

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเพื่อศึกษาถึงระบบการจัดการอาชีพค้าขายในภาคจังหวัดพังงาอำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารแนวคิดทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบในการศึกษาดังนี้

1. ภาคจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน
2. การบริหารและการจัดการ
3. ระบบการจัดการขาย
4. การจัดการเกี่ยวกับสินค้า
5. การจัดการเกี่ยวกับการเงิน

ภาคจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน

ภาคจังหวัด คือสถานที่ที่ผู้ซื้อ ผู้ขายมาพบกัน ณ ที่ซึ่งกำหนดขึ้น อาจจัดขึ้นตามหมู่บ้านหรือตำบลใหญ่ๆ ซึ่งมีการคมนาคมสะดวก เป็นสถานที่ที่นำสัตว์มาขายได้อย่างเสรี เกษตรกรสามารถเลือกซื้อหรือขายสัตว์ได้โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง หรือนายหน้า นอกจากนี้ยังเป็นที่พักปะของเกษตรกรสภาพพื้นที่ของตลาดนัดทั่วไปจะเป็นลานกว้าง มีหลักไม้และต้นไม้ใหญ่อยู่ทั่วไป มีเนินดินไว้สำหรับนำสัตว์ขึ้นหรือลงจากรถ มีที่จอดรถสำหรับผู้ประกอบการค้าสัตว์ ในบริเวณภาคจังหวัดนอกจากจะซื้อขายโค กระบือแล้ว ยังมีสินค้าอื่นๆ ทั้งเครื่องอุปโภค บริโภคและอุปกรณ์ทางการเกษตรมาขายในบริเวณภาคจังหวัดด้วย ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูนนั้นมีภาคจังหวัดหลายแห่งด้วยกัน ซึ่งนอกจากภาคจังหวัดพังงาแล้วยังมีภาคจังหวัดอีก 3 แห่งนับว่ามีความสำคัญในเขตจังหวัดเชียงใหม่-ลำพูน ตามที่สุทธิ์ ชูชาติ (2538, หน้า 2) ได้รวบรวมไว้ดังนี้

1. ภาคจังหวัดเวียงหนองล่อง มีตลาดในวันอาทิตย์ ตั้งอยู่ที่บ้านเวียงหนองล่อง ตำบลวังผางกิ่งอำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน ห่างจากถนนเชียงใหม่-ฮอดที่สามแยกท่าลี่ประมาณ 5 กิโลเมตร และที่ว่าการอำเภอสนป่าตอง 36 กิโลเมตร ภาคจังหวัดสร้างขึ้นครั้งแรกที่บ้านห้วยป็นจ้อย

พ.ศ.2495 ต่อมาย้ายมาอยู่ที่เวียงหนองล่อง ใน พ.ศ.2502 ปัจจุบันมีพื้นที่ 67 ไร่ เป็นตลาดที่ขายโค กระบือ ซึ่งเข้ามาทางชายแดนไทยพม่ามากที่สุดในภาคเหนือ

2. กาดจ๊วแม่ย้อย มีตลาดในวันจันทร์และศุกร์ ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 1 บ้านแม่ย้อย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่ 4 ไร่ อยู่ห่างจากถนนเชียงใหม่-แม่ใจ 250 เมตร ห่างจากที่ว่าการอำเภอ สันทราย 2 กิโลเมตร กำนันใจ คำรง สร้างตลาดในปี พ.ศ.2492

3. กาดจ๊วบ้านดั้นคู มีตลาดในวันพฤหัสบดี ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 3 ตำบลบวค้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ กำนันจู นันทะยา สร้างตลาดขึ้นเมื่อ พ.ศ.2496 ปัจจุบันมีพื้นที่ 8 ไร่ สถานที่ตั้งห่าง จากอำเภอสันกำแพง 4 กิโลเมตร ที่ว่าการอำเภอสารภี 9 กิโลเมตร และกิ่งอำเภอบ้านธิ 19 กิโลเมตร

การบริหารและการจัดการ

ความหมายของการบริหารและการจัดการ

สัมพันธ ภูไพบูลย์ (2540, หน้า 15) และสมคิด บางโม (2529, หน้า 28) ได้กล่าวว่าคำว่าการ บริหารนิยมใช้ในทางราชการ เกี่ยวกับเรื่องนโยบายและมีความหมายกว้างกว่าคำว่าจัดการซึ่งนิยม ในด้านธุรกิจ และเป็นเรื่องของการนำไปปฏิบัติแต่ปัจจุบันคำทั้งสองนี้ ใช้แทนกันได้และมีความหมาย เหมือนกัน นอกจากนั้นยังมีนักบริหารและนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การ บริหารและการจัดการไว้ต่าง ๆ กันตามทัศนคติ และแนวการศึกษาของแต่ละท่าน โดยสมยศ นาวิการ (2522, หน้า 4) ได้กล่าวว่า การบริหารคือกระบวนการของการวางแผน การจัดองค์การ และการสั่งการ และการควบคุมกำลังความหมายของสมาชิกขององค์การ และใช้ทรัพยากรอื่นๆ เพื่อความสำเร็จในเป้าหมายขององค์การที่กำหนดไว้ รวมทั้งธีระวุฒิ บุญยโสภณ และวีรพงษ์ เจริญจิระรัตน์ (2534, หน้า 12) ได้กล่าวว่าการบริหาร คือการจัดการกระบวนการอย่างหนึ่งภายในองค์การ ซึ่งมีลำดับการทำงานเป็น ขั้นตอน มีกลุ่มบุคคลเป็นกลไกสำคัญในการบริหารงาน มีเงินทุนเครื่องจักรและวัสดุครุภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นองค์ประกอบด้วย สำหรับสมาน รังสิโยภฤกษ์ และสุธี สุทธิสมบูรณ์ (2537, หน้า 29) ได้กล่าวเช่น กันว่า การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้นต้องมีศิลปะในการจัดการคน เงิน วัสดุอุปกรณ์ ขององค์การรวมทั้งเซอร์เบิร์ต เอ. ไชมอน (Herbert A. Simon, 1987 อ้างใน ศิริอร ชันชหัตถ์, 2536, หน้า 2) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารหมายถึง กิจกรรมที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกันดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การด้วยเช่นเดียวกัน

จากความหมายของการบริหารและการจัดการดังกล่าวสรุปได้ว่า การจัดการเป็นการดำเนินงานธุรกิจขององค์กรในวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพโดยมีกระบวนการทำงานอย่างมีขั้นตอน และอาศัยทรัพยากรอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ คน เงินทุน วัสดุอุปกรณ์ เครื่องจักร มาเป็นเครื่องมือในการดำเนินงาน และให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน โดยเน้นถึงความสำคัญของความก้าวหน้า และความพึงพอใจของสมาชิกในองค์กร

