

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดตั้งองค์กรโดยทั่วไป อาจแบ่งตามวัตถุประสงค์ออกได้เป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไร และองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะสถานบริการออกกำลังกาย ในอำเภอเมืองและอำเภอใกล้เคียงในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ก่อตั้งโดยเอกชน ซึ่งเป็นองค์กรธุรกิจที่แสวงหากำไร ในแต่ละองค์กรธุรกิจจำเป็นต้องมีการกำหนดหน้าที่งานของธุรกิจ (Business Functions) เพื่อการแปรรูปปัจจัยการผลิตขององค์กรธุรกิจ หน้าที่งานที่จำเป็นเหล่านี้ได้จัดขึ้นเป็นกิจกรรมด้านต่าง ๆ โดยใช้วิชาชีพที่ต่างกันในการดำเนินธุรกิจ การแบ่งหน้าที่งานของธุรกิจอาจแบ่งเป็น ด้านการจัดการ ด้านการตลาดและ ด้านการเงิน (ชงชัย สันติวงษ์ 2533 :147)

2.1 แนวคิด ด้านการจัดการ

ความหมายของการจัดการ

สมคิด บางโม กล่าวว่า การจัดการ คือศิลปะในการใช้ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ ขององค์กร และภายนอกองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ (2540 : 61)

French and Saward ได้นิยามคำว่า การจัดการ (Management) หมายถึง กระบวนการ หรือ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่เพื่อที่จะเชื่อมั่นได้ว่า กิจกรรมต่างๆ จะดำเนินไปในทางที่จะทำให้กิจการประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (อ้างถึงในพิมพ์จรรยา นามวัฒน์ 2539 : 5)

Herbert A. Simon กล่าวว่า การจัดการหมายถึง การทำงานของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมกันปฏิบัติงานเพื่อที่จะบรรลุจุดประสงค์ร่วมกัน (อ้างถึงในสมคิด บางโม 2540 : 61)

หน้าที่ของการจัดการ

หน้าที่ในการจัดการ (Management Functions) เป็นสิ่งที่ผู้บริหารต้องปฏิบัติ เพื่อที่จะทำให้เป็นนักบริหารอย่างแท้จริง การจำแนกหน้าที่ในการบริหารที่เป็นที่นิยมกัน คือ การใช้วิธีรวมกิจกรรม ตามทฤษฎีของ Harold Koontz ซึ่งแบ่งเป็น 5 ประการ หรือ POSDC ได้แก่ (1) การวางแผน (Planning) (2) การจัดองค์กร (Organizing) (3) การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) (4) การอำนวยการ (Directing) (5) การควบคุมการทำงาน (Controlling) (สมคิด บางโม 2540 :73)

1. การวางแผน (Planning)

นักวิชาการด้านการบริหารได้ให้ความหมายของการวางแผนไว้ต่างๆ กัน ดังนี้

Koontz and O'Donnell ให้ความหมายว่า การวางแผนคือ การตัดสินใจล่วงหน้าว่าจะทำอะไร ทำไม เมื่อไร และใครเป็นคนทำ (อ้างถึงในสมคิด บางโม 2540 : 82)

สมคิด บางโม มีความเห็นว่า การวางแผน คือการกำหนดเป้าหมายและแนวทางปฏิบัติไว้ล่วงหน้า โดยการศึกษาข้อมูลต่างๆและเลือกแนวทางปฏิบัติที่จะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร (2540 : 82)

ลักษณะของแผนที่ดีโดยทั่วไปควรมีลักษณะดังนี้ (สมคิด บางโม 2540 :83)

- 1.1 ความยืดหยุ่น แผนที่ดีควรมีความยืดหยุ่น มีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนวัตถุประสงค์ หรือกลยุทธ์ของกิจการให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและ โอกาส ทางธุรกิจได้
- 1.2 ความครอบคลุม แผนที่ดีควรครอบคลุมหน้าที่และระดับต่างๆ ทั้งทั้งองค์กร เพื่อที่จะทำให้ได้ตั้งเป้าหมายขององค์กรที่เหมือนกัน
- 1.3 คุ่มค่าใช้จ่าย การจัดทำแผนใดๆ ควรจะให้คุ่มค่าและประหยัดค่าใช้จ่าย
- 1.4 ความชัดเจน แผนที่จัดทำขึ้นจะต้องชัดเจนว่า ใครทำอะไร ที่ไหน อย่างไร เมื่อใด และอยู่ในความรับผิดชอบของใคร
- 1.5 ระยะเวลาของแผน จะต้องกำหนดให้แน่นอนว่าเริ่มต้นและสิ้นสุดเมื่อใด
- 1.6 ความเป็นพิธีการ ในการจัดทำแผนจะต้องทำผ่านขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่การเตรียมการ วิเคราะห์ข้อมูล ทำแผน นำแผนไปปฏิบัติ และประเมินผล ตามลำดับ ซึ่งแผนจะต้องได้รับการอนุมัติจากผู้ที่มีอำนาจขององค์กรก่อน
- 1.7 ความปกปิด ในด้านธุรกิจจะต้องให้รู้เฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น มิฉะนั้นจะแพร่พรายไปสู่คู่แข่งทำให้เป็นผลเสียต่อองค์กรได้ ส่วนรัฐกิจนั้น แผนควรเปิดเผย
- 1.8 ความมีเหตุผล ควรกำหนดแผนขึ้นอย่างมีเหตุมีผล สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง มีแนวทางที่จะทำให้ไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้
- 1.9 ความสอดคล้อง แผนที่ดีควรอยู่ในกรอบ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กรที่กำหนดไว้
- 1.10 การเน้นที่อนาคต ควรกำหนดระยะเวลาของแผนเป็น 3-5 ปี ซึ่งถือว่าเป็นระยะที่ดีที่สุดที่มนุษย์สามารถคาดคะเนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.11 ความต่อเนื่อง หมายถึงความต่อเนื่องกับแผนอื่นๆ และต่อเนื่องในกระบวนการจัดการ รวมทั้งควรมีการประเมินแผนที่นำไปปฏิบัติแล้ว และนำผลประเมินมาปรับปรุงใหม่

ระยะเวลาของแผน

การจำแนกประเภทของแผนตามระยะเวลาสามารถสรุปได้ดังนี้ (สมคิด บางโม 2540 : 84)

1. แผนระยะสั้น (Short-Rang planning) เป็นแผนงานที่จัดทำในรูปของกิจกรรมเฉพาะอย่างที่มีหวังให้เกิดขึ้นในอนาคต และควรจะ สอดคล้องกับแผนระยะยาว โดยส่วนมากมัก กำหนดเวลา 1 ปี หรือสั้นกว่า สามารถเรียกว่า แผนประจำปี
2. แผนระยะปานกลาง (Medium-Rang planning) เป็นแผนที่มีระยะเวลาปฏิบัติการมากกว่า 1 ปี ซึ่งโดยปกติจะอยู่ในระยะ 3-5 ปี
3. แผนระยะยาว (Long-Rang planning) เป็นแผนของกิจกรรมขนาดใหญ่ ที่มีความเกี่ยวข้องกันหลายหน่วยงาน หลายฝ่ายและหลายสาขา ต้องใช้กระบวนการวางแผนและการทำงานที่สลับซับซ้อน โดยปกติจะเป็นระยะเวลานานมากกว่า 5 ปี ขึ้นไป

2. การจัดองค์กร (Organizing)

ความหมายของการจัดองค์กร

Edwin Flippo (2540 :126) ได้ให้ความหมายของการจัดองค์กรไว้ว่า การจัดองค์กร หมายถึง การจัดความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทั้งตัวบุคคลและหน้าที่การงาน เพื่อรวมกันเข้าเป็นหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถทำงานให้บรรลุ เป้าหมายที่วางไว้ได้

สมคิด บางโม (2540 :126) มีความเห็นว่า การจัดองค์กร หมายถึง การแบ่งองค์การออกเป็นหน่วยงานย่อยๆ ให้ครอบคลุมหน้าที่ขององค์กร พร้อมทั้งกำหนดอำนาจหน้าที่และความสัมพันธ์กับองค์กรย่อยอื่นๆ ไปด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริหารให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

หลักการจัดองค์กร

โดยสรุปหลักในการจัดองค์กรที่ดีจะต้องมีองค์ประกอบ และแนวทางปฏิบัติดังต่อไปนี้ (ศิริอร ชันทรหัตถ์ 2539 :83-84)

1. หลักวัตถุประสงค์ (Objective) องค์กรทุกระดับจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ให้ ชัดเจนว่าจะทำอะไร และอย่างไร
2. หลักความรู้ความสามารถเฉพาะอย่าง (Specialization) พนักงานควรจะได้ รับมอบหมายให้ทำงานตามความถนัดแต่เพียงหน้าที่เดียว แต่ถ้าหากบุคคลนั้นมีความสามารถหลาย ด้าน ก็อาจมอบหมายงานให้ตามความถนัดได้

3. **หลักการประสานงาน (Coordination)** จะต้องมีการร่วมมือกันในระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด โดยใช้หลักสามัคคีธรรมเพื่อประโยชน์ขององค์กร

4. **หลักการบังคับบัญชา(Authority)** จะต้องมีการกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละคน ไว้อย่างชัดเจนว่าใครมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบต่อใคร

5. **หลักความรับผิดชอบ(Responsibility)** ผู้บังคับบัญชาจะต้องรับผิดชอบในการกระทำของผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาของตนเพราะสมาชิกในองค์กรจะปฏิบัติหน้าที่ในนามขององค์กรถ้ากระทำความผิดก็ต้องถือว่าเป็นความผิดขององค์กร

6. **หลักความสมดุล (Balance)** จะต้องมอบหมายให้หน่วยงานต่างๆทำงานให้สมดุลกัน ปริมาณงานควรมีปริมาณที่ใกล้เคียงกัน รวมทั้งความสมดุลระหว่างงานกับอำนาจหน้าที่ที่จะมอบหมายด้วย

7. **หลักความต่อเนื่อง (Continuity)** ในการจัดองค์กรเพื่อการบริหารงานควรจะเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องกัน ไม่ควรจะหยุดทำกลางคัน

8. **หลักการโต้ตอบและการติดต่อ(Correspondence)** ตำแหน่งทุกตำแหน่งจะต้องมีการโต้ตอบระหว่างกันและติดต่อสื่อสารกัน องค์กรจะต้องอำนวยความสะดวกให้มีเครื่องมือและการติดต่อสื่อสารที่เป็นระบบ

9. **หลักขอบเขตของการควบคุม (Span of control)** เป็นการกำหนดขีดความสามารถในการบังคับบัญชาของผู้บังคับบัญชาคนหนึ่งๆ ว่าควรจะควบคุมดูแลผู้ใต้บังคับบัญชาหรือจำนวนหน่วยงานย่อยไม่มากจนเกินไป

10. **หลักเอกภาพในการบังคับบัญชา(Unity of command)** ในการจัดองค์กรที่ดีควรให้ผู้ใต้บังคับบัญชารับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานเพียงคนเดียวเท่านั้น เพื่อให้เกิดเอกภาพในการบังคับบัญชา

11. **หลักตามลำดับชั้น (Ordering)** ในการที่นักบริหารหรือหัวหน้างานจะออกคำสั่งแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา ควรปฏิบัติตามลำดับชั้นของสายการบังคับบัญชา ไม่ควรออกคำสั่งข้ามหน้า ผู้บังคับบัญชา หรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง

12. **หลักการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง (Promotion)** ในการพิจารณาความดีความชอบและการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งควรถือหลักการว่า ผู้บังคับบัญชาโดยตรงย่อมเป็นผู้ที่ปฏิบัติได้ดีกว่าผู้อื่น ดังนั้นควรจะให้ผู้บังคับบัญชาเป็นผู้พิจารณาคุณและโทษของผู้ใต้บังคับบัญชา ควรพิจารณาด้วยความเป็นธรรมแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อเป็นการเสริมสร้างขวัญในการทำงานของบุคคลในองค์กร

3. การจัดการคนเข้าทำงาน (Staffing)

ความหมายของการจัดการคนเข้าทำงาน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539 :309) ได้สรุปว่า การจัดการคนเข้าทำงาน หมายถึง การคัดเลือก การบรรจุตำแหน่งงานต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับโครงสร้างองค์กร โดยที่องค์กรต้องมีการวางแผนกำลังคนที่ต้องการของแต่ละแผนก หลังจากนั้นจึงคัดเลือกรวมถึงการแต่งตั้ง การประเมินผล การเลื่อนขั้น การให้รางวัลและการพัฒนาจรรยาบรรณมีความรู้และส่งผลให้งานขององค์กรสำเร็จลุล่วง

กระบวนการของการจัดการคนเข้าทำงาน

กระบวนการของการจัดการคนเข้าทำงานอาจแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้ (สมคิด บางโม 2540 : 158-173)

1. การวางแผนกำลังคนและตำแหน่ง ได้แก่

1.1 การวางแผนกำลังคน คือ การคาดคะเนไว้ล่วงหน้าว่า ต้องการพนักงานจำนวนเท่าใดจึงจะทำงานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 การกำหนดตำแหน่ง คือ การกำหนดว่าจะให้ทำงานในตำแหน่งอะไร มีความรับผิดชอบอย่างไร ได้ค่าจ้างเท่าใด

2. การแสวงหาบุคคล ได้แก่

2.1 การสรรหา คือ การเริ่มจากการประกาศชักชวนให้ผู้มีคุณสมบัติตามที่ต้องการสมัครให้มากที่สุด

2.2 การเลือกสรร คือ การคัดเลือกคนดีและเหมาะสมที่สุดมาทำงาน

2.3 การบรรจุ ตามปกติจะเรียงตามลำดับที่สอบได้ แต่ในบางกรณีอาจยืดหยุ่นได้เพื่อให้ได้คนที่เหมาะสมกับตำแหน่งยิ่งขึ้น โดยวิธีให้เลือก 2 หรือ 3 คนแรก ให้ทดลองงานในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เมื่อเห็นว่าเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถและทำงานให้ได้ตามที่ต้องการจึงบรรจุเป็นการถาวรต่อไป

3. การบำรุงรักษาและการจัดสวัสดิการ เป็นการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน ผู้บริหารที่ดีต้องคำนึงถึงสภาพความเป็นอยู่ ความเดือดร้อน และความต้องการบางประการของบุคคล ควรสนองตอบความต้องการในเรื่องที่เดือดร้อนมากที่สุดก่อน

4. การประเมินผลการปฏิบัติงาน คือการประเมินว่าพนักงานทำงานได้ผลเท่ามาตรฐานที่กำหนดได้ด้อยกว่าหรือสูงกว่ามาตรฐานที่กำหนด และทำงานคุ้มค่ากับเงินเดือนที่กำหนดไว้สำหรับตำแหน่งหรือไม่

5. การพัฒนาบุคคล คือ วิธีต่างๆ ที่ต้องการจะเพิ่มพูนความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ เพื่อให้ทุกคนในหน่วยงานสามารถปฏิบัติหน้าที่ในความรับผิดชอบได้ดียิ่งขึ้น และมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาทัศนคติของผู้ปฏิบัติงาน ให้เป็นไปในทางที่ดี ให้มีกำลังใจในการทำงานรุกราน และ ให้มีความคิดที่จะหาทางปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น การให้พ้นจากงาน คือ การให้บุคคลที่ทำงานไม่ได้ประสิทธิภาพ ขาดการปรับปรุงตนเอง ไม่มีการพัฒนา พ้นจากงาน

4. การอำนวยการ (Directing)

การอำนวยการ หรือการชี้นำ มิใช่การสั่งการแต่อย่างเดียว แต่เป็นศิลปะอย่างหนึ่ง การอำนวยการจะต้องทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าเป็นการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน มิใช่การใช้อำนาจ สั่ง หรือ บังคับ ให้ทำ ดังนั้นการอำนวยการจึงควรประกอบ ด้วยกิจกรรมหลายประการดังนี้ (สมคิดบางโม 2540 : 180-196)

- การตัดสินใจ (Decision making) หมายถึง การตัดสินใจเลือกแนวทางปฏิบัติซึ่งมีอยู่หลายทางเพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

- การสั่งการ(Commanding) หมายถึง การที่ผู้บังคับบัญชามอบหมายให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงาน โดยอาจมอบหมายงานให้โดยการสั่งด้วยวาจาหรือสั่งเป็นลายลักษณ์อักษร

- การจูงใจ(Motivation) หรือการกระตุ้นให้พนักงานทำงาน ถือเป็นภารกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหาร หลักสำคัญของการกระตุ้นให้พนักงานตั้งใจทำงานหรือขยันทำงานนั้นจะต้องเป็นมาตรการหรือวิธีการที่ดียิ่งขึ้นแล้วจะมีพนักงานเพียงบางคนหรือบางส่วนเท่านั้นที่ได้รับประโยชน์ ไม่ใช่กับทุกคน

- การสร้างขวัญในการทำงาน(Morale building) มีวิธีการสำคัญหลายประการ ได้แก่ ความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างผู้จัดการกับพนักงาน การมีวัตถุประสงค์ที่ดีขององค์กร สถานที่ทำงาน หรือสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดี ความมั่นคงในตำแหน่งหน้าที่การงาน มีโอกาสก้าวหน้า มีรายได้และสวัสดิการที่ดี

- การประสานงาน(Coordination) หมายถึง การจัดระเบียบการทำงานและการติดต่อกันเพื่อให้งานเป็นไปอย่างราบรื่น ให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ ร่วมมือกันทำงานอย่างเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ไม่ทำให้งานซ้อนกัน ขัดแย้งกัน หรือเหลื่อมล้ำกัน เพื่อให้การทำงานดำเนินไปอย่างราบรื่น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรด้วยความสามัคคี และมีประสิทธิภาพ

- การสื่อสาร(Communication) หมายถึง การส่งข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยการออกคำสั่งหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในองค์กร การติดต่อสื่อสารที่ดี จะทำให้การดำเนินงานขององค์กรราบรื่นและนำไปสู่เป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การควบคุม(Controlling)

การควบคุม หมายถึง การตรวจสอบการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนกำหนดไว้ และตรงตามมาตรฐานที่กำหนด (สมคิด บางโม 2540 : 204-212)

กระบวนการควบคุมงานจะประกอบด้วยลำดับขั้นที่สำคัญดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของงานให้ชัดเจน ก็จะต้องระบุให้ชัดเจนว่าหน่วยงานมีวัตถุประสงค์อะไรบ้าง มากน้อยเพียงใด เมื่อใดจะต้องทำให้สำเร็จ เพื่อที่จะใช้ วัตถุประสงค์นั้นเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานและการควบคุมงาน ก็ จะต้องศึกษาจุดประสงค์ของแผนงานให้ชัดเจน

2. การกำหนดมาตรฐานของงานต่างๆ คือ การกำหนดระดับต่ำสุดของผลงานที่คาดว่าจะทำได้จากการดำเนินกิจกรรมหนึ่งๆ ซึ่งจะใช้มาตรฐานเป็นตัววัดว่าผลงานที่ทำออกมาตรงตามที่กำหนดหรือไม่ โดยปกติมาตรฐานของงานจะกำหนดไว้แล้วในแผนงาน ผู้ปฏิบัติงานจึงควรศึกษามาตรฐานของงานให้เข้าใจอย่างถ่องแท้เสียก่อน

3. การวัดผลการปฏิบัติงาน สิ่งที่ทำเป็นประจำสำหรับการควบคุม คือการวัดผลการปฏิบัติงาน โดยจะต้องทราบว่า จะวัดอะไร วัดอย่างไร และวัดเมื่อใด

4. การเปรียบเทียบผลงานกับมาตรฐาน คือการนำข้อมูลที่ได้จากการวัดมาเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ จะเป็นการค้นหาข้อผิดพลาดและช่วยให้ผู้บริหารสามารถคาดคะเนถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

5. การดำเนินการแก้ไข เป็นขั้นตอนสุดท้ายหลังจากที่ได้มีทราบว่า มีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นหรือเบี่ยงเบนไปจากมาตรฐาน การแก้ไขอาจแก้ไขที่สาเหตุหรือแก้ไขที่มาตรฐาน หรืออีกวิธีหนึ่งคือ แก้ไขวิธีดำเนินงานหรือแก้ไขปรับปรุงแผนงานใหม่

2.2 แนวคิดด้านการตลาด

การตลาดสำหรับธุรกิจบริการแตกต่างไปจากการตลาดสำหรับธุรกิจขายสินค้า เนื่องจากบริการนั้นจับต้องไม่ได้ แยกจากกันไม่ได้ มีความผันแปรแตกต่างกันและเสื่อมสูญง่าย ส่วนประสมทางการตลาดของบริการมีองค์ประกอบ 7 ประการ (Kotler Philip 2003 :450) แต่ละองค์ประกอบสามารถพิจารณาได้ดังนี้

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)** ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการ ได้แก่ บริการที่เสนอเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ซึ่งครอบคลุมทุกอย่างของตัวสินค้าและสิ่งที่จัดเตรียมไว้บริการลูกค้า

ผลิตภัณฑ์ สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ (Kotler Philip 2003 : 410)

1.1 สินค้าที่ไม่ทนทาน เป็นสินค้าที่จับต้องได้ มีระยะเวลาการใช้ไม่นาน เช่น เบียร์ สนุ เป็นต้น เพราะสินค้าประเภทนี้ มีการใช้ที่รวดเร็ว และมีการซื้อขายที่บ่อยครั้ง

1.2 สินค้าที่ทนทาน เป็นสินค้าที่จับต้องได้ มีระยะเวลาการใช้ที่นาน เช่น ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เป็นต้น สินค้าประเภทนี้ต้องใช้การขายแบบตัวต่อตัวพร้อมการบริการหลังการขายด้วยบริการ เป็นสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ มีความหลากหลาย เป็นสินค้าที่ไม่สามารถเก็บรักษาได้ ต้องการการควบคุมคุณภาพ เช่น บริการตัดผม และบริการซ่อม เป็นต้น

2. ราคา(Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดราคาต้องคำนึงถึง คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของผู้บริโภค ต้นทุนสินค้าพร้อมทั้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ภาวะการแข่งขัน และปัจจัยอื่นๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ นโยบายภาครัฐ

3. สถานที่ (Place) หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การเลือกทำเลที่ตั้งของกิจการ ซึ่งมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และควรคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของกลุ่มคู่แข่งด้วย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คนในการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารควรจะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ และคู่แข่งของธุรกิจด้วย

5. บุคลากร (People) หรือ พนักงาน เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ การที่จะทำให้การบริการมีคุณภาพนั้นจะต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานจะต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่ดี มีความริเริ่ม สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ และสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งสถานที่การจัดแบ่งส่วนหรือแผนกต่างๆในอาคาร และลักษณะทางกายภาพอื่นๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจน

7. กระบวนการให้บริการ (Processes) เป็นขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้าจะพิจารณาใน 2 ด้าน คือ ความซับซ้อนและความหลากหลาย ในด้านของความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการสมัครสมาชิก ส่วนในด้านของความหลากหลาย ต้องพิจารณาถึงความมีอิสระ ความยืดหยุ่น ความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้เช่นการปรับเปลี่ยนราคาค่าสมาชิกให้เหมาะสมกับสภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน

2.3 แนวคิดด้านการเงิน

ในองค์กรธุรกิจทุกขนาดไม่ว่าขนาดใหญ่หรือเล็กก็ตาม ต่างมีความจำเป็นที่จะต้องตัดสินใจในเรื่องสำคัญ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเงิน บุคคลที่มีหน้าที่ในการตัดสินใจอาจเป็นได้ตั้งแต่ผู้เป็นหุ้นส่วน เจ้าของกิจการ รองประธานบริษัท เภรณูญิก ผู้ควบคุมทางการเงิน หรือพนักงานของบริษัทก็ได้ ผู้บริหารการเงินมีหน้าที่หลัก 3 ประการ ดังนี้ (ธงชัย สันติวงษ์ 2527 :7)

1. การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน คือ การพยากรณ์และจัดบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆ ทางการเงินที่เกิดขึ้นและคาดว่าจะเกิดขึ้นกับธุรกิจในอนาคตข้างหน้า โดยจะเน้นที่กระแสเงินสดที่เข้ามาและที่ออกไปของธุรกิจ

2. การจัดหาเงินทุน สามารถหาได้จากแหล่งเงินทุน 2 แหล่ง ได้แก่

2.1 แหล่งภายในหรือส่วนของเจ้าของ ได้แก่ เงินทุนของผู้ประกอบการ และของหุ้น ส่วน รวมไปถึงกำไรสะสมของกิจการด้วย

2.2 แหล่งภายนอกหรือหนี้สิน ได้แก่ เจ้าหนี้การค้า และเงินกู้จากสถาบันการเงิน ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

3. การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ

การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจอาจแบ่งเป็น 2 ลักษณะ

3.1 สินทรัพย์หมุนเวียน คือ สินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูง สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ภายใน 1 ปี ยกตัวอย่างเช่น เงินสด ลูกหนี้การค้า ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า

3.2 สินทรัพย์ถาวร คือ สินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องต่ำ มีระยะใช้งานมากกว่า 1 ปี ขึ้นไป ยกตัวอย่างเช่น ที่ดิน อาคาร ยานพาหนะ อุปกรณ์ ตลาตจนเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กรรณิการ์ โปธิมุ (2540 : 93-101) ศึกษาความต้องการในการใช้สถานบริการออกกำลังกายของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าความต้องการสูงสุดของสมาชิก คือต้องการให้สถานทีออกกำลังกายสามารถใช้ได้กับทุกวัย มีไม้ดอกประดับสวยงาม ส่วนความต้องการต่ำสุดคือต้องการสถานที่ออกกำลังกายที่ใช้ได้เฉพาะกลางคืนและสถานที่อยู่ในบริเวณ โรงแรม กิจกรรมที่ต้องการมากที่สุดคือ เทนนิส และต่ำสุดคือ สควอ์ท มีข้อเสนอแนะว่าควรเพิ่มประเภทกีฬาให้มากขึ้น ควรปรับปรุงสถานที่ให้มีต้นไม้ใหญ่ที่ร่มรื่น มีที่จอดรถที่สะดวกสบายและปลอดภัย ควรมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐานและเพียงพอและควรมีส่วนลดให้กับประชาชนตาม โอกาสพิเศษต่างๆ

นำชัย เต็มศิริเกียรติ (2538 : 76-86) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ำในการใช้บริการศูนย์สปอร์ต คลับในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ำนิยมใช้บริการที่ห้องออกกำลังกายมากกว่าการบริการอื่น โดยมาใช้บริการสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง ในช่วงเวลา 17.00-19.00 น. ใช้เวลาในการออกกำลังกายต่อครั้ง 1-2 ชั่วโมง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สปอร์ตคลับของลูกค้ำมากที่สุดคือปัจจัยด้านสถานที่ โดยต้องอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน มีที่จอดรถสะดวก และปลอดภัย รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่ายตามลำดับ พบปัญหาสถานที่จอดรถ อุปกรณ์ไม่เพียงพอ บุคลากรขาดความชำนาญและมีเสียงดังเกินไป

พงศกร ทวีสุข (2544 : ง-ฉ) ศึกษาการดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่มีลักษณะการประกอบการแบบเจ้าของคนเดียว มีการวางแผนการดำเนินธุรกิจเป็นแผนระยะสั้น การจัดองค์การส่วนใหญ่ไม่มีการแบ่งสายบังคับบัญชา การจัดบุคลากรเข้าทำงานส่วนใหญ่มาจากการบอกต่อชักชวนกันมาสมัคร ด้านการเงินส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนเป็นของเจ้าของกิจการ ส่วนในด้านการตลาดมีการประชาสัมพันธ์โดยให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้ามีตลาดรับซื้อจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ปัญหาในการดำเนินงานโดยรวมมีปัญหาน้อย แต่จะพบปัญหาด้านการจัดการมีระดับมากในเรื่องการวางแผน และปัญหาด้านการตลาดอยู่ในระดับมากในเรื่องจำนวนคู่แข่งขั้นที่มีอยู่ในตลาด

ยุทธนา ชันติยะ (2545 :ง-จ) ศึกษาคุณภาพบริการสถานบริการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าสมาชิกสถานบริการออกกำลังกายภาครัฐมีความพอใจกับสถานที่ แต่เจ้าหน้าที่มีจำนวนจำกัดและขาดการอำนวยความสะดวก ส่วนสมาชิกสถานบริการออกกำลังกายภาคเอกชนมีความพอใจกับการมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย มีเจ้าหน้าที่เพียงพอ มีการอำนวยความสะดวก ส่วนคุณภาพบริการเชิงเทคนิค พบว่ายังไม่มีเกณฑ์มาตรฐานสำหรับกิจการประเภทสถานบริการออก

กำลังกาย ควรมีหน่วยงานระดับชาติเพื่อกำหนดมาตรการควบคุมสถานบริการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพให้คำนึงถึงความปลอดภัยและสุขภาพของสมาชิกต่อไป

อังศุมลลิน ยืนบุญ (2542 :ข-ค) ศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชนที่จดทะเบียนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการจัดการ การตลาด การเงินและบุคลากร พบว่าด้านการจัดการ ส่วนใหญ่มีการวางแผนทั้งระยะสั้นและยาว มีการประเมินผลด้านพัฒนาการและสุขภาพเด็ก ด้านการตลาดวิธีที่ใช้ส่งเสริมการตลาดมากที่สุดคือ การบอกปากต่อปาก ด้านการเงินส่วนใหญ่เป็นการลงทุนไม่เกิน 100,000 บาท โดยแหล่งเงินทุนมาจากเงินส่วนตัว ส่วนด้านบุคลากรใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกครูพิจารณาจาก ความมีใจรักเด็กเป็นอันดับแรก รองลงมาคือมีประสบการณ์และสุขภาพร่างกายแข็งแรง

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a flame-like symbol above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on the sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved