

คำอธิบายรายวิชา อช32001 การพัฒนาแผนและโครงการอาชีพ จำนวน 3 หน่วยกิต
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

มาตรฐานการเรียนรู้ระดับ

มีความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาอาชีพ ให้มีผลิตภัณฑ์หรืองานบริการ สร้างรายได้พอเพียงต่อการดำรงชีวิต มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ

ศึกษาและฝึกทักษะเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

ศึกษา วิเคราะห์แผนและโครงการพัฒนาอาชีพให้มีความมั่นคง ทบทวนองค์ความรู้ในอาชีพ ทักษะในอาชีพ ที่ต้องฝึกเพิ่มเติม วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ทั้งด้านความต้องการ และคุณภาพ ระบบการจัดการ ด้านการผลิต การจัดการการตลาด ระบบการบัญชี ประเมินผลการประกอบอาชีพ พัฒนาแผนปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาอาชีพให้มีรายได้ มีเงินออม และมีทุนในการขยายอาชีพ

การจัดประสบการณ์การเรียนรู้

เน้นการศึกษา วิเคราะห์การพัฒนาแผนและโครงการพัฒนาอาชีพเพื่อให้ความมั่นคงมีรายได้ มีเงินออม และมีทุนในการขยายอาชีพ

การวัดและประเมินผล

ประเมินจากแผนและโครงการพัฒนาอาชีพที่ได้รับการพัฒนามาจากการปฏิบัติการศึกษา วิเคราะห์เพื่อให้ความมั่นคง มีรายได้ มีเงินออม และมีทุนในการขยายอาชีพ

รายละเอียดคำอธิบายรายวิชา อข32001 การพัฒนาแผนและโครงการอาชีพ

จำนวน 3 หน่วยกิต ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

มาตรฐานการเรียนรู้ระดับ

มีความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาอาชีพ ให้มีผลิตภัณฑ์หรืองานบริการ สร้างรายได้ พอเพียงต่อการดำรงชีวิต มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ

ที่	หัวข้อ	ตัวชี้วัด	เนื้อหา	จำนวน ชั่วโมง
1	วิเคราะห์แผนและโครงการพัฒนาอาชีพให้มีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ	<ol style="list-style-type: none"> วิเคราะห์เหตุผลของแผนและโครงการสัมพันธ์ต่อการมีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ วิเคราะห์เป้าหมายของแผนและโครงการสัมพันธ์ต่อการมีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ วิเคราะห์วัตถุประสงค์ของแผนและโครงการสัมพันธ์ต่อการมีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ วิเคราะห์วิธีการและขั้นตอนของแผนและโครงการสัมพันธ์ต่อการมีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ 	<ol style="list-style-type: none"> ความสัมพันธ์ของเหตุผลของแผนและโครงการกับการมีรายได้ มีเงินออม และมีทุนในการขยายอาชีพ ความสัมพันธ์ของเป้าหมายของแผนและโครงการกับการมีรายได้ มีเงินออม และมีทุนในการขยายอาชีพ ความสัมพันธ์ของวัตถุประสงค์ของแผนและโครงการกับการมีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ ความสัมพันธ์ของวิธีการและขั้นตอนของแผนและโครงการกับการมีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ 	5
2	การทบทวนองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนาอาชีพให้มีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ	<ol style="list-style-type: none"> ทบทวนระบุนวัตกรรมที่จำเป็นต่อใช้ในการเรียนรู้พัฒนาอาชีพให้มีรายได้มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ 	<ol style="list-style-type: none"> การทบทวนองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อใช้ในการเรียนรู้ 	15

ที่	หัวข้อเรื่อง	ตัวชี้วัด	เนื้อหา	จำนวน ชั่วโมง
		2. จัดลำดับความสำคัญจำเป็น ของความรู้ที่ใช้ในการเรียนรู้ พัฒนาอาชีพให้มีรายได้ มีเงิน ออมและมีทุนในการขยาย อาชีพ 3. ตัดสินใจเลือกความรู้ที่ จำเป็นต้องใช้ในการเรียนรู้ พัฒนาอาชีพให้มีรายได้ มีเงิน ออมและมีทุนในการขยาย อาชีพ 4. ระบุความรู้ที่จำเป็นต้องใช้ใน การเรียนรู้พัฒนาอาชีพให้มี รายได้มีเงินออมและมีทุนใน การขยายอาชีพได้ 5. แสวงหาความรู้จัดเป็นระบบ สารสนเทศของความรู้ที่ จำเป็นต้องใช้ในการเรียนรู้ พัฒนาอาชีพให้มีรายได้มีเงิน ออมและมีทุนในการขยายอาชีพ	2. การจัดลำดับความสำคัญ/ จำเป็นขององค์ความรู้ 3. การตัดสินใจเลือกความรู้ที่ จำเป็นต้องใช้ 4. การระบุความรู้และจัดทำ ระบบสารสนเทศ 5. การแสวงหาความรู้และ จัดทำระบบสารสนเทศ	
3	การระบุทักษะในความรู้ที่ จำเป็นต้องฝึกเพิ่มเติมเพื่อ การมีรายได้ มีเงินออมและ มีทุนในการขยายอาชีพ	ระบุทักษะที่มีความจำเป็นต้อง ฝึกเพิ่มเติมเพื่อการมีรายได้ มีเงิน ออมและมีทุนในการขยายอาชีพ	ทักษะที่มีความจำเป็นต้องฝึก เพิ่มเติม	10
4	การพัฒนาระบบการผลิต	1. วิเคราะห์ปัจจัยการผลิตตาม ความต้องการและคุณภาพ ของตลาดได้ 2. ระบุกระบวนการผลิตให้ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตามความ ต้องการของตลาดได้ 3. ระบุผลผลิตพอเพียงต่อการมี	1. ปัจจัยการผลิต เช่น ทุน เครื่องมือ เพียงพอต่อ การจัดการ 2. ขั้นตอนการผลิต 3. ผลผลิตที่คาดหวังต่อการมี	20

ที่	หัวข้อเรื่อง	ตัวชี้วัด	เนื้อหา	จำนวน ชั่วโมง
		รายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ	รายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ	
5	การวิเคราะห์การตลาด	1. ระบุความต้องการผลิตภัณฑ์และคุณภาพตามความต้องการของลูกค้าได้ 2. ระบุกลุ่มลูกค้าช่องทางตลาดได้ 3. อธิบายวิธีการส่งเสริมการขายได้ 4. จดบันทึกการขายเพื่อขยายกลุ่มลูกค้าได้	1. ความต้องการผลิตภัณฑ์และการควบคุมคุณภาพ 2. ช่องทางการตลาด 3. การส่งเสริมการขาย 4. การจดบันทึกการขาย	30
6	การพัฒนาระบบการบัญชี	1. วิเคราะห์การจดบันทึกเพื่อระบุกลุ่มเป้าหมายเพื่อขยายการตลาดได้ 2. วิเคราะห์การจดบันทึกเพื่อระบุผลิตภัณฑ์ที่ตลาดต้องการได้ 3. วิเคราะห์รายรับรายจ่ายเพื่อลดรายจ่ายเพิ่มรายได้ได้ 4. บอกวิธีการพัฒนาระบบบัญชีได้	1. การจดบันทึกเพื่อระบุกลุ่มเป้าหมาย 2. การจดบันทึกเพื่อระบุผลิตภัณฑ์ที่ตลาดต้องการ 3. การวิเคราะห์รายรับ รายจ่าย 4. การพัฒนาระบบบัญชี	20
7	การพัฒนาแผนและโครงการพัฒนาอาชีพให้มีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ	พัฒนาแผนและโครงการพัฒนาอาชีพให้มีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ	การพัฒนาแผนและโครงการพัฒนาอาชีพตามผลการวิเคราะห์ - แผนและโครงการพัฒนาอาชีพ - องค์ความรู้ - ทักษะในความรู้ - การตลาด - การผลิต - ระบบการบัญชี	20

ตอนที่ 1

การวิเคราะห์แผนโครงการพัฒนาอาชีพให้มีรายได้ มีเงินออม และมีทุนในการขยายอาชีพ

เรื่องที่ 1 ความสัมพันธ์ของเหตุผลของแผนและโครงการกับการมีรายได้ มีเงินออม และมีทุนในการขยายอาชีพ

โครงการ คือ กิจกรรมหรือแผนงานที่เป็นหน่วยอิสระหนึ่ง ที่สามารถทำการวิเคราะห์วางแผน และนำไปปฏิบัติ พร้อมทั้งมีลักษณะแจ้งชัดถึงจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด โดยแผนสำหรับกิจการต่างๆ ต้องระบุวัตถุประสงค์ตามระยะเวลาที่กำหนด

โครงการ คือ การวางแผนล่วงหน้าที่จะทำขึ้นอย่างมีระบบประกอบด้วยกิจกรรมย่อยหลายกิจกรรมที่ต้องใช้ทรัพยากรในการดำเนินงาน และคาดหวังที่จะได้ผลตอบแทนอย่างคุ้มค่าแต่ละโครงการมีเป้าหมายเพื่อการผลิตหรือการให้บริการเพื่อเพิ่มพูนสมรรถภาพของแผนงาน ดังนั้นโครงการ จึงเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการวางแผนที่จะทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย

ลักษณะของโครงการที่ดี สามารถแก้ปัญหาขององค์กรหรือหน่วยงานนั้นๆ ได้

1. มีรายละเอียด วัตถุประสงค์เป้าหมายต่าง ๆ ชัดเจน สามารถดำเนินงาน มีความเป็นไปได้
2. กำหนดขึ้นอย่างมีข้อมูลความจริง (มีสถิติ ตัวเลข ข้อมูลจากองค์กรดังกล่าว) และเป็นข้อมูลที่ได้รับวิเคราะห์อย่างรอบคอบ

3. อ่านแล้วเข้าใจว่านี่คือโครงการอะไร มีประโยชน์อย่างไร ทำไปเพื่ออะไร มีขอบเขตการทำแค่ไหน

4. มีระยะเวลาในการดำเนินงานแน่นอน ระบุวันเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุด

5. สามารถติดตามประเมินผลได้

6. รายละเอียดของโครงการต่อเนื่องสอดคล้องสัมพันธ์กัน

7. ตอบสนองความต้องการของกลุ่มชน สังคม และประเทศชาติ

8. ปฏิบัติแล้วสอดคล้องกับแผนงานหลักขององค์กร

การออม หมายถึง ส่วนของรายได้ที่เหลืออยู่หลังจากได้มีการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคและบริโภคแล้ว โดยจะเก็บเอาไว้สำหรับการใช้จ่ายในอนาคตยามฉุกเฉินหรือในคราวที่มีความจำเป็น

การออม แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. การออมด้วยความสมัครใจ เป็นการออมที่เกิดจากความสมัครใจของแต่ละบุคคลทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรายได้ ความพึงพอใจ และสภาพแวดล้อม โดยการเปรียบเทียบระหว่างการเก็บเงินออมไว้ใช้ในอนาคกับการใช้จ่ายปัจจุบันว่าทางเลือกใดจะดีกว่ากัน

2. การออมโดยถูกบังคับ เป็นการออมที่บุคคลไม่สามารถที่จะเลือกได้ เนื่องจากมีกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับให้ต้องปฏิบัติ เช่น การทำประกันชีวิต การหักเงินสะสมเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การหักเงินประกันสังคม การซื้อหุ้นในสหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นต้น

2 หนังสือ รายวิชา การพัฒนาแผนและโครงการอาชีพ (อช32001)

ปัจจัยที่จูงใจให้เกิดการออมทรัพย์ ได้แก่

1. อัตราดอกเบี้ย หากอัตราดอกเบี้ยสูงก็จะเป็นแรงจูงใจให้มีการออมมากขึ้น
2. สถาบันการเงิน หากสถาบันการเงินมีความมั่นคง มีความเสี่ยงน้อย และสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะเป็นแรงกระตุ้นให้มีการออมมากขึ้น
3. ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่าผู้มีโอกาสและสามารถที่จะเก็บเงินออมได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย
องค์กรธุรกิจที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับเงินออม และนำเงินออมไปลงทุนในลักษณะของการให้กู้ยืมเงินไปลงทุนอีกต่อหนึ่ง ได้แก่
 1. ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารออมสิน ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ
 2. สถาบันการเงินหรือบริษัทเงินทุนต่างๆ
 3. สหกรณ์ออมทรัพย์
 4. บริษัทประกันชีวิต
 5. สถาบันการเงินนอกระบบ ซึ่งเป็นระบบที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายและมีความเสี่ยงมากที่สุด เช่น การเล่นแชร์ เป็นต้น

ผลดีของการออม

1. ทำให้มีเงินไว้ใช้จ่ายในยามจำเป็นหรือมีความต้องการใช้จ่ายอย่างรีบด่วน
2. สามารถนำไปลงทุนในกิจกรรมต่างๆ ที่พิจารณาเห็นว่ามีกำไรมั่นคงปลอดภัย และให้ผลตอบแทนสูง
3. เพื่อพัฒนาและสร้างความมั่นคงในชีวิตและครอบครัว

แผน คือ แนวปฏิบัติที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับการกระทำ อนาคต และความต้องการของบุคคลและองค์กร

แผน คือ ผลที่ได้จากการวางแผน

แผน คือ สิ่งที่กำหนดขึ้นและถือเป็นแนวดำเนินการ

จากความหมายของแผนที่กล่าวมาพบว่า แผน คือ ผลที่เกิดจากการวางแผนหรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “การวางแผน” คือกิจกรรมหรือการกระทำที่ก่อให้เกิด “แผน” ซึ่งอาจกระทำขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษรแบบเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้

การวางแผนกลยุทธ์ คือ การศึกษาก็เหมือนวงการอื่น จะต้องพบกับ การเปลี่ยนแปลงที่คาดไม่ถึง เป็นเรื่องที่ยากในการทำนายอนาคต นักเขียนนิยายวิทยาศาสตร์คนหนึ่งชื่อ Arthur C. Clarks พูดว่า “อนาคตมิใช่สิ่งที่เคยเป็น” การวางแผนกลยุทธ์เป็นวิธีการในการกำหนดและธำรงรักษาทิศทางในเมื่ออนาคตกลายเป็นสิ่งที่หายากแสนยากในการทำนาย เป็นกระบวนการต่อเนื่องซึ่งองค์กรต้องดำเนินตามและปรับให้เข้ากับบริษัททั้งภายในและภายนอกที่เปลี่ยนแปลงแน่นอน การวางแผนมิได้เสร็จสิ้นเมื่อเขียนแผนเสร็จแล้ว นั่นเป็นการบันทึกกระบวนการที่เห็นตามปกติในช่วงเวลาเท่านั้น ความยากของแผนอยู่ที่ขั้นนำไปดำเนินการ ในการวางแผนกลยุทธ์จุดเน้นอยู่ที่วิวัฒนาการหรือขั้นดำเนินการตามแผน โดยตัวแผนต้องปรับให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

พจนานุกรม **The Concise Oxford Dictionary** ได้นิยามคำว่ากลยุทธ์ว่า “เป็นศิลปะการทำสงครามของนายพล” สะท้อนให้เห็นว่ามุ่งเน้นไปที่กองทัพใช้ในระหว่างการแข่งขันและการต่อสู้ หลังจากนั้นความคิดทางกลยุทธ์ได้นำมาใช้ในการวางแผนธุรกิจ

การวางแผนกลยุทธ์ กลายเป็นที่นิยมในปี ค.ศ.1950 และปี ค.ศ.1960 บริษัทจำนวนมากได้นำมาใช้ในการสร้างโอกาสทางธุรกิจ กลายเป็นสิ่งจำเป็นในการทำนายอนาคตอย่างเป็นระบบ เป็นรูปแบบของการวางแผนระยะยาว จุดมุ่งหมายเป็นการกำหนดวัตถุประสงค์ของบริษัท แล้วก็กำหนดแผน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และในที่สุดก็จัดสรรงบประมาณเป็นเงินทุน ดังนั้น การวางแผนระยะยาวในฐานะที่เป็นวิธีการกำหนดกลยุทธ์ปรากฏการณ์นี้หายไป เมื่อมันไม่สามารถพยากรณ์แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ ดังนั้น แผนกลยุทธ์จึงเข้ามาแทนที่แผนระยะยาว ซึ่งคล่องรวมการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับว่าเป็นไปได้ในด้านแนวโน้มต่างๆ และแผนระยะยาวไม่อยู่บนพื้นฐานของความคิดที่ว่าความเติบโตที่อาจแน่ใจได้

ทุกวันนี้ การวางแผนกลยุทธ์เป็นเทคนิคที่ช่วยผู้นำหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมที่สับสนและมีสิ่งท้าทายมากมายเผชิญหน้าองค์กรอยู่ วรรณกรรมทางธุรกิจใช้คำหลากหลาย เช่น การบริหารกลยุทธ์ การวางแผนกลยุทธ์และความคิดทางกลยุทธ์ แต่หลักการก็คือ เป็นกระบวนการที่สมาชิกในองค์กรสร้างวิสัยทัศน์เข้ามา (ภาพอนาคตขององค์กร) แล้วสร้างวิธีการที่จำเป็นขึ้นมาเพื่อให้บรรลุผลในภาพอนาคตนั้น

การวางแผนกลยุทธ์เป็นโมเดลที่มีประโยชน์ วิธีการนี้เราต้องกำกับดูแลความก้าวหน้าและปรับให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ดังสรุปในตารางต่อไปนี้

ความแตกต่างระหว่างแผนระยะยาวกับแผนกลยุทธ์	
แผนระยะยาว	แผนกลยุทธ์
1. คิดในระบบปิดซึ่งมีเหตุผลชัดเจนเป็นแผนระยะ 3-5 ปี ที่สร้างขึ้น	1. คิดในระบบเปิดซึ่งองค์กรเป็นพลวัตรและมีการเปลี่ยนแปลงแน่นอน ในขณะที่มีข้อมูลจากปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง
2. การวางแผนเป็นหน้าที่ที่แยกส่วน	2. การวางแผนเป็นการคล่องรวมของการดำเนินการขององค์กร
3. จุดเน้นมุ่งที่แผนสุดท้าย เป้าหมายและวัตถุประสงค์ องค์กรในอนาคตระยะ 3-5 ปี	3. จุดเน้นที่กระบวนการ
4. ส่วนสำคัญคือการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน	4. ใช้การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อการสร้างวิสัยทัศน์ร่วม
5. การตัดสินใจในเรื่องอนาคตบนพื้นฐานข้อมูลในปัจจุบัน	5. แนวโน้มในอนาคตมาตัดสินใจในปัจจุบัน

เรื่องที่ 2 ความสัมพันธ์ของเป้าหมายของแผนและโครงการกับการมีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ

ความหมายของการวางแผน คือ กระบวนการในการกำหนดวัตถุประสงค์และวิธีการว่าจะทำอย่างไรให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น หากจะกล่าวในแง่ของสถานการณ์ การวางแผนเป็นกระบวนการในการเผชิญกับความไม่แน่นอนโดยการกำหนดการกระทำล่วงหน้าเพื่อให้ได้ผลตามที่กำหนดไว้ การวางแผนจะเกี่ยวข้องกัน 2 อย่างคือ จุดหมายปลายทางกับวิธีการ จุดหมายปลายทางก็คือจะทำอะไร วิธีการก็คือจะทำอย่างไร

การวางแผนอาจเป็นเรื่องส่วนตัวหรือเรื่องที่เป็นทางการ เมื่อผู้บริหารมีความคิดที่จะหาวิธีทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย ความคิดนั้นอาจเป็นส่วนตัวคือไม่ได้เขียนไว้ ไม่ได้ขอความคิดเห็นจากคนอื่นในองค์กร การวางแผนเป็นส่วนตัวนี้อาจเป็นเรื่องของส่วนบุคคลหรือขององค์กรขนาดเล็ก การวางแผนส่วนตัวจะขาดความต่อเนื่องและขาดข้อมูลแต่การวางแผนที่เป็นทางการเป็นเรื่องยุ่งยากซับซ้อนจะต้องเขียนวัตถุประสงค์ไว้ จะต้องกำหนดวิธีการอย่างชัดเจน จะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของคนในองค์กรให้คนในองค์กรยอมรับอาศัยข้อมูลจำนวนมากกำหนดระยะเวลาไว้และอื่นๆ

ความสำคัญของการวางแผน

ถ้าจะถามว่าทำไมต้องมีการวางแผนอาจตอบได้ง่ายๆ ว่า เพื่อลดความไม่แน่นอนลงหรือลดความเสี่ยงให้เหลือน้อยที่สุด หากสถานการณ์ต่างๆ ในโลกมีความแน่นอนก็ไม่จำเป็นต้องมีการวางแผนคิดอยากจะทำอะไรก็ได้และก็ประสบผลสำเร็จตามต้องการด้วย แต่เพราะสถานการณ์ต่างๆ ไม่มีความแน่นอนหรือมีความเสี่ยงจึงต้องมีการวางแผน

เรื่องที่ 3 ความสัมพันธ์ของวัตถุประสงค์ของแผนและโครงการกับการมีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ

วัตถุประสงค์ในการวางแผน

1. การวางแผนทำให้รู้ทิศทางในการดำเนินงาน เมื่อผู้ปฏิบัติงานรู้ทิศทางการทำงานก็สามารถประสานงานกัน รู้ว่าควรทำอะไรและทำอย่างไรจะได้ผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ หากไม่มีการวางแผนนอกจากไม่รู้จุดหมายปลายทางอยู่ที่ไหนแล้วยังก่อให้เกิดการสูญเสียหรือสิ้นเปลืองทรัพยากรอีกด้วย

2. การวางแผนทำให้ลดความไม่แน่นอนลง เพราะผู้บริหารจะมุ่งมันไปสู่จุดหมายปลายทางอย่างแน่วแน่สามารถคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงอันอาจเกิดขึ้นได้ดียิ่งขึ้น สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงขณะเดียวกันก็เตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสม

3. การวางแผนทำให้ลดความเสียหายการซ้ำซ้อนกันของงานที่ทำ เนื่องจากการวางแผนทำให้รู้ทั้งวิธีการและเป้าหมายของงานจึงทำให้มีความชัดเจนในการทำงาน รู้ว่ากิจกรรมใดควรทำก่อนหลังอย่างไร การซ้ำซ้อนและการสิ้นเปลืองจึงไม่เกิดขึ้น

4. การวางแผนทำให้รู้มาตรฐานในการควบคุม หน้าที่ขั้นสุดท้ายของการบริหารคือ การควบคุมให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด กิจกรรมที่สำคัญของการควบคุมคือมาตรฐานที่ให้เปรียบเทียบกับการปฏิบัติที่เกิดขึ้นจริง การวางแผนจึงกำหนดมาตรฐานได้แน่นอนชัดเจนว่าต้องให้ได้ผลงานอย่างไร

ข้อดีของการวางแผน การวางแผนจะต้องเผชิญกับปัญหาหลายอย่างในแง่ของปัจจัยภายนอกก็คือ ข้อกำหนดของรัฐ เทคโนโลยีที่ซับซ้อน และเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก การเปลี่ยนแปลงอัตราค่าแรงงาน การเคลื่อนไหวของเงินทุนและอื่นๆ ส่วนปัจจัยภายในองค์กรก็ได้แก่ ประสิทธิภาพในการบริหารงาน โครงสร้างองค์การและระบบงาน ความหลากหลายทางด้านแรงงาน ความรู้ความสามารถของฝ่ายบริหาร การวิจัยและพัฒนา เครื่องจักรอุปกรณ์และชื่อเสียงขององค์กร เป็นต้น การวางแผนจะทำให้องค์กรสามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร

ประโยชน์ของการวางแผน มีดังนี้ ปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น การปรับปรุงการปฏิบัติงานของฝ่ายบริหารและพนักงานแยกได้เป็น 2 อย่างคือ ควรเน้นอะไรและควรยึดหยุ่นอย่างไร (focus and flexible) ทั้งสองอย่างจะช่วยสร้างอำนาจในการแข่งขันขององค์กร ควรเน้นอะไรนั้น ทำให้องค์กรรู้ว่าทำอะไรจึงจะดีที่สุด ต่อลูกค้าและควรให้บริการแก่ลูกค้าอย่างไร ในแง่ของผู้ปฏิบัติงานก็รู้ว่าควรทำอะไร และทำอย่างไรจึงบรรลุเป้าหมายขององค์กร ควรยึดหยุ่นอย่างไรก็จะทำให้องค์กรสามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป และสามารถเตรียมรับมือให้เข้ากับอนาคตที่กำลังจะเกิดขึ้น ในส่วนของพนักงานก็ทำให้รู้ว่าควรปรับตัวอย่างไรให้เข้ากับโอกาสและอุปสรรคที่กำลังจะเกิดขึ้น

การปรับปรุงการปฏิบัติงานอาจสรุปได้ 4 หัวข้อคือ ประการแรกจะมุ่งไปทางไหนจึงจะบรรลุเป้าหมายสูงสุด ประการที่สอง ควรทำอะไรก่อนหลังจึงจะได้ประโยชน์สูงสุด ประการที่สาม จะจัดสรรทรัพยากรอย่างไรจึงจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ประการที่สี่ จะปรับตัวอย่างไรจึงจะสอดคล้องกับสถานการณ์และก่อให้เกิดผลดีที่สุด

1. ปรับปรุงการประสานงานให้ดีขึ้น ในองค์กรย่อมประกอบด้วยระบบย่อยและกลุ่ม (subsystem and group) หลายระบบและหลายกลุ่ม แต่ละระบบแต่ละกลุ่มต่างมีเป้าหมายของตัวเองและต่างทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของตัวเองทั้งนั้น การที่จะไม่ให้ระบบย่อยและกลุ่มต่างๆ ขัดแย้งกันก็ต้องอาศัยการวางแผนที่ดี การวางแผนได้จัดแยกวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายต่างๆ ของระบบย่อยและกลุ่มคนออกมาเป็นลำดับขั้นของวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายลดหลั่นกันลงมาตั้งแต่สูงสุดไปจนถึงต่ำสุด แต่ละเป้าหมายต่างๆ ระบุไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นของระบบใดกลุ่มใดและต้องอาศัยหน้าที่หรือกิจกรรมอย่างไรแต่ละระบบและแต่ละกลุ่มจึงบรรลุเป้าหมายต่างๆ ที่กำหนดไว้ เมื่อมีการวางแผนอย่างดีกิจกรรมต่างๆ ของแต่ละระบบและแต่ละกลุ่มจะสอดคล้องกันอย่างเหมาะสม โดยเป้าหมายในระดับสูงเป็นเสมือนจุดหมายปลายทาง (end) และเป้าหมายในแต่ละระดับล่างเป็นเสมือนวิธีการ (mean)

2. ปรับปรุงการควบคุมให้ดีขึ้น กิจกรรมของการควบคุมก็คือ การวัดผลการปฏิบัติงานและการแก้ไขการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น การวางแผนจะช่วยให้การควบคุมมีประสิทธิภาพเพราะการวางแผนจะต้องกำหนดเป้าหมายขึ้นมาก่อน นั่นก็คือ มาตรฐานที่ใช้วัดผลการปฏิบัติงานหรือกำหนดว่าจะต้องทำอย่างไร ถ้าผลการปฏิบัติงานต่ำกว่ามาตรฐานหรือสูงกว่ามาตรฐานก็ต้องแก้ไขที่การปฏิบัติงานและมาตรฐานที่ใช้วัดหรือระบบการควบคุมใหม่ ดังนั้น การวางแผนกับการควบคุมจะต้องทำหน้าที่กันอย่างใกล้ชิดในฐานะที่เป็นกระบวนการบริหาร หากไม่มีระบบการควบคุมที่ดี การวางแผนก็ขาดการติดตามว่างานบรรลุเป้าหมายหรือไม่ หากไม่มีระบบการวางแผนที่ดี การควบคุมก็ขาดกรอบการวัดผลงานว่าได้มีการปฏิบัติงานดีขึ้นหรือไม่ ดังนั้น จึงมีเทคนิคการบริหารงานอีกอย่างหนึ่งที่เชื่อมต่อการวางแผนและการควบคุมเข้าด้วยกันคือ การบริหารโดยยึดวัตถุประสงค์ (MBO) ซึ่งจะกล่าวต่อไป

3. ปรับปรุงการบริหารเวลาให้ดีขึ้น คนส่วนใหญ่จะประสบกับความยากลำบากในการใช้เวลาให้เหมาะสมกับกิจกรรมที่ทำวิธีบริหารเวลาอย่างง่าย ๆ ก็คือ การกำหนดตารางเวลาไว้ในสมุดบันทึกหรือในปฏิทิน เพื่อเตือนความจำว่าวันไหนจะต้องทำอะไร แต่ก็มีเหตุการณ์เกิดขึ้นบ่อยๆ ที่ผู้บริหารใช้เวลาไปกับกิจกรรมหนึ่ง มากเกินไปและในอีกกิจกรรมหนึ่งน้อยเกินไป หรือลืมทำกิจกรรมบางอย่าง ก็มีการวางแผนก็ทำให้การใช้เวลา ดีกว่าการไม่วางแผนมีการสมดุลของการใช้เวลามากขึ้นและการสูญเสียเวลาก็ลดลง อย่างไรก็ตาม การบริหาร เวลาเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการวางแผน

เรื่องที่ 4 ความสัมพันธ์ของวิธีการ และขั้นตอนของแผน และโครงการกับการมีรายได้ มีเงินออม และมีทุนในการขยายอาชีพ

ขั้นตอนของการวางแผน (Steps in Planning)

การวางแผนงานก่อนการปฏิบัติงานเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการบริหารองค์การ ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว การวางแผนที่ดีย่อมส่งผลถึงความสำเร็จขององค์การ แผนทุกแผนที่กำหนดขึ้นไว้ว่าจะใช้ดำเนินงานแล้ว จะประสบความสำเร็จทุกแผนไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้เขียนแผนมีความรู้ด้านการวางแผนเป็นเช่นไรด้วย ซึ่งนักวิชาการชื่อ Henry L. Sisk ได้ลำดับขั้นตอนของการวางแผนไว้ดังนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์ของแต่ละแผนงานไว้ให้ชัดเจนว่าต้องการอะไร
2. ระบุปัญหาให้ชัดเจนว่าอะไรคือปัญหาที่แท้จริง อันจะช่วยให้กำหนดเป้าหมายของกระบวนการวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ หลังจากระบุสาเหตุที่เป็นปัญหาขององค์การเสนอผู้บริหารแล้วได้รับอนุมัติให้แก้ปัญหา ผู้วางแผนจะต้องกำหนดตัวผู้รับผิดชอบซึ่งอาจจะเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลก็ได้ เข้ามาดำเนินการตามกระบวนการวางแผนพร้อมกับมอบอำนาจหน้าที่ให้ผู้รับผิดชอบต่างๆ เหล่านั้น ในการนี้จะต้องกำหนดระดับผู้อนุมัติในแผนงานนั้นๆ ด้วย
4. รวบรวมและแปลข้อมูล ผู้วางแผนจะต้องรวบรวมข้อมูลภายในและข้อมูลภายนอกทั้งในอดีตและปัจจุบันนำมาประเมินเหตุการณ์ในอนาคต พร้อมกับแปลความหมายของข้อมูลจากการประเมินมาให้ชัดเจน เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าแผนงานนั้นจะต้องสำเร็จแน่นอน
5. จัดทำและทดสอบแผนชั่วคราว เพื่อค้นหาข้อบกพร่องที่ยังเหลืออยู่ และหาทางปรับปรุงแก้ไข ก่อนที่จะนำไปใช้จริง
6. กำหนดแผนขั้นสุดท้ายหลังจากทำการทดสอบแผนชั่วคราวแล้ว นำมาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนเป็นที่พอใจ จากนั้นรวบรวมแผนต่างๆ เข้าด้วยกัน เพื่อจัดทำแผนขั้นสุดท้ายต่อไป

ขั้นตอนของการวางแผนอื่นๆ

1. เตรียมการก่อนการวางแผน
 - แต่งตั้งกลุ่มบุคคลหรือบุคคลขึ้นมารับผิดชอบการจัดทำแผน
 - กำหนดแนวทางการวางแผนมีขั้นตอนอย่างไรบ้าง จะต้องทำอะไร
 - ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การจากแหล่งต่างๆ กับสภาพทรัพยากรบริหารที่มีอยู่

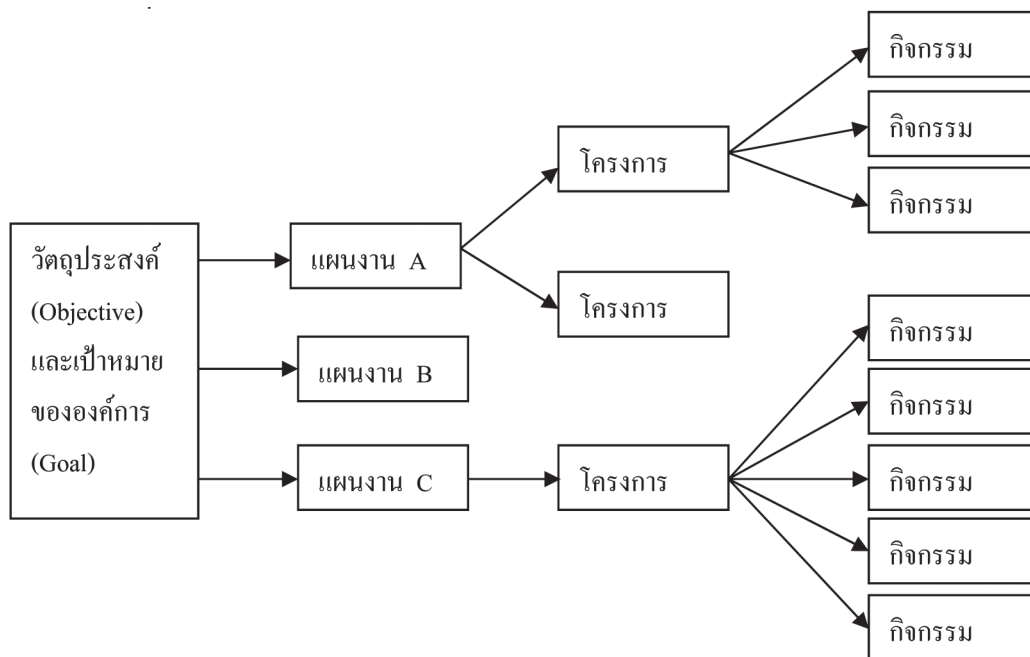
2. การวิเคราะห์ข้อมูลกับการวิเคราะห์ปัญหา ศึกษาผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมามีปัญหาที่ยังแก้ไขไม่ได้มีอะไรบ้าง จุดใดที่ควรแก้ไขก่อน - หลัง ปัญหาใดมีความสำคัญที่จะต้องหาทางแก้ไขก่อน ประกอบกับวัตถุประสงค์ขององค์กรมีเป้าหมายอย่างไร ซึ่งการแก้ปัญหาจะต้องดูวัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นหลักว่าต้องการอะไร

3. การกำหนดแผนงานและโครงการต่างๆ โดยดำเนินการดังนี้

- จัดทำแผนงาน โดยรวบรวมงานที่เหมือนกัน มีวัตถุประสงค์หรือลักษณะเดียวกันเข้าไว้ด้วยกันเป็นกลุ่มๆ เช่น กลุ่มงานการผลิต กลุ่มงานการตลาด กลุ่มงานการเงินและการบัญชี ในแผนงานหนึ่งๆ อาจมีเพียงโครงการเดียวหรือหลายๆ โครงการก็ได้

- จัดทำโครงการ ในแผนแต่ละแผนจะกำหนดรายละเอียดของการปฏิบัติงานไว้ในรูปของโครงการว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไร ดำเนินการเมื่อไร ใครเป็นผู้รับผิดชอบโครงการนั้นๆ

- จัดทำกิจกรรม ในแต่ละโครงการประกอบไปด้วยกิจกรรมหลายๆ กิจกรรมหรือกิจกรรมเดียวก็ได้ แผนภูมิแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กันระหว่าง วัตถุประสงค์ขององค์กรกับกิจกรรมต่างๆ ดังนี้



4. การปฏิบัติตามแผน คือ การนำแผนออกไปใช้ปฏิบัติจริง ซึ่งผู้ใช้นั้นคือ ผู้บริหารระดับกลางลงไปจนถึงพนักงานธรรมดา บุคคลต่างๆ เหล่านี้จะต้อง

- ศึกษาแผนให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ก่อนลงมือปฏิบัติ
- แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้พนักงานอย่างชัดเจน
- จัดระบบการประสานงานระหว่างกันเพื่อให้งานดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง
- กำหนดระยะเวลาปฏิบัติงานและวิธีการควบคุมงานให้บรรลุเป้าหมาย

5. การประเมินผล คือ การตรวจสอบผลงานหรือการติดตามผลว่าเป็นเช่นไร ปกติโดยทั่วไป จะประเมินผล 2 ครั้ง คือ ครั้งที่ 1 ทำในช่วงกลางของเวลาในแผนกับประเมินเมื่องานเสร็จเรียบร้อยแล้ว การประเมินผลในช่วงแรกเพื่อหาจุดอ่อน จุดแข็ง ข้อบกพร่องและอุปสรรคต่างๆ เป็นเช่นไรจะได้หาทางแก้ไขได้ทันทั่วทั้ง ส่วนการประเมินครั้งหลังเพื่อให้รู้ข้อบกพร่องและนำข้อบกพร่องไปปรับปรุงแก้ไขในครั้งต่อไป

ขั้นตอนในการวางแผนโครงการ

ซึ่งผู้จัดจะต้องดำเนินงานตามลำดับต่อไปนี้

1. กำหนดปัญหาเพื่อจัดทำโครงการโดย
 - (1) ระบุปัญหาให้แน่ชัดว่าต้องการทำโครงการอะไร เช่น โครงการเกี่ยวกับปัญหาขัดข้อง ปัญหาป้องกัน หรือปัญหาเชิงพัฒนา
 - (2) ศึกษาสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาที่แท้จริงว่า เกิดจากอะไรและมีแนวทางแก้ไขได้อย่างไร
 - (3) กำหนดจุดต้องการแก้ไขปัญหา จะต้องเป็นจุดที่ก่อให้เกิดปัญหาที่แท้จริงเมื่อนำมาแก้ไขแล้วจะทำให้ปัญหาต่างๆ ลดลงไปได้แน่นอน
 - (4) กำหนดแนวทางแก้ไขอย่างมีระบบโดยใช้วิธีทางวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วย เช่น นำมาพิสูจน์ได้ นำปฏิบัติในรูปธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. กำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ
3. ออกแบบแผน โดยดำเนินการในหัวข้อต่อไปนี้
 - (1) หาแนวทางแก้ปัญหาคือ มีประสิทธิภาพสูงนำมาใช้
 - (2) แปลงปัญหาเป็นวัตถุประสงค์
 - (3) แปลงสาเหตุของปัญหาให้เป็นเป้าหมาย
 - (4) แปลงแนวทางแก้ปัญหาคือเป็นผลงาน
4. วิเคราะห์แผนโครงการจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้
 - (1) วิเคราะห์ทางการเงิน
 - (2) วิเคราะห์ด้านการบริหาร
 - (3) วิเคราะห์ทางเทคนิค
 - (4) วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางวิชาการ
 - (5) วิเคราะห์ทางสังคมที่มีผลกระทบต่อโครงการอย่างไรบ้าง
 - (6) การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจ
 - (7) วิเคราะห์ด้านการตลาด

ใบงานที่ 1

ชื่อ-สกุล.....รหัสนักศึกษา.....
รหัส.....กศน.ตำบล.....
กศน.อำเภอ.....จังหวัด.....

1. จงบอกปัจจัยที่จูงใจให้เกิดการออมทรัพย์

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. วิธีการและขั้นตอนของการเขียนโครงการ มีอะไรบ้าง

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. แผนและโครงการมีความสัมพันธ์กันอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

แหล่งค้นคว้าเพิ่มเติม

1. ห้องสมุดประชาชนอำเภอ/จังหวัด/ห้องสมุดประชาชน “เฉลิมราชกุมารี”
2. ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนตำบล (กศน.ตำบล)
3. เว็บไซต์สถาบันการศึกษาทางไกล สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย
4. สำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐาน

ตอนที่ 2

การทบทวนองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนาอาชีพให้มีรายได้ มีเงินออม และมีทุนในการขยายอาชีพ

เรื่องที่ 1 การทบทวนองค์ความรู้ที่จำเป็นต้องใช้ในการเรียนรู้

การจัดการความรู้ (Knowledge management - KM) คือ การรวบรวม สร้าง จัดระเบียบ แลกเปลี่ยน และประยุกต์ใช้ความรู้ในองค์กร โดยพัฒนาระบบจาก ข้อมูล ไปสู่ สารสนเทศ เพื่อให้เกิด ความรู้ และ ปัญญา ในที่สุด การจัดการความรู้ประกอบไปด้วยชุดของการปฏิบัติงานที่ถูกรู้ใช้โดยองค์กรต่างๆ เพื่อที่จะระบุ สร้าง แสดงและกระจายความรู้ เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้และการเรียนรู้ภายในองค์กร อันนำไปสู่การจัดการสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการธุรกิจที่ดี องค์กรขนาดใหญ่ โดยส่วนมากจะมีการจัดสรรทรัพยากรสำหรับการจัดการองค์ความรู้ โดยมักจะเป็นส่วนหนึ่งของแผนก เทคโนโลยีสารสนเทศหรือแผนกการจัดการทรัพยากรมนุษย์

รูปแบบการจัดการองค์ความรู้โดยปกติจะถูกจัดให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรและประสงค์ที่จะได้ผลลัพธ์เฉพาะด้าน เช่น เพื่อแบ่งปันภูมิปัญญา, เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน, เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน, หรือเพื่อเพิ่มระดับนวัตกรรมให้สูงขึ้น

ปัจจุบันโลกได้เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy – KBE) งานต่างๆ จำเป็นต้องใช้ความรู้มาสร้างผลผลิตให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น การจัดการความรู้เป็นคำกว้างๆ ที่มีความหมายครอบคลุมเทคนิค กลไกต่างๆ มากมาย เพื่อสนับสนุนให้การทำงานของแรงงานความรู้ (Knowledge Worker) มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น กลไกดังกล่าวได้แก่ การรวบรวมความรู้ที่กระจัดกระจายอยู่ต่างๆ มารวมไว้ที่เดียวกัน การสร้างบรรยากาศให้คนคิดค้น เรียนรู้ สร้างความรู้ใหม่ๆ ขึ้น การจัดระเบียบความรู้ ในเอกสารและทำสมุดหน้าเหลือง รวบรวมรายชื่อผู้มีความรู้ในด้านต่างๆ และที่สำคัญที่สุด คือการสร้างช่องทาง และเงื่อนไขให้คนเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน เพื่อนำไปใช้พัฒนางานของตนให้สัมฤทธิ์ผล

ประเภทของความรู้

ความรู้สามารถแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้สองประเภท คือ ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) และความรู้แฝงเร้น หรือความรู้แบบฝังลึก (Tacit Knowledge) ความรู้ชัดแจ้งคือความรู้ที่เขียนอธิบายออกมาเป็นตัวอักษร เช่น คู่มือปฏิบัติงาน หนังสือ ตำรา เว็บไซต์ Blog ส่วนความรู้แฝงเร้นคือความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน ไม่ได้ถอดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร หรือบางครั้งก็ไม่สามารถถอดเป็นลายลักษณ์อักษรได้ ความรู้ที่สำคัญส่วนใหญ่ มีลักษณะเป็นความรู้แฝงเร้น อยู่ในคนทำงาน และผู้เชี่ยวชาญในแต่ละเรื่อง จึงต้องอาศัยกลไกแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้คนได้พบกัน สร้างความไว้วางใจกัน และถ่ายทอดความรู้ระหว่างกันและกัน

ความรู้แบบฝังลึก (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ไม่สามารถอธิบายโดยใช้คำพูดได้ มีรากฐานมาจากการกระทำและประสบการณ์มีลักษณะเป็นความเชื่อ ทักษะ และเป็นอัตวิสัย (Subjective) ต้องการการฝึกฝนเพื่อให้เกิด

ความชำนาญ มีลักษณะเป็นเรื่องส่วนบุคคล มีบริบทเฉพาะ (Context-specific) ทำให้เป็นทางการและสื่อสารยาก เช่น วิจารณ์ ความลับทางการค้า วัฒนธรรมองค์กร ทักษะ ความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ การเรียนรู้ขององค์กร ความสามารถในการชิมรสไวน์ หรือกระทั่งทักษะในการสังเกตเปลวควันจากปล่องโรงงานว่ามีปัญหาในกระบวนการผลิตหรือไม่

ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่รวบรวมได้ง่าย จัดระบบและถ่ายโอนโดยใช้วิธีการดิจิทัล มีลักษณะเป็นวัตถุวิสัย (Objective) เป็นทฤษฎี สามารถแปลงเป็นรหัสในการถ่ายทอดโดยวิธีการที่เป็นทางการ ไม่จำเป็นต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อถ่ายทอดความรู้ เช่น นโยบายขององค์กร กระบวนการทำงาน ซอฟต์แวร์ เอกสาร และกลยุทธ์ เป้าหมายและความสามารถขององค์กร ความรู้ยังมีลักษณะไม่ชัดแจ้งมากเท่าไร การถ่ายโอนความรู้อย่างไรก็ได้ยากเท่านั้น ดังนั้นบางคนจึงเรียกรู้อย่างนี้ว่าเป็นความรู้แบบเหนียว (Sticky Knowledge) หรือความรู้แบบฝังอยู่ภายใน (Embedded Knowledge) ส่วนความรู้แบบชัดแจ้งมีการถ่ายโอนและแบ่งปันง่าย จึงมีชื่ออีกชื่อหนึ่งว่า ความรู้แบบรั่วไหลได้ง่าย (Leaky Knowledge) ความสัมพันธ์ของความรู้ทั้งสองประเภทเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ ต้องอาศัยซึ่งกันและกัน (Mutually Constituted) (Tsoukas, 1996) เนื่องจากความรู้แบบฝังลึกเป็นส่วนประกอบของความรู้ทั้งหมด (Grant, 1996) และสามารถแปลงให้เป็นความรู้แบบชัดแจ้งโดยการสื่อสารด้วยคำพูดตามรูปแบบของเซซี (SECI Model ของ Nonaka และ Takeuchi) ความรู้ทั้งแบบแฝงเร้นและแบบชัดแจ้งจะมีการแปรเปลี่ยนถ่ายโอนไปตามกลไกต่างๆ เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การถอดความรู้ การผสานความรู้ และการซึมซับความรู้

การจัดการรู้นั้นมีหลายรูปแบบ มีหลากหลายโมเดล แต่ที่น่าสนใจ คือ การจัดการความรู้ที่ทำให้คนเคารพศักดิ์ศรีของคนอื่น เป็นรูปแบบการจัดการความรู้ที่เชื่อว่า ทุกคนมีความรู้ปฏิบัติในระดับความชำนาญที่ต่างกัน เคารพความรู้ที่อยู่ในคน เพราะหากถ้าเคารพความรู้ในตำราวิชาการอย่างเดียวนั้น ก็เท่ากับว่าเป็นการมองว่า คนที่ไม่ได้เรียนหนังสือ เป็นคนที่ไม่มีความรู้

ระดับของความรู้

จำแนกระดับของความรู้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ คือ

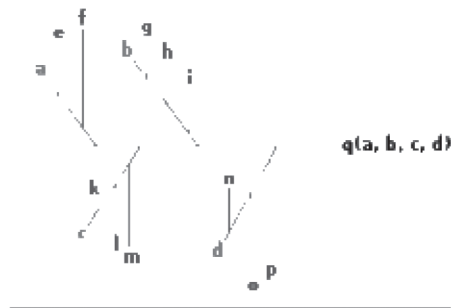
ความรู้เชิงทฤษฎี (Know-What) เป็นความรู้เชิงข้อเท็จจริง รู้อะไร เป็นอะไร จะพบในผู้ที่สำเร็จการศึกษาใหม่ๆ ที่มีความรู้โดยเฉพาะความรู้ที่จำมาได้จากรู้อย่างชัดแจ้งซึ่งได้จากการได้เรียนมากแต่เวลาทำงานก็จะไม่มั่นใจ มักจะปรึกษารุ่นพี่ก่อน

ความรู้เชิงทฤษฎีและเชิงบริบท (Know-How) เป็นความรู้เชื่อมโยงกับโลกของความเป็นจริง ภายใต้อสภาพความเป็นจริงที่ซับซ้อนสามารถนำเอาความรู้ชัดแจ้งที่ได้มาประยุกต์ใช้ตามบริบทของตนเองได้ มักพบในคนที่ทำงานไปหลายๆ ปี จนเกิดความรู้ฝังลึกที่เป็นทักษะหรือประสบการณ์มากขึ้น

ความรู้ในระดับที่อธิบายเหตุผล (Know-Why) เป็นความรู้เชิงเหตุผลระหว่างเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ผลของประสบการณ์แก้ปัญหาที่ซับซ้อน และนำประสบการณ์มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้อื่น เป็นผู้ทำงานมาระยะหนึ่งแล้วเกิดความรู้ฝังลึก สามารถถอดความรู้ฝังลึกของตนเองมาแลกเปลี่ยนกับผู้อื่นหรือถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้พร้อมทั้งรับเอาความรู้จากผู้อื่นไปปรับใช้ในบริบทของตนเองได้

ความรู้ในระดับคุณค่าความเชื่อ (Care-Why) เป็นความรู้ในลักษณะของความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ที่ขับเคลื่อนมาจากภายในตนเองจะเป็นผู้ที่สามารถ สกัด ประมวล วิเคราะห์ความรู้ที่ตนเองมีอยู่ กับความรู้ที่ตนเองได้รับมา สร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ขึ้นมาได้ เช่น สร้างตัวแบบหรือทฤษฎีใหม่หรือนวัตกรรม ขึ้นมาใช้ในการทำงานได้

กรอบแนวคิดการจัดการความรู้



ตัวอย่างแผนผังอิชิคาวะ

แผนผังอิชิคาวะ (Ishikawa diagram) หรือแผนผังก้างปลา (หรือในชื่ออื่นของไทยเช่น ตัวแบบทUNA หรือตัวแบบปลาตะเพียน) เป็นกรอบแนวคิดอย่างง่ายในการจัดการความรู้ โดยให้การจัดการความรู้เปรียบเสมือนปลา ซึ่งประกอบด้วยส่วนหัว ลำตัว และหาง แต่ละส่วนมีหน้าที่ที่ต่างกันดังนี้

ส่วนหัวและตา (Knowledge Vision - KV) มองว่ากำลังจะไปทางไหน ซึ่งต้องตอบให้ได้ว่า “ทำ KM ไปเพื่ออะไร”

ส่วนกลางลำตัว (Knowledge Sharing - KS) ส่วนที่เป็นหัวใจให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ช่วยเหลือ เกื้อกูลกันและกัน

ส่วนหาง (Knowledge Assets - KA) คือ สร้างคลังความรู้ เชื่อมโยงเครือข่าย ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ “สะบัดหาง” สร้างพลังจากชุมชนแนวปฏิบัติ

สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.) ในประเทศไทย ได้พัฒนาตัวแบบทUNA เป็น “ตัวแบบปลาตะเพียน” โดยมองว่าองค์กรมีหน่วยงานย่อย ซึ่งมีความแตกต่างกัน รูปแบบความรู้แต่ละหน่วย จึงต้องปรับให้เหมาะสมกับบริบทของตน แต่ทั้งฝูงปลาจะหันหน้าไปทิศทางเดียวกัน กรอบความคิดของ Holsapple Holsapple ได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาการของแนวคิดของการจัดการความรู้ 10 แบบ มาประมวลซึ่งแสดงถึงส่วนประกอบของการจัดการความรู้ (KM elements) เพื่อนำไปจัดระบบเป็น องค์ประกอบหลัก 3 ด้านของการจัดการความรู้ (Three-fold framework) ได้แก่ ทรัพยากรด้านการจัดการความรู้ กิจกรรมการจัดการความรู้ และอิทธิพลของการจัดการความรู้ และให้ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และผู้ประกอบการ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ให้ข้อคิดเห็น วิจารณ์และข้อเสนอแนะ ได้ผลออกมาเป็นกรอบความร่วมมือ (Collaborative Framework)

การถ่ายทอดความรู้

การถ่ายทอดความรู้ อันเป็นส่วนประกอบของการจัดการองค์ความรู้ ถูกประพจน์ปฏิบัติกันมานานแล้ว ตัวอย่างรูปแบบการถ่ายทอดความรู้ เช่น การอภิปรายของเพื่อนร่วมงานในระหว่างการทำงาน, การอบรมพนักงานใหม่อย่างเป็นทางการ, ห้องสมุดขององค์กร, โปรแกรมการฝึกสอนทางอาชีพและการเป็นพี่เลี้ยง ซึ่งรูปแบบการถ่ายทอดความรู้มีการพัฒนารูปแบบโดยอาศัยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่กระจายอย่างกว้างขวาง ในศตวรรษที่ 20 ก่อให้เกิดเทคโนโลยีฐานความรู้, ระบบผู้เชี่ยวชาญและคลังความรู้ ซึ่งทำให้กระบวนการถ่ายทอดความรู้ง่ายมากขึ้น

เรื่องที่ 2 การจัดลำดับความสำคัญ / จำเป็นขององค์ความรู้

แนวทางการจัดกิจกรรมการศึกษาเพื่อพัฒนาอาชีพ

เร่งรัดส่งเสริมและพัฒนาการจัดการศึกษาเพื่อการพัฒนาอาชีพ ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นการปฏิบัติจริงที่บูรณาการกับวิถีชีวิตให้กับบุคคลและชุมชน เพื่อแก้ปัญหาการว่างงาน และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน

โครงการและกิจกรรมจัดให้กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ กชน. รับผิดชอบ โดยมีเนื้อหาจุดเน้นสาระ 4 ประการ

1. การพัฒนาทักษะอาชีพ หมายถึง ฝึกทักษะอาชีพในลักษณะหลักสูตรระยะสั้นตอบสนองความต้องการผู้เรียนให้มีความรู้และทักษะพื้นฐานในอาชีพ
2. การฝึกอบรมเพื่อเข้าสู่อาชีพ หมายถึง การจัดฝึกอบรมให้ผู้อบรมที่ทักษะอาชีพอยู่แล้วและสนใจเข้าสู่อาชีพให้สามารถประกอบอาชีพได้และมีรายได้
3. การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาอาชีพ หมายถึง การจัดฝึกอบรมให้ผู้ประกอบอาชีพประเภทเดียวกันให้พัฒนาอาชีพให้ดีขึ้นทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ
4. การพัฒนาอาชีพด้วยเทคโนโลยี หมายถึง การฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีให้ผู้อบรมนำมาใช้ในการพัฒนากิจการอาชีพและศักยภาพตนเอง เช่น เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีการตลาด เทคโนโลยีการผลิต

ยุทธศาสตร์

1. การใช้ชุมชนเป็นฐาน โดยใช้ข้อมูลสารสนเทศของชุมชนด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และอาชีพ ที่มีอยู่แล้วในชุมชน ที่สอดคล้องกับ ความต้องการ ของกลุ่มอาชีพในชุมชนเป็นฐานข้อมูลนำไปจัดกระบวนการเรียนรู้
2. การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการส่งเสริมให้คนในชุมชนหน่วยงานต่างๆ และองค์กรท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติและร่วมรับผลประโยชน์ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

3. การใช้ต้นทุนทางสังคม เน้นการใช้ต้นทุนจากสังคม 6 แห่ง
 - ทุนทรัพยากรธรรมชาติ
 - ทุนทรัพยากรบุคคล
 - ทุนภูมิปัญญาและแหล่งการเรียนรู้
 - ทุนทางวัฒนธรรม
 - ทุนรัฐบาล (กองทุนหมู่บ้าน)
 - ทุนทางความรู้มาใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้
4. หลักการบูรณาการและปฏิบัติจริงในการเรียน การทำงานที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน โดยร่วมกันคิด ทำ จำ แก้ปัญหาและพัฒนา
5. การใช้กระบวนการกลุ่มในการดำเนินงานคือ มีการทำงานเป็นกลุ่มโดยมีประธานกลุ่ม เลขากลุ่ม เสร็จญุกกลุ่ม กรรมการกลุ่ม

เรื่องที่ 3 การตัดสินใจเลือกความรู้ที่จำเป็นต้องใช้

แนวความคิดทางการตลาด

ในระบบการผลิตก่อนที่จะมีการปฏิวัติอุตสาหกรรมนั้น มนุษย์มักจะผลิตสินค้าเองและเป็นผู้ใช้เอง การผลิตมักผลิตด้วยมือหรือผลิตเฉพาะภายในครัวเรือนเท่านั้น จะมีการขายหรือแลกเปลี่ยนก็มีในบริเวณแคบ หลังจากมีการปฏิวัติอุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 19 ระบบการผลิตจึงมีมากขึ้น (Mass Product) ประกอบกับความเจริญทางด้านเทคโนโลยีด้านต่างๆ มีมากขึ้นจึงทำให้ตลาดขยายตัวอย่างรวดเร็ว ดังเช่นตลาดในปัจจุบันและแนวความคิดทางการตลาดของผู้บริหารต่อไปนี้เป็นแนวคิดเริ่มตั้งแต่สมัยแรกจนถึงปัจจุบันดังนี้

1. ความคิดเกี่ยวกับการผลิต (Production Concept) สินค้าที่ผลิตออกมาแล้วสามารถจำหน่ายออกได้นั้นก็ต้องประกอบด้วยสินค้ามีจำหน่ายทั่วไปหาซื้อได้ง่าย ผลิตสินค้าทันต่อความต้องการ ราคายุติธรรม และสินค้ามีจำนวนเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้บริโภคมีความต้องการสินค้ามากกว่าผู้เสนอขายสินค้าจึงขายได้หมด ดังนั้น ผู้บริหารที่มีแนวคิดด้านนี้ จะมุ่งปรับปรุงพัฒนาระบบการผลิตให้ดียิ่งขึ้น ถึงแม้ต้นทุนการผลิตจะสูงขึ้นก็ตามนักการตลาดจะหันไปลดราคา โดยหาวิธีการผลิตที่ดีกว่าเดิมหรือประหยัดกว่าเดิมทั้งการกำหนดระบบการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพและเป็นไปอย่างทั่วถึงด้วย แนวความคิดการผลิตแบบนี้จะช่วยให้ประสบความสำเร็จง่ายขึ้น อีกทั้งยังเป็นการจำกัดคู่แข่งได้ด้วย

2. ความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product Concept) ผู้บริหารที่มีแนวความคิดในผลิตภัณฑ์จะเห็นความสำคัญของตัวสินค้าเป็นหลักคือ สินค้าจะขายได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับว่า สินค้ามีคุณภาพอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับราคา นักการตลาดจึงเน้นเรื่องการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีที่สุดในหรือดีกว่าคู่แข่งและจัดจำหน่ายในราคาที่เหมาะสม รวมทั้งการให้บริการอำนวยความสะดวกในการซื้ออีกด้วย

3. ความคิดมุ่งการขาย (Sales Concept) แนวคิดนี้ผู้บริโภคจะสนใจซื้อเฉพาะสินค้าที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตเท่านั้น และเขาจะไม่สนใจกับสินค้าที่ไม่ค่อยจำเป็น ผู้บริหารที่มีแนวความคิดมุ่งการขายจะพยายามมุ่งขายสินค้าที่ผู้บริโภคไม่ค่อยสนใจให้ขายดียิ่งขึ้น โดยใช้เครื่องมือการขายเข้ามาช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจในผลิตภัณฑ์ ประกอบกับอบรมพนักงานขายให้เทคนิคการขายให้ดียิ่งขึ้น

4. ความคิดมุ่งการตลาด (Marketing Concept) ในตลาดผู้บริโภค จะมีผู้ต้องการสินค้าแบบเดียวกัน แต่ลักษณะแตกต่างกันมากมาย ถ้าพูดถึงตลาดแล้วจะมีผู้บริโภคหลายอาชีพ ระดับการศึกษา ระดับชนชั้น และระดับอายุ ผู้บริโภคเหล่านี้จะต้องการสินค้าที่มีลักษณะแตกต่างกัน นักการตลาดจึงจำเป็นต้องผลิตสินค้าออกมาโดยมุ่งที่กลุ่มลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ และพยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนั้นให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด อันจะทำให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีในตราหือและทำให้เกิดการซื้อซ้ำๆ เกิดขึ้นอีกด้วย

5. ความคิดทางการตลาดที่มุ่งสังคม (Social Marketing Concept) เป็นแนวความคิดของนักการตลาดปัจจุบัน โดยให้ข้อคิดว่าธุรกิจไม่ควรจะผลิตสินค้าตามความพอใจของผู้บริโภคเท่านั้น ควรเน้นในด้านสวัสดิภาพของสังคม หรือควรรับผิดชอบต่อสังคมโดยส่วนรวมด้วย เช่น ควรสนใจผลที่ได้รับจากการบริโภคสินค้า หรือสินค้าและบริการทำให้เสื่อมเสียศีลธรรมจรรยาบรรณต่างๆ อย่างไร ควรหาทางแก้ไขอย่างไร ผู้ผลิตบางรายไม่เน้นลักษณะแนวความคิดเช่นนี้ จึงทำให้เกิดปัญหาสังคมมากมายในปัจจุบัน เช่น การเกิดของ Disco Theque ตู้เกมส์ แหล่งอบายมุขต่างๆ รวมทั้งหีบห่อที่ให้ข้อมูลผิดจากความเป็นจริงด้วย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตลาด

1. ปัจจัยที่ควบคุมได้ (Controllable Factors) ประกอบด้วย
 - 1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)
 - 1.2 ราคา (Price)
 - 1.3 การจัดจำหน่าย (Place)
 - 1.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion)
2. ปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Factors) มีส่วนประกอบดังต่อไปนี้
 - 2.1 สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและสังคม (Cultural & Social Environment)
 - 2.2 สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย (Political & Legal Environment)
 - 2.3 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economics Environment)
 - 2.4 โครงสร้างของธุรกิจ (Exising Business Stucture)
 - 2.5 ทรัพยากรและวัตถุประสงค์ของกิจการ (Resources and Objectives of firm)
 - 2.6 สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (Nature Environment)
 - 2.7 สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Taehnological Environment)
 - 2.8 สภาพแวดล้อมด้านการแข่งขัน (Competitin Environment)

เรื่องที่ 4 การระบุมารู้และจัดทำระบบสารสนเทศ

สารสนเทศ (information)

เป็นผลลัพธ์ของการประมวลผล การจัดดำเนินการ และการเข้าประเภทข้อมูลโดยการรวมความรู้เข้าไปต่อผู้รับสารสนเทศนั้น สารสนเทศมีความหมายหรือแนวคิดที่กว้าง และหลากหลาย ตั้งแต่การใช้คำว่าสารสนเทศในชีวิตประจำวัน จนถึงความหมายเชิงเทคนิค ตามปกติในภาษาพูด แนวคิดของสารสนเทศใกล้เคียงกับความหมายของการสื่อสาร เงื่อนไข การควบคุม ข้อมูล รูปแบบ คำสั่งปฏิบัติการ ความรู้ ความหมาย สื่อความคิด การรับรู้ และการแทนความหมาย

ปัจจุบันผู้คนพูดถึงยุคสารสนเทศว่าเป็นยุคที่นำไปสู่ยุคแห่งองค์ความรู้หรือปัญญา นำไปสู่สังคมอุดมปัญญา หรือสังคมแห่งสารสนเทศ และ เทคโนโลยีสารสนเทศ แม้ว่าเมื่อพูดถึงสารสนเทศ เป็นคำที่เกี่ยวข้องในศาสตร์สองสาขา คือ วิทยาการสารสนเทศ และ วิทยาการคอมพิวเตอร์ ซึ่งคำว่า “สารสนเทศ” ก็ถูกใช้บ่อยในความหมายที่หลากหลายและกว้างขวางออกไป และมีการนำไปใช้ในส่วนของ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการประมวลผลสารสนเทศ

สิ่งที่ได้จากการนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมไว้มาประมวลผล เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ตามจุดประสงค์สารสนเทศ จึงหมายถึง ข้อมูลที่ผ่านการเลือกสรรให้เหมาะสมกับการใช้งานให้ทันเวลา และอยู่ในรูปที่ใช้ได้ สารสนเทศที่ดีต้องมาจากข้อมูลที่ดี การจัดเก็บข้อมูลและสารสนเทศจะต้องมีการควบคุมดูแลเป็นอย่างดี เช่น อาจจะมีการกำหนดให้ผู้ใดบ้างเป็นผู้มีสิทธิ์ใช้ข้อมูลได้ ข้อมูลที่เป็นความลับจะต้องมีระบบขั้นตอนการควบคุม กำหนดสิทธิ์ในการแก้ไขหรือการกระทำกับข้อมูลว่าจะกระทำได้โดยใครบ้าง นอกจากนี้ข้อมูลที่เก็บไว้แล้วต้องไม่เกิดการสูญหายหรือถูกทำลายโดยไม่ได้ตั้งใจ การจัดเก็บข้อมูลที่ดี จะต้องมีการกำหนดรูปแบบของข้อมูลให้มีลักษณะง่ายต่อการจัดเก็บ และมีรูปแบบเดียวกัน ข้อมูลแต่ละชุดควรมีความหมายและมีความเป็นอิสระในตัวเอง นอกจากนี้ไม่ควรมีการเก็บข้อมูลซ้ำซ้อนเพราะจะเป็นการสิ้นเปลืองเนื้อที่เก็บข้อมูล

สารสนเทศในความหมายของข้อความ

สารสนเทศสามารถหมายถึงคุณภาพของข้อความจากผู้ส่งไปหาผู้รับ สารสนเทศจะประกอบไปด้วยขนาดและเหตุการณ์ของสารสนเทศนั้น สารสนเทศสามารถแทนข้อมูลที่มีความถูกต้องและความแม่นยำ หรือไม่มีก็ได้ ซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งข้อเท็จจริงหรือข้อโกหกหรือเป็นเพียงเหตุการณ์หนึ่งที่เกิดขึ้น สารสนเทศจะเกิดขึ้นเมื่อมีผู้ส่งข้อความและผู้รับข้อความอย่างน้อยฝ่ายละหนึ่งคนซึ่งทำให้เกิดการสื่อสารของข้อความและเข้าใจในข้อความเกิดขึ้น ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับ ความหมาย ความรู้ คำสั่ง การสื่อสาร การแสดงออก และการกระตุ้นภายใน การส่งข้อความที่มีลักษณะเป็นสารสนเทศ ในขณะเดียวกันกระบวนการสื่อสารสารสนเทศก็ถือเป็นสารสนเทศเช่นเดียวกัน ถึงแม้ว่าคำว่า “สารสนเทศ” และ “ข้อมูล” มีการใช้สลับกันอยู่บ้าง แต่สองคำนี้มีข้อแตกต่างที่เด่นชัดคือ ข้อมูลเป็นกลุ่มของข้อความที่ไม่ได้จัดการรูปแบบ และไม่สามารถนำมาใช้งานได้จนกว่าจะมีการจัดระเบียบและดึงออกมาใช้ในรูปแบบสารสนเทศ

ระบบสารสนเทศ (Information Systems) หมายถึง ระบบงานที่ถูกออกแบบขึ้นมาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำสารสนเทศ และการสนับสนุนสารสนเทศให้แก่บุคคลหรือหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กรที่ต้องการใช้

ข้อมูล (Data) หมายถึง ข้อเท็จจริงได้ถูกเก็บรวบรวมมาโดยที่ยังไม่ได้ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ เช่น การบันทึกข้อมูลยอดขายสินค้าแต่ละวัน

สารสนเทศ (Information) หมายถึง ข้อมูลที่ได้ผ่านกระบวนการประมวลผล หรือจัดระบบแล้ว เพื่อให้มีความหมายและคุณค่าสำหรับผู้ใช้ เช่น ปริมาณการขายสินค้าแต่ละตัว จำแนกตามเขตการขาย

เรื่องที่ 5 การแสวงหาความรู้และจัดทำระบบสารสนเทศ

วิวัฒนาการของระบบสารสนเทศ

ใน พ.ศ. 2493 ได้มีการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานธุรกิจ โดยใช้กับงานประจำเฉพาะงาน เช่น บัญชีเงินเดือน จัดพิมพ์ใบเสร็จต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะเป็นการประมวลผลรายการ ซึ่งเรียกว่าการประมวลผลข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ต่อมาใน พ.ศ. 2505-2513 คำว่า Management Information Systems ถูกใช้ในวงจำกัดคือหมายถึงโปรแกรมที่ใช้ในวงจำกัด โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อช่วยผู้บริหารในการทำการตัดสินใจ เช่น การพิมพ์รายงานงบดุลบัญชีของลูกค้าให้ผู้จัดการฝ่ายต่างๆ ใช้ในการตัดสินใจ อย่างไรก็ตามระบบสารสนเทศในยุคแรกๆ มีข้อจำกัดไม่ยืดหยุ่น ใช้ข้อมูลจากการประมวลผลรายการเท่านั้น ระบบสารสนเทศที่ใช้ช่วยในการตัดสินใจจึงได้เริ่มตั้งแต่ปี 2513 และต่อมาเกิดพัฒนาการต่างๆ ทั้งไมโครคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์แสดงผลเชิงโต้ตอบ ซอฟต์แวร์ที่ใช้ง่ายและพัฒนาการด้านเทคโนโลยีฐานข้อมูล ช่วยให้ระบบสารสนเทศที่ใช้ง่ายและดีกว่าเดิม

ในราว พ.ศ. 2526 ได้มีการวิจารณ์ถึงปัญหาของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการว่าไม่เหมาะสมสำหรับผู้บริหารระดับสูง ซึ่งต้องกำหนดกลยุทธ์ นโยบาย และทิศทางขององค์กร ดังนั้นจึงต้องมีการใช้ข้อมูลทั้งภายในและภายนอกมาใช้จัดทำระบบสารสนเทศด้วย เช่น สภาพเศรษฐกิจ คู่แข่ง

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ

การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถจำแนกเป็นกลยุทธ์การจัดการที่สำคัญ 3 ด้าน คือกลยุทธ์ระบบสารสนเทศ กลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศ และกลยุทธ์ระบบการจัดการสารสนเทศ ซึ่งกลยุทธ์ทั้ง 3 นี้ต้องสัมพันธ์และสอดคล้องกับนโยบายกลยุทธ์ วัตถุประสงค์ แผนงานขององค์กรรวมทั้งวิธีการดำเนินงาน กล่าวคือ ต้องการจัดทำระบบสารสนเทศอะไร ใครเป็นผู้ใช้ระบบ ใช้ในงานลักษณะใด ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอะไรในการสร้างระบบจึงจะบรรลุผลสำเร็จ ตามวัตถุประสงค์ และมีระบบการจัดการอะไรในการจัดสรรทรัพยากรควบคุมการใช้ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

1. กลยุทธ์ระบบสารสนเทศ คือการกำหนดระบบสารสนเทศที่ต้องการว่า ต้องการสร้างระบบสารสนเทศอะไร และเพราะอะไร เช่น เป็นระบบสารสนเทศที่องค์กร หรือเป็นระบบระดับฝ่ายงานในองค์กร ลักษณะและรูปแบบของสารสนเทศที่ต้องการคืออะไร ซึ่งความต้องการสารสนเทศต้องสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งเป็นแผนงานองค์กรที่กำหนดว่าหน่วยงานควรมีระบบสารสนเทศอะไรบ้างในช่วง 3 ถึง 5 ปีข้างหน้า รวมทั้งแผนปฏิบัติการประจำปีเพื่อให้สนองเป้าหมายดังกล่าว ระบบเหล่านี้มีโครงสร้างข้อมูลฐานข้อมูลอะไร และมีความสัมพันธ์กันอย่างไร

การกำหนดความต้องการระบบสารสนเทศว่า องค์กรต้องการระบบใด อาจใช้การวิเคราะห์ระบบสารสนเทศของทั้งองค์กร จำแนกตามหน้าที่การทำงาน กระบวนการทำงาน และข้อมูลที่ต้องใช้หรืออาจใช้การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

โดยทั่วไประบบสารสนเทศในองค์กรจำแนกได้หลายประเภท ได้แก่ ระบบสารสนเทศตามระดับการจัดการในองค์กร ระบบสารสนเทศตามหน้าที่งาน และระบบสารสนเทศสนับสนุนการทำงานขององค์กร ซึ่งบางระบบอาจสามารถจำแนกได้มากกว่าหนึ่งประเภท และระบบสารสนเทศใดๆ ก็อาจนำไปใช้เป็นระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ก็ได้ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ขององค์กรในขณะนั้น เช่น ระบบสารสนเทศบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อรักษาลูกค้าเดิม และหาลูกค้าใหม่ ระบบสารสนเทศบัญชีเป็นระบบงานของฝ่ายบัญชี แต่อาจนำผลหรือสารสนเทศที่ได้ไปใช้ในระบบสนับสนุนการตัดสินใจ เป็นต้น

2. กลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศ คือ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ เพื่อจัดทำหรือพัฒนาระบบสารสนเทศ โดยพิจารณาว่า ระบบสารสนเทศที่ต้องการนั้นมีกิจกรรมหรือกระบวนการทำงานใดที่ต้องใช้เทคโนโลยี ใช้อุปกรณ์ เทคนิคอะไร จะทำได้อย่างไร เป็นต้นว่า ต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์แบบใด จำนวนเท่าไร ซอฟต์แวร์อะไร อุปกรณ์สำหรับใช้บันทึก จัดเก็บข้อมูลและแสดงผลลัพธ์ ระบบจัดการฐานข้อมูล และฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสื่อสารข้อมูลและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในงานแต่ละงานที่เกี่ยวข้อง

3. กลยุทธ์ระบบการจัดการสารสนเทศ คือการบริหารจัดการเพื่อให้การจัดทำระบบสารสนเทศสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยพิจารณาว่า จะสามารถทำได้อย่างไร และทำอย่างไรจึงจะเกิดประสิทธิภาพ ดังนั้นกลยุทธ์ระบบการจัดการสารสนเทศจึงเกี่ยวข้องกับประเด็นการจัดการ 3 ประการ คือ

3.1 ประเด็นปัญหาของการพัฒนาระบบสารสนเทศและการทำแผนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

3.2 ประเด็นการจัดการทรัพยากรในการจัดการระบบสารสนเทศ ซึ่งได้แก่ การจัดองค์การเทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรการเงิน

3.3 ประเด็นการควบคุมความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ

ใบงานที่ 2

ชื่อ-สกุล.....รหัสนักศึกษา.....
รหัส.....กศน.ตำบล.....
กศน.อำเภอ.....จังหวัด.....

1. ระบบสารสนเทศหมายถึง

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. ความรู้สามารถแบ่งออกได้กี่ประเภท มีอะไรบ้าง

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. การจัดการความรู้ หมายถึง

.....
.....
.....
.....
.....

ตอนที่ 3

การระบุทักษะในความรู้ที่จำเป็นต้องฝึกเพิ่มเติมเพื่อการมีรายได้ มีเงินออม และมีทุนในการขยายอาชีพ

เรื่องที่ 1 ทักษะที่มีความจำเป็นต้องฝึกเพิ่มเติม

การวางแผนการใช้จ่ายเงิน คือ การวางแผนเกี่ยวกับรายได้และรายจ่าย เพื่อให้ใช้จ่ายเงินได้เพียงพอ
กับรายได้ และมีเงินออมไว้ใช้จ่ายในอนาคต

รายได้ คือ เงินจากการประกอบอาชีพ ซึ่งรายได้นั้นอาจอยู่ในรูปของเงินเดือน ดอกเบี้ยเงินกู้ยืมหรือ
เงินฝากธนาคาร และเงินกำไรจากการค้าขาย

รายจ่าย คือ เงินที่จ่ายไป เพื่อให้ได้สิ่งของหรือบริการ

การบันทึกรายรับ - รายจ่าย

ช่วยให้ทราบถึงการใช้จ่ายเงินอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามแผน การทำบัญชีรับ-จ่าย
จึงมีความสำคัญ ดังนี้

1. ทำให้ทราบรายรับ-รายจ่ายตลอดทั้งเดือน
2. สามารถวางแผนการใช้จ่าย ว่าอะไรมีความจำเป็นก่อน-หลัง
3. ทำให้ทราบว่าเงินคงเหลือเท่าใดในแต่ละวัน

ตัวอย่าง ตารางการรับ-จ่ายเงินของตนเองและครอบครัว เดือนมกราคม 2553

- วันที่ 1 ได้รับเงินเดือน 5,000 บาท
- วันที่ 2 ซื้อข้าวสาร 1 ถัง เป็นเงิน 200 บาท
- วันที่ 4 ซื้อกับข้าว 150 บาท
- วันที่ 5 จ่ายค่าโทรศัพท์ 250 บาท
- วันที่ 10 ขายหนังสือพิมพ์เก่าได้เงิน 50 บาท
- วันที่ 12 จ่ายค่าน้ำประปา 50 บาท
- วันที่ 15 ซื้อกับข้าว 200 บาท
- วันที่ 20 จ่ายเงินใส่ซองช่วยงาน 200 บาท
- วันที่ 25 ซื้อเสื้อผ้า 150 บาท

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

วันเดือนปี		รายการ	รายรับ		รายจ่าย		ยอดคงเหลือ	
มกราคม 2553	1	ได้รับเงินเดือน 5,000 บาท	5,000	-			5,000	-
	2	ซื้อข้าวสาร 1 ถัง 200 บาท			200	-	4,800	-
	4	ซื้อกับข้าว 150 บาท			150	-	4,650	-
	5	จ่ายค่าโทรศัพท์ 250 บาท			250	-	4,400	-
	10	ซื้อหนังสือพิมพ์เก่าได้เงิน 50 บาท			50	-	4,350	-
	12	จ่ายค่าน้ำประปา 50 บาท			50	-	4,300	-
	15	ซื้อกับข้าว 200 บาท			200	-	4,100	-
	20	จ่ายเงินใส่ซองช่วยงาน 200 บาท			200	-	3,900	-
	25	ซื้อเสื้อผ้า 150 บาท			150	-	3,750	-
			รวม	5,000	-	1,250	-	3,750

ข้อสังเกต

- รายรับ หมายถึง เงินที่เราหามาได้
- รายจ่าย หมายถึง เงินที่ได้ใช้จ่ายในแต่ละวัน
- ยอดคงเหลือ หมายถึง เงินที่เราหามาได้ หักกับเงินที่เราใช้จ่ายในแต่ละวัน และยอดคงเหลือในวันที่ 25 มกราคม 2553 คือเงินคงเหลือประจำเดือน ซึ่งเราสามารถนำเงินส่วนที่เหลือนี้ไปฝากกับธนาคาร หรือนำไปลงทุนอย่างอื่นได้

ใบงานที่ 3

ชื่อ-สกุล.....รหัสนักศึกษา.....
 รหัส.....กศน.ตำบล.....
 กศน.อำเภอ.....จังหวัด.....

1. ให้ผู้เรียนบันทึกรายการใช้จ่ายต่อไปนี้ ในรูปแบบบัญชีรายรับ-รายจ่าย ประจำเดือนมีนาคม 2553
- วันที่ 1 ได้รับเงินเดือน 7,500 บาท
 - วันที่ 3 จ่ายค่าอาหาร 250 บาท
 - วันที่ 6 จ่ายค่าโทรศัพท์ 120 บาท
 - วันที่ 9 นำเงินไปฝากธนาคาร 1,500 บาท
 - วันที่ 14 จ่ายค่าน้ำ-ค่าไฟ 150 บาท
 - วันที่ 17 จ่ายค่าอาหาร 150 บาท
 - วันที่ 22 ป่านำเงินที่ยืมมาคืน 540 บาท
 - วันที่ 26 ซื้อข้าวสาร 2 ถังๆ ละ 180 บาท
 - วันที่ 31 จ่ายค่าเช่าบ้าน 1,200 บาท

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

วันเดือนปี		รายการ	รายรับ		รายจ่าย		ยอดคงเหลือ	
		รวม						

ตอนที่ 4

การพัฒนาระบบการผลิต

เรื่องที่ 1 ปัจจัยการผลิต

การผลิต หมายถึง กระบวนการที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ทั้งที่เป็นมูลค่า หรือประโยชน์ใช้สอย (Use Value) และมูลค่าในการแลกเปลี่ยน (Exchange Value) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในการดำรงชีวิต เพราะฉะนั้นการผลิตจึงเป็นการสร้างคุณค่าของสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ (Utility)

การสร้างคุณค่าของสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์นั้นได้พัฒนาการมาพอจะสรุปได้ดังนี้

1. ระยะแรก มนุษย์สร้างสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง เริ่มตั้งแต่ยุคที่เรียกว่า Hunting and Gathering และยุคการเกษตรที่อาศัยธรรมชาติ

2. ระยะที่สอง มนุษย์สร้างสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อื่นเพื่อประโยชน์แห่งตน เริ่มตั้งแต่ยุคพาณิชย์นิยม ยุคประวัติศาสตร์อุตสาหกรรมและพานิชกรรม ในยุคนี้ต้องใช้ความรู้ด้านการบริหารและการจัดการเพื่อการผลิตที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผลิตได้มากและต้นทุนต่ำ เมื่อผลิตมากก็ต้องขายให้มากจึงจำเป็นต้องหาวิธีการให้ประชาชนบริโภคมากขึ้น อันนำไปสู่การบริโภคเกิน (Over consumption) และลงทุนเกิน (Over investment) ทำให้ทรัพยากรถูกใช้หมดไปอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดปัญหาตามมาอย่างมากมาย

3. ระยะที่สาม มนุษย์ได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และทรัพยากรที่มีจำนวนโดยยังใช้ประโยชน์ไม่เต็มที่ คือ “คน” จึงได้ให้ความสนใจต่อ “คน” ในกระบวนการผลิต โดยยังมีความแตกต่างในความคิดโดยกลุ่มหนึ่งยังคิดในระบบเก่าที่ว่า “คน” คือ ปัจจัยการผลิตชนิดหนึ่งที่ใช้ในการผลิตเหมือนปัจจัยการผลิตอื่นๆ เรียกว่า ทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งให้ความสำคัญต่อ “มูลค่า” แต่อีกกลุ่มคนคิดใหม่ว่า “คน” คือจุดหมายปลายทาง (Ends) เพราะ “คน” รู้ว่าตนเองต้องการอะไรและทำอะไรได้ โดยทำให้ชีวิตดีขึ้นและสังคมดีขึ้น มอง “คน” ในแง่จิตวิญญาณ เท่ากับให้ความสำคัญต่อ “คุณค่า” ของความเป็นคน

เรื่องที่ 2 ขั้นตอนการผลิต

ความหมายและความสำคัญของคุณภาพ

ความหมายของคุณภาพถูกกำหนดขึ้นตามการใช้งานหรือตามความคาดหวังของผู้กำหนด เช่น มีความเหมาะสมกับการใช้งาน มีความทนทาน ให้ผลตอบแทนสูงสุด บริการดีและประทับใจ หรือเป็นไปตามมาตรฐานที่ตั้งใจไว้ เป็นต้น คุณภาพแบ่งเป็น 3 ลักษณะดังนี้

1. คุณภาพตามหน้าที่ หมายถึง ประสิทธิภาพการทำงาน ความเหมาะสมในการใช้งาน ความทนทาน เช่น พัดลมเครื่องนี้มีมอเตอร์ที่สามารถใช้ได้อย่างต่อเนื่องถึง 24 ชั่วโมง

2. คุณภาพตามลักษณะภายนอก หมายถึง รูปร่างสวยงาม สีสดใส เรียบร้อย เหมาะกับการใช้งาน โครงสร้างแข็งแรง ผลิตรักข์ส่วนใหญ่มักเน้นคุณภาพภายนอก โดยเน้นที่สีสดใส หรือรูปลักษณ์ให้โดดเด่น เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ

3. คุณภาพในการบริการ หมายถึง การสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการหรือมาซื้อสินค้า **คุณภาพ** หมายถึง คุณสมบัติและลักษณะโดยรวมของผลิตรักข์หรือบริการที่แสดงให้เห็นว่ามีความสามารถที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจได้ตรงตามต้องการที่ได้ระบุ

ในอดีตคุณภาพมักจะถูกกำหนดขึ้นจากความต้องการของผู้ผลิต แต่ปัจจุบันสภาพการแข่งขันในตลาด มีมาก หากคุณภาพไม่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อหรือผู้ให้บริการ การผลิตสินค้าและบริการก็อาจจะต้อง ล้มเลิกกิจการไป ดังที่ได้เกิดขึ้นมาในปัจจุบันสินค้าบางประเภทแข่งขันกันที่คุณภาพ บางประเภทแข่งขันกันที่ราคา แต่บางประเภทแข่งขันกันที่ความแปลกใหม่ ดังนั้น การผลิตหรือให้บริการใดๆ จะต้องมีการศึกษาสภาพตลาด อย่างรอบคอบเพื่อกำหนดคุณภาพ

ขั้นตอนการกำหนดคุณภาพ

การกำหนดคุณภาพมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการกำหนดคุณภาพไม่ได้กำหนดจากบุคคลใด บุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มคน หรือสถาบันเท่านั้น แต่การกำหนดคุณภาพต้องคำนึงถึงคนหลายกลุ่มหลายสถาบัน การกำหนดคุณภาพสินค้าและบริการ มีขั้นตอนดำเนินการ 3 ขั้นตอน ได้แก่

1. การศึกษาความต้องการของผู้ใช้สินค้าและบริการ อย่างกว้างขวาง และครอบคลุมผู้ซื้อหรือผู้ใช้ บริการที่มีความหลากหลาย

2. การออกแบบผลิตรักข์หรือพัฒนาผลิตรักข์ให้สอดคล้องกับความต้องการที่ศึกษามาอย่างจริงจัง

3. จัดระบบการผลิตและควบคุมระบบการผลิตให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพการศึกษาความต้องการคุณภาพ สินค้าและบริการ เป็นเรื่องสำคัญและเป็นเรื่องแรกของการวางแผนดำเนินธุรกิจ อุตสาหกรรม หรือกิจการใดๆ วิธีการศึกษาขึ้นอยู่กับเป้าหมายคือ ลูกค้า ลูกค้าของเรา คือ กลุ่มใด เช่น วัยใด เพศใด ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นต้น

ตลาด หรือคู่แข่งทางการค้าก็เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ต้องคำนึงถึง เพราะหากคุณภาพของสินค้าหรือ บริการของเราต่ำกว่าคู่แข่ง โอกาสความสำเร็จของเราก็ย่อมมีน้อยลง การออกแบบและพัฒนาผลิตรักข์หรือ บริการ เป็นเรื่องที่คุณประกอบการมักจะละเลยเพราะมั่นใจในคุณภาพสินค้าเดิมหรือคิดว่าเป็นเรื่องยาก ต้องใช้นักวิชาการชั้นสูงหรือผู้เชี่ยวชาญทำให้เกิดต้นทุนที่สูงขึ้น การออกแบบผลิตรักข์ใหม่ยังต้องปรับระบบ การผลิตด้วย ทำให้ผู้ประกอบการรู้สึกว่ายุ่งยาก แต่การออกแบบและพัฒนาผลิตรักข์หรือบริการ เป็นเรื่องจำเป็น เพราะถ้าหากเราไม่พัฒนา การพัฒนาผลิตรักข์และบริการไม่ใช่เรื่องยุ่งยาก แต่อย่างไรก็ตามเพียงแต่เรานำผลการ ศึกษาความต้องการของผู้ซื้อ ผู้ใช้ มาเป็นหลักการ แล้วหาแนวทางตอบสนองความต้องการ ใช้ความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ ผลงานใหม่ ก็จะเกิดขึ้น เช่นการปรับปรุงเครื่องปรับอากาศให้สามารถกรองฝุ่นละอองได้ ต่อมาก็

พัฒนาสู่การเป็นเครื่องปรับอากาศที่มีการพอกอากาศด้วยประจุไฟฟ้าเป็นต้น ระบบการผลิตและการควบคุมระบบการผลิต เพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ องค์กรประกอบที่ต้องวางแผนดำเนินการอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกันดังนี้

1. วัตถุดิบที่ใช้ผลิต หรือใช้บริการ ควรมีคุณภาพสูง แต่ราคาต่ำ
2. กระบวนการผลิตมีความพร้อมทั้งด้านบุคลากร เครื่องมือเครื่องใช้หรือเครื่องจักร และโครงสร้างพื้นฐาน
3. ผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/ผลของการบริการ จะต้องผ่านการตรวจสอบและประเมินอย่างเที่ยงตรง การบริหารคุณภาพในองค์กร จึงถูกนำมาใช้เพื่อให้ระบบการผลิตและการควบคุมระบบมีประสิทธิภาพสูงตามความต้องการของตลาด ผู้ซื้อ หรือผู้ใช้

ความสำคัญของคุณภาพ

คุณภาพ เป็นความต้องการของผู้ซื้อและผู้ให้บริการเท่านั้น หรือคุณภาพมีความสำคัญทั้งต่อบุคคล องค์กร และประเทศ

1. ความสำคัญของคุณภาพต่อบุคคล บุคคลคือ ผู้ผลิตหรือผู้บริการคุณภาพจึงเกิดขึ้นที่ระดับบุคคลก่อน หากบุคคลใดสามารถผลิตหรือให้บริการที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการหรือตรงกับข้อกำหนด บุคคลนั้นย่อมได้ชื่อว่า “บุคคลคุณภาพ” เราเห็นตัวอย่างบุคคลคุณภาพมากมาย ที่ได้รับการ ยกย่อง เนื่องจากสามารถสร้างผลงานคุณภาพ ดังนั้นคุณภาพจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อบุคคลทุกคน ทุกคนจึงควรมุ่งมั่นสร้างผลงานคุณภาพ

2. ความสำคัญของคุณภาพต่อองค์กร องค์กรทุกองค์กรมีเป้าหมายสร้างสรรค์ผลงานคุณภาพให้เป็นที่ต้องการของลูกค้า หุ้นส่วน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย คือผลกำไรสูงสุด แต่ปัจจุบันทุกองค์กรยังต้องคำนึงระบบการแข่งขันในตลาดการค้า เมื่อประเทศไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization :WTO) ทำให้ประเทศไทยเข้าสู่ระบบการแข่งขันทางการค้ามากขึ้นทั้งภายในประเทศและการค้าระหว่างโลก ในระบบการค้าเสรีเกิดระบบการแข่งขันด้วยการค้าแทนกำแพงภาษีในอดีตได้แก่ ข้อกำหนดมาตรฐานสินค้า มาตรฐาน ระบบบริหาร มาตรฐานสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานด้านแรงงานและความปลอดภัย ดังนั้นคุณภาพขององค์กรจึงเป็นคุณภาพโดยรวมตั้งแต่ผลิตภัณฑ์จนถึงระบบบริหารขององค์กร คุณภาพจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร เพราะทำให้องค์กรมีความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

3. ความสำคัญของคุณภาพต่อประเทศ คุณภาพของคน คุณภาพของสินค้าและคุณภาพของการบริการ คือ ภาพพจน์ และความเชื่อมั่นที่นานาประเทศให้การยอมรับและนับถือ เช่น ข้าวหอมมะลิ เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องหนัง เป็นต้น

คุณภาพ ต้นทุน การส่งมอบ

คุณภาพ คือ ความต้องการ ข้อกำหนด ความคาดหวัง หรือสิ่งที่ลูกค้าต้องการจากผลิตภัณฑ์หรืองานบริการ

ต้นทุน คือ ปัจจัยการผลิต ได้แก่ แรงงาน (Man) เงินทุน (Money) วัสดุดิบ (Material) เครื่องจักรอุปกรณ์ (Machine) และการบริหารจัดการ (Management)