คุณลักษณะของการจัดการ

การจัดการเป็นเรื่องเกี่ยวกับการวางแผนในด้านทรัพยากรการบริหาร ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการซึ่งเดาวัลย์ นันทาภิวัฒน์ (2518, หน้า 2) ได้สรุปถึงคุณลักษณะของการจัดการไว้ดังนี้

1. การจัดการจะต้องมีจุดมุ่งหมาย
2. การจัดการเป็นมาตรการที่เห็นได้เด่นชัดสำหรับการปฏิบัติที่มีผลต่อการดำรงของมนุษย์
3. การจัดการมักจะเกี่ยวข้องกับพยายามของหมู่คณะ
4. การจัดการไม่มีตัวตน แต่ปรากฏขึ้นด้วยผลของการใช้ความพยายาม
5. ประสิทธิภาพทางการจัดการต้องใช้ความรู้ ทักษะและภาคปฏิบัติบางประการ

สำหรับสัมพันธุ์ ภูไพบูลย์ (2540, หน้า 16-17) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของการจัดการซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การจัดการเป็นศาสตร์อย่างหนึ่ง อยู่ในรูปของสังคมศาสตร์ (Social Science) เป็นเรื่องเกี่ยวกับมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์มีชีวิตจิตใจ และความต้องการแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์ สถานการณ์ และสิ่งแวดล้อม ตลอดเวลา ถึงแม้จะไม่มีหลักเกณฑ์ตายตัวเหมือนศาสตร์บริสุทธิ์ (Pure Science) แต่การจัดการยังเป็นระบบวิชาความรู้ ประกอบด้วยหลักการ กระบวนการ วิธีการแนวความคิดและลักษณะสำคัญของการจัดการเป็นศิลป์ อย่างหนึ่ง สามารถนำนักวิชาการจัดการไปใช้กับบุคคลอื่นให้เกิดประโยชน์ และสามารถประยุกต์ความรู้ด้านการจัดการให้เกิดพลังต่อองค์กรได้

2. วิชาการจัดการ สามารถศึกษา เรียนรู้ ถ่ายทอดวิชาอย่างเป็นระบบ และครอบคลุมไปถึงวิชาอื่นอย่างกว้างขวาง

3. การจัดการเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลทั่วไป และกลุ่มวิชาชีพต่าง ๆ ความสำเร็จของการจัดการต้องอาศัยความร่วมมือของกลุ่มต่าง ๆ เหล่านั้น

4. งานในหน้าที่ด้านการจัดการ มีลักษณะงานโดยทั่วไปคล้ายคลึงกันมีอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบเหมือนกันแบบทุกองค์การ อาจแตกต่างในเชิงปริมาณตามขนาดและขอบเขตขององค์การ

คุณลักษณะของการจัดการนั้น นับว่าเป็นเรื่องสำคัญซึ่งทำให้การจัดการมีความเป็นรูปธรรมที่เห็นได้เด่นชัดขึ้น สามารถนำมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานและทำให้การจัดการมีระบบ ตลอดจนครอบคลุมในส่วนต่างๆ ของการจัดการได้เป็นอย่างดี

ความสำคัญของการจัดการ

ธงชัย สันติวงษ์ (2531, หน้า 4) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการจัดการว่าไม่มีกิจการใดที่จะสามารถประสบความสำเร็จอยู่ได้นาน ถ้ามิได้มีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดและการประสบความสำเร็จวัดดูประสงค์เชิงการเมืองสังคมและเศรษฐกิจ อาศัยความสามารถของผู้จัดการอยู่มาก การจัดการถือได้ว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญยิ่งที่จะทำให้งานบรรลุผลสำเร็จได้ แม้ว่าผู้ปฏิบัติงานในจุดต่างๆ จะทำงานในหน้าที่การงานที่เป็นงานด้านเทคนิคได้ดีก็ตาม ถ้าหากไม่ประสานหรือสอดคล้องกับงานที่ทำกับฝ่ายอื่นๆ หรือไม่เหมาะสมกับสภาพภายนอก ก็ย่อมจะทำให้งานต่างๆ ล้มเหลว ไม่สามารถก่อให้เกิดผลสำเร็จได้และ สมคิด บางโม (2538, หน้า 32-33) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการจัดการว่า การจัดการนั้นมีใช่เป็นการทำงานเพื่อให้งานเสร็จสิ้นไปแต่เพียงอย่างเดียว ในภาวะปัจจุบันซึ่งวิทยาการก้าวหน้า ประชากรเพิ่มขึ้น การแข่งขันทางธุรกิจมีมากขึ้นเรื่อยๆ การจัดการจึงจำเป็นต้องใช้หลักวิชาการเข้าช่วยมิใช่ใช้ประสบการณ์แต่เพียงอย่างเดียว เมื่อใช้การจัดการและการบริหารมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับงานย่อมจะเกิดคุณค่าหลายประการ ได้แก่ การประหยัด ด้านประสิทธิภาพ ด้านประสิทธิภาพ ด้านความเป็นธรรม และเกียรติยศชื่อเสียง

นอกจากนี้ ระวัง เนตรโพธิ์แก้ว (2537, หน้า 27) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการจัดการว่า ธุรกิจต่างๆ จำเป็นต้องมีการจัดการ ทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถให้บริการแก่สังคมตามที่สังคมต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยทั่วไปแล้วการจัดการจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจ ดังนี้

1. ช่วยให้องค์การบรรลุเป้าหมาย นั่นคือผลกำไรโดยถือหลักประหยัดแต่ให้ได้ผลผลิตมากที่สุด
2. การจัดการช่วยให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานคือได้ประโยชน์สูงสุดและสำเร็จตามคาดหมาย
3. ช่วยพยุงและส่งเสริมฐานะทางเศรษฐกิจของชาติ

4. เป็นเครื่องชี้ถึงความเสื่อมหรือความเจริญขององค์การและของสังคมในอนาคต
5. เนื่องจากการแข่งขันกันมากขึ้นจึงต้องอาศัยหลักการจัดการมาใช้ปรับปรุงงานให้มีประสิทธิภาพ

รวมทั้งพยอม วงศ์สารศรี (2530, หน้า 32) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการจัดการไว้ดังนี้

1. การจัดการเป็นสมองขององค์การ การที่องค์การจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายกำหนดไว้นั้น จำเป็นต้องมีกระบวนการจัดการที่ดี
2. การจัดการเป็นเทคนิควิธีการที่ทำให้สมาชิกในองค์การเกิดจิตสำนึกร่วมกันในการปฏิบัติงาน มีความตั้งใจ เต็มใจช่วยเหลือให้องค์การประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เพราะมีกระบวนการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานนำทางให้องค์การไปสู่ความสำเร็จ
3. การจัดการเป็นการกำหนดขอบเขตในการทำงานของสมาชิกในองค์การไม่ให้ซ้ำซ้อนกัน ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความราบรื่น รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
4. การจัดการเป็นการแสวงหาวิธีการที่ดีที่สุดในการปฏิบัติงานให้องค์การเกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุด

นอกจากนี้แล้วศรีอรุณ เรศานนท์และคณะ (2535, หน้า 1) ได้กล่าวถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการว่า การจัดการเป็นเรื่องเกี่ยวกับการปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนงานที่ฝ่ายบริหารได้กำหนดไว้ โดยผู้จัดการเป็นผู้วางแผนเพื่อปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ และมีความสามารถในการชักจูงผู้ร่วมงานและควบคุมการดำเนินงานให้ปฏิบัติหน้าที่จนเป็นผลสำเร็จตามความมุ่งหมายขององค์การ

จากคุณลักษณะและความสำคัญของการจัดการดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าการจัดการนั้นเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการดำเนินงานในด้านต่างๆ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความรู้ ประสบการณ์และทักษะปฏิบัติเข้ามาร่วมโดยมีการกำหนดจุดมุ่งหมาย เพื่อให้กิจการประสบผลสำเร็จตามที่ได้กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และยังทำให้กิจการหรือองค์การมีความเจริญก้าวหน้าและพัฒนาขึ้นด้วยซึ่งกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าในภาคจั่วทุ่งฟ้าบด นับว่าเป็นกลุ่มหนึ่งที่ได้นำระบบการจัดการเข้ามาเกี่ยวข้องในการประกอบอาชีพค้าขาย ได้แก่ การจัดการเกี่ยวกับสินค้า การเงินและการจัดการ การจัดการดังกล่าวนี้จำเป็นต้องอาศัยความรู้ และประสบการณ์มาเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการขายของตนให้เหมาะสมและสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ สังคม ความต้องการของผู้บริโภคตลอดจนใช้หลักวิชาการเข้ามาช่วยจัดการในด้านกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อแข่งขันทางธุรกิจที่มีมากขึ้นด้วย

การจัดการเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการ

การจัดการเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการ จินดา พรหมเสนา (2533 , หน้า 7 – 8) ได้กล่าวถึง การจัดการว่าเป็นกระบวนการของการทำงานให้สำเร็จด้วยการใช้บุคคล และทรัพยากรต่างๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานของกิจกรรมประสบความสำเร็จ การจัดการหรือการบริหารงานที่ดีมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ธุรกิจการค้าบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารธุรกิจขนาดเล็ก ปัญหาทางด้านการบริหารมีน้อย เพราะมีผู้จัดการหรือผู้บริหารใกล้ชิดกับผู้ปฏิบัติงาน รู้ความต้องการและปัญหาของการปฏิบัติงานได้รวดเร็ว สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ทันที่ และสนองความต้องการของบุคลากรได้ แต่เมื่อธุรกิจมีขนาดใหญ่ขึ้น หน่วยงานต่างๆ มีหลายแผนก ปัญหาทางด้านการบริหารงานจะมีทวีขึ้น เนื่องจากการประสานงานในหน่วยงานเดียวกัน ทำให้การทำงานล่าช้า (Red Tape) ผู้บริหารควบคุมดูแลกิจการไม่ทั่วถึงเกิดการรั่วไหลทางการเงิน คือ พนักงานทำงานน้อยไม่คุ้มค่ากับเงินค่าจ้าง เป็นต้น ฉะนั้นการมีจัดการที่ดีจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจ

การดำเนินงานธุรกิจการค้าจะประสบผลสำเร็จได้นั้น ผู้ประกอบการหรือนักธุรกิจจะต้องเป็นนักบริหารที่ดี โดยเฉพาะการบริหารงานเรื่องที่สำคัญๆ ในด้านต่อไปนี้

1. การวางแผน
2. การจัดรูปองค์กร
3. การจัดบุคลากร
4. การอำนาจการ
5. การควบคุมงาน

การบริหารและการจัดการนับว่าเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับธุรกิจทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่ก็ตาม การบริหารและการจัดการเป็นเรื่องที่ครอบคลุมการดำเนินงานทางธุรกิจในทุกๆ ด้าน ซึ่งจะทำงานแต่ละด้านประสานสอดคล้องกันและดำเนินไปได้ด้วยดี จากงานวิจัยของวารุณี ประทานชัย (2542) ได้ศึกษาเรื่องการค้าของตลาดนัดโค-กระบือวังฆ้องในจังหวัดพิษณุโลก พบว่าความคิดเห็นของคนทั้ง 5 กลุ่ม ได้แก่ เกษตรกร พ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าปลายทาง เจ้าของตลาดนัด เจ้าหน้าที่ ในเรื่องการค้าของตลาดนัดโค กระบือวังฆ้อง มีความคิดเห็นที่ดีต่อการดำเนินงานทั้งในแง่การบริหารและการจัดการ ซึ่งได้แก่การดำเนินงานระบบการซื้อขายในตลาดนัดและการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อและผู้ขาย รวมถึงการบริการของเจ้าหน้าที่

ส่วนปัญหาและอุปสรรคของผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การบริการด้านไฟฟ้าและน้ำดื่มสำหรับสัตว์ยังไม่ทั่วถึง ในฤดูฝนพื้นที่ในตลาคมีแต่โคลนตม ดำรงตั้งด้านตรวจและปรับรถขนส่งสัตว์ทำให้เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และพ่อค้าคนกลางชักซื้อสัตว์บนรถทำให้ราคาสัตว์เพิ่มสูงขึ้น ไม่มีที่พักค้างคืนให้พ่อค้าที่มาจากต่างจังหวัด มีโรคระบาดที่ติดมากับสัตว์ทำให้มีการระบาดของโรคภายในตลาคนัด และปัญหาการเคลื่อนย้ายสัตว์ไปยังต่างจังหวัดไม่สามารถทำตามระเบียบของกรมปศุสัตว์ได้

ระบบการจัดการขาย

วีระ บุญญานุรักษ์ (2516 , หน้า ก) ได้กล่าวถึงการจัดการขายว่าเป็นปรัชญาแขนงหนึ่งของการจัดการ เป็นเสมือนส่วนหน้าในการที่จะนำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ ไม่เพียงแต่เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า แต่ยังชักนำไปสู่การขายที่มีผลกำไรด้วย ช่วยให้ธุรกิจดำเนินอยู่ได้ในลักษณะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง การนำเอาระบบการจัดการขายที่ดีมาใช้จึงเป็นหัวใจของการจัดการตลาดหรือการดำเนินธุรกิจเป็นส่วนรวม การจัดการตลาดเป็นขบวนการ 2 ทาง ระบบการจัดการขายที่ดีและได้ผลย่อมก่อให้เกิดการหมุนเวียนที่ดี โดยการนำเอาสินค้าและบริการไปยังผู้อุปโภคบริโภค และนำเอาข่าวสารการตลาดมาป้อนให้แก่ฝ่ายจัดการในที่สุด

สำหรับระบบการจัดการขาย วีระ บุญญานุรักษ์ (2516, หน้า 16) และดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2536, หน้า 14) ได้กล่าวไว้ว่า ระบบการจัดการขาย ส่วนใหญ่ถือเป็นระบบการดำเนินงานประจำวัน โดยมีผู้จัดการขายเป็นหัวหน้า และกระจายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบตามสายการบังคับบัญชา ในรูปองค์การ อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้จัดการขายมี 2 ส่วน คือ

1. การจัดการขาย ประกอบด้วย กิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การรับใบสั่งจากพนักงานขาย การติดตามสินค้าให้ลูกค้า การส่งมอบสินค้า การให้สินเชื่อ การติดตามเก็บเงิน การสรุปค่าใช้จ่ายแสดงผลกำไรและขาดทุนของแผนกขาย ตลอดจนการวางแผนการขาย การประสานกลยุทธ์ต่างๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ผลสำเร็จตามเป้าหมาย

2. การบริหารพนักงานขาย ได้แก่ การรับสมัคร คัดเลือก ฝึกอบรม การสร้างกำลังใจ การจ่ายเงินทดแทนพนักงานขาย

การจัดการขาย เป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง ซึ่งจะนำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จโดยมีการจัดการขายและการบริหารพนักงานขายเพื่อประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจให้ดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ที่

กำหนดไว้ให้สำเร็จ ตลอดจนมีการจัดการทางด้านการตลาดซึ่งทำให้เกิดการกระจายสินค้าและบริการไปสู่ผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

ลักษณะที่ดีของผู้บริหารงานขายที่ประสบความสำเร็จ

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ (2536, หน้า 8) ได้กล่าวถึงบุคคลที่จะเข้ามาบริหารงานขายแล้วจะประสบความสำเร็จต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. มีลักษณะเป็นผู้นำที่ดี มีบุคลิกดี มีความรับผิดชอบ ตัดสินใจเร็วถูกต้องแม่นยำ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี สามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้
2. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ใหม่ๆ สามารถวางแผนการ และกำหนดยุทธวิธีการขายอย่างได้ผล
3. มนุษยสัมพันธ์ที่ดีเยี่ยม เพื่อประสานงานกับทุกฝ่าย เพื่อให้ได้มาซึ่งประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานทางด้านการตลาด
4. ศึกษาหาความรู้อย่างสม่ำเสมอ จากข่าวสารทุกด้านเช่น จากลูกค้า คู่แข่งขัน หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ การฝึกอบรม
5. มีนิสัยในการสอนคน ใช้ภาษาที่คนทุกระดับเข้าใจง่าย
6. รักผู้ใต้บังคับบัญชา และให้การสนับสนุนผู้ใต้บังคับบัญชา

นอกจากนั้นจุฑา เทียนไทย (2528, หน้า 4) ได้กล่าวถึงผู้บริหารงานขายที่ประสบความสำเร็จว่ามักมีคุณสมบัติดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการวางแผนและประสานงาน
2. เป็นผู้ที่มีความสามารถในการกำหนดระบบการทำงานและกำหนดหน้าที่ทำงานของตนให้สัมพันธ์กับเป้าหมายของธุรกิจ
3. มีความสามารถที่จะใช้เวลาที่ตนมีอยู่เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุดเท่าที่จะกระทำได้
4. มีลักษณะความเป็นผู้นำ เช่น มีความรับผิดชอบ มีความเข้าใจในเพื่อนมนุษย์ มีความสามารถในการตัดสินใจ มีไหวพริบ มีความสามารถในการควบคุมตัวเองและรู้จักรักษารามรณ
5. มีความสามารถในการคัดเลือก ฝึกอบรมและใช้ผู้ช่วยที่มีความสามารถเข้ามาดำเนินงานแทนตน

รวมทั้งคณะผู้สอนสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2528, หน้า 31-36) ได้สรุปถึงลักษณะของผู้บริหารงานขายที่ดีว่าควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. เป็นนักจัดการ ผู้บริหารงานขายที่ดีต้องมีความสามารถทางการจัดการ กล่าวคือ การวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดของกิจการซึ่งได้แก่ คน เงิน วัสดุและขวัญ
2. เป็นนักเริ่มต้นที่ดี การเริ่มต้นที่ดีจัดได้ว่าประสบความสำเร็จไปมากกว่าครึ่งแล้ว ผู้บริหารงานขายต้องเริ่มต้นด้วยการคัดเลือกพนักงานขายที่ดีเข้ามาในกิจการโดยการรับสมัครและคัดเลือกพนักงานขายอย่างมีหลักเกณฑ์ ตลอดจนจัดให้มีการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลระหว่างผู้บริหารงานขายกับผู้สมัครตั้งแต่เริ่มต้น
3. เป็นผู้เสริมสร้างทัศนคติที่ดี การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีสำหรับงานขายจะต้องให้มีขึ้นตลอดเวลาของการบริหารงานขาย ผู้บริหารงานขายคือบุคคลสำคัญที่จะสามารถเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้กับพนักงานขาย
4. เป็นผู้นำที่ดี ผู้นำ (Leader) คือบุคคลซึ่งทำงานได้สำเร็จโดยอาศัยผู้อื่น บุคคลที่มาดำรงตำแหน่งที่สูงของกิจการจำเป็นต้องใช้สมองมากกว่าแรงงาน ดังนั้นหน้าที่สำคัญของผู้นำคือควรเป็นผู้คิดวางแผนและควบคุมให้ผู้อื่นทำงาน
5. เป็นมืออาชีพ สิ่งหนึ่งซึ่งผู้บริหารงานขายในแทบทุกกิจการมุ่งหวังคือทำอย่างไรให้พนักงานขายภายใต้ความรับผิดชอบของตนสามารถเป็นนักขายมืออาชีพได้ นักขายมืออาชีพคือพนักงานขายที่ขายได้ประสบความสำเร็จมากกว่าความล้มเหลวโดยยึดหลักดังต่อไปนี้
 - 5.1 ศึกษาเพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาถึงความสำเร็จ ความล้มเหลวของตนเองในหน้าที่ขายหรือศึกษาความรู้รอบด้านอันจะช่วยในการเสนอขายได้สำเร็จ
 - 5.2 ใฝ่หาการทำงานหนักและมีความมุ่งมั่นเป็นเลิศ
 - 5.3 ชอบให้บริการแก่ผู้อื่น โดยเฉพาะลูกค้า
 - 5.4 มีความซื่อสัตย์และศรัทธาในตัวเอง ผลิตภัณฑ์ที่ขายและกิจการที่ตนทำงานอยู่
6. เป็นผู้ใฝ่หาความรู้ หากผู้บริหารงานขายเป็นผู้ใฝ่หาความรู้ พนักงานขายก็จะเป็นผู้ใฝ่หาความรู้ด้วย ผู้บริหารงานขายที่ดีต้องเล็งเห็นถึงคุณค่าของการฝึกอบรมแก่พนักงานขายที่ตนรับผิดชอบ เพราะการอบรมเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถเสริมสร้างความรู้ต่างๆ ให้กับพนักงานขาย
7. เป็นผู้มีความมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเลิศและเป็นนักงูใจ ผู้บริหารงานขายจะเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ ดีเลิศเมื่อเป็นคนที่เข้าใจผู้อื่นและพนักงานขายได้ดีและการที่จะงูใจพนักงานขายได้สำเร็จ

ผู้บริหารจำเป็นต้องเข้าใจความต้องการของพนักงานขายแต่ละคนเสียก่อน เพื่อที่จะพอใจได้ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของพนักงานขายแต่ละคน

8. เป็นเป้าหมายของพนักงานขาย พนักงานขายทุกคนยึดถือว่าผู้บริหารงานขายคือเป้าหมายของตน ดังนั้นการที่จะเป็นเป้าหมายที่ดีของพนักงานขาย ผู้บริหารงานขายจะต้องเป็นผู้มีไหวพริบดี และสามารถแก้ไขสถานการณ์ยุ่งยากได้

9. เป็นผู้มีความรู้ดี ผู้บริหารงานขายที่ดีต้องมีความรู้ในเรื่องต่างๆ ดีกว่าพนักงานขาย ความรู้ดังกล่าวรวมถึงความรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์ ความรู้ในกิจการ ความรู้ในกระบวนการขาย ความรู้ในสถานะตลาดที่เป็นจริง สิ่งนี้จะทำให้ผู้บริหารงานขายมีความจำเป็นต้องออกตรวจสอบสถานะตลาดอย่างสม่ำเสมอเพื่อที่จะไม่ถูกพนักงานขายหลอกหลวงได้

10. อื่นๆ ได้แก่สามารถควบคุมการประชุม เป็นคนใจกว้างเมื่อคิดว่าเหมาะสม มีศีลธรรมในการปกครองคนและต่อสู้ต่ออุปสรรค

ในการดำเนินกิจการใดก็ตาม หากมีผู้บริหารงานขายที่ดีแล้ว กิจการนั้นมักประสบความสำเร็จซึ่งนอกจากจะประสบความสำเร็จในด้านการปฏิบัติงานต่างๆ แล้วยังเป็นแบบอย่างที่ดีสำหรับผู้ร่วมปฏิบัติงานด้วย ซึ่งจะส่งผลให้กิจการมีความเจริญก้าวหน้าและพัฒนาต่อไป

การจัดการเกี่ยวกับสินค้า

การจัดการเกี่ยวกับสินค้า จินดา พรหมเสนา (2533 , หน้า 2 – 3) ได้กล่าวถึง ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ที่ดำเนินงานธุรกิจร้านค้าปลีกที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานนั้นจะต้องเป็นบุคคลที่มีความสามารถด้านการจัดการเกี่ยวกับสินค้าในเรื่องความถูกต้อง 5 ประการ ดังต่อไปนี้

1. สินค้าถูกต้อง หมายความว่า ผู้ประกอบการต้องรู้จักเลือกซื้อสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาจำหน่ายแจกให้แก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย ดังนั้นผู้ประกอบการค้าปลีก จะจัดซื้อสินค้าอย่างไร จึงจะตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สรุปแนวทางที่ผู้ประกอบการค้าปลีกใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า จะต้องศึกษาสิ่งต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลของการขายที่ผ่านมาในอดีต

1.2 การวิจัยตลาด เพื่อแสวงหาข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ถึงความต้องการสินค้าของผู้บริโภค

1.3 การสังเกตภาวะของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

1.4 ข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวกับตัวสินค้า เช่น นโยบายของร้านค้าปลีกและเศรษฐกิจของประเทศเป็นต้น

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค จะช่วยให้พ่อค้า แม่ค้า สามารถจัดการเกี่ยวกับสินค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถนำมาเป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามาขายได้ดังเช่น งานวิจัยของฐิติพร ฐาติ (2538) ได้วิเคราะห์ถึงประเภทสินค้าในตลาดโค กระบือ หุ่นผ้าพบว่ามีสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากที่สุดถึง 71 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 36.98 และรองลงมาเป็นสินค้าเกี่ยวกับผ้าและเครื่องแต่งตัว 35 ร้าน ร้อยละ 18.23 อันดับ 3 เป็นสินค้าเครื่องใช้ในครัวเรือน สิ่งของดังกล่าวผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแตกต่างจากระยะเปิดตลาดใหม่ๆ มีผลผลิตจากท้องถิ่นมากกว่าจากโรงงานอุตสาหกรรม การเลือกทำเลที่ตั้งเหมาะสมนับว่าเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เนื่องจากให้ความสะดวกสบาย ปลอดภัยและให้บริการได้อย่างทั่วถึง บางแห่งสร้างความประทับใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

2. สถานที่ที่ถูกต้อง หมายความว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะต้องทำเลที่ตั้งของร้านค้าปลีกที่เหมาะสมถูกต้องในหลัก 4 ประการดังต่อไปนี้

2.1 ทำเลที่ตั้งของร้านค้าปลีกที่เหมาะสมกับความพอใจของลูกค้าที่จะมาซื้อสินค้าโดยสะดวก ได้แก่ การคมนาคม ที่จอดรถ การบริการ เป็นต้น

2.2 การวางผังภายในร้านค้าที่เหมาะสมถูกต้อง เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เข้ามาเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน

2.3 การจัดวางสินค้าเป็นแผนๆ ภายในร้านค้าถูกต้อง เพื่อสะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า

2.4 ทำการขยายกิจการได้เมื่อจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

สถานที่ที่ขายสินค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งผลต่อปริมาณการขายสินค้า หากทำเลที่ตั้งร้านค้ามีความเหมาะสมแล้วย่อมสร้างความพอใจให้กับผู้ซื้อและทำให้ขายสินค้าได้ในปริมาณมาก จากงานวิจัยของเพชร จงก้าโชค (2528) ได้ศึกษาถึงตลาดอาหารสดในกรุงเทพมหานครพบว่าที่ตั้งของแผง

ขายของเป็นสิ่งสำคัญของผู้ขายในตลาดสดในกรุงเทพมหานคร ผู้ขายบางคนมีแผงขายของมากกว่า 1 แผง จากแบบสอบถามมีแผงทั้งหมด 734 แผง มีเพียง 23.43% ของแผงขายของที่จัดว่าตั้งอยู่ในทำเลที่ดี คือ แผงอยู่ใกล้ทางเข้าออกตลาดหรือตั้งอยู่กลางตลาดรวมทั้ง กนกพร กระบวนศรี (2531) ได้ศึกษาเรื่องตลาดนัดหมุนเวียนชนบทในภาคเหนือกรณีศึกษาในเขตเชียงใหม่ ลำพูน จากการวิจัยพบว่า ทำเลที่ตั้งสัมพันธ์เป็นอีกลักษณะหนึ่งซึ่งมีความสำคัญมาก เนื่องจากมีตลาดนัดจำนวน 5 แห่งที่อยู่ติดกับชุมชนทางคมนาคมคือ บริเวณสามแยกหรือสี่แยกประกอบด้วย ตลาดนัดน้ำแพร่ ในเขตเชียงใหม่ ตลาดนัดบ้านเวียง ตลาดนัดบ้านธิ ตลาดนัดม่วงโตนและตลาดนัดป่าเป้าในเขตลำพูน โดยตลาดนัดนี้มี 4 แห่งที่เป็นตลาดนัดลำดับศักดิ์เล็ก ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมจากประชาชนอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดนัดแห่งอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง เพราะผู้บริโภคได้รับความสะดวกในการเดินทางไปซื้อสินค้า นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งของตลาดนัดม่วงโตนนั้นได้เปรียบว่าตลาดนัดบ้านธิ เนื่องจากมีทำเลที่ตั้งอยู่ติดกับถนนสายหลักและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มความสำคัญต่อไป เพราะติดอยู่กับเขตชุมชนทางคมนาคมที่สามารถติดต่อกับบริเวณอื่นๆ ได้สะดวกและอยู่ใกล้แหล่งที่มีประชากรตั้งถิ่นฐานอยู่อย่างหนาแน่นบริเวณบริเวณลีนค่านั้น ๆ และพบว่า พ่อค้าเป็นกลุ่มบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในตลาดเพราะเป็นบุคคลที่ค้าขายเป็นประจำตามระบบการหมุนเวียน พ่อค้าจะคำนึงถึงผลกำไรในการค้าขายเป็นสำคัญ ส่วนมากเลือกค้าขายในตลาดขนาดใหญ่และขนาดกลางมีการรวมกลุ่มพ่อค้าที่จำหน่ายสินค้าต่างประเภทกัน และเดินทางไปค้าขายในตลาดนัดแห่งเดียวกัน และพิทักษ์ จันทรเจริญ (2528) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตลาดนัดของพ่อค้ามีหลายประการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของพ่อค้า เนื่องจากลักษณะการดำเนินธุรกิจการค้ามีความแตกต่างกันในส่วน of พ่อค้าอาชีพ จะคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ความสะดวกในการเข้าถึงของตลาดนัด ระยะทาง และสภาพสังคมเพราะพ่อค้าดังกล่าวจะคำนึงถึงผลกำไรจากการค้าขาย พ่อค้าจะมีการรวมตัวทางการค้าทั้งการร่วมเดินทางหรือร่วมลงทุนในการค้าขายและพยายามจัดให้มีแหล่งค้าขายเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ เกียรติ จิวกุลและคณะ (2534) ได้ศึกษาถึงการขยายตัวของตลาดในกรุงเทพมหานครพบว่า ตลาดที่เกิดขึ้นในระยะหลังๆ มักเป็นตลาดขนาดเล็กหรือขนาดกลาง ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ เป็นสินค้าที่สนองความต้องการในชีวิตประจำวัน และมักจะเกิดขึ้นตามชานเมืองเท่านั้น และกล่าวถึงผู้ขายและผู้ผลิตว่ามีบทบาทไม่มากนักในการกำหนดที่ตั้งของตลาด เพราะในหลักการตลาดทุกวันนี้ส่วนใหญ่ผู้ขายต้องเอาใจผู้ซื้อ ดังนั้นจุดกำหนดที่ตั้งของตลาดในปัจจุบัน คือ สะดวกในการคมนาคมและขนส่ง และมีชุมชนมากพอที่ทำให้เกิดกำลังซื้อได้

3. เวลาที่ถูกต้อง หมายความว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก จะเลือกซื้อสินค้าเข้าร้านเพื่อนำมาจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค ควรจะพิจารณาถึงเวลา เช่น ฤดูกาล เทศกาลต่างๆ ว่าควรจะซื้อสินค้าชนิดใด ประเภทใด เพื่อจะได้เสนอให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ดังเช่นฝ่ายวิจัยสินค้าเกษตรกรรมที่ 1 กองวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2530) ได้ศึกษาตลาดนัดโค กระบือ ในภาคเหนือพบว่าจำนวนตลาดนัดที่ทำการค้าของพ่อค้า นั้น มีทั้งทำการค้าในตลาดนัดเพียงแห่งเดียวและหลายแห่ง พ่อค้าที่ทำการค้าขายในตลาดนัดหลายแห่ง เนื่องจากมีกำหนดวันจัดตลาดนัดในแต่ละท้องถิ่นที่ไม่ตรงกัน พ่อค้าจึงสามารถหมุนเวียนทำการค้าในตลาดต่างๆ ได้และจากการวิจัยของกนกพร กระบวนศรี (2531) พบว่าการพิจารณาด้านเวลาที่เหมาะสมสำหรับการค้าขายที่สำคัญ โดยพบว่าเวลาที่สามารถค้าขายได้มากมี 2 ช่วง และน้อยอีก 2 ช่วง คือ ช่วงเวลาที่ค้าขายได้มาก ประกอบด้วยช่วงเวลาที่มีความต้องการมากสำหรับสินค้าบางประเภท เช่น โค กระบือ และเครื่องมือการเกษตรประเภทคันไถ จอบ เสียม กระบุง มีความต้องการมากในช่วงก่อนทำนา เครื่องมือการเกษตรที่ผลิตจากไม้ไผ่ มีความต้องการมากก่อนฤดูการเก็บเกี่ยวข้าว และอีกช่วงหนึ่งที่ค้าขายได้มากคือ ช่วงภายหลังการเก็บเกี่ยวผลิตผลครั้งที่ 2 เพราะเกษตรกรได้จำหน่ายผลิตผลครั้งที่ 2 แล้ว ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีผลต่ออำนาจการซื้อสินค้าด้วย ส่วนช่วงเวลาที่ขายได้น้อยประกอบด้วยช่วงระหว่างฤดูฝน ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีความลำบากในการเดินทางติดต่อระหว่างท้องถิ่นรวมทั้งสภาพดินฟ้าอากาศเป็นอุปสรรคสำหรับการจำหน่ายสินค้า และอีกช่วงหนึ่งคือ ในระหว่างฤดูเก็บเกี่ยวข้าว เพราะเกษตรกรต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ในไร่นาเพื่อเก็บเกี่ยวผลิตผลจึงทำให้ไม่มีเวลาเดินทางไปซื้อสินค้าและเป็นช่วงที่มีระดับรายได้ค่อนข้างต่ำเพราะยังไม่ได้จำหน่ายผลิตผล การซื้อสินค้าต่างๆ จึงจำกัดเฉพาะสิ่งที่มีความจำเป็นมากที่สุด ยกเว้นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวผลิตผลเท่านั้น

4. ปริมาณที่ถูกต้อง หมายความว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะต้องเลือกซื้อสินค้าอะไรเป็นปริมาณเท่าไร ในแต่ละครั้งที่ทำการสั่งซื้อ เพื่อจะได้ ไม่เกิดสินค้าคงเหลือมากเกินไป ไม่ต้องมีการลดราคาสินค้า เพราะสินค้าคงเหลือมากและสินค้าล้าสมัย ดังที่ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ (2537, หน้า 91) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์การสั่งซื้อสินค้าว่ากิจการควรสั่งซื้อสินค้าในปริมาณมากน้อยเพียงใดนั้น ต้องพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อ (Ordering Cost) เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา (Carrying Cost) เพื่อจุดมุ่งหมายให้เกิดผลกำไรสูงสุดในการดำเนินงาน ถ้าสั่งซื้อสินค้าในปริมาณมากจะทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสูง บางครั้งอาจสูงถึง 25%-30% ของมูลค่าของสินค้าคงเหลือ ดังนั้นกิจการต้องมั่นใจว่าถ้าเก็บสินค้าคงเหลือไว้มากก็ต้องมียอดขายที่คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น

5. ราคาที่ถูกต้อง หมายความว่า ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคาของสินค้าที่เหมาะสมถูกต้องในหลัก 3 ประการ คือ

5.1 ราคาที่ตั้งไว้ขายนั้น สินค้าจะขายได้ดีหรือไม่เพียงใด ราคายุติธรรมต่อลูกค้าหรือไม่ รวมทั้งสินค้ามีการหมุนเวียนได้ดีหรือไม่เพียงใด

5.2 ราคาที่ตั้งไว้ขายนั้น จะต้องมีการหักต้นทุนสินค้าที่ขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานแล้ว

5.3 ราคาที่ตั้งไว้ขายนั้น ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าชนิดนั้นได้ตลอดไป

การกำหนดราคาสินค้าส่วนใหญ่พ่อค้า แม่ค้ามักกำหนดตามราคาทุน และราคาตลาดถ้าต้นทุนมาถูกก็จะจำหน่ายในราคาถูก แต่ถ้าต้นทุนมาสูงจะจำหน่ายในราคาสูงตามไปด้วย และการตั้งราคาตามราคาตลาดทำให้ราคาสินค้าอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่าย สินค้าที่นำมาขายแม้ว่าราคาจะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับแหล่งผลิตและความนิยมในตราสินค้าแต่ส่วนใหญ่แล้วพ่อค้าแม่ค้าจะตั้งราคาขายที่ตนสามารถขายได้และมีกำไรสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ จากงานวิจัยของ เพชร จงกำโชค (2528) ได้ศึกษาถึงตลาดอาหารสดในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ขายในตลาดนัด ทำสัญญาเช่าแผงในรูปแบบ ระดับกลาง (Medium term) คือมากกว่า 1 ปี ใช้ราคาขายส่งบวกกำไรเป็นราคาขายขั้นสุดท้าย รองลงมาคือ ราคาควบคุม การตั้งราคาสินค้าส่วนใหญ่พ่อค้าจะอาศัยราคาในวันที่ผ่านมาเป็นเกณฑ์และสังเกตจากปริมาณสินค้าแต่ละชนิดที่เข้าสู่ตลาดในแต่ละวัน ซึ่งไม่มีใครทราบแน่นอน เป็นผลให้มีการเก็งกำไร ราคาที่พ่อค้าให้แก่ผู้ขายที่นำสินค้ามาส่งจะต่างกันไปตามประเภทของสินค้าแต่อยู่ในระดับที่ยอมรับว่าเป็นส่วนชดเชยค่าดอกเบี้ย เงินทุนและปัจจัยการผลิต พ่อค้ามักจะแก้ปัญหาของขายเหลือโดยการโยนทิ้งไป โดยเฉพาะสินค้าที่เน่าเปื่อยได้ง่าย และเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกตลาดขายสินค้า คือ เหตุผลทางธุรกิจ มีลูกค้าติดตลาดมาก รองลงมาคือ ระยะทางระหว่างบ้านกับตลาด ลักษณะการขายนอกจากนั้น ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2538) (ได้ศึกษาเรื่องภาคครัว (ตลาดวัว) มิติหนึ่งของภาพสะท้อนในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของสังคมชาวนาในภาคเหนือของประเทศไทย) พบว่า สินค้าในตลาดวัว กล้วยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพปานกลาง และตราประจำสินค้าก็ไม่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของลูกค้าชั้นสูงประกอบกับการเสียดำเนินร้านในราคาถูก ทำให้ราคาต้นทุนต่ำจึงสามารถขายได้ในราคาที่ถูกลงกว่าร้านค้าในเมืองเชียงใหม่ ราคาสินค้าประเภทเครื่องอุปโภค บริโภคเปลี่ยนแปลงตามความต้องการของผู้ซื้อและปริมาณสินค้าที่ตอบสนองความต้องการ เป็นราคาที่ค่อนข้างเสถียรขึ้นลงตามกลไกของระบบราคา เพราะไม่มีกลุ่มพ่อค้าผูกขาดเหมือนการซื้อขายวัว กล้วย ผู้ซื้อจึงสามารถเลือกซื้อสินค้า

ได้อย่างหลากหลายและมีจำนวนมากประกอบกับผู้ซื้อส่วนมากเป็นชาวนา ต้องการสินค้าราคาถูกมากกว่าคุณภาพที่ดีหรือแรงจูงใจจากการโฆษณา ดังนั้นพ่อค้าจึงไม่สามารถตั้งราคาสูงเพื่อขายให้ผู้ซื้อตามรสนิยมเช่นเดียวกับสินค้าในห้างสรรพสินค้า ส่วนราคารถจักรยานและรถจักรยานยนต์ในตลาดวัวควาย จากการสำรวจพบว่า รถเก่ามีราคาถูกกว่าตลาดในเมืองเชียงใหม่ ประกอบกับมีปริมาณมากจึงสามารถเลือกซื้อได้อย่างเสรี พ่อค้าจากต่างจังหวัดจึงนิยมซื้อรถจากตลาดวัวควาย เพราะสามารถกำหนดราคาได้เนื่องจากมีปริมาณสินค้าและผู้เสนอขายมาก แต่ความต้องการซื้อของกลุ่มพ่อค้ามีจำนวนจำกัดขึ้นอยู่กับพ่อค้าต่างจังหวัด ทำให้กลไกของราคาจึงไม่เป็นอิสระเท่าที่ควร ส่วนราคาวัวควายนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปตามระบบเศรษฐกิจไทยโดยรวมด้วย ถ้าภาวะเศรษฐกิจดีวัวควายก็จะมีราคาดีขึ้นไปด้วย

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าขายจำเป็นต้องศึกษาการจัดการในด้านต่างๆ เพื่อที่จะได้นำมาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ความถูกต้องเกี่ยวกับสินค้า สถานที่ เวลา ปริมาณสินค้า และราคา การจัดการเกี่ยวกับสินค้าที่ถูกต้อง ช่วยทำให้สามารถจัดซื้อสินค้าได้ตามความเหมาะสมและสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังทำให้ทันต่อสภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจด้วย การทำเลที่ตั้งร้านค้าก็เป็นเรื่องสำคัญหากทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม ก็ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมาซื้อสินค้า ส่วนเรื่องของเวลา ที่ถูกต้อง ถ้าผู้ประกอบการธุรกิจค้าขายสามารถพิจารณาเกี่ยวกับเวลาแล้วนำมาตัดสินใจและจัดการในการเลือกซื้อสินค้ามาจำหน่ายแล้วสินค้านั้นก็สามารถขายได้ดี เนื่องจากผู้ซื้อมีความจำเป็นหรือมีความต้องการที่จะอุปโภค บริโภคสินค้านั้นๆ ในด้านปริมาณสินค้าผู้ประกอบการธุรกิจค้าขายต้องมีการวางแผนและจัดการเป็นอย่างดี เพื่อลดการเกิดปัญหาตามมา ส่วนในด้านราคาควรพิจารณาเกี่ยวกับราคาของสินค้าให้เหมาะสม เพื่อผู้ซื้อจะได้มีอำนาจซื้อและผู้ขายก็มีกำไรด้วย

การจัดการเกี่ยวกับการเงิน

การจัดการเกี่ยวกับการเงิน จินดา พรหมเสนา (2533 , หน้า 5) ได้กล่าวถึงการเงินว่าหมายถึงการจัดการด้านการเงินในเรื่องเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. การจัดหาเงินทุน จากแหล่งต่างๆ ที่มีอยู่
2. การจัดสรรเงินทุนที่ได้มาในการดำเนินงานธุรกิจ
3. การสำรอง (เก็บรักษา) เงินทุนไว้ใช้จ่ายในโอกาสต่าง
4. การจัดการลงทุนเพื่อแสวงหาผลกำไร

ในการจัดการเกี่ยวกับการเงินให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถเกี่ยวกับการเงินในสิ่งต่อไปนี้ แหล่งที่มาของเงินทุน ภาวะเงินเฟ้อและภาวะเงินฝืด การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย และการให้เครดิตต่างๆ เป็นอย่างดี

ในการศึกษาเกี่ยวกับแหล่งเงินทุนนั้น เพชร จงก้าโชค (2528) พบว่าแหล่งเครดิตในการทำธุรกิจส่วนใหญ่มาจากตลาดการเงินนอกระบบ คือบรรดาตลาดทั้งหมดประมาณ 57% ของแหล่งเครดิตมาจากตลาดการเงินนอกระบบ ซึ่งได้แก่ การยืมเงินจากญาติพี่น้อง เพื่อนฝูงและการเล่นแชร์ และแหล่งเงินทุนนอกระบบอื่นๆ แหล่งเครดิตจากญาติพี่น้องมีบทบาทที่สำคัญมากในตลาดสดใกล้บ้านและในตลาดนัด

การดำเนินธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การจัดการด้านการเงิน นั่นคือการจัดหาเงินทุน การจัดสรรเงินทุน และการสำรองเงินทุน รวมทั้งการลงทุนเพื่อแสวงหากำไร การจัดหาเงินทุนเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาเป็นครั้งแรกต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีแหล่งมากมายดังที่ สมชาย หิรัญกิตติ (2542, หน้า 371-376) ได้กล่าวถึงแหล่งที่มาของเงินทุนซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. แหล่งเงินทุนส่วนบุคคล การแสวงหาความช่วยเหลือด้านการเงินมักเริ่มต้นจากที่บ้านก่อนแล้วจึงขยายออกไปตามลำดับคือ การเก็บออมส่วนตัว เพื่อนและญาติและผู้ลงทุนส่วนบุคคลอื่นๆ
2. แหล่งเงินทุนจากผู้ขายปัจจัยการผลิตทางธุรกิจและผู้ให้ยืมสินทรัพย์
3. แหล่งเงินทุนจากธนาคารพาณิชย์
4. แหล่งเงินทุนอื่นๆ เช่น สถาบันทางการเงินที่ให้ความช่วยเหลือชุมชน บริษัทใหญ่ บริษัทผู้ลงทุน การขายหุ้น เป็นต้น

การดำเนินธุรกิจใดก็ตามสิ่งที่ไม่ได้คือ เงินทุน ธุรกิจบางอย่างจำเป็นต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก ขณะเดียวกันธุรกิจที่มีขนาดเล็กอาจใช้เงินทุนไม่มากนัก แต่อย่างไรก็ตามเมื่อขาดเงินทุนก็ไม่สามารถดำเนินกิจการได้ กรณีที่กิจการมีเงินทุนไม่เพียงพอต้องแสวงหาโดยการกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนอื่นๆ มาเพิ่มเติมด้วย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ผู้วิจัยได้รวบรวมและจัดทำเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้

กรอบแนวความคิด (Conceptual Framework)

