

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิด

การศึกษาการดำเนินงานของร้านหนังสือเช่าในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย

- 1.แนวคิดด้านองค์การและการจัดการ
- 2.แนวคิดด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์
- 3.แนวคิดด้านการผลิตและการปฏิบัติการ
- 4.แนวคิดด้านการตลาด
- 5.แนวคิดด้านการบัญชี
- 6.แนวคิดด้านการเงิน
- 7.แนวคิดด้านระบบสารสนเทศ

1.แนวคิดด้านองค์การและการจัดการ (Organization and Management)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2542) ได้ให้แนวคิดในด้านองค์การและการจัดการไว้ ดังนี้
องค์การ (Organization) เป็นระบบการจัดการที่ออกแบบและดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์เฉพาะอย่าง หรือ หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ทำงานร่วมกัน และประสานงานกัน เพื่อให้ผลลัพธ์ของกลุ่มประสบความสำเร็จ

การจัดการ (Management) เป็นกระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การ โดยใช้การวางแผน(Planning) การจัดองค์การ(Organizing) การจัดคนเข้าทำงาน(Staffing) การชักนำ (Leading) และการควบคุม(Controlling) มนุษย์ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน ทรัพยากรข้อมูลขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

1.1 การวางแผน (Planning) หมายถึง การกำหนด(การเลือก) ภารกิจ(Mission) และวัตถุประสงค์(Objective) ตลอดจนกิจกรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ซึ่งต้องอาศัยการตัดสินใจ การเลือกระหว่างทางเลือกการปฏิบัติในอนาคต การวางแผนจะเป็นการสร้างสะพานเพื่อให้เดินไปถึงสิ่งที่ต้องการ จากผลของการวางแผนจะได้แผน(Plan)ออกมา ดังนั้น แผนเป็นเครื่องมือ(วิธีการ) เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย ซึ่งรูปแบบของแผนประกอบด้วย ภารกิจ(Mission)หรือจุดมุ่งหมาย (Purpose) วัตถุประสงค์(Objective)หรือเป้าหมาย(Goals) กลยุทธ์(Strategies) นโยบาย(Policies) กระบวนการ(Procedure) กฎ(Rules) โปรแกรม(Programs) และงบประมาณ(Budgets)

ในการวางแผนนั้นมักต้องกำหนดกำหนดระยะเวลาไว้ว่า แผนดังกล่าวจะทำขึ้นสำหรับ ระยะเวลาานเท่าใด หากจำแนกชนิดของแผนตามระยะเวลาสามารถแบ่งออกได้เป็น

1.แผนระยะสั้น (Short-range Planning) เป็นแผนงานในรูปของกิจกรรมเฉพาะ อย่าง ที่มุ่งหวังให้เกิดในอนาคตอันใกล้ และสอดคล้องกับแผนระยะยาว โดยมากมักกำหนดเวลา 1 ปี หรือสั้นกว่า

2.แผนระยะปานกลาง (Medium-range Planning) เป็นแผนที่มีระยะเวลาปฏิบัติการ มากกว่า 1 ปี ตามปกติอยู่ในระยะ 3-5 ปี

3.แผนระยะยาว (Long-range Planning) เป็นแผนของกิจกรรมขนาดใหญ่ที่มีความ เกี่ยวข้องกับงานหลายฝ่าย หลายสาขา ต้องใช้กระบวนการวางแผน และการทำงานสลับซับซ้อน ตลอดจนต้องใช้การศึกษาวิจัยเป็นเวลานานกว่า 5 ปี ขึ้นไป

1.2 การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง ภาระหน้าที่ของผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการ จัดระเบียบหน้าที่งานต่างๆภายในองค์การ หน้าที่การจัดองค์การจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการแบ่งงานกันทำ พร้อมกับการแบ่งส่วนอำนาจหน้าที่ที่เหมาะสม และการรวมอยู่เป็นกลุ่มของ โครงสร้างเดียวกันที่ยังคงมีระเบียบที่จะติดต่อสัมพันธ์กันได้ตามปกติ และเป็นกลุ่มที่มุ่งสู่เป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ร่วมอันเดียวกันตลอดเวลา

กระบวนการจัดองค์การประกอบไปด้วยขั้นตอนต่างๆ 3 ขั้นตอน คือ

1.การพิจารณาแยกประเภทงาน จัดกลุ่มงาน และออกแบบงานสำหรับผู้ทำงานแต่ละคน โดยผู้บริหารจะต้องพิจารณา ตรวจสอบ แยกประเภทว่ากิจกรรมของตนมีงานอะไรที่ต้องจัดทำเพื่อให้กิจการได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ต่อมาจึงทำการจัดกลุ่มงาน หรือจำแนกตามประเภทงาน โดยมีหลักพิจารณาว่างานที่เหมือนกันควรจะอยู่ร่วมกัน เพื่อให้เป็นไปตามหลักของการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) จากนั้นจึงแบ่งงานของแต่ละกลุ่มเหล่านั้นออกเป็นส่วนตามความสามารถจนในที่สุดได้เป็นงานชิ้นต่างๆ ที่แต่ละส่วนเหมาะกับคุณสมบัติของผู้ที่จะทำงานในแต่ละระดับ

2.การระบุขอบเขตของงานและมอบหมายงาน พร้อมทั้งกำหนดความรับผิดชอบ และให้อำนาจหน้าที่ ซึ่งประกอบไปด้วย

-การระบุให้เห็นขอบเขตของงานที่แบ่งให้ผู้ปฏิบัติแต่ละคนตามที่ได้ออกแบบมาแล้ว เพื่อให้ทราบว่างานแต่ละอย่างเกี่ยวข้องกับเรื่องอะไร มีขอบเขตงานเพียงใด โดยจะระบุชื่อเป็นตำแหน่งพร้อมกับให้รายละเอียดกับงานชิ้นนั้นๆไว้

