

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและแนวความคิด

#### ทฤษฎีและแนวความคิด

ในการศึกษาการดำเนินงานธุรกิจเบเกอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ ทฤษฎีและแนวความคิดที่นำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ

#### แนวคิดด้านการจัดการ (Management)

เป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกันซึ่งผู้จัดการต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดหมายขององค์กร โดยมีการวางแผน การจัดองค์กร การจัดบุคคลเข้าทำงาน การชักนำ และการควบคุม<sup>1</sup>

การวางแผน(Planning) เป็นวิธีปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อช่วยให้ผู้บริหารทราบเกี่ยวกับการปฏิบัติที่่จะเกิดขึ้นในทุกๆระดับขององค์กร แผนจะเกี่ยวข้องกับการเลือกภารกิจ และวัตถุประสงค์ ตลอดจนกิจกรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น โดยผู้บริหารจะใช้การพยากรณ์ 2 แบบ ในการสนับสนุนกระบวนการวางแผน คือการพยากรณ์เชิงปริมาณ และการพยากรณ์เชิงคุณภาพ

สำหรับขั้นตอนในการวางแผนจะประกอบด้วยการสร้าง ปรับปรุง กำหนดภารกิจซึ่งเป็นเป้าหมายขององค์กร จากนั้นจะใช้ภารกิจเพื่อพัฒนาเป้าหมายขององค์กร แล้วกำหนดโครงสร้างสร้างแผน แล้วจึงทำงานตามแผนที่กำหนดไว้

รูปแบบของแผนจะแตกต่างกัน อาจจัดประเภทได้เป็น ภารกิจ กลยุทธ์ วัตถุประสงค์ นโยบาย กฎ กระบวนการ โปรแกรม และงบประมาณ

การจัดองค์กร(Organization) คือกระบวนการที่กำหนดกฎ ระเบียบ และแบบแผนในการปฏิบัติงานขององค์กร ซึ่งรวมถึงวิธีการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม

บทบาทของการจัดองค์กร จะต้องมีความชัดเจนในเรื่อง จุดประสงค์ขององค์กร หน้าที่หลักขององค์กร การทำความเข้าใจเกี่ยวกับขอบเขตของอำนาจ หน้าที่ กฎระเบียบที่ผู้บังคับบัญชาจะต้องปฏิบัติตาม และพยายามปรับเปลี่ยนให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้

การจัดองค์กรสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การจัดโดยยึดตามโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ ยึดตามลักษณะงานที่คล้ายคลึงกัน ยึดตามลักษณะพื้นที่ภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน การจัดองค์กรจะช่วย

<sup>1</sup> ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, องค์กรและการจัดการ (สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2539), หน้า 13.

ให้พนักงานได้ทราบขอบเขตของงาน การติดต่อประสานงานจะสะดวกขึ้น ทำให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

**การจัดคนเข้าทำงาน(Staffing)** เป็นการคัดเลือก บรรจุตำแหน่งงานต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับโครงสร้างองค์กร โดยที่องค์กรจะต้องมีการวางแผนกำลังคนที่ต้องการของแต่ละแผนก โดยการจัดคนเข้าทำงานจะต้องสอดคล้องกับโครงสร้างบทบาทและตำแหน่งขององค์กร

การคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมเข้าทำงานจะต้องมีการพยากรณ์ความต้องการ ทำการสรรหาคัดเลือก ฝึกอบรมพัฒนาพนักงาน มีการบริหารค่าตอบแทน การย้ายพนักงานและการทดแทน มีการประเมินผลเพื่อให้ทราบประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานและองค์กรว่าบรรลุเป้าหมายหรือไม่

**การชักนำ(Leading)** เป็นการสั่งการและการจูงใจที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคล การแก้ปัญหาความขัดแย้ง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร เทคนิคการจูงใจพนักงานที่สำคัญประกอบด้วย

- เงิน เป็นสิ่งกระตุ้นอยู่ในรูปต่าง ๆ เช่น เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส ประกัน
- การมีส่วนร่วม รวมถึงการยอมรับ ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความสำนึก
- คุณภาพชีวิตการทำงาน

สำหรับความเป็นผู้นำ เป็นความสามารถที่จะจูงใจและมีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นให้ทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ผู้นำจะมีอิทธิพลต่อบุคคลให้บรรลุการทำงานโดยมีอำนาจซึ่งเป็นความสามารถที่จะให้เกิดผลต่อการตัดสินใจ ทักษะคติ และความตัดสินใจของบุคคล

**การควบคุม(Controlling)** เป็นการวัดและแก้ไขการทำงาน เพื่อให้แน่ใจว่าวัตถุประสงค์และแผนขององค์กรมีการใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ การวางแผนและการควบคุมมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด โดยกระบวนการควบคุมมีขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน<sup>2</sup>

- การกำหนดมาตรฐาน(Establish Standards) ผู้บริหารจะรับผิดชอบในการแปลความหมายเป้าหมาย แผนขององค์กรให้เป็นมาตรฐานในการวัดที่เหมาะสม เพื่อติดตามกระบวนการที่ต่อเนื่อง สำหรับกระบวนการในองค์กรแล้วจะคาดหวังการทำงานในการติดต่อสื่อสารสำหรับพนักงาน การกำหนดมาตรฐานการทำงานเป็นสิ่งสำคัญเพื่อใช้ในการวัดผลการทำงานและการจูงใจพนักงานด้วย
- การวัดผลการทำงาน(Measure Performance) เมื่อมาตรฐานมีการกำหนดขึ้น ผู้บริหารต้องกำหนดกระบวนการวัดผลการทำงาน เป็นการวัดผลเพื่อว่าสิ่งที่แตกต่างจากมาตรฐานจะสามารถป้องกันในการเกิดขึ้นอีกและการหลีกเลี่ยงการปฏิบัติที่ไม่เหมาะสม

<sup>2</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 302.

- การเปรียบเทียบการทำงานกับมาตรฐาน(Compare Performance to Standards)
- การปฏิบัติการแก้ไข (Take Action)

### แนวคิดด้านการผลิต(Production)

เป็นการพิจารณาศึกษากิจกรรมทางการผลิตที่มีผลให้เกิดการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุด และเสียต้นทุนค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ระบบการผลิตและการปฏิบัติการประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ส่วน ได้แก่<sup>3</sup>

1. ปัจจัยนำเข้า (Input) เป็นส่วนของทรัพยากรหรือสิ่งที่จะต้องใช้ในการผลิตสินค้า หรือ บริการโดยทั่วไปประกอบด้วย เงินทุน แรงงาน เครื่องจักร ที่ดิน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต
2. กระบวนการผลิตและแปลงสภาพ (Production) คือส่วนที่ทำหน้าที่นำเอาปัจจัยนำเข้ามาผลิต และแปลงสภาพเพื่อให้ได้เป็นสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ ได้แก่ วิธีการผลิตสินค้า วิธีการ จัดลำดับ การผลิต การวางแผนการผลิต การจัดสรรกำลังคนเพื่อการผลิต
3. ผลได้ (Output) คือ ได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพและปริมาณตามที่กำหนด ในเวลาที่ต้องการ
4. ส่วนป้อนกลับ (Feedback) คือส่วนที่ใช้ในการควบคุมการผลิต เพื่อให้การทำงานของระบบ การผลิตบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ส่วนป้อนกลับนี้จะทำหน้าที่ประเมินผลได้ เช่น ปริมาณ และ คุณภาพของสินค้าที่ผลิต โดยนำมาเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่วางแผนไว้
5. ผลกระทบจากภายนอกที่เปลี่ยนแปลงโดยไม่ได้คาดหมาย (Random Fluctuations) จะเป็นการ เปลี่ยนแปลงที่อยู่นอกเหนืออำนาจการควบคุมของผู้บริหาร เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ กฎหมายที่มีผลกระทบต่อการค้าเงินงาน

การจัดระบบการบริหารการผลิต เนื่องจากธุรกิจอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สภาพการแข่งขันและการขยายตัวทางการค้าระหว่างประเทศทำให้การบริหารการผลิตมีความยุ่งยากซับซ้อนขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงได้มีการจัดระบบการผลิตในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้<sup>4</sup>

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันหน่วยงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากขึ้น ทั้งนี้เพราะสภาพการแข่งขัน วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ระดับการศึกษาที่สูงขึ้นของผู้บริโภค ทำให้ผู้ผลิตสินค้าและให้บริการต้องพยายามผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ ออกมาเสมอ หรือปรับปรุงด้านเทคนิคการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิต ปรับปรุงคุณภาพ ปรับปรุงคุณลักษณะเฉพาะต่าง ๆ เช่น ลักษณะการใช้งาน สี สัน กลิ่น รส ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเพิ่มส่วนครองตลาดได้ อันจะนำความเจริญก้าวหน้ามาสู่ธุรกิจ

<sup>3</sup> พิชิต สุขเจริญพงษ์, การจัดการวิศวกรรมการผลิต (ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2538), หน้า 11.

<sup>4</sup> ปราณดี ต้นประยูร, การบริหารการผลิต (โอเคียนสโตร์, 2537), หน้า 9.

การจัดระบบมาตรฐานการผลิต เป็นการกำหนดแบบแผนวิธีการทำงานสำหรับงานผลิตทุกขั้นตอน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติการผลิตและให้บริการ ซึ่งจะต้องมีการควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามแบบที่กำหนดไว้ ผลผลิตที่ได้จากระบบดังกล่าวก็จะมีคุณภาพ คุณลักษณะ ปริมาณตามที่ต้องการในเวลาที่กำหนดไว้

การจัดช่างผู้ชำนาญเฉพาะงาน ปัจจุบันโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่จะจัดระบบการผลิตเป็นแบบผลิตจำนวนมาก โดยคนงานในกระบวนการผลิตจะทำงานประจำเพียงหน้าที่เดียว การจัดหน้าที่การทำงานของคนงานเฉพาะอย่าง จะช่วยเพิ่มความชำนาญงานให้คนงานและสามารถผลิตผลผลิตที่ได้มาตรฐานใกล้เคียงกันมากที่สุด

การผลิตด้วยเครื่องจักรอัตโนมัติ เป็นการนำเอาเครื่องจักรแบบอัตโนมัติมาใช้แทนแรงงานคน การผลิตจะเป็นไปอย่างต่อเนื่องรวดเร็วสามารถผลิตได้ปริมาณมาก โดยคนงานมีหน้าที่คอยควบคุมดูแลความเรียบร้อยเท่านั้น ยิ่งเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมมีการพัฒนามากเท่าใด การใช้เครื่องจักรแบบอัตโนมัติก็ยิ่งมีมากขึ้น เพราะเครื่องจักรอัตโนมัติจะมีทั้งระบบแอ็งกัย ระบบป้องกันอุบัติเหตุรวมทั้งสามารถควบคุมความเรียบร้อยภายในส่วนที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพของคนงานได้ด้วย

การเพิ่มผลผลิต ระบบการผลิตที่ดีจะพิจารณาจาก 3 ประเด็นหลัก คือ ผลิตแล้วได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพตามที่กำหนด ผลิตได้ทันเวลาที่ลูกค้าต้องการ และมีต้นทุนการผลิตต่ำสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิต แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ความต้องการในสินค้าและบริการ อัตราดอกเบี้ย แหล่งวัตถุดิบและเครื่องจักร นโยบายของรัฐบาลในเรื่องภาษีอากรและการส่งเสริมธุรกิจ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของหน่วยธุรกิจ

ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ของหน่วยธุรกิจเช่น วัตถุดิบ แรงงาน เครื่องจักร ที่ดิน อาคาร เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่หน่วยธุรกิจสามารถควบคุมได้

การเพิ่มผลผลิตวัตถุดิบ ถ้าต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่เป็นค่าวัตถุดิบ หากเราสามารถเพิ่มผลผลิตวัตถุดิบได้ ก็สามารถลดต้นทุนได้มาก ถ้าไรก็จะสูงขึ้น การเพิ่มผลผลิตวัตถุดิบมีหลักการดังนี้

- ไม่ใช่วัตถุดิบมากเกินไปจนจำเป็น และมีระบบควบคุมการเบิกใช้
- พยายามใช้วัตถุดิบที่หาง่ายมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา
- ดำเนินการจัดซื้อวัตถุดิบและการตรวจนับที่ดี
- อย่าเก็บวัตถุดิบไว้มากและนานเกินไป เพราะจะทำให้เสื่อมคุณภาพ ค่าเก็บรักษาสูง
- หลีกเลี่ยงการเกิดของชำรุดเสียหายจากกระบวนการผลิต โดยจัดระบบการบำรุงรักษาเครื่องจักรให้ดี ฝึกอบรมคนงาน กำหนดมาตรฐานการใช้วัตถุดิบ
- อย่าผลิตสินค้ามากเกินไป

- **ดำเนินการผลิตตามแผนการผลิตที่ดี**

การเพิ่มผลผลิตแรงงาน หลักเบื้องต้นของการเพิ่มผลผลิตด้านแรงงาน คือการหาคนดีเข้ามาทำงาน พัฒนาส่งเสริมคนงานให้มีความสามารถยิ่งขึ้นไป และรักษาคนดีเหล่านี้ไว้ให้ทำงานตลอดไป หลักการในการลดค่าแรงงานคือ

- ปรับปรุงเวลามาตรฐานในการทำงาน
- ลดเวลาสูญเสียระหว่างงาน โดยแบ่งช่วงงานให้สมดุล จัดวางเครื่องมือเครื่องใช้และวัตถุดิบให้อยู่ใกล้ ๆ คนงาน เพื่อความสะดวกในการหยิบใช้
- ลดเวลาในการปรับแต่งเครื่องจักร
- ลดเวลาคนว่างงาน ซึ่งอาจเกิดจากขาดวัสดุ เครื่องมือ อุปกรณ์คุณภาพต่ำ

การเพิ่มผลผลิตเครื่องจักร การใช้เครื่องจักรไม่เหมาะสม เช่น ปลดปล่อยให้เครื่องจักรทำงานไม่เต็มที่ การใช้เครื่องจักรตลอดเวลาจนไม่มีเวลาบำรุงรักษา เป็นสาเหตุให้ต้นทุนการใช้เครื่องจักรสูงขึ้น หลักการเพิ่มผลผลิตเครื่องจักร คือ

- ซื้อเครื่องจักรให้เหมาะสมกับความต้องการใช้งาน
- บำรุงรักษาเครื่องจักรให้ดี เพื่อยืดอายุการใช้งาน
- จัดทำคู่มือในการใช้เครื่องมือ

ทางออกที่ดีที่สุดของการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมในปัจจุบัน ซึ่งต้องเผชิญกับปัญหามากมายคือ การเพิ่มผลผลิต พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตให้สูงสุด ลดต้นทุนการผลิต และยกระดับการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้ได้ประโยชน์คุ้มค่าที่สุด

#### แนวคิดด้านการตลาด(Marketing)

สำหรับด้านสภาพการตลาดและการแข่งขัน ได้นำเอาโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคและการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและคู่แข่งเพื่อประเมินว่าสภาพการตลาดและการแข่งขันเป็นอย่างไรในปัจจุบัน

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)<sup>5</sup> เป็นการศึกษาถึงสิ่งจูงใจที่ทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ

<sup>5</sup> ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่.(กรุงเทพฯ:บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด, 2541), หน้า 128

1. **สิ่งกระตุ้น** อาจเกิดจากภายในร่างกายและจากภายนอก นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ
  - 1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งจะกล่าวต่อไป
  - 1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ ทางเทคโนโลยี ทางกฎหมายและการเมืองทางวัฒนธรรม
2. **กล่องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ** ผู้ผลิตไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ
3. **การตอบสนองของผู้ซื้อ** หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ คือ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกปริมาณการซื้อ

ในปัจจุบันการทำความรู้จักลูกค้าอย่างเดียวนั้นไม่เพียงพอ จำเป็นต้องศึกษาคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการกำหนดคู่แข่งของธุรกิจโดยพิจารณาในประเด็นต่าง ๆ คือ ' คู่แข่งขันที่เข้ามาใหม่ ผู้ขายปัจจัยการผลิต ผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่ทดแทน การแข่งขันระหว่างธุรกิจ เช่น การแข่งขันด้านราคา ด้านนวัตกรรม ด้านการผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์

สำหรับทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4 Ps)<sup>7</sup> หมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งเป็นการใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเรื่องต่อไปนี้

**ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่า ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ กิจกรรมที่ประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ เช่น ชนิดสินค้า ให้เลือกคุณภาพสินค้า ตราสินค้า ลักษณะ การออกแบบ ขนาด บริการ การรับประกัน

**ราคา (Price)** หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุน (Cost) ของลูกค้าจะต้องวางแผนและกำหนดราคาให้ถูกต้องและเหมาะสมตามสภาวะตลาด ปริมาณการซื้อขายในแต่ละครั้ง เพื่อดึงดูดและจูงใจผู้บริโภค กิจกรรมในการตั้งราคา เช่น การให้ส่วนลด เงื่อนไขระยะเวลาชำระเงิน ระยะเวลาในการให้สินเชื่อ

<sup>6</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 168

<sup>7</sup> Phillip Kotler, Marketing Management. (Prentice Hall, 1991)

**การจัดจำหน่าย(Place)** หมายถึงโครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาดได้ทันเวลา ผลิตภัณฑ์นั้นจึงจะมีค่าสูง กิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า เช่น การขนส่ง คลังสินค้า ปริมาณสินค้าคงเหลือ การเก็บรักษา การเลือกคนกลาง

**การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ต้องการของลูกค้าเป้าหมาย สร้างความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ กิจกรรมที่เป็นการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริมการขาย

### แนวคิดทางการเงิน (Financing)

หน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหารการเงินอาจจะแตกต่างกัน ไปบางตามลักษณะและขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกัน<sup>8</sup> ในองค์กรธุรกิจทุกขนาดต่างมีความจำเป็นที่จะต้องตัดสินใจในเรื่องสำคัญ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเงิน โดยมีหน้าที่หลักด้านการเงิน 3 ประการที่จะทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรคือ<sup>9</sup>

1. การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน (Anticipating Financial Needs) เป็นเรื่องของการวิเคราะห์วางแผนและควบคุมทางการเงิน การพยากรณ์ทางการเงิน การจัดทำงบการเงิน
2. การจัดหาเงินทุนมา (Acquiring Financial Resources) จะบอกให้รู้ว่ากิจการจะหาเงินทุนมาใช้จ่ายตามที่ต้องการ ได้เมื่อใด หาได้จากแหล่งใด และด้วยวิธีการอย่างไร รวมถึงต้นทุนของเงินลงทุน แหล่งที่มีของเงินทุนภายนอก ระยะสั้น ระยะปานกลาง ระยะยาว ตลอดจนแหล่งเงินทุนภายใน และการบริหารเงินทุนหมุนเวียน การบริหารลูกหนี้ การบริหารสินค้าคงเหลือ
3. การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ (Allocating Funds In The Business) กิจการจะจัดสรรเงินทุนไปในสินทรัพย์อย่างไรที่จะก่อให้เกิดความเหมาะสมที่สุด โดยจะต้องให้ความสำคัญระหว่างความสามารถในการทำกำไร (Profitability) และสภาพคล่องของกิจการ (Liquidity) รวมถึงการจัดทำงบประมาณลงทุน การจัดลำดับ การประเมินผลและเลือกข้อเสนอลงทุน การบริหารสินทรัพย์ระยะสั้น และสินทรัพย์ระยะยาว

การตัดสินใจลงทุนที่ดีจะทำให้ธุรกิจได้รับผลตอบแทนที่น่าพอใจ ในขณะที่การตัดสินใจหาเงินทุนที่ถูกต้องเหมาะสม จะทำให้ธุรกิจมีเงินทุนสำหรับการลงทุนต่างๆด้วยต้นทุนที่ต่ำ เมื่อการลงทุนให้ผลตอบแทนที่สูงโดยมีต้นทุนของเงินลงทุนที่ต่ำ ในระยะยาวจะมีผลทำให้การดำเนินการของธุรกิจบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ คือ มูลค่าของธุรกิจสูงขึ้นเรื่อยๆ<sup>10</sup>

<sup>8</sup> สุมาลี จิระมิตร, การบริหารการเงิน.(กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2541),หน้า 7.

<sup>9</sup> ชัยยศ สันติวงษ์, การเงินธุรกิจ.(กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช,2536),หน้า7.

<sup>10</sup> สุมาลี จิระมิตร ,การบริหารการเงิน.(กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2541),หน้า8.