การส่งมอบ คือ กระบวนการนำส่งผลิตภัณฑ์/งานบริการถึงมือลูกค้า สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ด้วยผลิตภัณฑ์หรืองานบริการที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้า การส่งมอบสินค้าหรือบริการที่ประทับใจลูกค้า เกิดจากการบริการที่ดี คุณภาพดี และราคาถูก ขณะเดียวกันผู้ขายก็ต้องการกำไรสูงสุด คุณภาพดี และบริการดี คือ ความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขายจะเกิดความสัมพันธ์ที่ดี ต้นทุนการผลิตต่ำ แต่การลดต้นทุนก็ต้องคำนึงถึงคุณภาพและบริการด้วย เพราะถ้าสินค้าราคาถูกแต่คุณภาพไม่ดี ผู้ซื้อก็ไม่ต้องการ หรือสินค้ามีคุณภาพมากแต่ราคาแพง ผู้ซื้อก็ไม่ต้องการ เป็นต้น ดังนั้น ระบบควบคุมคุณภาพจึงเกิดขึ้น

การควบคุมคุณภาพ

การควบคุมคุณภาพ คือ เทคนิคในเชิงปฏิบัติการและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ที่จัดทำหรือนำมาใช้ เพื่อให้บรรลุข้อกำหนดด้านคุณภาพ ซึ่งอาจจะเป็นผลิตภัณฑ์หรือการบริการก็ได้ QC : Quality Control หรือการควบคุมคุณภาพในภาคการผลิต (โรงงานอุตสาหกรรม) จะเน้นกระบวนการตรวจสอบและคัดแยกของดี กับของเสียออกจากกัน เพื่อให้เกิดหลักประกันว่าสินค้าผ่านการตรวจสอบแล้วมีคุณภาพตามข้อกำหนด

การควบคุมคุณภาพในที่นี้ หมายถึง การควบคุมกระบวนการผลิตและการให้บริการ เพื่อให้เกิดผลผลิต/งานบริการที่มีคุณภาพ ดังแผนภูมิ

Input ----> Process ----> Output

วัสดุดิบ กระบวนการ ผลผลิต

การควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิต แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ

1. คุณภาพการทำงาน หรือประสิทธิภาพของคนงาน
2. คุณภาพของเครื่องจักร อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยี
3. คุณภาพของระบบบริหารงาน

การควบคุมคุณภาพมีเป้าหมายสำคัญ 2 ประการได้แก่

1. ลดการสูญเสียวัสดุดิบ / ผลผลิต
2. ลดการสูญเสียเวลาการทำงาน

เมื่อเราสามารถลดการสูญเสียวัสดุดิบและผลผลิต ลดเวลาการทำงาน เราก็สามารถลดต้นทุนได้ ขณะเดียวกันเราก็ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ

เรื่องที่ 3 ผลผลิตที่คาดหวังต่อการมีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ

การวางแผนกำลังการผลิต

การผลิตได้ในปริมาณที่ลูกค้าต้องการ เป็นวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญอย่างยิ่งประการหนึ่งของการบริหารการผลิต ซึ่งการที่จะสามารถผลิตได้ตามปริมาณที่กำหนดไว้ต้องอาศัยทรัพยากรขององค์การหลายอย่าง อันได้แก่ เงินทุน วัตถุดิบ แรงงาน ตลอดจนเครื่องจักรอุปกรณ์ต่างๆ แต่เนื่องจากทรัพยากรขององค์การมีอยู่อย่างจำกัดจึงต้องวางแผนใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องจักรอุปกรณ์ ตลอดจนโรงงานซึ่งเป็นสถานที่ที่ใช้ทำการผลิต ต้องอาศัยเงินลงทุนจำนวนมาก และใช้เวลาในการคืบทุนนาน

ดังนั้น การวางแผนและจัดการด้านกำลังการผลิต ซึ่งเป็นการวางแผนและดำเนินการเกี่ยวกับขนาดของโรงงานหรือสถานที่ทำการผลิต จำนวนเครื่องจักรอุปกรณ์ ตลอดจนจำนวนคนงานที่เหมาะสม จึงเป็นภาระงานสำคัญของการบริหารการผลิต โดยต้องคำนึงถึงผลลัพธ์ต่อองค์การในระยะสั้นควบคู่กับระยะยาว และใช้ปัจจัยเชิงปริมาณเป็นหลักในการพิจารณาประกอบกับปัจจัยเชิงคุณภาพให้องค์การมีกำลังการผลิตที่เหมาะสมไม่เกิดปัญหาการผลิตได้น้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าเพราะกำลังการผลิตน้อยเกินไป และไม่เกิดปัญหาเครื่องจักรมากเกินไปจนกลายเป็นความสูญเปล่า เพราะกำลังการผลิตมากเกินไป

ความหมายของกำลังการผลิตและการวัดกำลังการผลิต

กำลังการผลิต (capacity) คือ อัตราสูงสุดที่ระบบการผลิตสามารถผลิตได้เต็มที่ในช่วงเวลาหนึ่งของดำเนินงาน การวัดกำลังการผลิต สามารถกระทำได้ 2 ทาง คือ

1. การวัดกำลังการผลิตจากผลผลิต

การวัดกำลังการผลิตจากผลผลิตจะใช้เมื่อผลผลิตจากกระบวนการสามารถนับเป็นหน่วยได้ง่าย ได้แก่ สินค้าที่มีตัวตน (tangible goods) ซึ่งจะเน้นการผลิตแบบตามผลิตภัณฑ์ (product - focused) เช่น การวัดกำลังการผลิตของโรงงาน โดยนับจำนวนรถยนต์ที่ผลิตได้ต่อปี (โรงงานผลิตรถยนต์โตโยต้า) นับจำนวนนมกล่องที่ผลิตได้ต่อวัน (โรงงานนมสดเมจิ) นับจำนวนลิตรของน้ำมันที่กลั่นได้ต่อเดือน (โรงงานกลั่นน้ำมันไทยออยล์) เป็นต้น

2. การวัดกำลังการผลิตจากปัจจัยการผลิต

การวัดกำลังการผลิตจากปัจจัยการผลิต จะใช้เมื่อผลผลิตจากกระบวนการนับเป็นหน่วยได้ยาก หน่วยของผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน ได้แก่ การบริการต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นการผลิตแบบตามกระบวนการ เช่น การวัดกำลังการผลิตของร้านบิวตี้ซาลอนจากจำนวนช่างตัดผม การวัดกำลังการผลิตของโรงพยาบาลจำนวนเตียงคนไข้ การวัดกำลังการผลิตของร้านอศขยสุขภาพจากจำนวนชั่วโมงการทำงานของเครื่องจักร เป็นต้น

แม้ว่าองค์การจะมีกำลังการผลิตเป็นอัตราสูงสุดที่จะสามารถผลิตได้ แต่ในการปฏิบัติงานจริง อัตราการผลิตมักจะต่ำกว่ากำลังการผลิต เพราะจะต้องคำนึงถึงการหยุดพักหรือการบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์ เพื่อถนอมไว้ใช้งานได้ในระยะยาวมากกว่าการเร่งผลในระยะสั้นเท่านั้น การใช้กำลังการผลิตอย่างเต็มที่มักจะทำให้ต้นทุนการทำงานล่วงเวลาในกะพิเศษหรือการลดการบำรุงรักษาอุปกรณ์ตามแผนที่กำหนดไว้ประจำหรือการใช้

ผู้รับสัญญาช่วง ซึ่งล้นแล้วแต่ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นทั้งสิ้น ดังนั้นกำลังการผลิตที่เต็มที่จะถูกใช้จริงก็ต่อเมื่อมีความจำเป็นและไม่เกิดขึ้นบ่อยนักภายในช่วงระยะเวลาสั้นๆ เท่า

ข้อควรคำนึงในการวางแผนกำลังการผลิต

การวางแผนกำลังการผลิตจึงต้องคำนึงถึงกำลังการผลิตที่เกิดประสิทธิผลอันแท้จริงซึ่งต้องพิจารณาจาก

1. Peak Capacity หรือ Design Capacity เป็นกำลังการผลิตเต็มที่ ซึ่งมักไม่ได้ใช้ในการปฏิบัติงานจริง เพราะเป็นการใช้เครื่องจักรอุปกรณ์เต็มที่โดยไม่คำนึงถึงการหยุดพักหรือการบำรุงรักษาเลย

2. Rated Capacity เป็นอัตราการผลิตสูงสุดที่ทำให้หลังจากหักลบส่วนการหยุดพักซ่อมแซมบำรุงรักษาแล้ว

3. Effective Capacity เป็นอัตราการผลิตสูงสุดที่ฝ่ายการผลิตสามารถกระทำให้เกิดต้นทุนการผลิตที่ประหยัดได้ ภายใต้สภาวะการณ์การผลิตปกติ (normal condition)

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงเข้าพระราชหฤทัยในความเป็นไปของเมืองไทยและคนไทยอย่างลึกซึ้งและกว้างไกล ได้ทรงวางรากฐานในการพัฒนาชนบท และช่วยเหลือประชาชนให้สามารถพึ่งตนเองได้มีความ “พออยู่พอกิน” และมีความอิสระที่จะอยู่ได้โดยไม่ต้องติดขัดอยู่กับเทคโนโลยีและความเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ ทรงวิเคราะห์ว่าหากประชาชนพึ่งตนเองได้แล้วก็จะมีส่วนช่วยเหลือเสริมสร้างประเทศชาติโดยรวมได้ในที่สุด พระราชดำรัสที่สะท้อนถึงพระวิสัยทัศน์ในการสร้างความเข้มแข็งในตนเองของประชาชน และสามารถทำมาหากินให้พออยู่พอกินได้ ดังนี้

“ในการสร้างถนน สร้างชลประทานให้ประชาชนใช้นั้น จะต้องช่วยประชาชนในทางบุคคลหรือพัฒนาให้บุคคลมีความรู้และอนามัยแข็งแรง ด้วยการให้การศึกษาและการรักษาอนามัย เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นสามารถทำการเกษตรได้ และค้าขายได้”

ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน ซึ่งเกิดความถดถอยทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงขึ้นนี้ จึงทำให้เกิดความเข้าใจได้ชัดเจน ในแนวพระราชดำริของ “เศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งได้ทรงคิดและตระหนักมาช้านาน เพราะหากเราไม่ไปพึ่งพา ยึดติดอยู่กับกระแสจากภายนอกมากเกินไป จนได้ครอบงำความคิดในลักษณะดั้งเดิมแบบไทยๆ ไปหมด มีแต่ความทะเยอทะยานบนรากฐานที่ไม่มั่นคงเหมือนลักษณะฟองสบู่ วิกฤตเศรษฐกิจเช่นนี้อาจไม่เกิดขึ้น หรือไม่หนักหนาสาหัสจนเกิดความเดือดร้อนกันถ้วนทั่วเช่นนี้ ดังนั้น “เศรษฐกิจพอเพียง” จึงได้สื่อความหมายความสำคัญในฐานะเป็นหลักการสังคมที่พึงยึดถือ

ในทางปฏิบัติจุดเริ่มต้นของการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงคือ การฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น เศรษฐกิจพอเพียงเป็นทั้งหลักการและกระบวนการทางสังคม ตั้งแต่ขั้นฟื้นฟูและขยายเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนเป็นการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตและบริโภคอย่างพออยู่พอกินขึ้นไปถึงขั้นแปรรูปอุตสาหกรรมครัวเรือน สร้างอาชีพและทักษะวิชาการที่หลากหลายเกิดตลาดซื้อขาย สะสมทุน บนพื้นฐานเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนนี้ เศรษฐกิจของ 3 ชาติ จะพัฒนาขึ้นมาอย่างมั่นคงทั้งในด้านกำลังทุนและตลาดภายในประเทศ รวมทั้งเทคโนโลยีซึ่งจะค่อยๆ พัฒนาขึ้นมาจากรากฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาที่มีอยู่ภายในชาติ และทั้งที่จะพึ่งคัดสรรเรียนรู้จากโลกภายนอก

เศรษฐกิจพอเพียงเป็นเศรษฐกิจที่พอเพียงกับตัวเอง ทำให้อยู่ได้ ไม่ต้องเดือดร้อน มีสิ่งจำเป็นที่ทำได้โดยตัวเองไม่ต้องแข่งขันกับใคร และมีเหลือเพื่อช่วยเหลือผู้ที่ไม่มี อันนำไปสู่การแลกเปลี่ยนในชุมชน และขยายไปจนสามารถที่จะเป็นสินค้าส่งออก เศรษฐกิจพอเพียงเป็นเศรษฐกิจระบบเปิดที่เริ่มจากตนเองและความร่วมมือ วิธีการเช่นนี้จะดึงศักยภาพของประชากรออกมาสร้างความเข้มแข็งของครอบครัว ซึ่งมีความสัมพันธ์กับ “จิตวิญญาณ” คือ “คุณค่า” มากกว่า “มูลค่า” รวยมากขึ้น ในยามทุกข์ภัยก็ไม่ขาดแคลน และสามารถจะฟื้นตัวได้เร็วกว่า โดยไม่ต้องหวังความช่วยเหลือจากผู้อื่นมากเกินไป เพราะฉะนั้นความพอมีพอกินจะสามารถอุ้มชูตัวได้ ทำให้เกิดความเข้มแข็ง และความพอเพียงนั้นไม่ได้หมายความว่าทุกครอบครัวต้องผลิตอาหารของตัวเอง จะต้องทอผ้าใส่เอง แต่มีการแลกเปลี่ยนกันได้ระหว่างหมู่บ้าน เมือง และแม้กระทั่งระหว่างประเทศ ที่สำคัญคือการบริโภคนั้นจะทำให้เกิดความรู้ที่จะอยู่ร่วมกับระบบ รักรธรรมชาติ ครอบครัวอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง เพราะไม่ต้องทิ้งถิ่นไปหางานทำ เพื่อหารายได้มาเพื่อการบริโภคที่ไม่เพียงพอ

ความสำคัญของการจัดการอาชีพ จากคำจำกัดความของการจัดการและอาชีพ ทำให้ทราบถึงความสำคัญของการจัดการอาชีพ เพราะทำให้ผู้บริหารสามารถพัฒนากิจการให้มุ่งไปสู่ความมีประสิทธิภาพ และสามารถดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการได้ กล่าวคือ กิจการสามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพทันเวลาตามความต้องการของลูกค้าและกิจการได้รับผลตอบแทนคือกำไรสูงสุด สามารถขยายกิจการได้หรือเพิ่มทุนในการดำเนินการได้

จากการศึกษาวิจัยพบว่า การจัดการอาชีพให้ประสบความสำเร็จประกอบด้วย

1. การจัดการอย่างมีคุณภาพ หมายถึง ผู้บริหารมีความรู้ มีประสบการณ์ สามารถทำงานให้บรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ
2. ผลិតภัณฑ์ที่มีคุณภาพ หมายถึง การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ อาจกระทำได้โดยการใช้เทคนิคต่างๆ เริ่มตั้งแต่การใช้วัตถุดิบ กระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนส่งมอบให้ลูกค้า
3. ผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยด้วยนวัตกรรมใหม่
4. การลงทุนระยะยาวอย่างมีคุณค่า
5. สถานภาพการเงินมั่นคง
6. มีความสามารถในการดึงดูดใจลูกค้าให้สนใจในผลิตภัณฑ์
7. คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
8. การใช้ทรัพย์สินอย่างคุ้มค่า

ใบงานที่ 4

ชื่อ-สกุล.....รหัสนักศึกษา.....
รหัส.....กศน.ตำบล.....
กศน.อำเภอ.....จังหวัด.....

1. ขั้นตอนการกำหนดคุณภาพ มีอะไรบ้าง

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. การควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิต มีอะไรบ้าง

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. ต้นทุน หมายถึง

.....
.....
.....
.....
.....
.....

ตอนที่ 5

การวิเคราะห์การตลาด

เรื่องที่ 1 ช่องทางการตลาด

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับช่องทางการตลาด (AN INTRODUCTION OF MARKETING - CHANNEL)

ช่องทางการตลาด (marketing channel) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (place or channel of distribution) เป็นส่วนประกอบหนึ่งของส่วนผสมทางการตลาด (marketing mix) นอกเหนือไปจากสินค้า (product) ราคา (price) และการส่งเสริมการตลาด (promotion) ผู้บริหารการตลาดจะต้องพยายามกำหนดกลยุทธ์การตลาดของส่วนผสมทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ตรงกับที่ลูกค้าต้องการ

ความสำคัญของช่องทางการตลาด

เนื่องจากปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยหลายๆ อย่างที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการด้านช่องทางการตลาด อิทธิพลของปัจจัยเหล่านี้ทำให้กิจการต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับช่องทางการตลาดมากยิ่งขึ้น โดย นงนิตย์ ศิริโชคากิจ (2541 : 423 – 433) ได้แบ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อช่องทางการตลาดออกได้เป็น 6 ปัจจัย ดังนี้

1. การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายด้านการจัดจำหน่ายค่าใช้จ่ายการจัดจำหน่ายเมื่อเปรียบเทียบกับราคาสินค้า ต้นทุนการผลิตสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างมาก การจัดเตรียมสินค้าคงเหลือไว้ในระดับที่สูง เพื่อบริการลูกค้าทำให้กิจการต้องใช้เงินทุนมากขึ้น เสียดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น เสียค่าคลังสินค้าเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าตามคำสั่งซื้อในปริมาณที่น้อยแต่บ่อยขึ้น เพื่อเอาใจลูกค้า ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าในกรณีที่ต้องส่งสินค้ารวมกันในปริมาณมาก

2. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการสั่งซื้อของลูกค้า ผู้บริโภคในอดีตมีพฤติกรรมในการซื้อที่ไม่ค่อยซับซ้อนเท่าไรนัก สินค้าจะซื้ออะไรก็ได้ ขนาดไหนก็ได้ ผู้ขายจะส่งให้เมื่อไรก็ได้ แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคต้องการให้ส่งของรวดเร็ว เลือกได้หลายรูปแบบ หลายสี หลายขนาด หลายรสชาติ ต้องการความสะดวกในการไปหาซื้อสินค้าที่ร้านที่ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงานและในราคาที่ต่ำ ความต้องการเหล่านี้ทำให้ฝ่ายจัดการต้องคิดระบบการจัดการผลิต การจัดจำหน่ายให้มีการประสานงานกันตั้งแต่จุดผลิต จุดซื้อ จนกระทั่งถึงจุดบริโภค

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีหลายบริษัทพยายามค้นหาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะแนะนำออกสู่ตลาดเพื่อรักษาปริมาณการขายและกำไรไม่ให้ลดลง จะเห็นได้ว่าในร้านค้าปลีกต่างๆ ไม่ว่าจะร้านสรรพสินค้าร้านสรรพอาหารร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง และร้านขายปลีกต่างๆ ไป มีปริมาณสินค้าหลายรายการ หลายชนิด หลายยี่ห้อวางจำหน่ายตามร้านดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่า ร้านค้าเหล่านี้ต้องเพิ่มสินค้ารายการต่างๆ ในปริมาณเท่าตัว เช่น สบู่ตัวมีหลายยี่ห้อ ผงซักฟอกก็เช่นกัน มีหลายยี่ห้อ หลายขนาด ผลจากการทำสินค้าหลายๆ ชนิดในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันนี้เพิ่มความยุ่งยากและขอบข่ายการทำงานของการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะปัญหาในเรื่อง

สินค้าขาดมือ การลงทุนในสินค้าคงเหลือ ปริมาณในการจัดส่งสินค้า และการกระจายจัดตั้งคลังสินค้าตามเขต ตลาดต่างๆ เพื่อบริการลูกค้าและผู้คู่แข่ง

4. เทคโนโลยีในการขนส่งและการจัดรวมบรรจุภัณฑ์เป็นหน่วยเดียว เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการขนส่งสินค้า การจัดรวมสินค้าบรรจุภัณฑ์เป็นหน่วยเดียว และในกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง ทำให้ฝ่ายจัดการต้องประเมินผล ถึงความพร้อม ความพอเพียงในการดำเนินการสิ่งเหล่านี้ การสร้างทางคมนาคมเพิ่มขึ้น ตลอดจนการปรับปรุง ระบบการคมนาคม ทำให้การขนส่งสินค้าและวัตถุดิบประหยัดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง การมีรถบรรทุกแบบใหม่ ระบบคอนเทนเนอร์ การพัฒนาเครื่องมือในการบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนเครื่องมือในการ ขนถ่ายสินค้า ทำให้เกิดการรวมบรรจุภัณฑ์สินค้าเป็นหน่วยเดียวเสมือนหนึ่งเป็นวิธีการมาตรฐานในการขนย้าย สินค้า สิ่งเหล่านี้ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงในค่าใช้จ่าย ซึ่งฝ่ายจัดการต้องติดตามและประเมินผลสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ที่จะทำให้มีการลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มการให้บริการลูกค้า

5. การแข่งขัน ได้มีการแข่งขันจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าอุตสาหกรรมอย่างมากในตลาด ในประเทศ การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการแนะนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด ทำให้เพิ่มค่าใช้จ่ายสำหรับสินค้า ที่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นผู้ผลิตรายใดที่ต้องลงทุนในการที่จะแนะนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดเป็นเงินหลาย ล้านบาท การที่จะประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นจะต้องมีการลงทุนเกี่ยวกับกิจกรรมด้านการจัดจำหน่ายให้มี ประสิทธิภาพ จะช่วยทำให้ธุรกิจนั้นอยู่ในสถานะที่ได้เปรียบคู่แข่งในแง่ของการบริการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า ได้รวดเร็ว ทำให้ลูกค้าหันมาเลือกซื้อสินค้าจากธุรกิจประเภทเดียวกันที่จัดให้มีบริการดีกว่า

6. ความกดดันในช่องทางการจัดจำหน่าย สมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ เช่น ผู้จัดจำหน่าย ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก แต่ละคนก็แข่งขันกันพยายามเสาะหาผลประโยชน์ให้มากกว่าสมาชิกช่องทางการจัดจำหน่าย รายอื่นๆ ตัวอย่างเช่น ผู้ค้าปลีกต้องการให้ผู้ค้าส่งมีการจัดส่ง สินค้าให้เร่งด่วนทันที แม้จะสั่งซื้อปริมาณน้อย ต้องการให้ได้ส่วนเกิน (margin) สูงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ต้องการได้รับส่วนลด ต้องการได้เครดิตเป็น ระยะเวลาสั้น ตรงกันข้าม ผู้ค้าส่งต้องการที่จะส่งสินค้าให้แก่ผู้ค้าปลีกแต่ละครั้งในปริมาณมาก และได้ ส่วนเกินสูงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้อีกด้วย สมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่ายรายไหนจะสามารถเอาผลประโยชน์ โดยการผลัดภาระไปให้สมาชิกอื่นๆ ในช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นก็ขึ้นอยู่กับอำนาจเศรษฐกิจของสมาชิก ระเบียบ ข้อบังคับของรัฐบาลเกี่ยวกับการแข่งขัน และความสัมพันธ์ที่จะร่วมมือกันของสมาชิก ในขณะที่โครงสร้างการจัดจำหน่ายมีการเปลี่ยนแปลง และคนกลางทุกระดับในช่องทางการจัดจำหน่ายมีการจัด การระบบการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ ก็อาจทำให้เกิดความกดดันขึ้นในช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น ผู้ผลิตบางรายอาจได้รับผลจากการกดดัน ต้องจัดให้มีคลังสินค้าจัดจำหน่ายขึ้นตามเมืองใหญ่ ๆ เพื่อว่าได้จัดเก็บ รักษาสินค้าเอาไว้ในปริมาณหนึ่งที่จะจัดส่งให้ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกตามเมืองใหญ่ๆ ได้รวดเร็วตามความต้องการ ผู้ผลิตบางรายอาจต้องปรับปรุงขนาดการบรรจุภัณฑ์ใหม่ ปริมาณการจัดส่งสินค้าแต่ละครั้งใหม่ เปลี่ยนวิธีการ ขนส่งใหม่และเปลี่ยนกำหนดการจัดส่งสินค้าใหม่ เพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าให้ดีขึ้น

ความหมายของช่องทางการตลาด

คำว่า “ช่องทางการตลาด (marketing channel)” หรือ “ช่องทางการค้า (trade channel)” และ “ช่องทางการจัดจำหน่าย (channel of distribution)” ได้มีนักการตลาดหลายท่านให้ความหมายที่แตกต่างกันออกไปตามแนวความคิดของแต่ละท่าน ดังนี้

ช่องทางการตลาด หมายถึง “กลุ่มของสถาบันซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่จะทำให้สินค้า หรือบริการ เป็นที่หาได้ง่ายสำหรับการใช้หรือการบริโภค” (Stern, El-Ansary and Coughlan, 1996 :1)

ช่องทางการตลาด หมายถึง “ระบบหรือเครือข่ายของตัวแทนและสถาบันที่ทำการรวบรวม และปฏิบัติกิจกรรมทุกอย่างในการเชื่อมงานทางการตลาดระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคให้บรรลุผลสำเร็จ” (Berman, 1996 : 5)

ช่องทางการตลาด หมายถึง “เส้นทางการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (ultimate consumer) หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (industrial user)” (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2540 : 472)

จากความหมายของช่องทางการตลาด ซึ่งนักการตลาดได้กล่าวไว้ต่างๆ กัน ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถสรุปสาระสำคัญของความหมายคำว่า “ช่องทางการตลาด” ได้ดังนี้

“ช่องทางการตลาด” หมายถึง กลุ่มของสถาบันหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการในการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย (ultimate consumer) หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial user)

ผู้ที่มีส่วนร่วมในช่องทางการตลาด

จากความหมายของช่องทางการตลาด จะเห็นได้ว่าการเคลื่อนย้ายสินค้าบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมนั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มของสถาบัน และผู้ที่มีส่วนร่วมในช่องทางการตลาด ที่ช่วยให้การจัดจำหน่ายสินค้า หรือบริการ สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ที่มีส่วนร่วมในช่องทางสามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ

1. องค์กรที่ทำหน้าที่ติดต่อ (contractual organization) หรือเรียกว่า ช่องทางการตลาด (marketing channel) หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการซื้อ การขาย และการโอนย้ายความเป็นเจ้าของในสินค้าหรือบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย

- 1.1 ผู้ผลิต (producers or manufacturers)
- 1.2 คนกลาง (intermediaries) ได้แก่
 - 1.2.1 คนกลางที่ทำหน้าที่ค้าส่ง
 - 1.2.2 คนกลางที่ทำหน้าที่ค้าปลีก

1.3 ผู้ใช้คนสุดท้าย ได้แก่

1.3.1 ผู้บริโภค (consumers)

1.3.2 ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (industrial users)

2. ผู้อำนวยการความสะดวก (facilitators) หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ช่วยเหลือในการปฏิบัติงานทางการจัดจำหน่ายสินค้า หรือบริการ ในวิธีทางที่ไม่ใช่การเข้าไปเสาะแสวงหาลูกค้าหรือเจรจาต่อรองกับลูกค้าแต่เป็นในด้านอื่น ๆ เช่น การขนส่ง การเก็บรักษา การให้กู้ยืมเงิน หรือการโฆษณา เป็นต้น ประกอบไปด้วย

2.1 ธุรกิจที่ให้บริการด้านการขนส่ง (transportation firms)

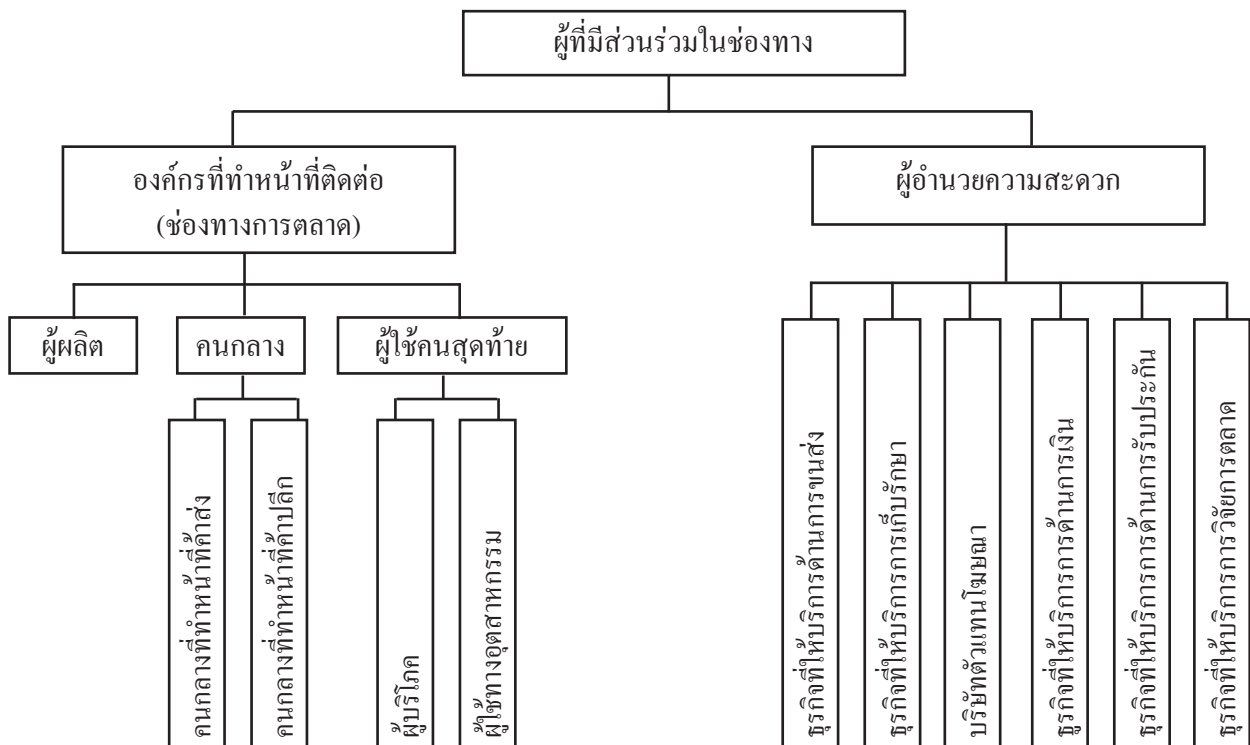
2.2 ธุรกิจที่ให้บริการด้านการเก็บรักษาสินค้า (storage firms)

2.3 บริษัทตัวแทนโฆษณา (advertising agencies)

2.4 ธุรกิจที่ให้บริการด้านการเงิน (financial firms)

2.5 ธุรกิจที่ให้บริการด้านการรับประกัน (insurance firms)

2.6 ธุรกิจที่ให้บริการด้านการวิจัยการตลาด (marketing research firms)



คนกลางทางการตลาด

คนกลางทางการตลาด (marketing intermediaries) หรือเรียกว่า สถาบันทางการตลาด (marketing institution) หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่เข้ามาดำเนินงานระหว่างผู้ผลิตสินค้ากับผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Kotler, et al., 1999 : 555 – 556) ซึ่งประกอบไปด้วย

1. พ่อค้าคนกลาง (merchant middlemen) หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่ซื้อสินค้าไปขายต่อเพื่อเอากำไร และมีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่ตนจำหน่ายอยู่ เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก เป็นต้น
2. ตัวแทนคนกลาง (agent middlemen) หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่ค้นหาลูกค้าให้แก่ผู้ผลิตและทำการเจรจาต่อรองให้ผู้ผลิต แต่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่เสนอขาย เช่น นายหน้า ตัวแทนผู้ผลิต ตัวแทนขาย เป็นต้น
3. ผู้อำนวยการความสะดวก (facilitators) หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่ไม่ได้มีกรรมสิทธิ์ในสินค้า และไม่ได้ทำการเจรจาต่อรองให้ผู้ผลิต แต่จะช่วยทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการจัดจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ผลิต เช่น บริษัทขนส่ง บริษัทให้บริการคลังเก็บสินค้า สถาบันการเงิน ตัวแทนบริษัทโฆษณา เป็นต้น



สถาบันการเงิน



บริษัทขนส่ง

ภาพ ตัวอย่างผู้อำนวยการความสะดวก

หน้าที่ของช่องทางทางการตลาด

หน้าที่หลักของช่องทางทางการตลาด คือ “การเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค” นอกจากหน้าที่หลักดังกล่าวแล้ว ช่องทางการตลาดยังทำหน้าที่อื่นๆ โดย Philip Kotler, et al., (1999 : 558) ได้แบ่งหน้าที่ของช่องทางทางการตลาด ออกเป็น 9 หน้าที่ ดังนี้

1. หน้าที่ในการรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการวิจัยทางการตลาด (marketing research information) เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่มีโอกาสเป็นลูกค้าในอนาคต ข้อมูลสินค้าใหม่ หรือข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทางการตลาด เป็นต้น

2. หน้าที่ในการส่งเสริมการตลาด (promotion) โดยทำหน้าที่ในการพัฒนาและออกแบบวิธีการติดต่อสื่อสารที่ดึงดูดใจ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไปยังลูกค้า
3. หน้าที่ในการเจรจาต่อรอง (negotiation) เพื่อให้มีการซื้อ (buying) และการขาย (selling) สินค้าเกิดขึ้น เป็นความพยายามให้เกิดการตกลงขั้นสุดท้าย และการโอนกรรมสิทธิ์จากผู้ผลิตเป็นของผู้บริโภค
4. หน้าที่ในการสั่งซื้อสินค้า (ordering) ซึ่งเป็นการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตของสมาชิกในช่องทางการตลาด
5. หน้าที่ทางด้านการเงิน (financing) เป็นการแสวงหาและจัดสรรเงินเพื่อมารองรับสินค้าคงเหลือที่ต้องมีระหว่างสินค้าอยู่ในช่องทางการตลาด
6. หน้าที่ในการรับภาระการเสี่ยงภัย (risking) ขณะดำเนินการภายในช่องทางการตลาด
7. หน้าที่ในการครอบครองผลิตภัณฑ์ (physical possession) ซึ่งเริ่มตั้งแต่วัตถุดิบ จนกระทั่งเป็นสินค้าสำเร็จรูป
8. หน้าที่ในการชำระเงิน (payment) เมื่อผู้ซื้อคนสุดท้ายชำระค่าสินค้ามาแล้ว ส่วนหนึ่งของเงินจะถูกหักเป็นรายได้ของสมาชิกในช่องทางการตลาด เงินส่วนที่เหลือจะถูกส่งย้อนกลับไปที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ โดยอาจจะผ่านทางธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่นๆ ก็ได้
9. หน้าที่ในการเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของ (title) เมื่อมีการซื้อขายสินค้าเกิดขึ้น จะทำให้ความเป็นเจ้าของเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าเปลี่ยนเป็นผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้าแทน

สุบัญญัติ ไชยชาญ (2538 : 249) สรุปว่า จากหน้าที่ต่างๆ ของช่องทางการตลาดดังกล่าว ทำให้มีลักษณะร่วมกันอยู่ 3 อย่าง คือ

1. มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด
2. สมาชิกรายใดมีความชำนาญจะทำได้ดีกว่า
3. สามารถมอบหมายให้สมาชิกปฏิบัติได้ทุกราย

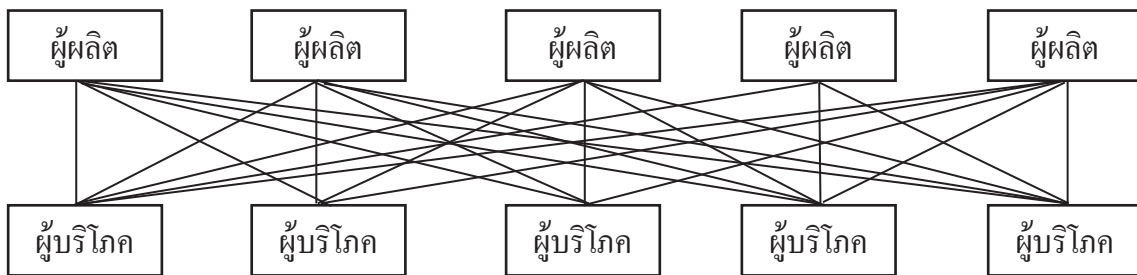
ดังนั้น การพิจารณาตัดสินใจว่า ผู้ผลิตหรือสมาชิกในช่องทางการตลาดควรจะทำหน้าที่ใด หรือจะมอบหมายให้ใครเป็นผู้ทำหน้าที่นั้น จะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น ตลอดจนการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของการปฏิบัติหน้าที่ของแต่ละคนด้วย

ประโยชน์ของช่องทางการตลาด

การที่ผู้ผลิตขายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคโดยผ่านคนกลางนั้น จะก่อให้เกิดประโยชน์ในขั้นตอนของกระบวนการติดต่อซื้อขายสินค้า คือ เกิดประสิทธิภาพของการติดต่อ (contactual efficiency) เนื่องมาจากการใช้คนกลางทำให้จำนวนและความซับซ้อนในการติดต่อกับลูกค้าของผู้ผลิตลดน้อยลง

ถ้าหากผู้ผลิตแต่ละรายทำการขายสินค้าโดยไม่ผ่านพ่อค้าส่งหรือพ่อค้าปลีก (การขายโดยตรงให้กับผู้บริโภค) จะทำให้เกิดการติดต่อซื้อขายสินค้าในช่องทางการตลาดทั้งหมดถึง 25 ครั้ง แต่ถ้าผู้ผลิตแต่ละรายทำการขายสินค้าโดยผ่านพ่อค้าส่ง 1 รายหรือผ่านพ่อค้าปลีก 1 ราย จะทำให้เกิดการติดต่อซื้อขายสินค้าในช่องทางการตลาดทั้งหมดเพียง 10 ครั้งเท่านั้น ซึ่งจะทำให้เกิดประสิทธิภาพของการติดต่อ เพราะสามารถลดจำนวนครั้งของการติดต่อซื้อขายสินค้าลงได้ถึง 15 ครั้ง

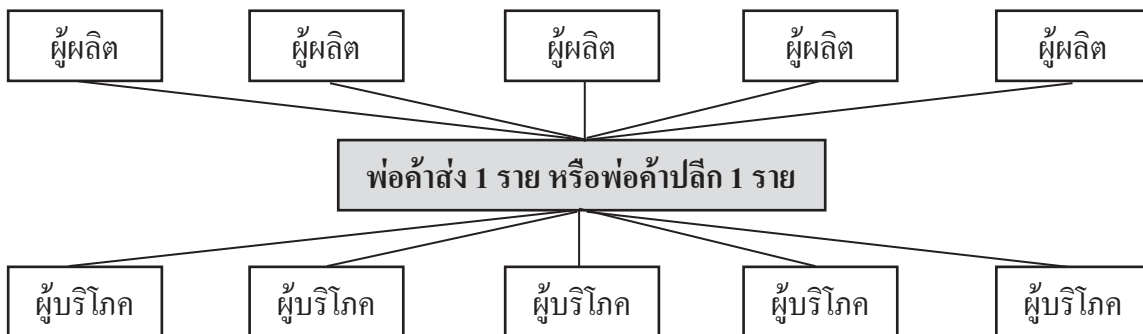
ก. จำนวนครั้งของการติดต่อผู้บริโภค โดยไม่ผ่านพ่อค้าส่งหรือพ่อค้าปลีก



จำนวนครั้งของการติดต่อผู้บริโภค โดยไม่ผ่านพ่อค้าส่งหรือพ่อค้าปลีก

= จำนวนของผู้ผลิต (M) x จำนวนของผู้บริโภค (C)

ข. จำนวนครั้งของการติดต่อผู้บริโภค โดยผ่านพ่อค้าส่ง 1 ราย หรือพ่อค้าปลีก 1 ราย



จำนวนครั้งของการติดต่อผู้บริโภค โดยผ่านพ่อค้าส่ง 1 ราย หรือพ่อค้าปลีก 1 ราย

= จำนวนของผู้ผลิต (M) + จำนวนของผู้บริโภค (C)

= 10 ครั้ง

ค. จำนวนครั้งของการติดต่อที่ลดลงเนื่องจากการขายผ่านพ่อค้าส่ง 1 ราย หรือพ่อค้าปลีก 1 ราย

= (M x C) - (M + C)

= (5 x 5) - (5+5)

= 15 ครั้ง

ภาพ รูปแบบประสิทธิภาพของการติดต่อ

ที่มา : ดัดแปลงจาก Barry Berman, **Marketing Channels**, (New York : John Wiley Son, Inc., 1996), p.12

สรุป

ช่องทางการตลาด เป็นองค์ประกอบหนึ่งของส่วนผสมทางการตลาด นอกเหนือไปจากสินค้า ราคาและการส่งเสริมการตลาด กิจกรรมจะต้องพยายามกำหนดกลยุทธ์การตลาดของช่องทางการตลาด และ ส่วนผสมการตลาดที่เหลือ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงกับที่ลูกค้าต้องการ

ช่องทางการตลาด หมายถึง กลุ่มของสถาบัน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการในการเคลื่อนย้าย สินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยผู้ที่มีส่วนร่วมในช่องทางทางการตลาดแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่หนึ่ง คือ องค์กรที่ทำหน้าที่ติดต่อเกี่ยวกับ การซื้อ การขาย และการโอนย้ายความเป็นเจ้าของ ซึ่งประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง (พ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีก) และผู้ใช้คนสุดท้าย (ผู้บริโภคและผู้ใช้งานอุตสาหกรรม) ส่วนกลุ่มที่สอง คือ ผู้อำนวยการความสะดวก ซึ่งจะทำหน้าที่ช่วยเหลือในการปฏิบัติงานทางการจัดจำหน่ายสินค้า หรือบริการด้านอื่นๆ ที่มีใช้การเข้าไปเสาะแสวงหาลูกค้า หรือเจรจาต่อรองกับลูกค้า เช่น การขนส่ง การเก็บรักษา การกู้ยืมเงิน การโฆษณา เป็นต้น กลุ่มนี้ประกอบด้วยธุรกิจที่ให้บริการด้านการเงิน ธุรกิจที่ให้บริการด้านการรับประกัน และธุรกิจที่ให้บริการด้านการวิจัยการตลาด แต่ถ้ากล่าวถึงเฉพาะคนกลางทางการตลาด (สถาบันการตลาด) แล้ว จะหมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่เข้ามาดำเนินงานระหว่างผู้ผลิตสินค้ากับผู้บริโภคหรือ ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ประกอบด้วย พ่อค้าคนกลางและผู้อำนวยการความสะดวก

หน้าที่หลักของช่องทางทางการตลาด คือการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมี หน้าที่ในด้านต่างๆ คือ การรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการวิจัยทางการตลาด การส่งเสริมการตลาด การเจรจาต่อรอง การตั้งซื้อสินค้า ด้านการเงิน การรับภาระการเสี่ยงภัย การครอบครองผลิตภัณฑ์ การชำระเงิน และการเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของ การขายสินค้าผ่าน คนกลางจะทำให้เกิดประสิทธิภาพของการติดต่อ เพราะทำให้จำนวน และความซับซ้อนในการติดต่อกับลูกค้าของผู้ผลิตลดน้อยลง นอกจากนี้ยังก่อให้เกิด ประโยชน์ด้านอื่นๆ คือ ลดสินค้าขาดมือให้ลดลง ลดความต้องการสินค้าคงเหลือของลูกค้า สร้างสัมพันธภาพ ระหว่างผู้ผลิตกับลูกค้า เพิ่มการมีส่วนร่วมในการจัดส่งสินค้า ขยายเขตตลาดให้มากขึ้น และให้ความสนใจในการสร้างลูกค้ามากขึ้น

เรื่องที่ 2 การส่งเสริมการขาย

การดำเนินธุรกิจในยุคผู้นำที่มีการแข่งขันสูงเช่นปัจจุบัน การส่งเสริมการขาย (Promotion) ได้เข้ามา มีบทบาทสำคัญในการทำตลาดมากยิ่งขึ้น จุดประสงค์ของการนำกลยุทธ์ส่งเสริมการขายมาใช้เพื่อทำให้ผู้บริโภค เกิดความสนใจในตัวสินค้ามากขึ้น โดยการนำเสนอผลประโยชน์พิเศษให้กับลูกค้าเป็นครั้งคราว เพื่อกระตุ้นให้ ลูกค้าเกิดความต้องการสินค้าภายในช่วงเวลานั้น กลยุทธ์ส่งเสริมการขายที่นิยมนำมาใช้ในการทำตลาดปัจจุบัน มีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้ประกอบการเอสเอ็มอีสามารถเลือกนำมาใช้ ให้เหมาะสมกับสินค้า เช่น การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ลูกค้าโดยตรง เพื่อต้องการให้ลูกค้าซื้อสินค้ามากขึ้น ผู้ประกอบการ ก็อาจเลือกใช้วิธีการแจกของตัวอย่าง การสาธิตวิธีกรใช้ การให้คูปอง การคืนเงิน แต่หากต้องการส่งเสริม การขายโดยมุ่งเน้นไปที่ตัวแทนจำหน่ายที่เป็นคนกลาง เพื่อให้บุคคลเหล่านี้กระจายสินค้าไปยังลูกค้ามากขึ้น

ก็สามารถนำวิธีการส่งเสริมการขายในลักษณะให้ส่วนลดสินค้า การแถมสินค้า การกำหนดเป้าในการซื้อสินค้า การให้ของขวัญพิเศษ มาใช้เป็นแรงจูงใจ และหากต้องการส่งเสริมการขายด้วยการมุ่งสู่พนักงานขาย สามารถใช้วิธีการกระตุ้นด้วยการให้โบนัสพิเศษ การกำหนดเป้าการขาย เพื่อกระตุ้นให้พนักงานเหล่านี้ขายสินค้าได้มากขึ้น

เทคนิคในการส่งเสริมการขายที่นิยมใช้มีหลายวิธี อาทิ การสาธิตคุณสมบัติและวิธีการใช้สินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจในตัวสินค้า ซึ่งหากเป็นสินค้าชิ้นไม่ใหญ่มาก ผู้ขายสามารถนำไปสาธิตให้ลูกค้าทราบตามจุดต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือสถานที่ที่สะดวกได้ แต่หากสินค้ามีชิ้นใหญ่ ก็อาจใช้วิธีการเชิญชวนลูกค้าให้เข้ามาชมสินค้าในโรงงานแทน

การจัดแสดงสินค้า (Exhibition) เป็นวิธีการส่งเสริมการขายวิธีหนึ่งที่ได้รับคามนิยมสูงในปัจจุบัน เพราะสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย และลูกค้าสามารถเลือกชมสินค้าที่นำมาแสดงได้โดยง่าย

การแจกสินค้าตัวอย่าง (Sample) ส่วนใหญ่มักใช้ในกรณีที่ออกสินค้าใหม่เช่น ออกแชมพูสระผมตัวใหม่ ครีมหาผิวกลิ่นใหม่ จุดประสงค์ในการแจกสินค้าตัวอย่างเพื่อให้ผู้บริโภคทดลองใช้ แต่วิธีนี้อาจทำให้ต้นทุนสูง

การใช้คูปอง (Coupon) เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายที่นิยมใช้แพร่หลายอีกวิธีหนึ่ง เพราะวิธีนี้ลูกค้าที่ได้รับจะถือว่าเป็นการให้ส่วนลดอย่างหนึ่ง โดยลูกค้าสามารถนำคูปองที่แจกให้ไปแลกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ วิธีนี้จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้ามากขึ้น เพราะได้ราคาถูก โดยอาจทำให้ลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าอยู่แล้ว มีความต้องการสินค้าเพิ่ม หรืออาจได้ลูกค้าใหม่ๆ เข้ามา เพราะมองว่าเป็นราคาพิเศษได้

การให้ของแถม (Premium) เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายที่ต้องการให้ลูกค้าเกิดการยอมรับในตัวสินค้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเห็นผลในเวลาอันสั้น โดยอาจเป็นลักษณะการให้สินค้าอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการขายในร้านหรือผลิตขึ้นฟรี

การใช้แสตมป์การค้า (Trading stamp) การส่งเสริมการขายวิธีนี้ จะกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำได้ โดยลูกค้าอาจเกิดความต้องการสะสมแสตมป์ไว้แลกของที่ต้องการ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถขายของได้มากขึ้น และอาจมีลูกค้าประจำกลุ่มหนึ่ง โดยผู้ประกอบการสามารถกำหนดเงื่อนไขสินค้าที่ลูกค้าสามารถแลกซื้อได้ตามความเหมาะสม

การลดราคาสินค้า (Price-off) การส่งเสริมการขายวิธีนี้ เพื่อจูงใจลูกค้าให้มาซื้อสินค้าในช่วงเวลานั้น เป็นกลยุทธ์กระตุ้นความต้องการของลูกค้า ซึ่งมักได้ผลในระยะเวลาดำเนิน ผู้ประกอบการสามารถนำสินค้าที่ต้องการมาจัดรายการพิเศษตามช่วงเวลา หรือวัน ให้ลูกค้าได้เลือกซื้อได้ แต่วิธีการนี้หากนำมาใช้บ่อย อาจทำให้ลูกค้าเกิดความไม่แน่ใจในตัวสินค้าได้ และหากผู้ประกอบการมีงบประมาณในการส่งเสริมการขายในระดับหนึ่ง อาจจะใช้วิธีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้า โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อโฆษณาทางแจ้ง การใช้ Direct Mail การโฆษณาตามยานพาหนะ

อย่างไรก็ตามก่อนที่ผู้ประกอบการจะเลือกใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายวิธีใด ต้องศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมหลายประการ เช่น ลักษณะของตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อายุ อาชีพ สถานภาพของกลุ่มลูกค้า ลักษณะของผลิตภัณฑ์ เพราะผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทจะมีลักษณะเฉพาะที่ไม่เหมือนกัน รวมทั้งวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์

ราคาจำหน่าย และสิ่งสำคัญคืองบประมาณ เพราะการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในแต่ละครั้งผู้ประกอบการต้องมีเงินทุนพอสมควร ซึ่งผู้ประกอบการต้องพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เป้าหมายของการส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมทางการตลาดอย่างหนึ่งซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าหรือสิ่งจูงใจให้กับลูกค้า การส่งเสริมการขายมีเป้าหมายหลัก 2 เป้าหมาย คือ

1. การส่งเสริมการขายโดยตรงต่อผู้บริโภค โดยช่วยกระตุ้นการซื้อ เช่น การแจกตัวอย่างทดลองใช้ฟรี การให้คูปอง การแข่งขัน การคืนกำไร การแถมของชำร่วย การจัดวางสินค้า ณ จุดขาย แรงจูงใจดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อกระตุ้นการซื้อทันที นอกจากนี้ การส่งเสริมการขายยังช่วยกระตุ้นลูกค้าให้ซื้อสินค้าบ่อยขึ้น หรือเปลี่ยนจากลูกค้าที่มีศักยภาพในการซื้อเป็นลูกค้าจริงๆ ที่ซื้อสินค้า

2. การส่งเสริมการขายสำหรับผู้จำหน่ายสินค้า เช่น ผู้ค้าส่ง หรือตัวแทนจำหน่าย อาจจะมีการส่งเสริมการขาย เช่น การขายในราคาพิเศษเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมากการจัดประกวดแสดงสินค้า เป็นต้น ทั้งนี้เป็นการกระตุ้นผู้ค้าปลีกให้เก็บสต็อกสินค้าเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย

วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขายมีแตกต่างกัน เช่น การแจกตัวอย่างช่วยกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้เพื่อจูงใจลูกค้าใหม่ ให้รางวัลกับลูกค้าที่มีความภักดีต่อตราสินค้า และเพิ่มการซื้อซ้ำสำหรับลูกค้าที่ซื้อไม่บ่อย โดยลูกค้าใหม่มี 3 ประเภท คือ ลูกค้าที่เคยใช้สินค้ากลุ่มนี้หรืออื่นอยู่แล้ว ลูกค้าที่ใช้สินค้าอื่น และลูกค้าที่ชอบเปลี่ยนยี่ห้อสินค้าบ่อยๆ

โดยปกติแล้ว การส่งเสริมการขายจะจูงใจลูกค้ากลุ่มที่ชอบเปลี่ยนยี่ห้อสินค้าบ่อยๆ เนื่องจากลูกค้าที่เคยใช้สินค้ากลุ่มนี้หรืออื่นอยู่แล้ว ลูกค้าที่ใช้สินค้ากลุ่มอื่นมักจะไม่ทันสังเกตว่ามีกิจกรรมการส่งเสริมการขาย ส่วนลูกค้าที่ชอบเปลี่ยนยี่ห้อสินค้าบ่อยๆ จะมองหาสินค้าที่ราคาถูก คุ่มค่า หรือมีของแถม การส่งเสริมการขายเปลี่ยนลูกค้ากลุ่มนี้มาเป็นลูกค้าที่มีความภักดีต่อตราสินค้าได้ ผู้ขายมักจะคิดว่าการส่งเสริมการขายเป็นการทำลายความภักดีต่อตราสินค้า แต่การโฆษณาจะเป็นการสร้างความภักดีต่อตราสินค้านักการตลาดจึงต้องแบ่งงบประมาณสำหรับกิจกรรมทั้งสองส่วนนี้อย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการส่งเสริมการขายเป็นเวลานาน อาจเกิดผลเสียได้ เช่น ผู้บริโภคเริ่มมีความรู้สึกว่าราคาถูก และจะซื้อเมื่อสินค้าเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการส่งเสริมการขายเท่านั้น นอกจากนี้การส่งเสริมการขายเป็นเวลานานๆ จะไม่ช่วยให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้าโดยทั่วไปแล้ว การส่งเสริมการขายจะไม่ช่วยให้ยอดขายโดยรวมของสินค้าในกลุ่มเพิ่มขึ้น เพียงแต่ช่วยให้ยอดขายระยะสั้นเพิ่มขึ้นเท่านั้น ส่วนใหญ่บริษัทที่มีส่วนแบ่งตลาดน้อยๆ จะใช้การส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งตลาด แต่ไม่ค่อยเหมาะสมสำหรับผู้นำตลาด

ข้อควรระวังของการใช้การส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขายอาจทำให้ลดการภักดีต่อตราสินค้าน่าลง บางครั้งการส่งเสริมการขายอาจมีต้นทุนแฝงมากกว่าที่เตรียมประมาณไว้ เช่น ต้นทุนเพิ่มจากการเพิ่มการผลิต การใช้พนักงานขายมากขึ้น หรือการที่สื่อสารไปสู่ลูกค้าที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายของบริษัท เป็นต้น นอกจากนี้ยังเพิ่มความยุ่งยากให้กับร้านค้าปลีกและอาจไม่ให้ความร่วมมือได้

เรื่องที่ 3 การจดบันทึกการขาย

การจัดทำสมุดบัญชีและวิธีบันทึก

สมุดบัญชีส่วนประกอบพื้นฐานของระบบบัญชี เป็นการแยกบันทึกรายการต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้เช่น การเพิ่มขึ้น ลดลง และยอดคงเหลือของสินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนของเจ้าของ รายได้ และค่าใช้จ่าย วัตถุประสงค์ในการจัดทำสมุดบัญชีคือ เพื่อรวบรวมและแยกแยะรายการบัญชีอย่างเป็นระบบ และใช้ยอดคงเหลือและยอดที่เกิดขึ้นในสมุดบัญชีให้เป็นประโยชน์ในการจัดทำบัญชีงบดุลและบัญชีกำไรขาดทุน

รูปแบบของสมุดบัญชีที่ง่ายที่สุดควรเป็นรูปตัว T ดังเช่น

ชื่อและหมายเลขสมุดบัญชี

เดบิต	เครดิต
-------	--------

รูปแบบสมุดบัญชีแบบนี้แบ่งเป็นด้านซ้ายกับด้านขวา ด้านซ้ายเรียกว่า ลูกหนี้ (Debit Side) เขียนย่อเป็น Dr. ด้านขวาเรียกว่า เจ้าหนี้ (Credit Side) เขียนเป็น Cr. คำว่า เดบิตกับเครดิต มาจากคำในภาษาละติน ซึ่งเดิมมีความหมายว่า “ติดค้าง” และ “มี” แต่เมื่อเวลาผ่านไปความหมายนี้ก็หมดไป ตอนนี้จะเพิ่มถึงแต่ด้านซ้ายและด้านขวาของสมุดบัญชีเท่านั้น และสมุดบัญชีรูปตัว T ออกแบบเพื่อความสะดวกในทางคณิตศาสตร์ ไม่ใช่สมุดบัญชีที่เป็นมาตรฐาน จึงใช้บันทึกอย่างเป็นทางการสำหรับกิจการไม่ได้

สมุดบัญชีแบบมาตรฐานที่ใช้สำหรับกิจการคือ

ชื่อและรหัสเลขสมุดบัญชี

วันที่	รายการ	หน้า บ/ช	เดบิต	วันที่	รายการ	หน้า บ/ช	เครดิต

สมุดบัญชีแบบมาตรฐานประกอบด้วย 5 ส่วนดังนี้

1. ชื่อและหมายเลขสมุดบัญชี มีไว้เพื่อบอกสาระที่บันทึกอยู่ในสมุดบัญชีเล่มนั้น รวมทั้งการจัดลำดับเลขที่ในสมุดบัญชีแยกประเภท
2. ช่องวันที่ ใช้บันทึกว่ารายการบัญชีเกิดขึ้นในวัน เดือน ปีอะไร
3. ช่องรายการ ใช้อธิบายลักษณะและสาระของรายการบัญชี
4. ช่องหน้า บ/ช ใช้บันทึกการโอนบัญชี คือรายการที่บันทึกอันใดอันหนึ่งนั้นได้มาจากการยกเอามาจากหน้าสมุดบัญชีรายวันเล่มไหน การมีช่องนี้ไว้ก็เพื่อสะดวกในการตรวจหา
5. ช่องยอดเงิน ใช้บันทึกยอดเงินที่เพิ่มขึ้น ลดลงและยอดเงินคงเหลือของรายการบัญชี รายการใดรายการหนึ่ง

รูปแบบสมุดบัญชีอีกประเภทหนึ่งคือ สมุดบัญชียอดคงเหลือ

ชื่อและรหัสเลขสมุดบัญชี

ปี		รายการ	หน้า บ/ช	เดบิต	เครดิต	ยอดคงเหลือ	
วัน	เดือน					เดบิตหรือเครดิต	จำนวนเงิน

ซึ่งคงเห็นได้ไม่ยากว่า สาระโครงสร้างของสมุดบัญชียอดเงินคงเหลือจะเหมือนกับสมุดบัญชีแบบมาตรฐานทุกอย่าง จะต่างกันก็แต่รูปแบบการจัดวางเท่านั้น

ใบงานที่ 5

ชื่อ-สกุล.....รหัสนักศึกษา.....
รหัส.....กศน.ตำบล.....
กศน.อำเภอ.....จังหวัด.....

1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อช่องทางการตลาด

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. วิธีการส่งเสริมการขาย มีอะไรบ้าง

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. การจดบันทึกการขาย หมายถึง

.....
.....
.....
.....

ตอนที่ 6

การพัฒนาระบบการบัญชี

เรื่องที่ 1 การจดบันทึกเพื่อระบุกลุ่มเป้าหมาย

ประเภทของการจดบันทึก

การจดบันทึกแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การจดบันทึกจากการฟัง การฟังคำบรรยายและการจดบันทึกเป็นของกลุ่มกัน บันทึกคำบรรยายคือ ผลของการสื่อสารระหว่างผู้บรรยายกับผู้ฟัง คำบรรยายเป็นเสมือนคำสนทนาของผู้พูดกับผู้ฟัง ผู้สอนกับผู้เรียน ผลการสนทนาจะประสบผลสำเร็จเพียงใด จะดูได้จากบันทึกที่จด ถ้าผู้ฟังหรือผู้เขียน เข้าใจเรื่องที่ฟังดี บันทึกก็จะดีไปด้วยการที่ผู้ฟังจะเข้าใจในเรื่องที่เรียนได้ดีเพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ หลายประการ อาทิเช่น ความสนใจในเรื่องที่บรรยาย รูปแบบของการบรรยาย ความพร้อมของผู้ฟัง นอกจากเรื่องการฟังแล้วผู้เรียนจะต้องรู้วิธีการจดบันทึกอย่างมีประสิทธิภาพ คือ รู้แนวทาง ในการจดและวิธีการจดด้วย

2. การจดบันทึกจากการอ่าน เป็นการจดบันทึกที่ง่ายกว่าการจดบันทึกจากการฟัง เพราะมีเล่มหนังสือ หรือสื่อต่าง ๆ ให้ดูตลอดเวลา จะอ่านซ้ำก็ทำได้ จึงสามารถรายละเอียดได้ดีกว่า วิธีจดมีหลายวิธีขึ้นอยู่กับ ความเหมาะสมของเนื้อหา วิธีดังกล่าว ได้แก่ การจดแบบย่อความ การจดแบบถอดความ การจดแบบอัญญาพจน์ การจดแบบโครงเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นการจดแบบใดควรจดเนื้อหาลงบัตรคำดีกว่าจด ลงสมุด เพราะสะดวก ในการจด สะดวกในการเก็บและนำมาใช้ สะดวกในการพกพา ขนาดบัตรที่นิยมใช้กันคือ ขนาด 3x5 นิ้ว และ 4x6 นิ้ว ควรจะใช้บัตรขนาดเดียวกันเพื่อสะดวกในการเก็บ บัตรคำที่ใช้อาจจะไม่ต้องไปซื้อหามา ให้ตัดจากกระดาษสมุดที่ใช้เหลือ ๆ ก็ได้ ข้อความที่อยู่ในบัตรคำได้แก่ หัวเรื่องหรือคำสำคัญซึ่งจะใส่ไว้มุมบนขวา ของบัตรบรรทัด ต่อมาคือรายละเอียดทางบรรณานุกรม ของสื่อสิ่งพิมพ์ แล้วจึงตามด้วยข้อความที่จด

แนวทางในการจดบันทึกคำบรรยาย

สมุดจดบันทึกเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุดในการเรียนผู้เรียนควรศึกษาเทคนิคหรือแนวทางในการ จดบันทึกอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความสำเร็จในการศึกษาเล่าเรียน แนวทางดังกล่าว ได้แก่

1. เตรียมพร้อมที่จะจดบันทึก เริ่มตั้งแต่เตรียมใจรับข่าวสารโดยการอ่านหนังสือมาล่วงหน้า ศึกษาประเด็นสำคัญเพื่อ เป็นพื้นฐานก่อนเข้าเรียน หรือทบทวนคำบรรยายเก่า บันทึกที่จดจากการอ่าน หรือ คำวิจารณ์เพิ่มเติมที่จดไว้ในตำราของเรา

2. ใช้อุปกรณ์การจดบันทึกที่เหมาะสม อาทิ สมุดจดบันทึกมาตรฐานขนาด 8.5x11 นิ้ว ชนิดที่มีห่วงกลม ๆ ยึด สามารถเติมหรือถอด กระดาษเข้าออกได้ สะดวกในการปรับเปลี่ยนหน้า เก็บการบ้านหรือเนื้อหาที่ค้นคว้า เพิ่มเติมมา ควรจดบันทึกหน้าเดียว อีกหน้าหนึ่งเว้น ไว้เพื่อเพิ่มเติมเนื้อหา ข้อคิดเห็นและเพื่อสะดวกในการ ทบทวน ในการจัดเรียงเนื้อหา ก่อนจดบันทึกแต่ละครั้งควรจดหัวข้อที่จะบรรยาย ชื่ออาจารย์ ชื่อวิชา วัน เดือน ปี ทุกครั้ง ผู้เรียนควรมีเครื่องเขียนให้พร้อม อาทิ ปากกาสีปลายสักหลาด สำหรับเน้นหัวข้อ หรือประเด็น สำคัญ

3. จดคำบรรยายด้วยภาษาของตนเอง การจดคำบรรยายด้วยภาษาของตนเอง จะอ่านเข้าใจได้ดีกว่า จำง่ายกว่า เพราะเป็นการเรียบเรียงความคิดที่เกิดจากความเข้าใจในคำบรรยาย แต่ถ้าเป็นคำจำกัดความหรือสูตรต่าง ๆ ข้อเท็จจริงที่เฉพาะเจาะจง เราก็สามารถคัดลอกมาใส่ในบันทึกได้

4. กำหนดคำย่อในการจดบันทึก ถ้าเราใช้คำย่อในการจดบันทึกจะช่วยให้อ่านเร็วขึ้น ได้เนื้อหามากขึ้น คำย่อที่ใช้อาจจะสร้างขึ้นเองและควรจะใช้อย่างสม่ำเสมอจนคุ้นเคยเพื่อจะได้ไม่สับสนและอ่านง่าย คำย่อที่ใช้อาจตัดมาจากคำต้นของคำต่าง ๆ คำย่อมาตรฐาน หรือสัญลักษณ์ต่างๆ

5. จดบันทึกให้สมบูรณ์ ควรจดบันทึกให้ครอบคลุมประเด็นสำคัญทุกประเด็น ผู้ที่จดบันทึกสมบูรณ์มักจะเป็นผู้ที่สอบได้คะแนนดี เพราะเขาสามารถระลึกถึงเรื่องที่เรียนมาได้ครบถ้วน ถ้าเราไม่แน่ใจหรือไม่เห็นด้วย กับประเด็นสำคัญที่อาจารย์สอน เราก็ควรจด บันทึกไว้ก่อน แล้วจึงค่อยกลับมาพิจารณาหรือตีความเนื้อหาตอนนั้นใหม่ ควรจดบันทึกให้มากไว้ก่อนดีกว่าที่จะตัดทิ้งไป

6. จัดระเบียบบันทึก ในการจดบันทึกควรจัดระเบียบเนื้อหาให้เป็นลำดับขั้นตอนให้เห็นความสัมพันธ์ของข้อความ โดยจดประเด็น หลักลงไปก่อนแล้วจึงตามด้วยข้อความสนับสนุน

7. จดบันทึกอย่างมีตรรกะ ควรจดบันทึกให้มีระเบียบ มีตรรกะ คือ มีเหตุมีผล ใช้คำที่แสดงการเชื่อมโยงและการต่อเนื่องของ ความคิด เช่น ประการแรก ประการที่สอง ประการที่สาม ใช้คำที่แสดงความคิดเห็นตรงกันข้าม เช่น “ในทางตรงกันข้าม” ใช้คำที่แสดงข้อยกเว้น เช่น “ถึงอย่างไรก็ตาม” ใช้คำที่แสดงการเพิ่มเติมเนื้อหา เช่น “นอกจากนี้” ใช้คำที่แสดงการจบ ของเนื้อหา เช่น “สุดท้ายนี้” คำดังกล่าวนี้ เป็นสัญญาณที่อาจารย์ใช้เพื่อแสดงการเป็นเหตุเป็นผลของเนื้อหาที่สอน

8. จดบันทึกละเอียดในเรื่องที่ไม่คุ้นเคย ในการจดบันทึกคำบรรยายเรื่องที่ไม่คุ้นเคยไม่มีความรู้มาก่อน ควรจะจดให้ละเอียดสมบูรณ์แจ่มแจ้ง เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิด เมื่อมาอ่านภายหลังสำหรับเรื่องที่เคยเรียนมาแล้ว เราอาจจะจดอย่างย่อก็ได้

9. จงระวังการเลือกจำ การจดบันทึกคำบรรยายในเรื่องที่เรามีความคิดเห็นขัดแย้งเรื่องที่ไม่ตรงกับความต้องการ เรื่องที่เราไม่มีความเชื่อถือ ผู้เรียนมักจะจดไม่ตรงประเด็น ไม่สมบูรณ์ คือเลือกจดหรือเลือกจำตามความพอใจ ซึ่งเป็นการไม่ถูกต้อง เพราะจะไม่เป็นผลดีในการระลึกถึงเรื่องที่ฟังมาขณะสอบ เพราะอาจจะไม่ถูกต้องและไม่สมบูรณ์

10. อย่าหยุดจดบันทึกถ้าจดไม่ทัน การจดบันทึกคำบรรยาย บางครั้งเราอาจจะสับสนหรือฟังเรื่องที่อาจารย์บรรยายไม่ทัน อย่าหยุดจดและถามเพื่อนที่นั่งข้างๆ เพราะจะทำให้จดไม่ทันทั้งสองคน ให้ใส่เครื่องหมาย “ ? ” ลงแทน เพื่อกันลืมและจดเรื่องอื่นต่อไปทันที เมื่อหมดชั่วโมงหรือเวลาที่อาจารย์เปิดโอกาสให้ซักถาม จึงค่อย ถามอาจารย์หรือถามเพื่อน

11. ทบทวนบันทึกทันทีที่เมื่อจบการบรรยาย ควรทบทวนบันทึกทันทีที่จบคำบรรยาย ใช้เวลานั้นๆ เพียง 5 นาทีก็พอ คงจำกันได้ว่าการลืมจะเกิดขึ้นทันทีหลังจากการเรียนรู้ และจะมีอัตราสูงด้วย ดังนั้นถ้าเราได้ทบทวนทันทีจะช่วยให้เราไม่ลืมหรือลืมน้อยลง

การที่จะรู้ว่าการต้องการของผู้ใช้บริการ จากงานบริการตามสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน คงไม่ใช่สิ่งที่จะค้นหาคำตอบไม่ได้ เพราะความต้องการใช้ทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นจริงในงานบริการกับสิ่งที่คาดหวังของผู้ใช้ทุกระดับสามารถเชื่อมต่อกับความต้องการให้เป็นหนึ่งได้ด้วยวิธีการ Focus Group โดยเน้นประเด็นความต้องการสารสนเทศให้สอดคล้องกับการใช้ในเวลาที่พอเหมาะพอดี ซึ่งจะช่วยลดปัญหาของผู้ใช้ที่มีต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านเป็นแหล่งความรู้ทางการเรียนการสอนได้ระดับหนึ่ง การนำโฟกัสกรุปเพื่อนำมาประยุกต์ใช้เช่น การสนทนากลุ่ม เป็นวิธีเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการจัดให้คนที่เลือกจากประชากรที่ต้องการศึกษาจำนวนไม่มากนัก มาร่วมวงสนทนากัน เพื่ออภิปรายพูดคุยกัน โดยมุ่งประเด็นการสนทนาไปยังเรื่องที่สนใจศึกษา ในระหว่างการจัดสนทนากลุ่มอย่างเป็นระบบ อาจเลือกผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มจำนวน 7-12 คน ที่มีลักษณะทางประชากร สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน มาพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นปัญหาเดียวกัน ระหว่างการพูดคุย มีพิธีกรเป็นผู้ดำเนินการ มีผู้จัดบันทึกเป็นผู้คอยเฝ้าเหตุการณ์สนทนา และมีเทปบันทึกเสียงบันทึกรายละเอียดของการพูดคุย เมื่อเสร็จสิ้นการสนทนา ผู้จัดบันทึกจะถอดรายละเอียดจากเทปที่บันทึกไว้เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ต่อไป ดังนั้นความหมายของการสนทนากลุ่ม จึงหมายถึงการรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในประเด็นปัญหาที่เฉพาะเจาะจง โดยมีผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) เป็นผู้คอยจุดประเด็นในการสนทนา เพื่อชักจูงให้กลุ่มเกิดแนวคิดและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวางละเอียดลึกซึ้ง โดยมีผู้เข้าร่วมสนทนาในแต่ละกลุ่มประมาณ 6-10 คน ซึ่งเลือกมาจากประชากรเป้าหมายที่กำหนดเอาไว้ ประโยชน์ของการสนทนากลุ่ม สามารถระบุใช้ในการศึกษาความคิดเห็น ทักษะสติ ความรู้สึก การรับรู้ ความเชื่อ และพฤติกรรม หรือใช้ในการกำหนดสมมติฐานใหม่ๆ หรือใช้ในการกำหนดคำถามต่างๆที่ใช้ในแบบสอบถาม หรือใช้ค้นหาคำตอบที่ยังคลุมเครือ หรือยังไม่แน่ชัดของการวิจัยแบบสำรวจ เพื่อช่วยให้งานวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น หรือใช้ในการประเมินผลทางด้านธุรกิจ ข้อดีของการสนทนากลุ่ม ผู้เก็บข้อมูล เป็นผู้ได้รับการฝึกอบรมเป็นอย่างดี เป็นการเผชิญหน้ากันในลักษณะกลุ่มมากกว่าและการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว ทั้งนี้ให้มีปฏิริยาโต้ตอบกันได้ ส่วนบรรยากาศของการคุยกันเป็นกลุ่มจะช่วยลดความกลัวที่จะแสดงความคิดเห็นส่วนตัว ข้อจำกัดถ้าในการสนทนากลุ่ม มีผู้ร่วมสนทนาเพียงไม่กี่คนที่แสดงความคิดเห็นอยู่ตลอดเวลาจะทำให้ข้อมูลที่ได้เป็นเพียงความคิดเห็นของคนส่วนน้อยเหล่านั้น ดังนั้นจึงต้องระวังไม่ให้เกิดการผูกขาดการสนทนาขึ้น พฤติกรรมบางอย่างซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ยอมรับในชุมชนอาจไม่ได้รับการเปิดเผยในกลุ่มสนทนา ในกรณีนี้ใช้การสัมภาษณ์ตัวต่อตัวจะดีกว่า ถ้าผู้ดำเนินการสนทนาคุมเกมส์ไม่ได้ การสนทนากลุ่มจะไม่ราบรื่น

เรื่องที่ 2 การจดบันทึกเพื่อระบุผลิตภัณฑ์ที่ตลาดต้องการ

การจดบันทึก การจดบันทึกเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดูนกมากอีกประการหนึ่ง ควบคู่ไปกับใช้กล้องส่องทางไกลและคู่มือดูนกเพราะจะช่วยให้เราเก็บข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับนอกจาก การสังเกตของตัวเองไว้ได้อย่างชัดเจน เช่น เราพบนกที่ไหน บ่อยครั้งเพียงใด รวมทั้งรายละเอียดเกี่ยวกับพฤติกรรมต่างๆ ของนกที่เราพบเห็นเนื่องจากการจดจำได้อย่างเดียวอาจคลาดเคลื่อนหรือไม่ อาจจำได้ทั้งหมด ดังนั้นการจดบันทึกจึงเป็นประโยชน์ในการค้นคว้าทบทวน และศึกษาเพิ่มเติมในภายหน้าเป็นการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับนก พฤติกรรมอาหาร แหล่งอาศัยและสิ่งแวดล้อมอื่นๆ การจดบันทึกจึงเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้เราเป็นนักดูนกที่ดีทั้งยังเป็นความทรงจำที่ดีถึงช่วงเวลาที่สนุกสนานในการดูนกเมื่อนำสมุดบันทึกกลับมาดูอีกครั้ง

อุปกรณ์ที่ใช้ในการจดบันทึก สมุดพกติดตัว (field notebook) ขนาดพกพาสะดวกสำหรับนำติดตัวไปในเวลาที่ออกดูนกนอกสถานที่ ควรเป็นปกแข็ง ไม่มีเส้นบนกระดาษ สมุดบันทึกถาวรควรมีขนาดใหญ่กว่าสมุดพกติดตัวและใช้บันทึกข้อมูลรายละเอียดและชัดเจนมากขึ้น สำหรับเก็บเป็นข้อมูลวารสาร ดินสอ ปากกา และยางลบ ดินสอสีและสีน้ำ การจดบันทึกที่ดี ควรจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ บันทึกความจริง สิ่งนี้สำคัญที่สุดคงไม่มีใครตั้งใจจะแต่งเรื่องให้ผิดความจริง แต่สิ่งที่บันทึกอาจคลาดเคลื่อนได้ หากเราไม่ระมัดระวังพอ ควรบันทึกสิ่งที่เห็นไม่ใช่ที่คิดว่าเห็น อะไรที่ไม่แน่ใจควรบอกว่าไม่แน่ใจ ตัวอย่างหนึ่งในอดีตคือการบันทึกนิสัยการทำรังของนกเงือก ของเจ้าฟ้ากุ่มในนิราศธารทองแดง ที่ว่าตัวผู้เข้าไปปักไข่ในโพรงส่วนตัวเมียไปเล่นซู้ ซึ่งนับว่าผิดพลาดจากความเป็นจริงมาก บันทึกวันที่ ณ สถานที่ที่พบเห็น (field note) ช่วยให้เราบันทึกได้อย่างครบถ้วนถูกต้อง อย่าเชื่อความจำตนเองเลยมันมักจะตกหล่นไปเสมอ บันทึกอย่างเป็นวิทยาศาสตร์

วิธีการจดบันทึก เมื่อเราพบเห็นนกตัวใดตัวหนึ่ง เราต้องสังเกตรายละเอียดของนกให้ได้มากที่สุดแล้วบันทึกเอาไว้ให้มากที่สุดเท่าที่จะจำได้ โดยเขียนคำบรรยายให้ชัดเจนถึงลักษณะต่างๆ ของนกเน้นที่จุดเด่นต่างๆ รวมทั้งพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมดังนี้

ชื่อนกที่พบ (ในกรณีที่ทราบแล้วว่าเป็นนกชนิดใด) ขนาดของนก ซึ่งหากไม่รู้จักนกชนิดนั้นควรเปรียบเทียบกับขนาดนกที่พบโดยทั่วไป เช่น ใหญ่กว่านกกระจอกบ้าน แต่เล็กกว่านกเขาชวา

รูปร่างลักษณะ เช่น นกตัวนั้นมีรูปร่างลำตัวพอมยาว หรืออ้วนป้อม ปากสั้นหรือปากยาวโค้งแหลมหรือตรงยาว มีจุดสังเกตที่เด่นชัดอยู่ที่ส่วนใด เช่น มีจุดที่ดำข้างแก้ม หรือมีสีขาที่ปลายปีก นกบางตัวอาจมีสีขนที่เปลี่ยนไปตามอายุหรือช่วงฤดู เช่น นกชายเลน เหยี่ยว ดังนั้นจึงต้องพยายามสังเกตและจดบันทึกการเปลี่ยนแปลงนั้น เช่น สีขน แแถบที่ปีก สีของปลายปาก เป็นต้น

พฤติกรรม ให้สังเกตถึงลักษณะท่าทางที่นกชอบกระทำบ่อยๆ เช่น การเกาะ ว่าอยู่ในท่าตัวตั้งตรงหรือขนานกับกิ่งไม้ การบิน เป็นแนวเส้นตรงอย่างนกกิ้งกือหรือบินอื่นๆ อย่างนกหัวขวานชอบกระดกหางหรือแพนหาง รวมทั้งพฤติกรรมในการทำรังว่ามีลักษณะอย่างไร ใช้อุปกรณ์อะไรและทำรังบริเวณใด เช่น ทำรังในโพรงไม้ หรือตามโพรงดิน

เสียงร้องและเสียงร้องเพลงนก จะส่งเสียงร้องเมื่อต้องการแสดงอารมณ์ต่างๆ ทั้งเสียงร้องตกใจ (Alarm call) เสียงร้องขู่ขวัญ ในการบันทึกให้บันทึกเสียงร้องปกติที่ได้ยินบ่อยๆ หรือเสียงร้องเพลงซึ่ง นกมักร้องเมื่อมีอารมณ์ดี เช่น หลังอาหารหรือขณะเกี่ยวพาราตี ว่ามีลักษณะอย่างไร แหบ แหลม หรือเบาหุ่ม แล้วถ่ายทอดออกมาเป็นตัวอักษร เสียงร้องของนกมีความจำเพาะ หากจำได้จะช่วยให้เราจำแนกชนิดนกได้ง่ายขึ้น และมีนกบางชนิดที่เราไม่อาจจำแนกจากลักษณะภายนอกได้เลย ต้องอาศัยเสียงร้องที่มีความแตกต่างกันช่วย การจดจำเสียงร้องของนกอาจใช้เครื่องบันทึกเสียงช่วย จะช่วยให้จดจำรายละเอียดของเสียงร้องได้ดีขึ้น

แหล่งที่อยู่อาศัย เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับบริเวณที่พบนกว่ามีสภาพอย่างไร เป็นป่าแบบไหน มีลักษณะเด่นอย่างไรบ้าง รวมทั้งระดับความสูงของพื้นที่ถ้าหากทราบ เช่น เป็นบริเวณป่าไผ่ริมน้ำตก หรือกลางทางเดินในป่าสน พบนกกินเมล็ดพืชอยู่ ควรบันทึกรายละเอียดของสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไปให้มากที่สุด

เวลา วันเดือนปี และสถานที่ เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับนักดูนกที่จะต้องทราบว่า พบนกชนิดนั้นที่ไหน เมื่อใด ในช่วงเวลาใด เพราะจะทำให้ทราบว่านกชนิดนั้นพบยากหรือพบง่าย จะทำให้เราทราบสถานภาพของนก รวมทั้งช่วงเวลาที่พบนก ทำให้เราทราบว่านกชนิดนั้นเป็นนกประจำถิ่นหรือนกอพยพ รวมทั้งการบันทึกจำนวน นกที่พบในแต่ละครั้ง

สภาพแวดล้อมและสภาพอากาศ เป็น ส่วนประกอบที่ทำให้การบันทึกรายละเอียดเกี่ยวกับนกสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เช่น นกบางชนิดชอบปรากฏตัวเมื่ออากาศมีแดดครึ้ม ส่วนเหยี่ยวและนกกาบบัวชอบบินร่อนขึ้นสูงในวันที่แดดจ้า ซึ่งมีอากาศร้อน (thermal) ช่วยยกตัวมันขึ้น นกหายากบางชนิด อาจพบเห็นตัวได้หลังจากมีพายุได้ผู้ฝน หรือดีเปรสชันพัดลงมาในการบันทึกเราควรวาดภาพร่างคร่าวๆ ของนกที่พบเพิ่มขึ้น เพื่อจะช่วยให้เรา เก็บรายละเอียดและทำความเข้าใจเกี่ยวกับนกชนิดนั้นได้ง่ายยิ่งขึ้น ทั้งยังแสดงลักษณะพฤติกรรมที่นกแสดงออก เช่น การข่มขู่ การเกี่ยวพาราตี การหาอาหาร รวมทั้งลักษณะของสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้การวาดภาพร่างจะสวยงามเพียงใด คงต้องขึ้นอยู่กับความชำนาญส่วนตัวและการฝึกฝน แต่ทุกคนสามารถที่จะวาดภาพร่างคร่าวๆ ได้ เพียงให้ตัวเองสามารถจดจำและเข้าใจรายละเอียดต่างๆ ได้ดีขึ้น ทั้งยังอาจนำภาพร่างที่เราพบแต่บอกชื่อไม่ได้ไปถาม ผู้รู้ให้ช่วยจำแนกชนิด ได้ในภายหลัง ส่วนการบันทึกความรู้สึก เป็นสิ่งที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ เราอาจถ่ายทอดให้ผู้อื่น ได้ต้นเต้น ดีใจ ประทับใจไปกับเรา ตรงกันข้ามเมื่อเราไปดูนกแล้วพบการดักจับล่านก การทำลายป่าต้นเป็นบ้านของนก เราอาจรู้สึกเศร้าสลด หรือโกรธแค้น ความรู้สึกเหล่านี้ควรได้รับการจดบันทึก เพราะจะเป็นพลังในการสื่อสารถึงคนอื่นได้อย่างดี การบันทึกแผนที่ทางเดินและพื้นที่ดูนก เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้เรารู้จักสภาพแวดล้อมหรือพื้นที่ดีขึ้น และเป็นประโยชน์แก่ผู้อื่นด้วยเช่นกัน

การบันทึก หมายถึง ข้อความที่จดไว้เพื่อช่วยความทรงจำหรือเพื่อเป็นหลักฐาน หรือข้อความที่นำมาจดย่อๆ ไว้เพื่อให้รู้เรื่องเดิม (ราชบัณฑิตยสถาน 2525)

การจดบันทึก

การจดบันทึก คือการเขียนข้อความ เพื่อช่วยในการจำ เป็นเครื่องมือในการรวบรวมความรู้ที่อ่านประมวลความคิดหลังจากการอ่าน และเพื่อได้กรอบความคิดในเนื้อหาสาระสำหรับการอ่านต่อไป การจดบันทึกมีประโยชน์มาก ในการศึกษาทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาด้วยตนเองตามระบบการสอนทางไกล เพราะผู้เรียนต้องค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเองจากการอ่าน นักศึกษาที่เริ่มต้นเรียนเป็นปีแรกๆ มักประสบปัญหาในเรื่อง การจดบันทึก เพราะขาดประสบการณ์ ที่สำคัญคือ ไม่รู้เทคนิคในการจดบันทึก โดยธรรมชาติแล้วมันเป็นการยากที่เราจะเข้าใจ จดจำจุดสำคัญ และรายละเอียดปลีกย่อยที่เราอ่านหรือฟังได้หมด เราอาจจะลืมหัวข้อใหญ่ๆ ผลก็คือ ต้องอ่านใหม่อีกครั้งหรือสองครั้ง เพื่อให้จำจุดสำคัญได้ซึ่งเป็นการเสียเวลา จึงควรจะมีสิ่งที่มาช่วยจำว่าเราอ่านอะไรไปบ้าง การจดบันทึกเป็นการช่วยจำและทำให้เข้าใจยิ่งขึ้น นักศึกษาบางคนจดบันทึกไม่ได้เพราะพยายามจดอย่างละเอียด จนเกินความจำเป็น ไม่มีการสรุปประเด็น ไม่มีการเรียบเรียงความคิด ก็เกิดความท้อแท้ที่จะจด และหยุดจด ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาที่ผิด การจดบันทึกนับว่าเป็นทักษะในการเรียนที่สำคัญและจำเป็นมากสำหรับการเรียนด้วยตนเองเพราะในแต่ละภาคการศึกษา นักศึกษาอาจลงทะเบียนเรียน 3 ชุติวิชา ซึ่งมีเนื้อหาสาระหลากหลายเป็นจำนวนมาก หากไม่มีเทคนิค หรือเครื่องมือช่วยในการจำที่ดีจะทำให้เกิดความสับสนและเมื่อต้องมีการทบทวนก่อนสอบ บันทึกย่อที่ทำได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

แนวทางการจดบันทึก

1) บันทึกสาระสำคัญ ได้แก่ การบันทึกคำหรือประเด็นสำคัญ ทั้งชื่อเรื่อง หัวข้อหลัก และหัวข้อรอง รวมทั้งความหมายของคำสำคัญ โดยการตอบคำถามตามสูตร 5 W 1 H อาทิ ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับอะไร อาจารย์บรรยายถึงสิ่งนั้นอย่างไร และทำไมจึงเป็นเช่นนั้น

2) บันทึกชื่อหนังสือหรือตำรา และหัวข้อ รวมทั้งชื่อผู้แต่ง หรือชื่อหัวข้อ และชื่ออาจารย์ผู้บรรยาย การบันทึกจากการอ่านนั้น การบันทึกดังกล่าวจะช่วยในการค้นคว้าเมื่อต้องการรายละเอียด รวมทั้งการอ้างอิงได้ทันที

3) จัดหมวดหมู่ของสาระสำคัญ โดยแบ่งเป็นกลุ่มๆ หรือหมวดหมู่ตามแต่เนื้อหา ทั้งนี้เพื่อค้นคว้าหรือทบทวนได้สะดวก และจดจำได้ง่ายขึ้น การจัดหมวดหมู่ของสาระสำคัญทำได้หลายวิธี เช่น จัดหมวดหมู่ตามหัวข้อ จัดหมวดหมู่ความเหมือนหรือความแตกต่าง ฯลฯ

4) เรียงลำดับเรื่องให้อ่านและเข้าใจง่าย และที่สำคัญคือ เชื่อมโยงประเด็นให้เห็นความสัมพันธ์ทั้งหมด และถูกต้องตามความหมาย การเรียงลำดับเรื่องทำได้หลายวิธี อาทิ เรียงลำดับตามลำดับเวลา (อดีต-ปัจจุบัน) เรียงลำดับตามตำแหน่งพื้นที่ (เหนือ-ใต้-ออก-ตก) เรียงลำดับตามสาเหตุไปสู่ผล (ที่เกิดขึ้น)

5) ใช้ถ้อยคำที่กระชับ แต่ชัดเจน เข้าใจง่าย และครอบคลุมเนื้อหามากที่สุด โดยอาจใช้เทคนิคการบันทึกโดยใช้คำสัมผัส ซึ่งการใช้คำที่มีเสียงสัมผัสคล้องจองจะช่วยให้จำได้ดี

วิธีการและเครื่องมือช่วยในการบันทึก

1. การจดบันทึก การจดบันทึกสามารถดำเนินการได้หลายวิธี สำหรับผู้เรียนด้วยตนเองอาจดำเนินการบันทึกได้ตั้งแต่ช่วงการอ่านเอกสารการสอน เช่นการใช้ ดินสอหรือปากกาขีดเส้นใต้หรือใช้ปากกาขีดขอบข้อความสำคัญไว้ หรืออาจทำเครื่องหมาย * > < = / หรือ ? เป็นต้น หลังจากนั้นก็นำมาจัดทำเป็นบันทึกย่อ ซึ่งสรุปสาระสำคัญจากการอ่าน หรือการฟังการบรรยายจากอาจารย์สอนเสริม หรือจากการฟังหรือชมรายการวิทยุกระจายเสียง รายการวิทยุโทรทัศน์ ทำให้ได้เนื้อหาสั้น กระชับรัดกุม มีความสำคัญครบถ้วน อ่านง่าย

2. การบันทึกย่อในกระดาดย่อความ การบันทึกย่อในกระดาดย่อความ ได้แก่การบันทึกสาระสำคัญและรายละเอียดพร้อมสรุปในกระดาดย่อความที่แบ่งพื้นที่เป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 สาระสำคัญ ได้แก่ คำสำคัญ ประเด็นสำคัญหรือประโยคสำคัญที่มีคุณลักษณะสำคัญ คือ เป็นประโยคหรือคำที่มีความหมายครอบคลุมย่อหน้าใดย่อหน้าหนึ่งมากที่สุด อาจเป็นเนื้อหาในส่วนที่ผู้เขียนเน้นย้ำมากที่สุด และอาจเป็นคำหรือข้อความที่อธิบายรายละเอียด อธิบายสนับสนุนหรือความคิดเห็นที่แตกต่าง โดยทั่วไปมักปรากฏเป็นตัวอักษรขนาดใหญ่ หรือตัวอักษรหนาเข้ม หรือ ตัวอักษรเอียง

ส่วนที่ 2 รายละเอียด คือส่วนข้อความที่เป็นเนื้อหาสาระที่ขาดไม่ได้ หรือเมื่อไม่มีแล้ว อาจทำให้ไม่เข้าใจ หรือเข้าใจผิดได้

ส่วนที่ 3 ส่วนสรุปเป็นการสรุปความหรือย่อความเป็นการนำเอาเรื่องราวต่างๆมาเขียนใหม่ด้วยถ้อยคำภาษาของผู้เขียนเองเมื่อเขียนแล้วเนื้อความเดิมจะสั้นลง แต่ยังมีใจความสำคัญครบถ้วน การย่อนี้ไม่มีขอบเขตว่าย่อลงไปเท่าใด จึงจะเหมาะสม เพราะบางเรื่องมีใจความมากก็จะย่อได้ 1 ใน 2 บางครั้งมีใจความสำคัญน้อยอาจเหลือ 1 ใน 4 หรือมากกว่านั้น แต่ที่สำคัญควรครอบคลุมใจความหรือเนื้อหาสาระสำคัญเดิม

3. บันทึกเป็นแผนภูมิแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ แผนภูมิ หมายถึง แผนที่ เส้น หรือ ตารางที่ทำขึ้นเพื่อแสดงเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การบันทึกแบบแผนภูมิเชื่อมโยงความสัมพันธ์ช่วยให้นักศึกษาสามารถรวบรวมเนื้อหาสาระที่นักศึกษาต้องการได้อย่างต่อเนื่อง เป็นระบบ ง่าย ๆ จำง่าย

4. บันทึกแบบแผนภูมิความคิด การเขียนแผนภูมิความคิด Mind maps หรือแผนภูมิช่วยจำ เป็นการบันทึกและเรียบเรียงความเข้าใจในสาระที่ได้จากเนื้อเรื่องที่อ่านซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของแผนภูมิ หรือแผนภาพที่ทำขึ้นได้ง่ายๆ โดยมีได้เน้นรูปแบบมากนัก เนื่องจากต้องการให้อิสระแก่ผู้จัดทำแผนภูมิ ในการสรุปตามความเข้าใจด้วยรูปแบบของตนเอง Mind maps เป็นเครื่องมือช่วยจำที่ โทนี บูซาน คิดค้นมาให้เหมาะสมกับการทำงานของสมองเพราะมีการแตกข้อมูลจากจุดศูนย์กลางคล้ายเซลล์สมองจริงๆ มีการใช้ภาพ ใช้สีเส้นซึ่งว่ากันตามหลักการทำงานของสมอง

วิธีการเขียนแผนภูมิช่วยจำ

การเขียนแผนภูมิช่วยจำ มีเทคนิคในการเขียนคำอธิบายควรรู้ ใช้เครื่องหมาย รูปภาพ ตัวเลข สัญลักษณ์ต่างๆ มาประกอบ เพื่อให้การเขียนแผนภูมิ เป็นไปโดยง่ายและรวดเร็ว โดยมีแนวทางแบบง่ายๆ ดังนี้

1. เริ่มต้นเขียนแผนภูมิ ด้วยการเขียนหัวเรื่อง หัวข้อสำคัญหรือประเด็นสำคัญที่สุด ด้วยรูปแบบใดๆ ก็ได้ที่คุณชอบไว้ตรงกลางกระดาษ
2. ค่อยๆ แยกแขนงความคิด ความเข้าใจออกไปเป็นข้อย่อยๆ โดยแตกแขนงออกจากศูนย์กลาง
3. ใช้เส้นแสดงความเชื่อมโยงระหว่างเรื่อง หรือข้อย่อยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกันหรือต่อเนื่องกันโดยความยาวแต่ละเส้นไม่ต้องเท่ากัน ขึ้นอยู่กับความยาวของคำบรรยายที่เขียนไว้บนเส้นนั้นๆ
4. เขียนคำบรรยายสั้นๆ ไว้บนเส้นดังกล่าว
5. ใช้ความหนาของเส้นและขนาดของตัวหนังสือที่ต่างกันขึ้นอยู่กับระดับความสำคัญของเรื่อง (เรื่องที่สำคัญกว่าให้ใช้เส้นหนา ตัวอักษรโต)
6. ใช้หมายเลขช่วยในการเรียงลำดับความสำคัญและความต่อเนื่องของสาระ
7. แผนภูมิความคิดที่ใช้ในการสรุปเรื่องที่มีหัวข้อย่อยจำนวนมากๆ อาจแบ่งกลุ่มนำมาเขียนเป็นกลุ่มละ 1 หน้าโดยมีข้อแนะนำว่าแต่ละหน้าควรมีใจความจบในแต่ละเรื่องหรือแต่ละหัวข้อ (ไม่ว่าเป็นหัวข้อใหญ่หรือข้อย่อยก็ตาม)
8. ควรแบ่งกระดาษเป็น 80 / 20 คือ 80 จุดสิ่งที่อ่านหรือได้ฟังมา อีก 20 จุดตามความคิดของเรา

สรุป

การเรียนในระดับอุดมศึกษา ผู้เรียนควรมีทักษะที่ดีทั้งทักษะทางการอ่าน การฟัง โดยสามารถเชื่อมโยงเนื้อหากับภาพในใจ (ในสมอง) ที่มีอยู่ อันจะทำให้ผู้เรียนเข้าใจในเนื้อหา และสามารถบันทึกแนวคิดหลักออกมาในรูปแบบต่างๆ ได้ หากผู้เรียนยังไม่เข้าใจเนื้อหาในครั้งแรกที่เรียน (หรือต้องการศึกษารายละเอียดของรายวิชานั้น) ผู้เรียนอาจอ่านหนังสือ ตำรา หรือเอกสารประกอบการเรียนการสอนรอบที่ 2 (ในบางรายวิชาจะบันทึกเทปวีดิทัศน์ นักศึกษาสามารถนำมาดู/ ฟังอีกครั้งได้) หรือสอบถามจากอาจารย์ ผู้สอน ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจ และสามารถบันทึกได้ถูกต้องตามความหมาย ดังนั้นนักศึกษาจะเห็นได้ว่าการบันทึกย่อเป็นเรื่องง่าย ที่จะทำ และยังช่วยการลดปัญหาการอ่านหนังสือไม่ทัน อ่านแล้วจำไม่ได้ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

เรื่องที่ 3 การวิเคราะห์รายรับ-รายจ่าย

การทำบันทึกเกี่ยวกับการเงิน หมายถึง การจดบันทึกเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับการเงินอย่างน้อยที่สุดคือ บางส่วนยังเกี่ยวข้องกับการเงิน โดยผ่านการวิเคราะห์ จัดประเภท และบันทึกไว้ในแบบฟอร์มที่กำหนดเพื่อ แสดงฐานะ การเงินและผลของการดำเนินงานของบุคคล

บันทึกการใช้จ่ายที่นักเรียนอาจเกี่ยวข้องกับตัวได้แก่

- บันทึกการใช้จ่ายส่วนตัว
- บันทึกการใช้จ่ายของครอบครัว
- บันทึกการใช้จ่ายในกิจกรรมต่างๆ
- วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการทำบันทึกการรับจ่าย
- เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจและวางแผนการใช้จ่ายเงินของตนเองและครอบครัว
- เพื่อควบคุมการใช้จ่ายเงินให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- เพื่อบันทึกเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับการเงินที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง
- เพื่อป้องกันการหลงลืมและข้อผิดพลาดในการทำงาน
- เพื่อให้ทราบฐานะของบุคคล ณ วันใดวันหนึ่งว่ามีรายได้ หนี้สิน เท่าใด

จากการทำบัญชีทำให้ทราบว่ารายได้และค่าใช้จ่ายในช่วงหนึ่งเป็นเท่าใดและมีเงินเก็บออมหรือไม่ หลักปฏิบัติในการทำบันทึกรายรับรายจ่ายของตนเอง การทำบันทึกรายรับรายจ่ายของตนเอง นอกจากจะมี ประโยชน์และมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและยังเป็นการฝึกความมีระเบียบวินัยในการใช้จ่ายเงินด้วย สำหรับหลักปฏิบัติในการทำบันทึกนั้น เป็นการทำบันทึกอย่างง่าย ๆ

การนำบันทึกรายรับรายจ่ายของตนเองไปใช้ประโยชน์ ช่วยความจำ สามารถเตือนตนเองได้ว่าใช้เงิน ซื้อสิ่งของประเภทใด เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องใช้เท่าใด เป็นของที่ต้องการเท่าใด ช่วยทบทวนทำให้สามารถทบทวน การใช้จ่ายเงินว่าเหมาะสมหรือต้องลดค่าใช้จ่ายประเภทใดให้น้อยลงบ้าง ช่วยในการวางแผนการใช้จ่าย พิจารณาจัดสรรเงินไว้ใช้จ่ายในสิ่งที่จำเป็นอื่นๆ หรือสิ่งที่ต้องการในโอกาสพิเศษ โดยไม่ต้องรบกวนขอเงิน เพิ่มจากพ่อแม่ เป็นการช่วยประหยัดอีกทางหนึ่ง เป็นหลักฐานในการขอเงินเพิ่ม ในกรณีที่ได้รับเงินไม่เพียงพอ แก่การใช้จ่ายบันทึกการรับจ่ายของตนเอง

เรื่องที่ 3 การพัฒนาระบบบัญชี

การพัฒนา หมายถึง ทำให้มั่นคง ทำให้ก้าวหน้า การพัฒนาประเทศก็ทำให้บ้านเมืองมั่นคงมีความเจริญ ความหมายของการพัฒนาประเทศนี้ก็เท่ากับตั้งใจที่จะทำให้ชีวิตของแต่ละคนมีความปลอดภัย มีความเจริญ มีความสุข

ระบบบัญชี หมายถึง ระบบการจัดเก็บข้อมูลทางการเงินอันประกอบด้วยแบบฟอร์ม หรือ เอกสารต่างๆ การบันทึกทางการเงินบัญชี ตลอดจนวิธีการและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ได้นำมาใช้ในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงาน และการเงินของกิจการให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น พนักงาน ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ และส่วนราชการ เป็นต้น

การตัดสินใจใช้โปรแกรมบัญชี มีหลายเหตุผล ขึ้นอยู่กับปัจจัยและความพร้อมหลายอย่าง ส่วนใหญ่ก็จะเป็นดังนี้คือ

1. ลดขั้นตอนและความซ้ำซ้อนในการทำงาน
2. ลดต้นทุนได้ในระยะยาว เพื่อควบคุมขั้นตอนของงานให้ดีและเกิดประสิทธิภาพ
3. สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อตัดสินใจและแข่งขันกับคู่แข่ง
4. ข้อมูลและรายงานทางบัญชีรวดเร็ว และแม่นยำ
5. สร้างความเชื่อถือข้อมูลทางบัญชีการเงิน

คุณสมบัติของโปรแกรมบัญชีที่ดี

1. มีบริการหลังการขายที่ดี
2. พัฒนาโดยนักพัฒนาโปรแกรมมืออาชีพ
3. พนักงานบริการมีความรู้ในระบบดี
4. โปรแกรมมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
5. ควรได้รับการรับรองจากกรมสรรพากร

ขั้นตอนการวางระบบงานด้วยโปรแกรมบัญชี

จัดประชุมระบบปฏิบัติการของทุกๆ ระบบงานประชุมกับหัวหน้าแผนกและพนักงานที่เกี่ยวข้อง ปรับปรุงระบบโปรแกรมบัญชีบางส่วน ให้เหมาะสมกับงาน ไม่ได้หมายถึงทำตามใจผู้ใช้งานโปรแกรม แต่ทางบริษัทจะคำนึงถึงความสะดวกของงานที่ต้องทำ และต้องไม่ทำให้ระบบล้มเหลวหรือล่อแหลมต่อการถูกทุจริต หรือผิดหลักกฎหมายจนทำให้บริษัทต้องเสียหายในอนาคต

1. จัดประชุมผู้ใช้งานและผู้ที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดทางเดินของเอกสารต่าง ๆ ทั้งระบบ
3. จัดทำเอกสารโครงสร้างโปรแกรมบัญชี
4. ติดตั้งระบบโปรแกรม ในแต่ละแผนก
5. ตรวจสอบปัญหาและแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ
6. รายงานสรุปให้กับผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง
7. ให้คำแนะนำระบบงานเพิ่มเติม

ความหมายของ “การบัญชี”

การบัญชีมีคำนิยามต่างๆ กันตามความนิยม แต่ที่ใช้กันมากได้แก่คำนิยามของสมาคมผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งกล่าวไว้ว่า การบัญชีหมายความถึง “การจดบันทึก การจำแนก การสรุปผลและการรายงานเหตุการณ์เกี่ยวกับการเงินโดยใช้หน่วยเป็นเงินตรารวมทั้งการแปลความหมายของผลการปฏิบัติดังกล่าวด้วย”

จากนิยามความหมายของการบัญชีดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าในกระบวนการทำบัญชีนั้น จะต้องเริ่มด้วยการรวบรวมเอกสารหลักฐานของเหตุการณ์ทางการเงินของธุรกิจหรือเรียกอีกอย่างว่ารายการค้า เพื่อนำมาจดบันทึกเรียงตามลำดับก่อนหลังในสมุดรายวัน แล้วจึงนำมาจำแนกแยกประเภทของรายการค้าในสมุดแยกประเภท จากนั้นทุกรอบระยะเวลาตามที่เรากำลังต้องการ เช่น ทุกเดือน ทุกไตรมาส ทุกปี ก็จะมาทำการสรุปผลสิ่งที่บันทึกแยกประเภทไว้แล้วนี้ออกมาเพื่อแสดงฐานะทางการเงิน (งบดุล) ผลการดำเนินงาน (งบกำไรขาดทุน) และผลการเปลี่ยนแปลงฐานะทางการเงิน (งบแสดงการเปลี่ยนแปลงฐานะทางการเงิน) ซึ่งงบที่แสดงผลสรุปนี้เรียกรวมว่า งบการเงิน และงบการเงินที่ได้มาก็จะนำมาแปลความหมายในรูปของการวิเคราะห์งบการเงินต่อไป

ประโยชน์ของการบัญชี

เมื่อมีการจัดทำบัญชีแล้ว กิจการก็จะได้รับประโยชน์จากรายงานทางการเงินในด้านต่างๆ มากมาย ได้แก่ บัญชีทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการควบคุมดูแลทรัพย์สิน เช่น บัญชีแสดงยอดเงินสดคงเหลือย่อมเป็นการบังคับให้ผู้รักษาเงินสดต้องรับผิดชอบในยอดเงินสดให้ตรงกับที่ปรากฏตามบัญชี

การบัญชีเป็นวิธีการเก็บรวบรวมสถิติอย่างหนึ่ง ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริหาร ในการควบคุมให้การดำเนินงานเป็นไปโดยมีประสิทธิภาพ ช่วยป้องกันความผิดพลาดในการทำงาน เช่น ไม่หลงลืมจ่ายค่าใช้จ่าย และใช้ตรวจสอบความถูกต้องได้ในภายหลัง ช่วยคำนวณผลกำไรขาดทุนของกิจการสำหรับระยะเวลาหนึ่ง รวมทั้งยังช่วยแสดงฐานะของกิจการในขณะใดขณะหนึ่งด้วย

ระบบบัญชี แบ่งแยกเป็นส่วนย่อยได้ดังนี้คือ

1. ระบบการรวบรวมจัดเก็บข้อมูลรายการทางการเงิน โดยกำหนดแบบพิมพ์หรือเอกสารที่กิจการใช้อยู่แล้วในการทำธุรกิจเช่น ใบส่งสินค้า ใบรับสินค้า ใบเสร็จรับเงิน ใบสำคัญจ่ายเงิน เป็นต้น ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่กิจการจะใช้ในการบันทึกรายการทางบัญชี
2. ระบบในการบันทึกรายการทางการเงินเหล่านี้ตามลำดับก่อนหลัง โดยกำหนดประเภทของสมุดรายวันขึ้นต้น ซึ่งทั่วไปก็ได้แก่ สมุดรายวันทั่วไป สมุดรายวันขาย สมุดรายวันซื้อ สมุดเงินสด เป็นต้น เพื่อใช้ในการบันทึกรายการดังกล่าว
3. ระบบการแยกประเภทบัญชี โดยกำหนดจากประเภทของสินทรัพย์ หนี้สิน รายได้ ค่าใช้จ่ายตามความเหมาะสมของแต่ละกิจการ เพื่อใช้ในการผ่านรายการบัญชี
4. ระบบในการจัดทำรายงานในรูปงบการเงิน ซึ่งก็ได้แก่การวางรูปแบบของงบดุล งบกำไรขาดทุน และรายงานอื่นตามที่กิจการต้องการ

การวางแผนระบบบัญชี

ดังได้กล่าวมาแล้วว่าบัญชีคือการรวบรวมข้อมูลรายการค้าของกิจการ ดังนั้นพนักงานทุกคนของกิจการต่างก็มีส่วนอยู่ตลอดเวลาที่ก่อให้เกิดรายการค้าขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องกำหนดให้ชัดเจนว่ามีการทำรายการค้าอย่างหนึ่งอย่างใดขึ้น พนักงานคนใดต้องทำอะไร ใช้เอกสารแบบพิมพ์อะไร กรอกข้อความอะไรลงในแบบพิมพ์ที่กำหนดนั้น เรียบร้อยแล้วต้องนำส่งให้พนักงานบัญชีอย่างไร และเมื่อพนักงานบัญชีได้รับแล้วจะต้องบันทึกอย่างไร ขึ้นต่างๆที่กล่าวข้างต้นคือการวางแผนระบบบัญชีนั่นเอง ซึ่งกิจการโดยทั่วไปพอจะแยกธุรกรรมหลักๆ ที่ต้องวางหลักการขั้นตอนในการทำงานเพื่อใช้ในการบันทึกรายการทางบัญชีได้ดังนี้

1. ระบบบัญชีสำหรับการจัดซื้อและควบคุมสินค้าคงเหลือ
2. ระบบบัญชีสำหรับการขายและควบคุมลูกหนี้
3. ระบบบัญชีสำหรับการคำนวณต้นทุนในการผลิต
4. ระบบบัญชีสำหรับเงินสดรับ
5. ระบบบัญชีสำหรับเงินสดจ่าย

เมื่อวางระบบกำหนดหน้าที่ของแต่ละคนได้แล้ว ในการบันทึกรายการทั้งในระดับตามเวลาก่อนหลัง และบันทึกแยกประเภทบัญชี ตลอดจนการจัดทำรายงาน กิจการอาจพิจารณาใช้ระบบคอมพิวเตอร์เข้าช่วยได้ ซึ่งปัจจุบันมีซอฟต์แวร์สำเร็จรูปทางบัญชีให้เลือกมากมายในท้องตลาด

ใบงานที่ 6

ชื่อ-สกุล.....รหัสนักศึกษา.....
รหัส.....กศน.ตำบล.....
กศน.อำเภอ.....จังหวัด.....

1. จงอธิบายประโยชน์ของการจดบันทึก

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. ประโยชน์ของรายรับ - รายจ่าย มีอะไรบ้าง

.....
.....
.....
.....
.....

3. งานบัญชี มีความจำเป็นอย่างไรในการขยายตลาดสินค้า

.....
.....
.....
.....
.....

4. การพัฒนาระบบบัญชี มีประโยชน์อย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

ตอนที่ 7

การพัฒนาแผนและโครงการพัฒนาอาชีพให้มีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ

เรื่อง 1 แผนและโครงการพัฒนาอาชีพ

การวางแผนและการเขียนโครงการ

การวางแผน คือ การมองอนาคต การเล็งเห็นจุดหมายที่ต้องการ การคาดปัญหาเหล่านั้นไว้ล่วงหน้า ใว้อย่างถูกต้อง ตลอดจนการหาทางแก้ไขปัญหาต่างๆ เหล่านั้น

ประเภทของแผน

เมื่อก้าวมาถึงตอนนี้ น่าจะพูดถึงประเภทของแผนเสียเล็กน้อยเพื่อความเข้าใจลักษณะของแผน แต่ละอย่าง ถ้าจะมองในแง่ของระยะเวลาอาจแบ่งแผนออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้คือ

1. แผนพัฒนาระยะยาว (10 - 20 ปี) กำหนดเค้าโครงกว้างๆ ว่าประเทศชาติของเราจะมีทิศทางพัฒนาไปอย่างไร ถ้าจะดึงเอารัฐธรรมนูญ และ/หรือแผนการศึกษาแห่งชาติมาเป็นแผนประเภทนี้ก็พอ ฎไปไปได้ แต่ความจริงแผนพัฒนาระยะยาวของเราไม่มี

2. แผนพัฒนาระยะกลาง (4 - 6 ปี) แบ่งช่วงของการพัฒนาออกเป็น 4 ปี หรือ 5 ปี หรือ 6 ปี โดยคาดคะเนว่าในช่วง 4 - 6 ปี นี้ จะทำอะไรกันบ้าง จะมีโครงการพัฒนาอะไร จะงบประมาณใช้ทรัพยากรมากน้อยเพียงไร แผนดังกล่าวได้แก่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาตินั่นเอง ในส่วนของการศึกษาก็มีแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ (ไม่ใช่แผนการศึกษาแห่งชาติ) ในเรื่องของการเกษตรก็มีแผนพัฒนาเกษตรเป็นต้น

3. แผนพัฒนาประจำปี (1 ปี) ความจริงในการจัดทำแผนพัฒนาระยะกลาง เช่น แผนพัฒนาการศึกษา ได้มีการกำหนดรายละเอียดไว้เป็นรายปีอยู่แล้ว แต่เนื่องจากการจัดทำแผนพัฒนาระยะกลางได้จัดทำไว้ล่วงหน้า ข้อมูลหรือความต้องการที่เขียนไว้อาจไม่สอดคล้องกับสภาพที่แท้จริงในปัจจุบัน จึงต้องจัดทำแผนพัฒนาประจำปีขึ้น นอกจากนั้น วิธีการงบประมาณของเราไม่ใช่แผนพัฒนาระยะกลางขอตั้งงบประมาณประจำปี เพราะมีรายละเอียดน้อยไป แต่จะต้องใช้แผนพัฒนาประจำปี เป็นแผนขอเงิน

4. แผนปฏิบัติการประจำปี (1 ปี) ในการขอตั้งงบประมาณตามแผนพัฒนาประจำปีในข้อ 3 ปกติมักไม่ได้ตามที่กระทรวง ทบวง กรมต่างๆขอไป สำนักงบประมาณหรือคณะกรรมการการคลังของรัฐสภามักจะตัดยอดเงินงบประมาณที่ส่วนราชการต่างๆ ขอไปตามความเหมาะสมและจำเป็นและสถานการณ์การเงินงบประมาณของประเทศที่จะพึงมีภายหลังที่ส่วนราชการต่างๆ ได้รับงบประมาณจริงๆแล้ว จำเป็นที่จะต้องปรับแผนพัฒนาประจำปีที่จัดทำขึ้นเพื่อขอเงินให้สอดคล้องกับเงินที่ได้รับอนุมัติ ซึ่งเรียกว่าแผนปฏิบัติการประจำปีขึ้น

ความหมายของโครงการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายของโครงการว่า หมายถึง “แผนหรือเค้าโครงการตามที่กำหนดไว้” โครงการเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งในการวางแผนพัฒนาซึ่งช่วยให้เห็นภาพและทิศทางการพัฒนา ขอบเขตของการที่สามารถติดตามและประเมินผลได้

โครงการเกิดจากลักษณะความพยายามที่จะจัดกิจกรรม หรือดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ เพื่อบรรเทาหรือขจัดปัญหา และความต้องการทั้งในสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต โครงการโดยทั่วไป สามารถแยกได้หลายประเภท เช่น โครงการเพื่อสนองความต้องการ โครงการพัฒนาต่างๆ ไป โครงการตามนโยบายเร่งด่วน เป็นต้น

องค์ประกอบของโครงการ

องค์ประกอบพื้นฐานในโครงการแต่ละโครงการนั้นควรมีดังนี้

1. **ชื่อแผนงาน** เป็นการกำหนดชื่อให้ครอบคลุมโครงการเดียวหรือหลายโครงการที่มีลักษณะงานไปในทิศทางเดียวกันเพื่อแก้ไขปัญหาหรือสนองวัตถุประสงค์หลักที่กำหนดไว้

2. **ชื่อโครงการ** ให้ระบุชื่อโครงการตามความเหมาะสม มีความหมายชัดเจนและเรียกเหมือนเดิมทุกครั้งจนกว่าโครงการจะแล้วเสร็จ

3. **หลักการและเหตุผล** ใช้ชี้แจงรายละเอียดของปัญหาและความจำเป็นที่เกิดขึ้นที่จะต้องแก้ไข ตลอดจนชี้แจงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการดำเนินงานตามโครงการและหากเป็นโครงการที่จะดำเนินการตามนโยบาย หรือสอดคล้องกับแผนจังหวัดหรือแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือแผนอื่น ๆ ก็ควรชี้แจงด้วย

4. **วัตถุประสงค์** เป็นการบอกให้ทราบว่า การดำเนินงานตามโครงการนั้นมีความต้องการให้อะไรเกิดขึ้นวัตถุประสงค์ที่ควรระบุไว้ควรเป็นวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ปฏิบัติได้และวัดและประเมินผลได้

5. **เป้าหมาย** ให้ระบุว่า จะดำเนินการสิ่งใด โดยพยายามแสดงให้เห็นปรากฏเป็นรูปตัวเลขหรือจำนวนที่จะทำได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด การระบุเป้าหมาย เป็นประเภทลักษณะและปริมาณ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และความสามารถในการทำงานของผู้รับผิดชอบโครงการ

6. **วิธีดำเนินการหรือกิจกรรมหรือขั้นตอนการดำเนินงาน** คืองานหรือภารกิจซึ่งจะต้องปฏิบัติในการดำเนินโครงการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ในระยะการเตรียมโครงการจะรวบรวมกิจกรรมทุกอย่างไว้แล้วนำมาจัดลำดับว่าจะทำอะไรก่อน-หลัง หรือพร้อมๆ กัน แล้วเขียนไว้ตามลำดับ จนถึงขั้นตอนสุดท้ายที่ทำให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์

7. **ระยะเวลาการดำเนินงานโครงการ** คือการระบุระยะเวลาตั้งแต่เริ่มต้นโครงการจนเสร็จสิ้นโครงการ ปัจจุบันนิยมระบุ วัน-เดือน-ปี ที่เริ่มต้นและเสร็จสิ้น การระบุจำนวน ความยาวของโครงการเช่น 6 เดือน 2 ปี โดยไม่ระบุเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด เป็นการกำหนดระยะเวลาที่ไม่สมบูรณ์

8. **งบประมาณ** เป็นประมาณการค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นของโครงการ ซึ่งควรจำแนกรายการค่าใช้จ่ายได้อย่างชัดเจน

9. **เจ้าของโครงการหรือผู้รับผิดชอบโครงการ** เป็นการระบุเพื่อให้ทราบว่าหน่วยงานใดเป็นเจ้าของหรือรับผิดชอบโครงการ โครงการย่อยๆ บางโครงการระบุเป็นชื่อบุคคลผู้รับผิดชอบเป็นรายโครงการได้

10. **หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน** เป็นการให้แนวทางแก่ผู้อนุมัติและผู้ปฏิบัติว่าในการดำเนินการโครงการนั้น ควรจะประสานงานและขอความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้าง เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

11. **การประเมินผล** บอกแนวทางว่าการติดตามประเมินผลควรทำอย่างไรในระยะเวลาใดและใช้วิธีการอย่างไรจึงจะเหมาะสม ซึ่งผลของการประเมินสามารถนำมาพิจารณาประกอบการดำเนินการ เตรียมโครงการที่คล้ายคลึงหรือเกี่ยวข้องในเวลาต่อไป

12. **ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ** เมื่อโครงการนั้นเสร็จสิ้นแล้ว จะเกิดผลอย่างไรบ้างใครเป็นผู้ได้รับเรื่องนี้สามารถเขียนทั้งผลประโยชน์โดยตรงและผลประโยชน์ในด้านผลกระทบของโครงการด้วยได้

ลักษณะโครงการที่ดี

โครงการที่ดีมีลักษณะดังนี้

1. เป็นโครงการที่สามารถแก้ปัญหาของท้องถิ่นได้
2. มีรายละเอียด เนื้อหาสาระครบถ้วน ชัดเจน และจำเพาะเจาะจง โดยสามารถตอบคำถามได้
3. รายละเอียดของโครงการดังกล่าว ต้องมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน เช่น วัตถุประสงค์ต้องสอดคล้องกับหลักการและเหตุผล วิธีดำเนินการต้องเป็นทางที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ เป็นต้น
4. โครงการที่ริเริ่มขึ้นมาต้องมีผลอย่างน้อยที่สุดอย่างใดอย่างหนึ่งในหัวข้อต่อไปนี้
 - สนองตอบ สนับสนุนค่านิยมระดับจังหวัดหรือนโยบายส่วนรวมของประเทศ
 - ก่อให้เกิดการพัฒนาทั้งเฉพาะส่วนและการพัฒนาโดยส่วนรวมของประเทศ
 - แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ตรงจุดตรงประเด็น
5. รายละเอียดในโครงการมีพอที่จะเป็นแนวทางให้ผู้อื่นอ่านแล้วเข้าใจ และสามารถดำเนินการตามโครงการได้
6. เป็นโครงการที่ปฏิบัติได้และสามารถติดตามและประเมินผลได้

เรื่องที่ 2 องค์ความรู้ (Knowledge)

องค์ความรู้ คือ ข้อมูล (Data) หรือข่าวสาร (Information) ที่สามารถอธิบายความหมายได้ มีความสัมพันธ์กับปัญหา สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหานั้นได้อย่างตรงประเด็น ซึ่งองค์ความรู้จัดเป็นทรัพย์สินทางปัญญาอย่างหนึ่งขององค์กร สามารถแลกเปลี่ยนทรัพย์สินนี้ได้ระหว่างบุคคล และทรัพย์สินชนิดนี้สามารถเจริญเติบโตหรือพัฒนาให้เพิ่มพูนได้ ดังนั้นองค์ความรู้จึงจัดเป็นพลังพิเศษขององค์กร ที่จะสามารถเพิ่มผลกำไรให้กับองค์กรได้ในอนาคต

ประเภทขององค์ความรู้ (Knowledge Types)

สามารถจำแนกประเภทขององค์ความรู้ ได้ดังนี้

1. Base knowledge คือ องค์ความรู้พื้นฐานขององค์กร ซึ่งทุกองค์กรจะต้องมี จัดเป็นองค์ความรู้ที่มีความสำคัญ ใช้ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และใช้วางแผนระยะสั้นขององค์กร

2. Trivial knowledge คือ องค์ความรู้ทั่วไปขององค์กร เก็บรวบรวมไว้ในองค์กรแต่ไม่ได้ใช้ในการตัดสินใจกับงานหลักหรือภารกิจหลักขององค์กร

3. Explicit knowledge คือ องค์ความรู้ที่มีโครงสร้างชัดเจน สามารถเขียนบรรยายได้อย่างชัดเจน ในรูปแบบของกระดาษ (Paper) หรือรายงาน (Report) ซึ่ง Explicit knowledge อาจได้มาจากวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินงานขององค์กร ข้อมูลที่วัดด้วยหลักเหตุผลต่างๆ หรือข้อมูลด้านเทคนิค ซึ่งองค์ความรู้เหล่านี้สามารถเก็บรวบรวมได้ง่ายๆ จากแหล่งเอกสารในองค์กรสามารถถ่ายทอดให้กับคนอื่นได้ง่ายอาจจะโดยวิธีการสอนหรือการเรียนรู้

4. Tacit knowledge คือ องค์ความรู้ที่ไม่มีโครงสร้าง ไม่สามารถบรรยายหรือเก็บรวบรวมได้จากแหล่งเอกสาร เป็นความรู้ที่สะสมมาจากประสบการณ์ที่เคยพบเจอกับปัญหาต่างๆ อาจจะเป็นสัญชาตญาณและความชำนาญเฉพาะด้านของบุคคล ซึ่งปัจจุบันองค์ความรู้ประเภทนี้ กำลังถูกพัฒนาให้มีการจัดเก็บ เพราะเป็นความรู้ที่นอกเหนือจากมีอยู่ในรูปแบบของ Explicit knowledge

การจัดการองค์ความรู้ (knowledge Management : KM)

การจัดการองค์ความรู้ เป็นกระบวนการในการดึงเอาความจริงภายในองค์กรออกมาจากนั้นทำการเปลี่ยนรูป และเผยแพร่องค์ความรู้นั้นผ่านทางหน่วยงานต่างๆ ขององค์กร ดังนั้นองค์กรสามารถใช้องค์ความรู้ร่วมกันได้ ซึ่งเมื่อนำองค์ความรู้ไปใช้งานแล้ว องค์ความรู้นั้นจะไม่หมดสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก องค์ความรู้จะช่วยทำให้องค์กรสามารถค้นหา คัดเลือก จัดการเผยแพร่ และส่งมอบข่าวสาร และความเชี่ยวชาญในการแก้ไขปัญหาที่สำคัญได้

การจัดการกับองค์ความรู้นั้น จะทำการเปลี่ยนรูปข้อมูลและข่าวสารให้อยู่ในรูปขององค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ปฏิบัติการในการแก้ไขปัญหาได้ และต้องสามารถใช้ได้ผลกับทุกๆ หน่วยงาน และกับทุกๆ คนภายในองค์กร

วัตถุประสงค์ของการจัดการองค์ความรู้ (KM Objectives)

การจัดการองค์ความรู้ มีวัตถุประสงค์หลัก ดังนี้

1. เพื่อสร้างระบบจัดเก็บองค์ความรู้ (Create knowledge repositories)
2. เพื่อปรับปรุงการเข้าถึงองค์ความรู้ (Improve knowledge access)
3. เพื่อยกระดับสภาพแวดล้อมขององค์ความรู้ให้ดีขึ้น (Enhance knowledge as an environment)
4. เพื่อจัดการองค์ความรู้ให้เป็นทรัพย์สินที่มีค่า และมีประโยชน์ (Manage knowledge as an asset)

เหตุผลในการนำ KM มาปรับใช้ในองค์กร

1. ลดต้นทุน (Cost savings)
2. เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการแก้ปัญหาได้ดียิ่งขึ้น (Better performance)
3. เพื่อพิสูจน์ความสำเร็จขององค์กร (Demonstrated success)
4. เพื่อการปฏิบัติงานร่วมกันที่ดีเยี่ยม (Share Best Practices)
5. เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage)

การพัฒนาการจัดการองค์ความรู้ (KM Development)

ในการสร้างกลยุทธ์องค์ความรู้ องค์กรต้องรู้ว่าต้องการใช้องค์ความรู้ด้านใดเป็นกลยุทธ์ (Need - a knowledge strategy) ซึ่งต้องมองเน้นในเรื่องการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจภายนอกก่อน เป็นอันดับแรก และพิจารณาถึงประโยชน์ที่องค์กรคาดว่าจะได้รับ หากมีการพัฒนาองค์ความรู้ขึ้นมาใช้งาน จากนั้นทำการกำหนดทรัพย์สินองค์ความรู้ที่จะใช้ (Identify knowledge assets) เป็นการระบุนรายละเอียดขององค์ความรู้ว่าฐานองค์ความรู้ว่าอะไรที่เราต้องการ และจำแนกประเภทขององค์ความรู้ต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ในแต่ละหน่วยงานขององค์กร จากนั้นทำการสร้างแบบจำลอง (Model) แนวคิดเพื่อวิเคราะห์หาจุดเด่น จุดด้อย ขององค์ความรู้แต่ละประเภท

ขั้นตอนการพัฒนาการจัดการองค์ความรู้

1. ระบุปัญหา (Identify the problem) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลและค้นหาปัญหาที่มีจำเป็นที่จะต้องแก้ไขพิจารณาองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร องค์ความรู้ใดยังขาดประสิทธิภาพ ต้องได้รับการแก้ไขปรับปรุง และองค์ความรู้ใดที่องค์กรยังขาดอยู่ ยังไม่มีการจัดเก็บเอาไว้ในฐานความรู้
2. จัดเตรียมกระบวนการเปลี่ยนแปลง (Prepare for change) เป็นการออกแบบขั้นตอนในการเปลี่ยนแปลงกระบวนการพัฒนาองค์ความรู้ ว่าถ้าหากจะมีการปรับปรุงหรือพัฒนาองค์ความรู้ นั้น จะต้องมีการขั้นตอนและกิจกรรมในการดำเนินงานอย่างไรบ้าง
3. จัดสร้างทีมงานสำหรับพัฒนาองค์ความรู้ (Create the team) สำหรับทีมงานในการพัฒนาองค์ความรู้ นั้น ไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นบุคคลเฉพาะที่อยู่ในส่วนของ IT เท่านั้น เนื่องจากจำเป็นต้องมีผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญในแต่ละด้านขององค์ความรู้ นั้นๆ ดังนั้นหัวหน้าฝ่ายจัดการองค์ความรู้ (CKO) จะเป็นผู้บริหารทีมงาน หากจะให้การพัฒนาระบบขององค์ความรู้ นั้นประสบความสำเร็จควรมีโครงการพัฒนาระบบแบบนำร่อง (Pilot) เพื่อให้พนักงานบางส่วนได้ทดลองนำองค์ความรู้ ออกไปใช้ในการแก้ปัญหาจริงเสียก่อน
4. การกำหนดองค์ประกอบต่างๆขององค์ความรู้ (Map out the knowledge) เป็นองค์ประกอบที่ประกอบกันขึ้นเป็นระบบซึ่งในขั้นตอนนี้จะต้องพิจารณาว่าองค์ความรู้ นั้นควรที่จะเก็บจากแหล่งใดบ้าง และจัดเก็บจากบุคคลใดบ้าง มีการจำแนกประเภทขององค์ความรู้ ออกเป็นหมวดหมู่ เพื่อง่ายต่อการดึงไปใช้ และแก้ปัญหา ตลอดจนเลือกเครื่องมือ (Tool) ที่จะใช้ในการพัฒนาองค์ความรู้

5. สร้างกลไกในการตอบสนองกลับ (Create a feedback mechanism) เป็นการกำหนดขั้นตอนและกระบวนการในการรับข้อคิดเห็น (Comment) จากการนำระบบองค์ความรู้ไปใช้งาน เมื่อเกิดปัญหาขึ้นควรมีระบบที่จะให้พนักงานส่งคำแนะนำกลับมายังหน่วยงาน เพื่อจะได้นำไปปรับปรุงระบบอีกครั้ง

6. สร้างกรอบให้คำจำกัดความ (Define the building blocks) เป็นการกำหนดกรอบแนวคิดของแต่ละขอบข่ายขององค์ความรู้ที่จะกระทำ ขอบข่ายขององค์ความรู้นี้จะให้ทำอะไรบ้าง มีวิธีการจัดเก็บองค์ความรู้ในรูปแบบใด ใช้หลักการค้นหาองค์ความรู้ได้อย่างไรและนำเสนอในรูปแบบใด เป็นต้น

7. รวมระบบเข้ากับข่าวสารที่มีอยู่แล้วในระบบเดิม (Integrate existing information systems) เป็นการนำเอาองค์ความรู้ที่มีอยู่แล้วในมือ ผสมผสานเข้ากับระบบข่าวสารในองค์กร เพื่อให้มีระบบที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและทันความต้องการ

เรื่องที่ 3 ทักษะในความรู้

ทักษะ (Skill) คือสิ่งที่องค์กรต้องการให้ “ทำ” เช่น ทักษะด้าน ICT ทักษะด้านเทคโนโลยีการบริหารสมัยใหม่ เป็นสิ่งที่ต้องผ่าน การเรียนรู้ และฝึกฝนเป็นประจำจนเกิดเป็นความชำนาญในการทำงาน

ความรู้ (Knowledge) หมายถึง การเรียนรู้ที่เน้นถึงการจำและการระลึกได้ถึงความคิด วัตถุประสงค์ และปรากฏการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นความจำที่เริ่มจากสิ่งง่าย ๆ ที่เป็นอิสระแก่กัน ไปจนถึงความจำในสิ่งที่ยู่งยาก ซับซ้อนและมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

ความรู้ตามลักษณะมี 2 ประเภท คือ

1. **ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge)** เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคล เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์

3. **ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge)** เป็น ความรู้ที่สามารถ ถ่ายทอดได้โดยผ่านวิธีต่างๆ เช่น การบันทึก

ความรู้ตามโครงสร้างอยู่ 2 ระดับ คือ

1. โครงสร้างส่วนบนของความรู้ ได้แก่ Idea ปรัชญา หลักการ อุดมการณ์

2. โครงสร้างส่วนล่างของความรู้ ได้แก่ ภาควิปฏิบัติการณ์ของความรู้ ได้แก่องค์ความรู้ที่แสดงในรูปแบบของข้อเขียน สัญญา การแสดงออกในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ศิลปะ การเดินขบวนทางการเมือง โครงสร้างส่วนล่างของความรู้มีโครงสร้างระดับลึกคือ ความหมาย (significant)

เรื่องที่ 4 การตลาด

ตลาด เป็นกระบวนการ หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการผลิตสินค้าและจัดหา ไปถึงมือลูกค้าหรือผู้บริโภคในกลุ่มต่างๆ เพื่อที่จะช่วยเหลือหรือส่งเสริมให้สินค้าหรือบริการถูกต้อง และตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

ตลาดโดยทั่วๆ ไปมีหน้าที่ ดังนี้

1. หน้าที่ในการผลิตสินค้า และบริการเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค
2. หน้าที่ในการขนส่งและเก็บรักษา เพื่อให้สินค้าและบริการนั้น ถึงมือลูกค้าได้สะดวกและทันความต้องการ

3. หน้าที่ทางการเสี่ยงภัย โดยการจัดมาตรฐานการแบ่งระดับสินค้าและการเงิน เพื่อความสะดวกในการกำหนดราคาอีกทั้งเป็นการให้เครดิตแก่ผู้บริโภคหรือลูกค้าในรูปแบบต่างๆ เพื่อช่วยปริมาณการขายสินค้าและบริการให้มากขึ้น

4. หน้าที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า เช่น ความต้องการของลูกค้าสถานะตลาด การเมือง สังคม ค่านิยม ความเชื่อ และวัฒนธรรม เป็นต้น

การตลาด หมายถึง ทุกอย่างที่เราทำเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า และก่อให้เกิดการขาย โดยมีผลกำไร

หน้าที่ทางการตลาด

1. จัดหาสินค้า / บริการที่ลูกค้าต้องการ
2. กำหนดราคาสินค้า / บริการที่ลูกค้ายินดีจ่าย
3. นำสินค้า / บริการไปสู่ลูกค้า
4. ให้ข้อมูลและดึงดูดใจเพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้า / บริการ

ส่วนแบ่งทางการตลาด

ส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นกระบวนการแบ่งตามลักษณะของผู้บริโภคที่มีความต้องการแตกต่างกัน จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลด้านการตลาดที่มีผลต่อยอดขายสินค้า โดยจะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ ด้านประชากรศาสตร์ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านจิตพิสัยส่วนบุคคล ด้านความสัมพันธ์ในการนำไปใช้ ด้านสถานการณ์การใช้ ด้านผลประโยชน์ และด้านการประสมประสาน

การวิเคราะห์การตลาด

การศึกษาข้อมูล และรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้าที่บ่งบอกถึง ลักษณะและคุณสมบัติของลูกค้าซึ่งเป็นการค้นหาพฤติกรรมในการซื้อของผู้ซื้อ ผู้บริโภคเพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนทางตลาดหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคและลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

การศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาด

ตลาดในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ดังนั้นผู้ประกอบการควรนำรูปแบบของตลาดที่เป็นส่วนแสบๆ หรืออาจเรียกว่ากลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย หรือกลยุทธ์ตลาดรายย่อย มาใช้เป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาการตลาด

การวางแผนการตลาด

ตลาดที่ดีมีประสิทธิภาพจะสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกิจการ และผู้ประกอบการ กิจกรรมทางการตลาดควรมีข้อมูลเหล่านี้ คือ

1. กิจการจะขายอะไร หรือผลิตอะไร
2. สินค้ามีราคาเท่าไร
3. กลุ่มเป้าหมายที่ใช้คือใคร
4. ลูกค้ายู่ที่ไหน
5. วิธีการนำลูกค้าและบริการสู่ลูกค้าทำได้อย่างไร

เรื่องที่ 5 การผลิต

การผลิต หมายถึง กระบวนการที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ทั้งที่เป็นมูลค่าหรือประโยชน์ใช้สอย (Use Value) และมูลค่าในการแลกเปลี่ยน (Exchange Value) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในการดำรงชีวิตเพราะฉะนั้นการผลิตจึงเป็นการสร้างคุณค่าของสินค้าที่สามารถสนองตอบความต้องการของมนุษย์ (Utility)

การสร้างคุณค่าของสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์นั้นได้พัฒนาการมาพอจะสรุปได้ ดังนี้

ระยะแรก มนุษย์สร้างสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง เริ่มตั้งแต่ยุคที่เรียกว่า Hunting and Gathering และยุคการเกษตรที่อาศัยธรรมชาติ

ระยะที่สอง มนุษย์สร้างสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อื่นเพื่อประโยชน์แห่งตน เริ่มตั้งแต่ยุคพาณิชย์นิยม ยุคปฏิวัติ อุตสาหกรรม และพาณิชยกรรม ในยุคนี้ต้องใช้ความรู้ด้านการบริหารและจัดการเพื่อการผลิตที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผลิตได้มากและต้นทุนต่ำ เมื่อผลิตมากก็ต้องขายให้มากจึงจำเป็นต้องหาวิธีการให้ประชาชนบริโภคมากขึ้น อันนำไปสู่การบริโภคเกิน (Over consumption) และลงทุนเกิน (Over investment) ทำให้ทรัพยากรถูกใช้หมดไปอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดปัญหาตามมามากมาย

ระยะที่สาม มนุษย์ได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และทรัพยากรที่มีจำนวนโดยยังใช้ประโยชน์ไม่เต็มที่ คือ “คน” จึงได้ให้ความสนใจต่อ “คน” กระบวนการผลิต โดยยังมีความแตกต่างใน ความคิดโดยกลุ่มหนึ่งยังคิดในระบบเก่าที่ว่า “คน” คือ ปัจจัยการผลิตชนิดหนึ่งที่ใช้ในการผลิตเหมือนปัจจัยการผลิตอื่นๆ เรียกว่า ทรัพยากรมนุษย์ หมายความว่า มนุษย์เป็นที่มาของทรัพย์ ซึ่งให้ความสำคัญต่อ “มูลค่า” แต่อีกกลุ่มคิดในระบบใหม่ว่า “คน” คือ จุดหมายปลายทาง (Ends) เพราะ “คน” รู้ว่าตนเองต้องการอะไร และทำอะไรได้ โดยทำให้ชีวิตดีขึ้นและสังคมก็ดีขึ้น “มองคน” ในแง่จิตวิญญาณ เท่ากับให้ความสำคัญต่อ “คุณค่า” ของความเป็นคน

เรื่องที่ 6 ระบบการบัญชี

การบัญชี หมายถึง การรวบรวม การจดบันทึก การจัดประเภท การวิเคราะห์และสรุปผลรายการทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอย่างมีหลักเกณฑ์ เพื่อจัดทำเป็นรายการทางการเงินแสดงฐานะการเงิน ผลการดำเนินงานและการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงินของธุรกิจ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินในการนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจ

การทำบัญชี หมายถึง การจดบันทึกรายการทางบัญชีที่เกิดขึ้น โดยการบันทึกรายการขั้นตอนการจัดหมวดหมู่โดยการแยกประเภทรายการ และสรุปผลรายการที่เกิดขึ้นจัดทำเป็นงบการเงิน ตามหลักการบัญชีที่ใช้กันอยู่ทั่วไป

ประโยชน์ของการจัดทำบัญชี

1. ช่วยในการควบคุมรักษาทรัพย์สินต่างๆ ของกิจการ
2. แสดงให้เห็นผลการดำเนินงาน (ผลกำไรหรือขาดทุน) ของกิจการ เพื่อนำไปคำนวณภาษี
3. แสดงให้เห็นฐานะการเงินของกิจการ เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการ
4. ให้ข้อมูลตัวเลขที่เป็นประโยชน์กับเจ้าของกิจการในการตัดสินใจ

ประเภทของบัญชี แบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ

1. สินทรัพย์ หมายถึง สิ่งของที่สามารถวัดมูลค่าได้เป็นตัวเงินทั้งที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน เช่น เงินสด เงินฝากธนาคาร ลูกหนี้ วัสดุสำนักงาน อาคาร รถยนต์ สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เป็นต้น

ตัวอย่าง กิจการแห่งหนึ่งมีเงินสด 40,000 บาท เงินฝากธนาคาร 20,000 บาท อาคาร 1,040,000 บาท ดังนั้นกิจการแห่งนี้มีสินทรัพย์ทั้งสิ้น 2,000,000 บาท

2. หนี้สิน หมายถึง จำนวนเงินที่กิจการเป็นหนี้บุคคลภายนอกซึ่งจะต้องชำระคืนในอนาคต เช่น เจ้าหนี้การค้า เงินกู้ เงินเบิกเกินบัญชีธนาคาร เป็นต้น

ตัวอย่าง กิจการกู้เงินจากธนาคารมาลงทุน 500,000 บาท ซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ 8,000 บาท ดังนั้นกิจการนี้มีหนี้สินทั้งสิ้น 508,000 บาท

3. ทุนหรือส่วนของผู้เป็นเจ้าของ หมายถึง สินทรัพย์สุทธิที่กิจการเป็นเจ้าของ หรือสินทรัพย์ที่กิจการมีอยู่หักด้วยหนี้สินที่มีอยู่

ตัวอย่าง กิจการมีเงินสด 50,000 บาท เงินฝากธนาคาร 100,000 บาท เจ้าหนี้การค้า 20,000 บาท ดังนั้นกิจการนี้มีสินทรัพย์สุทธิหรือส่วนของผู้เจ้าของ 130,000 บาท

4. รายได้ หมายถึง รายได้จากดำเนินงานของกิจการ เช่น รายได้จากการขายสินค้า รวมทั้งรายได้อื่นๆ ของกิจการ เช่น รายได้จากดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร รายได้จากเงินปันผล (ลงทุนซื้อหุ้นกิจการอื่น)

5. ค่าใช้จ่าย หมายถึง ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานของกิจการ เช่น เงินเดือน ค่าวัสดุ สำนักงาน ค่าพาหนะ และรวมถึงค่าเสื่อมราคาด้วย

การบันทึกบัญชี

1. สมการบัญชี คือ สมการที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์ หนี้สินและทุน (ส่วนของเจ้าของ) แสดงได้ดังนี้

$$\text{สินทรัพย์} = \text{หนี้สิน} + \text{ทุน (ส่วนของเจ้าของ)}$$

ตัวอย่าง กิจการมีเงินฝากธนาคาร 500,000 บาท มีเจ้าหนี้การค้า 20,000 บาท ดังนั้นสามารถคำนวณทุนหรือส่วนของเจ้าของได้จากสมการบัญชี

$$\text{สินทรัพย์} = \text{หนี้สิน} + \text{ทุน}$$

$$\text{หรือ} \quad \text{ทุน} = \text{สินทรัพย์} - \text{หนี้สิน}$$

$$\text{ทุน} = 500,000 - 20,000 \text{ บาท}$$

$$\text{ทุน} = 480,000 \text{ บาท}$$

2. หลักบัญชี โดยทั่วไปกำหนดให้บันทึกบัญชีตามหลักบัญชีคู่ หมายถึง การบันทึกรายการทางบัญชีที่เกิดขึ้นด้วยจำนวนเงินที่เท่ากันทั้ง 2 ด้าน (เดบิตและเครดิต) นั่นคือ เมื่อรายการทางบัญชีเกิดขึ้นจะต้องบันทึกบัญชีหนึ่งทางด้านเดบิต และอีกบัญชีหนึ่งทางด้านเครดิต ด้วยจำนวนเงินเท่ากันเสมอ

3. การวิเคราะห์รายการค้า

3.1 รายการค้า หมายถึง กิจกรรมหรือการดำเนินงานของธุรกิจที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์หนี้สินและทุน ซึ่งต้องนำไปบันทึกบัญชีไว้เป็นหลักฐาน เช่น การนำเงินสดมาลงทุนในกิจการ การนำเงินฝากธนาคาร การจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ

3.2 รายการที่ไม่ใช่รายการค้า หมายถึง รายการที่ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของเจ้าของหรือทุน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

3.3 การวิเคราะห์รายการค้า หมายถึง การพิจารณารายการค้าที่เกิดขึ้นว่ามีผลทำให้สินทรัพย์ หนี้สินและส่วนของเจ้าของหรือทุน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

4. วิธีการวิเคราะห์รายการค้าตามหลักบัญชีคู่

1. รายการค้าที่เกิดขึ้นเป็นรายการประเภทใด และเกี่ยวข้องกับบัญชีอะไรบ้าง
2. รายการนั้นมีผลทำให้บัญชีเหล่านั้นมียอดเพิ่มขึ้น หรือลดลงด้วยจำนวนเงินเท่าใด

ตัวอย่าง การวิเคราะห์รายการค้า

รายการค้า	สินทรัพย์	หนี้สิน	ทุน	รายได้	ค่าใช้จ่าย
1. นำเงินสดมาลงทุน 50,000 บาท	+50,000		50,000		+5,000
2. จ่ายค่าเช่าร้าน 5,000 บาท	-5,000			+10,000	
3. รับเงินค่าขายสินค้า 10,000 บาท	+10,000				
4. ซื้อวัสดุสำนักงานเป็นเงินเชื่อ 2,000 บาท	+2,000	+2,000			
5. จ่ายชำระหนี้ค่าวัสดุสำนักงาน 2,000 บาท		-2,000			+2,000

สรุปการบันทึกบัญชีประเภทต่างๆ

ประเภทบัญชี	เพิ่ม	ลด	ยอดคงเหลือ
1. สินทรัพย์	บันทึกบัญชีด้านเดบิต	บันทึกบัญชีด้านเครดิต	บันทึกบัญชีด้านเดบิต
2. หนี้สิน	บันทึกบัญชีด้านเดบิต	บันทึกบัญชีด้านเครดิต	บันทึกบัญชีด้านเดบิต
3. ทุน	บันทึกบัญชีด้านเครดิต	บันทึกบัญชีด้านเดบิต	บันทึกบัญชีด้านเครดิต
4. รายได้	บันทึกบัญชีด้านเครดิต	บันทึกบัญชีด้านเดบิต	บันทึกบัญชีด้านเครดิต
5. ค่าใช้จ่าย	บันทึกบัญชีด้านเดบิต	บันทึกบัญชีด้านเครดิต	บันทึกบัญชีด้านเดบิต

5. รายงานทางการเงินและบัญชี

5.1 งบทดลอง คือ รายงานทางบัญชีที่จัดทำขึ้นเพื่อพิสูจน์ความถูกต้องของการบันทึกบัญชีตามหลักบัญชีคู่ โดยแสดงยอดคงเหลือของบัญชีต่างๆ เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาใดระยะหนึ่ง โดยยอดรวมของยอดคงเหลือของบัญชีด้านเดบิตจะเท่ากับยอดรวมของยอดคงเหลือของบัญชีด้านเครดิต

5.2 งบการเงิน คือ การรายงานสรุปข้อมูลทางบัญชีที่เกิดขึ้นของกิจการในช่วงเวลาหนึ่ง แบ่งเป็น

(1) งบกำไรขาดทุน คือ รายงานทางการเงินที่แสดงให้เห็นว่ากิจการมีผลกาดำเนินงานในช่วงเวลาเป็นอย่างไร โดยการเปรียบเทียบรายได้กับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาเดียวกัน ถ้ารายได้มากกว่าค่าใช้จ่ายแสดงว่ามีผลกำไร แต่รายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่ายแสดงว่าขาดทุน

(2) งบดุล คือ รายงานทางการเงินที่แสดงฐานะการเงินของกิจการ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง โดยบอกให้ทราบว่ากิจการมีสินทรัพย์และหนี้สินประเภทใดบ้าง จำนวนเท่าใด และมีส่วนของเจ้าของจำนวนเท่าใด

แบบทดสอบ

รายวิชาเลือกสาระการประกอบอาชีพ (การพัฒนาแผนและโครงการอาชีพ)

ตอนที่ 7 การพัฒนาแผนและโครงการพัฒนาอาชีพให้มีรายได้ มีเงินออมและมีทุนในการขยายอาชีพ

.....

คำชี้แจง ให้นักศึกษาวงล้อมรอบข้อที่ถูกต้อง

1. ข้อใดให้ความหมายเกี่ยวกับรายการทางการเงินที่แสดงฐานะการเงินของกิจการ

ก. งบดุล	ข. งบกำไรขาดทุน
ค. งบทดลอง	ง. งบรายรับ-รายจ่าย
2. ข้อใดไม่ใช่รายการสินทรัพย์

ก. วัสดุสำนักงาน	ข. ลิขสิทธิ์
ค. สิทธิบัตร	ง. เงินเบิกเกินบัญชีธนาคาร
3. ข้อใดเป็นประเภทองค์ความรู้พื้นฐาน

ก. Base knowledge	ข. Trivial knowledge
ค. Explicit knowledge	ง. Tacit knowledge
4. การจัดทำแผนมีกี่ประเภท

ก. 1 ประเภท	ข. 2 ประเภท
ค. 3 ประเภท	ง. 4 ประเภท
5. แผนพัฒนาระยะยาวมีระยะเวลากี่ปี

ก. 3-4 ปี	ข. 4-6 ปี
ค. 6-9 ปี	ง. 10-20 ปี
6. ข้อใดเป็นลักษณะของโครงการที่ดีที่สุด

ก. เป็นโครงการที่สามารถแก้ปัญหาของท้องถิ่นได้
ข. เป็นโครงการที่มีรายละเอียดครบถ้วน
ค. เป็นโครงการที่มีวัตถุประสงค์รายข้อ
ง. เป็นโครงการที่ใช้งบประมาณในการดำเนินการมากที่สุด
7. เหตุผลในการนำ KM มาปรับใช้ในองค์กร

ก. เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการแก้ปัญหาได้ดียิ่งขึ้น
ข. เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน
ค. เพื่อพิสูจน์ความสำเร็จขององค์กร
ง. ถูกทุกข้อ

8. ข้อใดเป็นโครงการพัฒนาอาชีพ

- ก. โครงการศึกษาคุณงานวิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา
- ข. โครงการแลกเปลี่ยนนักเรียนสัมพันธ์
- ค. โครงการการทำเกษตรวิถีธรรมชาติ
- ง. โครงการค่ายธรรมะจิตชูคุณธรรม

9. ข้อใดเป็นสมการบัญชีไม่ถูกต้อง

- ก. สินทรัพย์ = หนี้สิน + ทุน (ส่วนของเจ้าของ)
- ข. หนี้สิน = สินทรัพย์-ทุน (ส่วนของเจ้าของ)
- ค. ส่วนของเจ้าของ = สินทรัพย์+สินทรัพย์
- ง. ส่วนของเจ้าของ = สินทรัพย์-สินทรัพย์

10. ข้อใดไม่ใช่หน้าที่การตลาด

- ก. จัดหาสินค้า
- ข. กำหนดราคาสินค้า
- ค. หาลูกค้า
- ง. นำสินค้าไปสู่ตลาด

แบบทดสอบหลังเรียน
รายวิชาเลือกสาระการประกอบอาชีพ
รายวิชา การพัฒนาแผนและโครงการอาชีพ (อช 32001)

.....

คำชี้แจง ให้นักศึกษาวงล้อมรอบข้อที่ถูกต้อง

1. การส่งเสริมการขายวิธีใดจะกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำได้
 - ก. การใช้แถมปีการค่า
 - ข. การลดราคา
 - ค. การแจกสินค้าตัวอย่าง
 - ง. การจัดแสดงสินค้า
2. ข้อใดไม่ใช่ประเภทของบัญชี
 - ก. ส่วนของเจ้าของ
 - ข. หนี้สิน
 - ค. เงินฝากธนาคาร
 - ง. รายได้
3. ความรู้เชื่อมโยงกับโลกของความเป็นจริงภายใต้สภาพความเป็นจริงที่ซับซ้อน คือความรู้ระดับใด
 - ก. ความรู้ในระดับที่อธิบายเหตุผล
 - ข. ความรู้เชิงทฤษฎีและเชิงบริบท
 - ค. ความรู้ในระดับคุณค่า ความเชื่อ
 - ง. ความรู้เชิงทฤษฎี
4. Explicit knowledge คือ
 - ก. องค์ความรู้พื้นฐานขององค์กร
 - ข. องค์ความรู้ที่ไม่มีโครงสร้าง
 - ค. องค์ความรู้ที่มีโครงสร้างชัดเจน
 - ง. องค์ความรู้ทั่วไปขององค์กร
5. ความรู้ที่ไม่สามารถอธิบายโดยใช้คำพูดได้ มีรากฐานมาจากการกระทำและประสบการณ์
 - ก. ความรู้แบบฝังลึก
 - ข. ความรู้ชัดแจ้ง
 - ค. ความรู้แฝงเร้น
 - ง. ถูกทั้ง ก และ ค
6. ข้อใดเป็นหน้าที่ของช่องทางการตลาด
 - ก. การส่งเสริมการตลาด
 - ข. การรับภาระการเสี่ยง
 - ค. การสั่งซื้อสินค้า
 - ง. ถูกทุกข้อ
7. งานที่ถูกออกแบบขึ้นมาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำสารสนเทศ และการสนับสนุนสารสนเทศให้แก่บุคคลหรือหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กรที่ต้องการใช้
 - ก. ข้อมูล
 - ข. สารสนเทศ
 - ค. ระบบสารสนเทศ
 - ง. ผิดทุกข้อ
8. ข้อใดคือเหตุผลของการนำ KM มาปรับใช้ในองค์กร
 - ก. เพื่อการปฏิบัติงานร่วมกันที่ดีเยี่ยม
 - ข. เพื่อให้บุคคลในองค์กรได้รับรางวัล
 - ค. เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน
 - ง. ข้อ ก และ ค

9. ข้อใดเป็นหมวดค่าใช้จ่าย

ก. สิทธิบัตร

ค. เงินเบิกเกินบัญชีธนาคาร

ข. ค่าเสื่อมราคา

ง. ดอกเบี้ยเงินฝาก

10. ข้อใดไม่ใช่องค์ประกอบของการเขียนโครงการ

ก. วัตถุประสงค์

ค. การประเมินผลโครงการ

ข. งบประมาณ

ง. การกำหนดอายุของโครงการ