-ผู้บริหารทำการมอบหมายงาน(Delegation) ให้แก่ผู้ทำงานในระดับรองลงไป

-การมอบหมายงานประกอบด้วย การกำหนดเป็นความรับผิดชอบ(Responsibility) ที่ชัดเจนเกี่ยวกับงานที่มอบหมายให้ทำ พร้อมกันนั้นก็มอบหมายอำนาจหน้าที่(Authority)ให้เพื่อใช้สำหรับการทำงานตามความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จสิ้นไป

3.การจัดวางความสัมพันธ์ เพื่อให้งานในส่วนต่างๆที่แบ่งกันนั้นสามารถทำงานร่วมกันเป็นอันหนึ่งอันเดียว โดยไม่กระจัดกระจายและให้อยู่ร่วมกันโดยไม่ขัดแย้ง และมีระเบียบ

เมื่อได้ดำเนินการจนเสร็จสิ้นตามกระบวนการแล้ว สิ่งที่จะได้และปรากฏเป็นหลักฐานสำหรับองค์กรและผู้ปฏิบัติงานทุกคนได้แก่ ผังแสดงการจัดองค์การที่เป็นทางการ หรือคำบรรยายลักษณะงาน (Job Description) ของงานแต่ละตำแหน่ง ซึ่งจะประกอบไปด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อตำแหน่ง รายละเอียดของงานที่จะต้องทำ ความรับผิดชอบ อำนาจหน้าที่ และความสัมพันธ์ต่างๆ

การจัดองค์การที่เป็นทางการ (Formal Organization) เป็นการจัดโครงสร้างขององค์การตามเจตนาหรือบทบาท (Intentional Structure of Role) ในการปฏิบัติภายในองค์กร ซึ่งสามารถแสดงออกมาเป็นแผนภูมิโครงสร้างองค์การ (Organization Chart) ผู้บริหารจำเป็นจะต้องวางโครงสร้างที่แน่นอน เพื่อให้ผู้ได้บังคับบัญชาได้ทราบถึงอำนาจหน้าที่ของตนเองในการปฏิบัติงาน และบ่งบอกถึงขอบเขตความรับผิดชอบของแต่ละบุคคลที่ทำงานร่วมกัน เพื่อความเป็นระเบียบ โดยไม่มีการทำงานซ้ำซ้อน แต่การจัดโครงสร้างแบบทางการก็สามารถที่จะยืดหยุ่นได้บ้าง ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสถานการณ์ และสภาพแวดล้อม (Situation and Environment)

การจัดองค์การที่เป็นทางการ มักจะเกิดขึ้นในองค์กรที่มีขนาดกลางไปจนถึงขนาดใหญ่ ในองค์กรที่มีขนาดเล็กหรือที่เรียกว่า องค์กรผู้ประกอบการ(The Entrepreneurial Organization) การจัดองค์การจะมีลักษณะโครงสร้างองค์การซึ่งเป็นโครงสร้างแบบง่ายๆ ไม่เป็นทางการ มีความยืดหยุ่นมาก มีสายการบังคับบัญชาสั้น โดยกิจกรรมต่างๆจะขึ้นตรงต่อผู้บริหาร ซึ่งจะควบคุมอย่างใกล้ชิด

1.3 การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) หมายถึง ภาระหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องเลือกบุคคลเพื่อเข้ามาปฏิบัติหน้าที่ในองค์กร เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

ปกติหน้าที่การจัดคนเข้าทำงาน มักจะเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหารงานบุคคล ที่สำคัญคือ

1.การวางแผนกำลังคน (Manpower Planning) ผู้บริหารจะต้องวางแผนคาดการณ์ว่าในอนาคตองค์กรจะมีความต้องการตัวบุคคลที่จะเข้ามารับตำแหน่งมากน้อยเท่าใด มีคุณสมบัติอย่างไร

2.การสรรหา (Recruitment) เป็นการพยายามสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติตามต้องการในจำนวนที่ต้องการ โดยส่วนใหญ่จะหาได้จาก 2 แหล่ง คือ จากแหล่งภายนอกกิจการและการเลื่อนขึ้นจากภายในกิจการ

3.การคัดเลือก (Selection) เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องและสัมพันธ์กับการสรรหาวิธีที่นิยมใช้คือ การดูจากประวัติส่วนตัว การสัมภาษณ์ การทดสอบ

4.การฝึกอบรมและพัฒนาบุคคล (Training and Development) เป็นการประเมินผลการทำงาน และฝึกอบรม การพยายามรักษาคุณสมบัติของพนักงานให้มีคุณภาพสูงอยู่เสมอ มีการพัฒนาความรู้ เพิ่มทักษะในการทำงาน การแก้ไขปัญหาต่างๆที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต วิธีที่ใช้คือ การให้คำแนะนำ การสอนงาน การให้ลงมือปฏิบัติงาน การพัฒนาอาชีพ

5.การบริหารค่าตอบแทนในการทำงาน (Compensation Management) การจ่ายค่าจ้างแรงงาน เงินเดือน และผลประโยชน์ต่างๆ เช่น สวัสดิการเรื่องการประกันภัย การลาหยุด การพักผ่อน รายได้พิเศษ ผลประโยชน์ต่างๆ

6.การประเมินผลพนักงาน (Employee Evaluation) เป็นกระบวนการหนึ่งในการประเมินคุณภาพในการทำงานของพนักงานภายในองค์กรว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด ซึ่งสิ่งนี้จะมีผลสะท้อนกลับไปให้พนักงาน เช่นเป็นการปรับตำแหน่ง การจ่ายเงินโบนัสประจำปี

7.การย้ายพนักงานและการแทนที่ (Employee Movement and Replacement) พนักงานที่ผลจากตำแหน่งในการทำงานภายในองค์กรจะถูกแทนที่โดยบุคคลอื่น สาเหตุของการผลจากงานของพนักงานมีหลายสาเหตุ เช่น การเลื่อนตำแหน่ง การย้าย การลดตำแหน่ง การเลิกจ้าง ซึ่งในขั้นตอนสุดท้ายของการจัดการทรัพยากรมนุษย์นี้จะกลับสู่ขั้นตอนแรก และขั้นตอนที่สอง เพราะการแทนที่สมาชิกภายในองค์กรมีส่วนเกี่ยวข้องกับวางแผน และการจัดหาบุคคลเข้าทำงานตามหน้าที่ การแทนที่ของพนักงานภายในองค์กรกระทำได้ยาก และอาจจะไม่สามารถแทนที่สมาชิกภายในองค์กรได้ จึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ต่อไป

1.4 การชักนำ (Leading) เป็นการสั่งการ(Directing) การจูงใจ(Motivation) ตลอดจนการจัดการกับความขัดแย้ง(Managing Conflict) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1.การสั่งการ (Directing) เป็นกิจกรรมซึ่งเป็นองค์ประกอบของการอำนวยการ โดยใช้วิธีการจูงใจ การติดต่อสื่อสาร และความเป็นผู้นำ

ลักษณะของการสั่งการที่ดี

-เป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง กล่าวคือ ผู้บริหารในฐานะเป็นผู้สั่ง และผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นผู้รับคำสั่ง มีโอกาสซักถามและตอบคำถามซึ่งกันและกันได้

-การสั่งการควรสั่งให้ชัดเจนว่าจะมอบหมายให้ใครทำอะไร เมื่อใด ที่ไหน และควรทำอย่างไร

-การสั่งการควรสั่งในเรื่องที่เป็นไปได้ ไม่เกินความสามารถของผู้ใต้บังคับบัญชาว่าจะสามารถดำเนินการตามที่สั่งได้เพียงใด

-การสั่งการต้องพิจารณาตามสภาพของเรื่องราวต่างๆ ตลอดจนสภาพแวดล้อมว่าเป็นอย่างไร เมื่อศึกษาแล้วจึงค่อยดำเนินการสั่งการ

2. การจูงใจ (Motivation) เป็นสิ่งเร้าซึ่งทำให้บุคคลเกิดความคิดริเริ่ม ความทุ่ม รัษา พฤติกรรมและการกระทำ มนุษย์มีความต้องการด้านร่างกาย เช่น น้ำ อากาศ อาหาร การพักผ่อน และที่อยู่อาศัย และมีความต้องการด้านอื่นๆ เช่น การยกย่อง สถานะ ความรัก ความผูกพันกับบุคคลอื่น การประสบความสำเร็จ โดยทั่วไปความต้องการจะเปลี่ยนแปลงเมื่อเวลาผ่านไป และแตกต่างกันในแต่ละบุคคลด้วย

เทคนิคการจูงใจพนักงานที่สำคัญประกอบด้วย

-เงิน เป็นสิ่งกระตุ้นอยู่ในรูปต่างๆ เช่น เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส ประกันต่างๆ เช่น ประกันสุขภาพ หรือประกันชีวิต

-การมีส่วนร่วม รวมถึงการยอมรับ ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความสำเร้ง

-คุณภาพชีวิตการทำงาน เป็นการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เอื้อต่อสุขภาพอนามัยและสิ่งแวดลอมในการทำงาน เช่น การจัดสถานที่ทำงานอย่างถูกสุขลักษณะ มีอากาศถ่ายเทสะดวก การจัดแสงสว่างที่เหมาะสม เป็นต้น

3. การแก้ปัญหาความขัดแย้ง (Managing Conflict) ความขัดแย้งหมายถึงสิ่งที่มี ความเห็นไม่ตรงกัน ซึ่งเป็นผลมาจากความแตกต่างกันระหว่างบุคคลแต่ละคนมากกว่า 2 คนขึ้นไป หรือกลุ่มตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ความขัดแย้งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ความขัดแย้งในเชิงสร้างสรรค์ (Constructive Conflict) กับความขัดแย้งที่มุ่งทำลาย (Destructive Conflict) โดยความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในองค์การจะมีทั้งประโยชน์และโทษ ดังนั้น ในการจัดการความขัดแย้ง ผู้บริหารจึงต้องกระตุ้นให้เกิดความขัดแย้งในเชิงสร้างสรรค์ ในขณะที่เดียวกันผู้บริหารสามารถใช้วิธีการเจรจา การต่อรอง และการใช้บุคคลที่สามเพื่อระงับหรือลดความขัดแย้งที่มุ่งทำลายต่อองค์การ

1.5 การควบคุม (Controlling) เป็นการวัดและแก้ไขการทำงาน เพื่อให้แน่ใจว่าวัตถุประสงค์และแผนขององค์การมีการใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ การวางแผนและการควบคุมมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด โดยกระบวนการควบคุมมีขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน

1. การกำหนดมาตรฐาน (Establish Standards) ผู้บริหารจะรับผิดชอบในการแปลความหมายต่อเป้าหมาย แผนขององค์การให้เป็นมาตรฐานในการวัดที่เหมาะสม เพื่อติดตาม

กระบวนการที่ต่อเนื่อง เมื่อผู้บริหารกำหนดและติดตามการวัดผลที่สำคัญสำหรับกระบวนการในองค์กรแล้วจะคาดหวังการทำงานในการติดต่อสื่อสารสำหรับพนักงาน การกำหนดมาตรฐานการทำงานเป็นสิ่งสำคัญเพื่อใช้ในการวัดผลการทำงานและการจูงใจพนักงานด้วย

2.การวัดผลการทำงาน (Measure Performance) กำหนดกระบวนการวัดผลการทำงาน เป็นการวัดผลเพื่อว่าสิ่งที่แตกต่างจากมาตรฐานจะสามารถป้องกันในการเกิดขึ้นอีก และหลีกเลี่ยงการปฏิบัติการที่ไม่เหมาะสม

3.การเปรียบเทียบการทำงานกับมาตรฐาน (Compare Performance to Standards) เป็นการนำผลที่ได้จากการวัดมาเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ได้วางไว้

4.การปฏิบัติการแก้ไข (Take Action) การแก้ไขที่สาเหตุ แก้ไขที่มาตรฐาน แก้ไขที่วิธีดำเนินงาน หรือปรับปรุงแผนใหม่

เครื่องมือที่ใช้ในการควบคุม หรือมาตรฐานที่ใช้ในการเปรียบเทียบเพื่อให้ผู้บริหารได้ทราบว่าผลการปฏิบัติงานที่ได้เป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ที่สำคัญมี ดังนี้

- ปริมาณงาน หมายถึง จำนวนชิ้นงานที่จะต้องทำให้ได้ตามมาตรฐาน
- คุณภาพ หมายถึง ผลผลิตที่ได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้
- เวลา หมายถึง เวลาที่ใช้ในการทำงานให้เสร็จลง
- ต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย นิยมใช้ในการตั้งงบประมาณ

2.แนวคิดด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541) ได้ให้แนวคิดด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ว่าเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร หรือเป็นหน้าที่หนึ่งขององค์กรซึ่งทำให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดจากการใช้พนักงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรและเป้าหมายเฉพาะบุคคล

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ประกอบด้วย การจัดหา(Acquiring) การรักษา(Maintaining) และการพัฒนา(Developing) ทรัพยากรมนุษย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การจัดหาทรัพยากรมนุษย์ (Acquiring Human Resources) เกี่ยวข้องกับ การวางแผน การสรรหา การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

1.การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Planning) เป็นการพิจารณาถึงความต้องการทรัพยากรมนุษย์ในอนาคตของธุรกิจ

2.การวิเคราะห์งาน (Job Analysis) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงานในองค์กร เป็นการวิเคราะห์งานอย่างเป็นระบบโดยการรวบรวม การประเมิน และการจัดข้อมูลเกี่ยวกับงาน

3.การสรรหา (Recruiting) เป็นกระบวนการจูงใจบุคคลโดยถือเกณฑ์ทันเวลา โดยการคัดเลือกผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเหมาะสม เพื่อคัดเลือกเข้าทำงานในตำแหน่งที่ว่าง

4.การคัดเลือก (Selection) เป็นกระบวนการคัดเลือกจากบุคคลที่มาสมัครงาน โดยคาดว่าจะบุคคลที่ทำงานได้ประสบความสำเร็จได้ดีที่สุด

5.การปฐมนิเทศ (Orientation) เป็นการแนะนำพนักงานใหม่ให้รู้จักและเข้าใจเกี่ยวกับงาน หน่วยงาน และองค์กรที่พนักงานสังกัดอยู่

2.2 การรักษาทรัพยากรมนุษย์ (Maintaining Human Resources) ประกอบด้วย การจูงใจพนักงานให้รักษาธุรกิจและให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ การอภิปรายจูงใจโดยมุ่งที่ลักษณะเพิ่มเติมของการรักษาทรัพยากรมนุษย์ ลักษณะของการรักษาทรัพยากรมนุษย์ มีดังนี้

1.การให้ค่าตอบแทน (Compensation) เป็นการให้รางวัลความพยายามของพนักงานโดยให้ค่าตอบแทนเป็นเงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สิ่งจูงใจและผลประโยชน์อื่นๆ

2.การให้ผลประโยชน์ (Benefits) เป็นการให้รางวัลหรือส่วนเพิ่มที่พนักงานได้รับเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน เช่น การประกันชีวิตและสุขภาพ การท่องเที่ยว ค่ารักษาพยาบาล การแบ่งกำไร แผนการศึกษา การให้ส่วนลดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท ฯลฯ

2.3 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Development Human Resources) เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงทักษะของพนักงานและการขยายความสามารถของพนักงาน กิจกรรมที่สำคัญ 2 ประการในส่วนนี้คือ

1.การฝึกอบรมและการพัฒนา (Training and Development) เป็นกระบวนการสอนการทำงานโดยเทคนิคต่างๆ เพื่อให้พนักงานได้ทราบถึงวิธีการที่จะทำงานให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยวิธีการต่างๆ ได้แก่ วิธีฝึกอบรมระหว่างทำงาน (On-the-job Methods) การฝึกอบรมโดยการสร้างสถานการณ์จำลอง (Vestibule Training) การสอนและการบรรยายในห้องเรียน (Classroom Teaching and Lectures) การประชุมและการสัมมนา (Conferences and Seminars) และวิธีบทบาทสมมติ (Role Playing)

2.การประเมินการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal) เป็นการประเมินผลการทำงานและศักยภาพของพนักงานในปัจจุบัน ใช้เพื่อติดตามผลการทำงานของพนักงาน เป็นการป้อนกลับการทำงานของพนักงาน โดยถือเกณฑ์การให้รางวัล หรือเพื่อติดตามการคัดเลือกและกิจกรรมการฝึกอบรม อาจจะใช้วิธีการตามวัตถุประสงค์ (Objective Methods) และวิธีการใช้

วิจารณ์ญาณ (Judgmental Methods) ผลลัพธ์การประเมินจะมีการสื่อสารไปยังพนักงานเพื่อให้ได้ทราบผลการทำงานของเขา การประเมินจะช่วยจัดจุดอ่อนของการทำงานได้

การจัดการทรัพยากรมนุษย์จะต้องมีความรับผิดชอบร่วมกันทั้งผู้จัดการตามสายงานและผู้เชี่ยวชาญ HRM (Human Resources Management) ในฝ่ายที่ปรึกษา แต่ในองค์กรที่มีขนาดเล็กมาก เจ้าของเป็นทั้งผู้จัดการตามสายงานและผู้เชี่ยวชาญ HRM ด้วย ซึ่งเขาจะจัดการด้านกิจกรรม HRM ด้วยตนเองทั้งหมด เมื่อธุรกิจเจริญเติบโตขึ้นจะต้องจ้างผู้จัดการทรัพยากรมนุษย์ให้รับผิดชอบในด้านนี้ เพราะตำแหน่งพนักงานมีเพิ่มขึ้น ธุรกิจจะต้องเพิ่มความสำคัญยิ่งขึ้นจะให้ความสำคัญด้าน HRM มากขึ้น

3.แนวคิดด้านการผลิตและการปฏิบัติการ (Production and Operations)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541) ได้ให้แนวคิดด้านการผลิตและการปฏิบัติการว่าเป็นกิจกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการ โดยผ่านกระบวนการแปรสภาพ (Transformation) จากปัจจัยนำเข้า (Input) ออกมาเป็นผลผลิต (Output) เพื่อให้มีความสม่ำเสมอในการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับการออกแบบทางวิศวกรรม โดยก่อให้เกิดผลเสียต่ำสุดและเกิดผลผลิตสูงสุด ตลอดจนมีความรวดเร็วต่อการปรับเข้าหาความต้องการซื้อของลูกค้าได้

แนวคิดด้านการผลิตและการปฏิบัติการจะเกี่ยวข้องกับแนวคิดหลักๆ 3 อย่างคือ แนวคิดการผลิต แนวคิดการจัดการวัสดุ และแนวคิดการบริหารสินค้าคงคลัง ดังนี้

3.1 แนวคิดการผลิต

สุปัญญา ไชยชาญ (2540) ได้ให้แนวคิดการผลิตไว้ว่า การผลิตเกี่ยวข้องกับขั้นตอนหลักๆ 3 ขั้นตอน คือ

- 1.การวางแผนการผลิต หมายถึง การกำหนดแนวทางในการดำเนินการผลิต เช่น การพิจารณาตัดสินใจว่าจะเลือกผลิตสินค้าหรือบริการชนิดใด จำนวนเท่าไร จะใช้ระบบการปฏิบัติการแบบใด

- 2.การปฏิบัติการผลิต หมายถึง การลงมือปฏิบัติงานทางด้านการผลิตเพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ล่วงหน้า

- 3.การควบคุมการผลิต หมายถึง การตรวจสอบและติดตามผลการผลิต เพื่อให้มั่นใจว่าผลงานมีความก้าวหน้าและประสบผลสำเร็จทุกประการ

3.2 แนวคิดการจัดการวัสดุ (Material Management)

ฉัตรพันธ์ เจริญนันท์ (2542) ได้ให้แนวคิดการจัดการวัสดุว่า การจัดการวัสดุ หมายถึง การตัดสินใจในแต่ละช่วงระยะเวลาเกี่ยวกับการวางแผนการดำเนินงาน และการควบคุมเกี่ยวกับ

การจัดหา การจัดเก็บ และการใช้งานวัสดุ ตลอดจนการเก็บสินค้าคงคลัง(Inventory) และการกระจายสินค้า การจัดการวัสดุจะมีผลกระทบทั้งโดยตรงและโดยอ้อมกับองค์การ เนื่องจากเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการไหลของวัสดุ ตั้งแต่การจัดหาจากภายนอกองค์การ การใช้งาน การเก็บรักษา และการกระจายสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในกระบวนการผลิต และหน้าที่อื่นภายในองค์การ หน้าที่สำคัญในการจัดการวัสดุ คือ การจัดซื้อ(Purchasing)ซึ่งเป็นกระบวนการจัดการในการจัดหาวัสดุและบริการให้แก่องค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการทั้งระยะสั้นและระยะยาวในการดำเนินงานขององค์การ ปัจจุบันการจัดซื้อได้รับการยอมรับว่าเป็นงานสำคัญขององค์การ เนื่องจากเป็นแหล่งต้นทางของวัสดุซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาวัสดุ โดยกระบวนการจัดหาวัสดุ มีขั้นตอนสำคัญต่อไปนี้

1.การรับรู้ความต้องการ (Recognized Needs) โดยกำหนดคุณสมบัติ คุณภาพ ปริมาณ และระยะเวลาที่ต้องการ

2.การเลือกผู้ขายวัสดุ (Supplier Selection) ต้องสรรหาผู้ขายวัสดุที่มีความเหมาะสม โดยการจัดหาข้อมูลของผู้ขายแต่ละราย โดยพิจารณาปัจจัยต่างๆ เช่น ราคา คุณภาพ การจัดส่ง และสัญญา

3.การสั่งซื้อ (Place the Order) อาจมีขั้นตอนที่ซับซ้อนและใช้เวลานาน หรือเรียบง่ายไม่เสียเวลา ขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้า การสั่งซื้อ หรือปัจจัยอื่นซึ่งต้องมีความรัดกุมในคุณสมบัติสินค้า ปริมาณ คุณภาพ และการจัดส่ง เพื่อไม่ก่อให้เกิดปัญหาในขั้นตอนอื่น

4.การติดตามสินค้า (Track the Order) เพื่อให้แน่ใจว่าการจัดส่งสินค้าและบริการเป็นไปตามที่ต้องการ หรือถ้าเกิดปัญหาและความล่าช้าจะได้ทำการแก้ไขให้เกิดผลกระทบกับองค์การน้อยที่สุด

5.การรับสินค้า (Receive the Order) ตรวจสอบรับสินค้าหรือบริการว่าเป็นไปตามที่ตั้งซื้อหรือไม่ ถ้าสินค้าไม่เป็นไปตามที่กำหนดจะแก้ไขอย่างไร โดยเฉพาะการส่งคืนหรือการรับสินค้าบางส่วน

3.3 แนวคิดการบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)

ชัยศ สันติวงษ์ (2543) ได้ให้แนวคิดการบริหารสินค้าคงคลังว่า สินค้าคงคลังนับได้ว่าเป็นสินทรัพย์ที่มีความสำคัญ และมีผลกระทบต่อฐานะการเงินของกิจการ หากมีปริมาณและมูลค่ามากเกินไป ก็อาจเกิดการจมทุนของเงินทุนในกิจการมาก ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงตามไปด้วย ในอีกมุมมองหากสินค้าคงคลังมีปริมาณและมูลค่าน้อยเกินไป ก็อาจเกิดการขาดแคลนสินค้าที่จะตอบสนองต่อตลาด เกิดต้นทุนค่าเสียโอกาสขึ้น ส่งผลให้ยอดขายของกิจการต่ำลง ผู้บริหารการผลิตจึง

