับชำระหนี้จากลูกหนี้ต่างๆ ของโรงแรม
ดังนั้นในแต่ละวันโรงแรมจะมีเงินสดรับเกิดขึ้นมาก ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดย
ตรงด้านนี้ก็คือแผนกบัญชี ซึ่งจะต้องส่งพนักงานการเงินไปประจำตามแผนกต่างๆ เพื่อความ
สะดวกในการควบคุมเงินสดและนำส่งแผนกบัญชี ได้อย่างถูกต้อง

การควบคุมเงินสดรับของแผนกอาหารและเครื่องดื่ม

สำหรับแผนกอาหารและเครื่องดื่มนั้น มีขั้นตอนการควบคุมเงินสดรับประจำวัน ดังนี้

1. แผนกการเงินจัดเตรียม เงินสดสำหรับทอนลูกค้า ซึ่งเป็นเงินสำรองจำนวนหนึ่ง (House Fund) เงินจำนวนนี้จะเป็นเงินจำนวนเท่ากันทุกวัน มอบให้แก่พนักงานการเงินของแผนกอาหารและเครื่องดื่มไปใช้จ่ายประจำวัน โดยมีหลักฐานลงนามรับมอบเงินอย่างเรียบร้อย
2. เมื่อถึงเวลาต่อรอบ เช่น รอบบ่ายต่อรอบเช้า จะต้องตรวจสอบเงินสำรอง โดยเขียนจำนวนเงินไว้เป็นลายลักษณ์อักษร และต้องลงนามรับรองยอดเงินสำรองแล้วจึงส่งต่อไป
3. เมื่อถึงกำหนดเวลาที่แผนกการเงินกำหนดไว้ให้นำเงินสดรับทั้งหมดมาส่ง พนักงานการเงินของแผนกอาหารและเครื่องดื่มจะต้องนำเงินสดรับ พร้อมทั้งหลักฐานต่างๆ มาส่งที่แผนกการเงินทันที
4. เมื่อพนักงานการเงินของแผนกอาหารและเครื่องดื่ม มอบเงินสดรับแก่หัวหน้าพนักงานการเงินแล้ว หัวหน้าการเงินจะตรวจสอบว่าถูกต้องตามหลักฐานที่แจ้งมาหรือไม่ จากนั้นจะลงนามรับรองไว้เป็นหลักฐาน หากไม่ตรงกันต้องดำเนินการตรวจสอบทันที
5. เมื่อจำนวนเงินตรงกับหลักฐานการเงินเรียบร้อยแล้ว ทางแผนกการเงินต้องจัดทำใบนำฝากเงิน (Pay In) แล้วนำไปฝากธนาคาร
6. จากนั้น หัวหน้าพนักงานการเงินจะต้องทำรายงานเงินสดรับประจำวัน (General Cashier's Deposit Summary) เพื่อส่งแผนกบัญชี เป็นขั้นตอนสุดท้าย