ต้องมีหน้าที่บริหารให้สินค้าคงคลังอยู่ในระดับที่มีต้นทุนรวมต่ำสุด โดยต้องชั่งน้ำหนักระหว่างต้นทุนการจมนทุนและต้นทุนค่าเสียโอกาส

4.แนวคิดด้านการตลาด (Marketing)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541) ได้ให้แนวคิดด้านการตลาดว่า เป็นกระบวนการวางแผนและการบริหารแนวความคิดเกี่ยวกับการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้า บริการหรือความคิด เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลและบรรลุปเป้าหมายองค์การ หรือกล่าวได้ว่า การตลาดเป็นการใช้เครื่องมือการตลาด โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้ต้นทุนที่เหมาะสม และสามารถเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ได้ทันเวลา

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

4.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า(Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) เป็นกิจกรรมการออกแบบลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หรือบริษัท ให้แตกต่างจากคู่แข่งขั้น สามารถสนองความพึงพอใจของลูกค้า

2.องค์ประกอบหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

3.ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

4.การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

5.ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ หมายถึง กลุ่มของสินค้าหลายชนิดที่ธุรกิจผลิตออกมาเสนอขายให้กับผู้ซื้อ สายผลิตภัณฑ์ หมายถึง กลุ่มของผลิตภัณฑ์หลายชนิดที่มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด เช่น ผลิตภัณฑ์ทำหน้าทีคล้ายคลึงกัน ผลิตภัณฑ์ขายให้ลูกค้ากลุ่มเดียวกัน เป็นต้น

4.2 ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

1.คุณค่าที่ได้รับ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2.ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ราคาสินค้าจะต้องคำนึงถึงต้นทุนสินค้า และค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้องบวกด้วยกำไรที่ต้องการ

3.ภาวะการแข่งขัน การแข่งขันที่รุนแรงมีแนวโน้มที่ราคาสินค้าจะต่ำลง

4.ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ กฎหมาย ความยืดหยุ่นของอุปสงค์(Demand) ผู้ขายวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต และจรรยาบรรณของธุรกิจ

4.3 การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวของสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายประกอบด้วย 2 ส่วนต่อไปนี้

1.ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ(หรือ)กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

2.การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market Logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ประกอบด้วย การขนส่ง (Transportation) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) การคลังสินค้า (Warehousing) และการบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

4.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช่คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication : IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้

1.การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ(หรือ)ผลิตภัณฑ์ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

2.การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดตลาดโดยใช้บุคคล ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขายและการจัดการหน่วยงานขาย (Salesforce Management)

3.การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อ การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบคือ การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งผู้บริโภค (Consumer Promotion) ได้แก่ การแจกของตัวอย่าง การลดราคา เป็นต้น การกระตุ้นคนกลางเรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade Promotion) ได้แก่ การแจกรางวัลสำหรับผู้ค้าส่ง การสะสมยอดขายเพื่อรับรางวัลของตัวแทนขาย เป็นต้น และการกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Salesforce Promotion) ได้แก่ การแข่งขันการทำยอดขาย การแจกโบนัสพิเศษ เป็นต้น

4.การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

5.การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) และการตลาดเชื่อมต่อตรง (Online Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อก การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คู่มือแลกซื้อ

5.แนวคิดด้านการบัญชี (Accounting)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541) ได้ให้แนวคิดด้านการบัญชีว่า เป็นขั้นตอนของระบบการรวบรวม การวิเคราะห์และการรายงานข้อมูลทางการเงิน หรือเป็นการออกแบบระบบการบันทึกรายการการจัดทำรายงานการเงิน โดยใช้ข้อมูลที่บันทึกไว้และแปลความหมายของรายการนั้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่าการบัญชีมีความหมายที่สำคัญ 2 ประการ คือ

5.1 การทำบัญชี (Bookkeeping) เป็นหน้าที่ของผู้ทำบัญชี ซึ่งมีขั้นตอนการปฏิบัติ ดังนี้

1.การรวบรวม (Collecting) หมายถึง การรวบรวมข้อมูลหรือรายการค้าที่เกิดขึ้นประจำวันและหลักฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น หลักฐานการซื้อเชื่อและขายเชื่อ หลักฐานการรับและจ่ายเงิน เป็นต้น

2.การบันทึก (Recording) หมายถึง การจดบันทึกรายการค้าที่เกิดขึ้นแต่ละครั้งให้ถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป พร้อมกับบันทึกข้อมูลให้อยู่ในรูปของหน่วยเงินตรา

3.การจัดจำแนก (Classifying) หมายถึง การนำข้อมูลที่จดบันทึกไว้แล้ว มาจำแนกให้เป็นหมวดหมู่ของประเภทบัญชีต่างๆ เช่น หมวดสินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนของเจ้าของ รายได้และค่าใช้จ่าย

4.การสรุปข้อมูล (Summarizing) เป็นการนำข้อมูลที่จัดจำแนกให้เป็นหมวดหมู่ดังกล่าวมาแล้วมาสรุปเป็นรายงานทางการเงิน ซึ่งแสดงถึงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของธุรกิจ ตลอดจนการได้มาและใช้ไปของเงินสดในรอบระยะเวลาบัญชีหนึ่ง

5.2 การให้ข้อมูลทางการเงิน เพื่อประโยชน์แก่บุคคลที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย เช่น ฝ่ายผู้บริหาร ผู้ให้กู้ เจ้าหนี้ ตัวแทนรัฐบาล นักลงทุน เป็นต้น นอกจากนี้ข้อมูลทางการเงินยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน การจัดทำงบประมาณ การปรับปรุงระบบบัญชี เป็นต้น

การจัดทำงบการเงิน (Financial Statement) งบการเงินของธุรกิจถูกจัดเตรียมจากข้อมูลที่ปรากฏอยู่ในงบทดลอง ข้อมูลเหล่านี้จะแสดงให้อยู่ในรูปแบบมาตรฐานเพื่อให้ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินจะได้พิจารณาเรื่องต่างๆ ของธุรกิจได้ง่ายและเข้าใจ การจัดเตรียมงบการเงินจะจัดทำต่อเมื่อมีการปิดบัญชีของธุรกิจในตอนสิ้นรอบระยะเวลาบัญชี ประกอบไปด้วยงบที่สำคัญ 3 งบคือ งบดุล งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด

1.งบดุล (Balance Sheet) เป็นรายงานที่จัดขึ้นเพื่อให้ทราบถึงฐานะการเงินของธุรกิจ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง โดยสรุปยอดเงินของสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้นของธุรกิจ

2.งบกำไรขาดทุน (Income Statement) เป็นรายงานการสรุปรายได้และค่าใช้จ่ายของธุรกิจระหว่างรอบระยะเวลาบัญชี เพื่อจะได้ทราบถึงผลการดำเนินงานของธุรกิจ งบกำไรขาดทุนบางครั้งเรียกว่า งบรายได้และค่าใช้จ่าย

3.งบกระแสเงินสด (Statement of Cash Flows) เป็นรายงานที่แสดงแหล่งที่ได้มาของเงินสดรับ และแหล่งที่ใช้ไปของเงินสดจ่าย ในกิจกรรมการดำเนินงาน กิจกรรมการลงทุน และกิจกรรมจัดหาเงิน

6.แนวคิดด้านการเงิน (Finance)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541) ได้ให้แนวคิดด้านการเงินว่า เป็นการใช้กลยุทธ์ทางการเงิน เพื่อความอยู่รอด ความเจริญเติบโต และความคล่องตัวทางการเงินเพื่อให้เกิดกำไรและความมั่งคั่งสูงสุด หรือเป็นการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาและใช้เงินทุน ด้วยวิธีการที่ทำให้เกิดมูลค่าของธุรกิจสูงสุด

การจัดการทางการเงิน (Financial Management) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาเงิน และการใช้เงินอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การ

การวางแผนทางการเงิน (Financial Planning) มีขั้นตอนหรือกระบวนการที่สำคัญ 4 ขั้นตอน คือ

1.การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์

เป็นขั้นตอนสำคัญของการจัดการ เพราะเป็นเครื่องชี้ทิศทางขององค์การว่าต้องการจะทำหรือต้องการจะเป็นสิ่งใดในอนาคต ซึ่งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ดีนั้นต้องชัดเจนเป็นจริงและวัดได้ ทั้งนี้เพื่อจะสามารถจัดเตรียมแผนงานการเงินให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้

2.การจัดทำงบประมาณการเงิน

งบประมาณเป็นเครื่องมือของแผนงานทางการเงินที่นิยมใช้กัน โดยทั่วไป งบประมาณจะแสดงถึงรายได้และค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งของอนาคต ช่วยให้ผู้จัดการการเงินคาดได้ว่าจะต้องจัดเตรียมเงินทุนอย่างไรถึงจะเพียงพอ และทันกับความต้องการใช้เงินทุนนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์การ

3.การพิจารณาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม

แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจต่างๆ โดยทั่วไปมาจาก 4 แหล่ง คือ ค่าขาย ส่วนทุน (Equity Financing) เช่น ทุนหุ้นสามัญ ทุนบุริมสิทธิ หนี้สิน (Debt Financing) และรายได้จากการขายสินทรัพย์ ซึ่งผู้จัดการการเงินมีหน้าที่สรรหาเงินทุนจากแหล่งเงินเหล่านี้ให้เหมาะสม ตรงกับความต้องการของธุรกิจ

4.การติดตามและประเมินผลงาน

เป็นขั้นตอนที่ทำให้เกิดความมั่นใจว่าแผนงานการเงินที่ได้จัดทำขึ้นไม่มีปัญหาหรือความผิดพลาดใดๆ และสามารถบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ได้ การติดตามและประเมินผลงาน คือ การเปรียบเทียบรายการจากงบประมาณกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง เมื่อพบความคลาดเคลื่อนผู้จัดการการเงินจะได้ปรับปรุงแผนงานการเงินได้ทันที

7.แนวคิดด้านระบบสารสนเทศ (Information System)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541) ได้ให้แนวคิดด้านระบบสารสนเทศว่า เป็นระบบของกระบวนการที่ออกแบบเพื่อรวบรวม เก็บรักษา แยกแยะข้อมูล และนำกลับมาใช้เพื่อสนับสนุนการวางแผน การตัดสินใจ การประสานงานและการควบคุม

ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management Information System : MIS) เป็นระบบซึ่งช่วยผู้จัดการจัดหาข้อมูลที่จำเป็นในการบริหารงาน เพื่อการทำงานที่มีประสิทธิผลยิ่งขึ้น MIS สามารถเชื่อมโยงกับระบบต่างๆ ทุกหน้าที่ เพราะว่าจะสามารถจัดหาข้อมูลโดยถือเกณฑ์ความหลากหลายของข้อมูลและข้อเท็จจริง โดย MIS มีหน้าที่ที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1.การเก็บรวบรวมข้อมูล (Collecting data) เป็นขั้นแรกในการใช้ MIS เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่จำเป็น โดยกำหนดเป็นคลังข้อมูลของธุรกิจ คลังข้อมูลนี้ประกอบด้วยข้อมูลทั้งในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งมีประโยชน์ในการจัดการธุรกิจ ข้อมูลในระบบจะต้องมีความสำคัญและมีความถูกต้อง เพียงพอสำหรับความต้องการของผู้จัดการธุรกิจ ข้อมูลที่ได้รับอาจเกิดจากภายในหรือภายนอกธุรกิจก็ได้

2.การเก็บรักษาข้อมูลและทำให้ข้อมูลเป็นปัจจุบัน (Storing and Updating data) ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ(MIS) ต้องทำให้ข้อมูลเป็นปัจจุบัน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่าข้อมูลที่นำเสนอต่อผู้จัดการมีความสมบูรณ์ ถูกต้อง และทันเวลา

3.กระบวนการข้อมูล (Processing data) เป็นการเปลี่ยนข้อมูลให้อยู่ในรูปที่สามารถใช้ประโยชน์เพื่อจุดมุ่งหมายเฉพาะอย่าง ข้อมูลซึ่งมีการเก็บใน MIS และมีความเป็นปัจจุบันจะมีไว้สำหรับผู้จัดการโดยเฉพาะ ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการจะใช้สถิติเพื่อเปลี่ยนข้อมูลให้เป็นข้อมูลสารสนเทศ ข้อมูลธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในรูปของตัวเลข เช่น ข้อมูลทางการบัญชี ยอดขายแต่ละวัน ผลงานของพนักงานแต่ละกลุ่ม ซึ่งจะต้องมีการสรุปโดยใช้สถิติ

4.การนำเสนอสารสนเทศ (Presenting information) MIS สามารถนำเสนอสารสนเทศในรูปแบบที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ในรูปของรายการ ตาราง กราฟ ภาพ ผัง ซึ่งจะต้องมีความเหมาะสมกับข้อมูล และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ด้วย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ภิญโญ ประเสริฐสม (2527) ได้ศึกษาเรื่องการค้าเงินงานและการให้บริการของร้านเช่าหนังสือในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการดำเนินงานและการจัดบริการของร้านเช่าหนังสือในกรุงเทพมหานคร ศึกษาสภาพของผู้ใช้บริการ วิธีใช้บริการ ประเภทของวรรณกรรมที่ผู้ใช้บริการต้องการ ความคิดเห็นและความพอใจของผู้ใช้บริการต่ออัตราค่าเช่า ค่ามัดจำหนังสือ และบริการหนังสือเช่า ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้สอบถามผู้ใช้บริการ คือผู้ดำเนินการร้านเช่าหนังสือจำนวน 42 คน และผู้ใช้บริการ คือผู้เช่าหนังสือหรือผู้อ่านจำนวน 420 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 462 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ด้านผู้ใช้บริการ คือ ร้านเช่าหนังสือจำนวน 42 ร้าน ตั้งอยู่ในที่ชุมชน ร้านส่วนใหญ่ดำเนินงานมาในช่วง 1-5 ปี หนังสือที่มีให้บริการเช่าได้แก่ นวนิยายไทย นิยายจีนกำลังภายใน เรื่องแปลจากภาษาต่างประเทศที่มีใช้ภาษาจีน เรื่องสั้น และรวมเรื่องสั้น แหล่งจัดหาหนังสือที่ร้านเช่าหนังสือใช้มากที่สุด คือติดต่อซื้อจากร้านจำหน่ายหนังสือ ราคาหนังสือที่จัดหาต่ำกว่าราคาปกในอัตราส่วนลดร้อยละ 10 จนถึงมากกว่าร้อยละ 50 การสั่งซื้อต้องชำระเป็นเงินสด วิธีการคัดเลือกหนังสือใช้วิธีดูจากความนิยมในการอ่านของผู้ใช้บริการ หนังสือที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือนวนิยายไทย รองลงมาคือหนังสือนิยายจีนกำลังภายใน ร้านเช่าหนังสือมีหนังสือให้เช่าโดยเฉลี่ยร้านละ 7,869 เล่ม การจัดเรียงเป็นการจัดตามผู้แต่งเป็นหลัก ร้านเช่าหนังสือเปิดบริการโดยเฉลี่ยวันละ 12.22 ชั่วโมง อัตราค่าเช่าโดยเฉลี่ยเล่มละ 2 บาทต่อวัน อัตรามัดจำโดยเฉลี่ย 50-100 บาทต่อเล่ม ร้านเช่าหนังสือเกือบทั้งหมดไม่กำหนดระยะเวลาในการเช่า ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการสูงสุดแต่ละวันเป็นช่วงเวลาหลัง 15.00 น. จำนวนผู้ใช้บริการค่าสุดโดยเฉลี่ย 38 คนต่อวัน ร้านเช่าหนังสือมีบริการเกี่ยวกับหนังสือให้แก่ผู้ใช้บริการ และดำเนินกิจการอื่นควบคู่ไปกับบริการหนังสือเช่า เช่น ขายเครื่องเขียน ขายเครื่องคั้ม ขายอาหาร เป็นต้น ปัญหาที่สำคัญของบริการหนังสือเช่า คือ ผู้ใช้บริการไม่คืนหนังสือที่ได้เช่าไป หนังสือมีราคาสูงขึ้นและหนังสือที่มีให้บริการมีสภาพชำรุด แนวโน้มของบริการหนังสือเช่าคาดว่าจะเป็นที่นิยมต่อไปอีกนานและจะมีร้านเช่าหนังสือเพิ่มขึ้นอีก

ด้านผู้ใช้บริการ คือ ผู้เช่าหนังสือหรือผู้อ่านจำนวน 420 คน เป็นชาย 196 คน เป็นหญิง 224 คน เป็นบุคคลจากหลากหลายอาชีพ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-25 ปี ระดับการศึกษาสูงกว่าชั้น ม.6 ไม่เกินปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา ระยะทางการเดินทางใกล้ไกลมีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการมาใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญแต่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการเป็นประจำ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการสัปดาห์ละ 2 ครั้งและมากกว่าสัปดาห์ละ 3 ครั้ง ช่วงเวลาที่สะดวกในการมาใช้บริการมากที่สุดคือ ช่วงเวลาเย็น-ค่ำของทุกวัน ผู้ใช้บริการใช้วิธีเลือกหนังสือจากชั้นหรือจากกองด้วยตนเองมากที่สุด หนังสือส่วนใหญ่ที่ร้านมีตรงกับความต้องการของ

ผู้ใช้บริการ เพศของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์ต่อประเภทของวรรณกรรมที่ชอบอ่านอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนระดับการศึกษาและอาชีพของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์ต่อประเภทของวรรณกรรมที่ชอบอ่านอย่างมีนัยสำคัญ ความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่ออัตราค่าเช่า คำนัดจำหนังสือและบริการหนังสือเช่าโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved