

นียมและการพัฒนาธุรกิจ
สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรในจังหวัดชัยนาท

คณะทำงานในการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ (KM Team)
สำนักงานสหกรณ์จังหวัดชัยนาท

คำนำ

สหกรณ์ คือ คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม โดยช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งสหกรณ์เป็นของสมาชิก บริหารงานโดยสมาชิก และเพื่อผลประโยชน์ของสมาชิก ภายใต้หลักประชาธิปไตยเพื่อสนองความต้องการอันจำเป็นของสมาชิก สหกรณ์มีการดำเนินธุรกิจในด้านต่าง ๆ ดังนี้คือ ธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจรับฝากเงิน ธุรกิจขายหรือรวบรวมผลผลิต ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย และธุรกิจการส่งเสริมและบริการ โดยเฉพาะธุรกิจขายหรือรวบรวมผลผลิต เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อสมาชิก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถช่วยเหลือสมาชิก เป็นการรวมกันขายของสมาชิก ทำให้มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น ทำให้ผลผลิตหรือสินค้าที่สมาชิกจำหน่ายสามารถขายในราคาสูงขึ้น

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดชัยนาทได้ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว จึงดำเนินการจัดการความรู้ในหัวข้อเรื่อง “การส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ในจังหวัดชัยนาท” เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ทั้งเอกสารความรู้และจากประสบการณ์ของบุคคล จัดทำเป็นคู่มือหรือแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ในสหกรณ์ สำหรับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ และบุคลากรสหกรณ์ทุกฝ่าย

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดชัยนาท คาดหวังเป็นอย่างยิ่งว่า องค์ความรู้ในการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์จะเป็นประโยชน์ต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ สหกรณ์ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์ทุกฝ่าย

ทีมงานจัดการความรู้ (KM TEAM)

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดชัยนาท

สิงหาคม 2565

สารบัญ

คำนำ	(2)
สารบัญ	(3)
สารบัญตาราง	()
สารบัญภาพ	()
องค์ความรู้ Knowledge Management	4
องค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจที่ได้จากประสบการณ์	6
สถานภาพของสหกรณ์ภาคการเกษตรของจังหวัดชัยนาทในปัจจุบัน	14

นิยามและการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ในจังหวัดชัยนาท

องค์ความรู้ หมายถึง ความรู้ในการทำบางสิ่งบางอย่าง (Know how หรือ How to) ประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่กิจกรรมอื่น ๆ ไม่สามารถกระทำได้ ซึ่งปัจจุบันองค์ความรู้ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา มีความสำคัญต่อกิจการมาก เนื่องจากเป็นที่มาของการก่อกำเนิดและเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันรวมถึงธุรกิจให้อยู่ได้ในระยะยาว

ประเภทขององค์ความรู้อาจแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. **ความรู้ที่เปิดเผย (Explicit Knowledge)** เป็นความรู้ที่ถูกถ่ายทอดจากบุคคลแบบของหนังสือ บทความ ตำรา สื่อต่าง ๆ ซึ่งสามารถเข้าถึงและแลกเปลี่ยนได้ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 ความรู้ที่มีเป้าหมาย (Object - Base) ได้แก่ ความรู้ที่สร้างขึ้น เช่น สิทธิบัตร บทบาทโปรแกรมสำเร็จรูป ฐานข้อมูล เป็นต้น

1.2 ความรู้ที่เป็นกฎเกณฑ์ (Rule - Base) ได้แก่ กฎระเบียบปฏิบัติ

- ความรู้ที่ฝังลึกในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในความคิด ความเชื่อ ค่านิยม จากการศึกษา ประสบการณ์ การสนทนา การฝึกอบรม หรือจากการสังเกตที่สั่งสมมา ความรู้ประเภทนี้จะปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ที่แต่ละคนพบเจอ องค์กรจะต้องพยายามพัฒนาความรู้ประเภทนี้ ให้เป็นความรู้ที่เปิดเผยเพื่อเป็นความรู้ที่ฝังไว้กับตัวองค์กรมิใช่ตัวบุคคล

- ความรู้ที่เกิดจากวัฒนธรรม (Culture Knowledge) เป็นความรู้ที่เกิดจากศรัทธา องค์กรที่พัฒนามาเป็นระยะเวลานาน จะมีการพัฒนาความเชื่อร่วมกันทางธรรมชาติขององค์กร ความสามารถหลักขององค์กร (Core Knowledge) ซึ่งก็คือองค์กรนั่นเอง

การจัดการความรู้ (Knowledge Management) หมายถึง กระบวนการอย่างมีระบบเกี่ยวกับการประมวลข้อมูล สารสนเทศ ความคิดการกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคลเพื่อสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล เป็นไปเพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์กร

ดังนั้น การจัดการความรู้สามารถใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างน้อย 4 ประการ ได้แก่

1. บรรลุเป้าหมายของการปฏิบัติงาน
2. บรรลุเป้าหมายของการพัฒนาคน
3. บรรลุเป้าหมายของการพัฒนาองค์กรไปเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
4. บรรลุเป้าหมายของการทำงานเป็นหมู่คณะ ความเอื้ออาทรระหว่างกันในที่ทำงาน

องค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

1. “คน” เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นแหล่งความรู้ และเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ประโยชน์

2. “เทคโนโลยี” เป็นเครื่องมือเพื่อให้คนสามารถค้นหา จัดเก็บ แลกเปลี่ยน รวมทั้งนำความรู้ไปใช้อย่างง่ายและรวดเร็วขึ้น

3. “กระบวนการความรู้” เป็นการบริหารจัดการ เพื่อนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้รู้เพื่อทำให้เกิดการปรับปรุงและนวัตกรรม

องค์ประกอบหลักในการพัฒนา Knowledge Management

1. ผู้นำ (Leadership) หัวหน้าหรือผู้บริหารในองค์กรจะต้องเป็นผู้นำในเรื่องนี้ ทำให้เป็นตัวอย่างและขยายต่อให้ทุกคนในองค์กรได้รับทราบและปฏิบัติต่อไป
2. วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมในองค์กรเป็นเรื่องสำคัญ หากผู้นำมีความชัดเจนเด็ดขาดจริงจังในการจัดการความรู้เป็นตัวอย่างปฏิบัติที่ดี มีการกระจายงาน มีความเข้าใจงานทุกส่วนขององค์กรเป็นอย่างดีแม้จะไม่ได้ลงมือปฏิบัติเอง มีเวลาเพียงพอให้กับ 2561 งานและองค์กร จะเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างวัฒนธรรมที่ดีให้กับ 2561 งานในองค์กร
3. การเข้าถึงแหล่งความรู้ (Access) ต้องเข้าถึงได้ตรงตามความต้องการ ทันท่วงที และทันสมัย
4. เทคโนโลยี (Technology) ในการจัดการองค์ความรู้ องค์กรจะต้องนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการจัดการ
5. วัฒนธรรมการเรียนรู้ (Learning Culture) การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ต้องเริ่มจากฝ่ายบริหารระดับสูงและไล่ระดับลงมาจนถึงงานระดับล่าง เพราะเรื่องของการจัดการความรู้ไม่สามารถทำคนเดียวหรือกลุ่มคนกลุ่มเดียวแต่จะต้องทำได้ที่องค์กร นอกจากนี้ ยังเป็นการเก็บความรู้ไว้กับองค์กรเพราะมีการบันทึกแบบมีระบบแบบแผนขึ้นตอนไว้แล้ว เมื่องานหรือคนสำคัญในองค์กรลาออก เสียชีวิต หรือเกษียณ องค์กรก็จะไม่เสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมคนที่เข้ามาใหม่ต่อไป
6. บรรยากาศอิสระ บรรยากาศในการสร้างองค์ความรู้จะต้องมีบรรยากาศที่อิสระ แต่จริงจัง ไม่เชิงบังคับ แต่มีกรอบปฏิบัติและต้องทำอย่างสม่ำเสมอ

กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นกระบวนการที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนาของความรู้ หรือการจัดการความรู้ที่จะเกิดขึ้นภายในองค์กรมีทั้งหมด 7 ขั้นตอน

1. การบ่งชี้ความรู้ การบ่งชี้ความรู้เป็นการพิจารณาว่า องค์กรมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ เป้าหมายคืออะไร และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเราจำเป็นต้องใช้อะไร ขณะนี้เรามีความรู้อะไรบ้าง อยู่ในรูปแบบใด อยู่ที่ใคร
2. การสร้างและแสวงหาความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้ เช่น การสร้างความรู้ใหม่ แสวงหาความรู้จากภายนอก รักษาความรู้เก่า จำกัดความรู้ที่ใช้ไม่ได้แล้ว
3. การจัดความรู้ให้เป็นระบบ การจัดความรู้ให้เป็นระบบ เป็นการวางโครงสร้างความรู้เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเก็บความรู้อย่างเป็นระบบในอนาคต
4. การประมวลและกลั่นกรองความรู้ การประมวลและกลั่นกรองความรู้ เช่น ปรับปรุงรูปแบบเอกสารให้เป็นมาตรฐาน ใช้ภาษาเดียวกัน ปรับปรุงเนื้อหาให้สมบูรณ์
5. การเข้าถึงความรู้ การเข้าถึงความรู้เป็นการทำให้ผู้ใช้ความรู้เข้าถึงความรู้ที่ต้องการได้ง่ายและสะดวก เช่น ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) Web board บอร์ดประชาสัมพันธ์ เป็นต้น
6. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ทำได้หลายวิธี โดยกรณีเป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) อาจทำเป็นเอกสาร ฐานความรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือเป็นกรณีความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) จัดทำเป็นระบบทีมข้ามสายงาน กิจกรรม กลุ่มคุณภาพและนวัตกรรม สำนักงานหรือองค์กรแห่งการเรียนรู้ ระบบพี่เลี้ยง การสับเปลี่ยนงาน การยืมตัว เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นต้น
7. การเรียน ควรทำให้การเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของงาน เช่น เกิดระบบการเรียนรู้จากสร้างองค์ความรู้ การนำความรู้ในองค์กรไปใช้ เกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ และหมุนเวียนต่อไปอย่างต่อเนื่อง

ประโยชน์ของการจัดการความรู้

1. **ป้องกันความรู้สูญหาย** : การจัดการความรู้ทำให้องค์กรสามารถรักษาความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความรู้ที่อาจสูญหายไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากร เช่น เกษียณอายุทำงาน หรือ การลาออกจากงาน
2. **เพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจ** : โดยประเภท คุณภาพ และความสะดวกในการเข้าถึงความรู้ เป็นปัจจัยของการเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจ เนื่องจากผู้ที่มีหน้าที่ตัดสินใจต้องสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ
3. **ความสามารถในการปรับตัวและมีความยืดหยุ่น** : การทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจในการทำงานและวัตถุประสงค์ของงาน โดยไม่ต้องมีการควบคุม หรือมีการแทรกแซงมากนักจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานในหน้าที่ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดการพัฒนาจิตสำนึกในการทำงาน
4. **ความได้เปรียบในการแข่งขัน** : การจัดการความรู้ช่วยให้องค์กรมีความเข้าใจลูกค้า แนวโน้มของการตลาดและการแข่งขัน ทำให้สามารถลดช่องว่างและเพิ่มโอกาสในการแข่งขันได้
5. **การพัฒนาทรัพย์สิน** : เป็นการพัฒนาความสามารถขององค์กรในการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่ ได้แก่ สิทธิบัตร เครื่องหมายทางการค้า และลิขสิทธิ์
6. **การยกระดับผลิตภัณฑ์** : การนำการจัดการความรู้มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการบริการ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อีกด้วย
7. **การบริการลูกค้า** : การศึกษาความสนใจและความต้องการของลูกค้าจะเป็นการสร้าง ความพึงพอใจ และเพิ่มยอดขายและสร้างรายได้ให้แก่องค์กร
8. **การลงทุนทรัพยากรมนุษย์** : การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันผ่านการเรียนรู้ร่วมกัน การจัดการด้านเอกสาร การจัดการกับความไม่เป็นทางการเพิ่มความสามารถให้แก่องค์กรในการจัดฝึกอบรมบุคลากร

2. องค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจ (Business)

ธุรกิจ (Business) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการโดยมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน และมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการประโยชน์หรือกำไรจากการกระทำกิจกรรมนั้น

ความสำคัญของธุรกิจ มนุษย์มีความต้องการที่เหมือนกันอยู่ 2 ประเภทใหญ่ คือ ประเภทแรกเป็นความต้องการที่จำเป็นขั้นพื้นฐานต่อการดำรงชีวิต (Need) ได้แก่ปัจจัย 4 คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค ส่วนความต้องการอีกประเภทหนึ่งนั้น เป็นสิ่งที่มนุษย์อยากมี (Want) แต่ถ้าไม่มีสิ่งเหล่านี้มนุษย์ก็ยังสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ เช่น รถยนต์ เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น ดังนั้น ธุรกิจจึงมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของมนุษย์ เพราะธุรกิจเป็นแหล่งผลิตสินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ ทั้ง 2 ประเภท

วัตถุประสงค์ของธุรกิจ (Business Goals) ที่สำคัญมีดังนี้

1. **เพื่อความมั่นคงของกิจการ** เมื่อธุรกิจเริ่มดำเนินการเกิดขึ้น เจ้าของธุรกิจก็มีความประสงค์จะผลิตสินค้า หรือบริการเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีที่สิ้นสุด
2. **เพื่อความเจริญเติบโตทางธุรกิจ** นอกจากความมั่นคงของกิจการแล้ว ธุรกิจยังต้องการที่จะเจริญเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ โดยการขยายกิจการให้ใหญ่ขึ้น มีสาขาเพิ่มมากขึ้น มี 2561งานเพิ่มขึ้นเพื่อให้เกิดความมั่นคงทั้งทางการเงินและฐานะทางสังคม

3. เพื่อผลประโยชน์หรือกำไร สิ่งที่จูงใจให้เจ้าของธุรกิจดำเนินธุรกิจต่อไป คือ กำไร ถ้าธุรกิจไม่มีกำไรกิจการนั้นก็ไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ การที่ธุรกิจจะมีกำไรนั้น คือ ต้องจำหน่ายสินค้าหรือได้รับค่าบริการในราคาสูงกว่าค่าใช้จ่าย หรือต้นทุนที่ได้เสียไปในการผลิตสินค้าหรือบริการนั้น

4. เพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจจะต้องคำนึงถึงจารีตประเพณีศีลธรรมอันดีของสังคมด้วย ธุรกิจจะต้องไม่ดำเนินการที่ขัดต่อกฎหมายหรือขัดต่อประเพณี ศีลธรรมอันดีงามของสังคม ธุรกิจจะต้องคำนึงถึงผู้บริโภค คำนึงสภาพแวดล้อมต้องช่วยพัฒนาชีวิตและความเป็นอยู่ของสังคมให้ดีขึ้น เช่น การไม่ปล่อยน้ำเสียลงในแม่น้ำลำคลอง การไม่ผลิตสินค้าที่มีสารพิษตกค้าง การไม่ตัดไม้ทำลายป่า การไม่ก่อให้เกิดมลพิษ

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจต้องอาศัยหลาย ๆ ปัจจัยประกอบกันจึงจะเกิดกิจกรรมในการประกอบธุรกิจ จะขาดปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งไม่ได้ โดยทั่วไปปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจมี 4 ประเภท ที่เรียกว่า **4 M**

1. คน (Man) ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เพราะธุรกิจต่าง ๆ เกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความคิดของคน มีคนเป็นผู้ดำเนินการหรือเป็นผู้จัดการ จึงทำให้เกิดกิจกรรมทางธุรกิจหลายรูปแบบ ซึ่งในวงจรธุรกิจมีคนหลายระดับ หลายรูปแบบ ดังระดับผู้บริหาร ผู้ใช้แรงงานร่วมกันดำเนินการ จึงจะทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

2. เงิน (Money) เงินทุนเป็นปัจจัยในการดำเนินธุรกิจอีกชนิดหนึ่งที่ต้องนำมาใช้ในการลงทุนเพื่อให้เกิดการประกอบธุรกิจ โดยธุรกิจแต่ละประเภทใช้ปริมาณเงินทุนที่แตกต่างไป ธุรกิจขนาดใหญ่ย่อมใช้เงินทุนสูงกว่าธุรกิจขนาดเล็กกว่า ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงต้องมีการวางแผนในการใช้เงินทุน และการจัดหาแหล่งเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจไม่สับสนปัญหาด้านเงินทุน และก่อให้เกิดผลตอบแทนสูงสุดคุ้มกับที่นำมาลงทุน

3. วัสดุหรือวัตถุดิบ (Material) ในการผลิตสินค้าต้องอาศัยวัตถุดิบในการผลิตค่อนข้างมาก ผู้บริหารจึงต้องรู้จักการบริหารวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดต้นทุนด้านวัตถุดิบต่ำสุด อันจะส่งผลให้ธุรกิจมีผลกำไรสูงสุดตามมา

4. วิธีปฏิบัติงาน (Method) เป็นวิธีการในการปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจ ซึ่งต้องมีการวางแผนและควบคุม เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ เกิดความคล่องตัว สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกกิจการ

ประโยชน์ของธุรกิจ สามารถจำแนกได้ ดังนี้

1. ธุรกิจ เป็นการผลิตสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ในสังคม เนื่องจากความต้องการของคนเราแตกต่างกัน และมีความต้องการไม่ที่สิ้นสุด โดยความต้องการของคนเราจะเพิ่มขึ้นตลอดเวลา เพื่อสร้างความพึงพอใจและความสะดวกสบายแก่ตนเอง ธุรกิจจึงมีหน้าที่ในการจัดหาสิ่งต่าง ๆ มาบริการสนองความต้องการดังกล่าว

2. ธุรกิจ เป็นการช่วยกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค เมื่อธุรกิจประเภทสินค้า เช่น โรงงานอุตสาหกรรมผลิตสินค้าออกมาแล้ว การที่สินค้าจะกระจายไปสู่ผู้บริโภคได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยธุรกิจอื่นช่วยกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค เป็นต้นว่าธุรกิจการขนส่ง ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ การประชาสัมพันธ์ การบริการด้านการเงินของธนาคาร

3. ธุรกิจ เป็นแหล่งตลาดแรงงาน ในการดำเนินธุรกิจมีความจำเป็นต้องใช้แรงงานเพื่อทำการผลิตสินค้าหรือบริการ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจจึงทำให้คนมีงานทำ สามารถหารายได้เพื่อเลี้ยงตัวเองและ

ครอบครัวได้ ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมดีขึ้น นอกจากนั้นการที่ธุรกิจกระจายไปอยู่ตามส่วนต่าง ๆ ของประเทศ ที่เป็นการกระจายรายได้และตลาดแรงงานไปสู่ท้องถิ่นอีกด้วย

4. ธุรกิจ เป็นแหล่งเพิ่มรายได้ให้แก่รัฐบาล เมื่อการดำเนินธุรกิจมีผลกำไร ผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่เสียภาษีให้รัฐบาลที่กฎหมายกำหนดทำให้รายได้ของรัฐเพิ่มขึ้นและรายได้ดังกล่าวรัฐบาลนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศ ได้แก่ การสร้างโรงพยาบาล สร้างถนน สร้างโรงเรียน ซึ่งเป็นสิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างคุณภาพชีวิตให้เกิดแก่ประชาชน

5. ธุรกิจ ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ในการผลิตสินค้าและบริการของธุรกิจในระยะแรก ๆ ก็เพื่อสนองความต้องการของประชาชน ในท้องถิ่น จังหวัด และประเทศ แต่เมื่อธุรกิจขยายเติบโตขึ้นสามารถผลิตสินค้าและบริการได้มาก คนเกิดความต้องการของคนในประเทศ จึงต้องส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ทำให้รายได้เข้าสู่ประเทศเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้อีกทางหนึ่ง

ประเภทของธุรกิจ

การแบ่งประเภทของธุรกิจตามลักษณะของกิจกรรมที่ธุรกิจกระทำ แบ่งออกได้ ดังนี้

1. **ธุรกิจการเกษตร (Agriculture)** การประกอบธุรกิจการเกษตร ได้แก่ การทำนา การทำไร่ การทำสวน การทำป่าไม้ การทำปศุสัตว์

2. **ธุรกิจอุตสาหกรรม (Manufacturing)** การประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม ได้แก่ ธุรกิจผลิตสินค้าเพื่ออุปโภค แบ่ง 2 ลักษณะ ดังนี้

2.1 อุตสาหกรรมในครัวเรือน จัดเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ใช้แรงงานเฉพาะสมาชิกในครอบครัว ลงทุนไม่สูงส่วนใหญ่เป็นการใช้เวลาว่างจากการประกอบอาชีพหลัก คือ การทำไร่ทำนา ขณะที่รอกเก็บเกี่ยวพืชผลก็ใช้เวลาว่างมาทำอุตสาหกรรมในครัวเรือน ได้แก่ อุตสาหกรรมทอผ้า อุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา

2.2 อุตสาหกรรมโรงงาน เป็นอุตสาหกรรมที่ผู้ผลิตสินค้ามีโรงงาน มีเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตสินค้าได้ครั้งละจำนวนมาก มีการจ้างแรงงานจากบุคคลภายนอก ได้แก่ โรงงานผลิตรถยนต์ โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์

3. **ธุรกิจเหมืองแร่ (Mineral)** ประกอบธุรกิจเหมืองแร่ ได้แก่ การทำเหมืองแร่ชนิดต่าง ๆ การขุดเจาะถ่านหิน

4. **ธุรกิจการพาณิชย์ (Commercial)** เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่กระจายสินค้าที่ผลิตจากอุตสาหกรรมต่าง ๆ ไปสู่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคได้อุปโภคบริโภคสินค้าตามความต้องการ ได้แก่ ธุรกิจพ่อค้าคนกลาง ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ตัวแทนจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ

5. **ธุรกิจการก่อสร้าง (Construction)** เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่ในการนำวัสดุต่าง ๆ ได้แก่ อิฐ หิน ปูน ทราย มาใช้ในการก่อสร้าง เช่น การสร้างถนน สร้างอาคาร สร้างเขื่อน

6. **ธุรกิจการเงิน (Finance)** เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่ที่ส่งเสริมให้ธุรกิจอื่นทำงานได้คล่องตัวขึ้น เนื่องจากในการทำธุรกิจจะต้องเริ่มจากการลงทุน ซึ่งต้องใช้เงินในการลงทุน เช่น นำมาซื้อที่ดิน ปลูกสร้างอาคาร จ้างคนงาน ซึ่งถือว่าธุรกิจการเงินเป็นแหล่งที่ธุรกิจอื่นสามารถติดต่อในการจัดหาทุนได้ นอกจากนั้นในการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศหรือส่งสินค้าไปขายต่างประเทศ ธุรกิจการเงินจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการติดต่อซื้อขาย ชำระเงินระหว่างกัน ธุรกิจที่จัดเป็นธุรกิจการเงินได้แก่ ธุรกิจประเภทธนาคาร บริษัทประกันภัย บริษัทการเงิน

7. **ธุรกิจให้บริการ (Service)** เป็นธุรกิจที่อำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภค ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจการสื่อสาร ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจการโรงแรม

8. ธุรกิจอื่น ๆ เป็นธุรกิจที่นอกเหนือจากธุรกิจประเภทที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจ อาชีพอิสระต่าง ๆ เช่น วิศวกร แพทย์ สถาปนิก

หน้าที่ในการประกอบธุรกิจ

ธุรกิจทุกประเภท ต่างมีหน้าที่ในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด เกิดอรรถประโยชน์สูงสุด สามารถบำบัดความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์ หน้าที่ดังกล่าวได้แก่

1. การผลิต (Production)

เป็นกิจกรรมในการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในการบริโภค กระบวนการผลิตสินค้า หรือบริการมีหลายขั้นตอน จึงจะได้สินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องมีความรู้ในการผลิตเป็นอย่างดี จึงจะทำให้ได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพดี มีต้นทุนที่เหมาะสม ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบธุรกิจต้องพิจารณาได้แก่

- 1.1 การเลือกทำเลที่ตั้ง
- 1.2 การวางผังโรงงาน
- 1.3 การออกแบบสินค้า
- 1.4 การกำหนดตารางการผลิต
- 1.5 การตรวจสอบสินค้า

2. การจัดหาเงินทุน (Capital)

เงินทุนถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจจึงมีการบริหารเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการจัดสรรเงินทุนในการดำเนินงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการจัดหาเงินทุนมาใช้ในการประกอบธุรกิจ ซึ่งมีแหล่งเงินทุน 2 แหล่ง ดังนี้

2.1 แหล่งเงินทุนภายใน (Internal Sources) เป็นเงินทุนที่ได้จากเจ้าของกิจการ อันได้แก่เงินที่นำมาลงทุนและจากกำไรสะสม

2.2 แหล่งเงินทุนภายนอก (External Sources) เป็นเงินทุนที่ได้จากการกู้ยืมจากสถาบันการเงินภายนอกกิจการ เช่น ธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์ บริษัทบริหารธุรกิจขนาดย่อม บริษัทประกันภัย เป็นต้น

3. การจัดหาทรัพยากรด้านกำลังคน

คนถือว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดในการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องจัดหาบุคคลที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับตำแหน่งงาน โดยใช้หลักการ “จัดคนให้เหมาะกับงาน” (Put the man in the right job) รวมทั้งเมื่อได้บุคลากรที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับงานแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจยังต้องรักษาบุคลากรดังกล่าวให้ปฏิบัติงานอยู่กับองค์กรตลอดไปอย่างมีความสุข ในการจัดหาทรัพยากรด้านกำลังคน ผู้ประกอบธุรกิจควรพิจารณา ดังนี้

- 3.1 การวางแผนกำลังคน ด้านจำนวน คุณภาพและหน้าที่ความรับผิดชอบ
- 3.2 การสรรหากำลังคน
- 3.3 การคัดเลือกและการบรรจุ
- 3.4 การฝึกอบรม
- 3.5 การประเมินผลการปฏิบัติงาน

4. การบริหารการตลาด

เป็นกระบวนการที่ทำให้สินค้าหรือบริการถึงมือผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค ซึ่งการบริหารการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจต้องอาศัยส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือเรียกว่า 4 Ps เป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ ได้แก่

4.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งธุรกิจเสนอขายเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่องค์กรหรือบุคคล ซึ่งต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในสายตาของผู้บริโภคจึงจะขายได้

4.2 ราคา (Price) คือ มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้ประกอบธุรกิจต้องกำหนดราคาให้เหมาะสม เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค จึงสามารถจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้แก่ผู้บริโภคได้ ซึ่งการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับตัวผลิตภัณฑ์ กลุ่มตลาดเป้าหมาย การแข่งขัน บทบัญญัติตามกฎหมาย เป็นต้น

4.3 การจัดจำหน่าย (Place) คือ กิจกรรมการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากธุรกิจไปยังตลาดเป้าหมาย ผู้ประกอบธุรกิจต้องเลือกช่องทางการจำหน่ายให้เหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์ และจะต้องจัดจำหน่ายให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภค จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์จำหน่ายได้

4.4 การส่งเสริมการตลาด (Promoting) คือ การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมที่ซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะชักจูงให้เกิดการซื้อ ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องเลือกการส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มตลาดเป้าหมาย ซึ่งเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดมีหลายประเภท เช่น การโฆษณา การให้ส่วนลด การให้ของแถม

การขาย (Selling)

การขาย (Selling) คือ ขบวนการในการชักจูง จูงใจ หรือกระตุ้นให้บุคคลที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าเกิดความต้องการหรือยอมรับในสินค้า บริการ และทำให้ทางผู้ขายเองได้รับผลประโยชน์ทางการค้าในครั้งนั้น ๆ ด้วย

การขายจะเกิดขึ้นกับบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป คือ ฝ่ายผู้ซื้อและฝ่ายผู้ขายโดยมีฝ่ายคนกลางซึ่งเป็นตัวแทน นายหน้าเข้ามาเกี่ยวข้องอีกด้วยก็ได้ โดยทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากันด้วยความพอใจและได้รับผลตอบแทนทั้งสองฝ่าย การขายจะเกิดขึ้นทันที

ความสำคัญของการขาย (The importance of selling)

การขายมีความสำคัญต่อบุคคลและทุกวงการธุรกิจ โดยมีความสำคัญในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ความสำคัญของการขายต่อบุคคล วิชาการศึกษาวิชาใดก็ตามมีจุดมุ่งหมายให้นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาเล่าเรียนไปใช้ในการประกอบอาชีพ เช่นเดียวกับวิชาการขายเสนอให้ทราบว่าจะสามารถแสวงหาผู้ซื้อได้อย่างไร ควรใช้วิธีการเสนอขายสินค้าอย่างไร จึงจะเป็นที่พอใจของลูกค้า และนั่นหมายถึงโอกาสที่จะสามารถขายสินค้าได้ และหากขายสินค้าได้มาก รายได้ของผู้ขายหรืองานขายจะมากเหมือนเงาตามตัว ทำให้ฐานะความเป็นอยู่ของงานมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมทั้งมีผลให้หน้าที่การงานของงานขายมีความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป

2. ความสำคัญของการขายต่อกิจการ กิจการใด ๆ ก็ตาม จัดตั้งขึ้นมาเพื่อติดต่อธุรกิจและแสวงหาผลประโยชน์เพื่อเป็นรายได้แก่กิจการนั้น ๆ ดังนั้น กิจการใด ๆ ที่ต้องการความสำเร็จและความเจริญก้าวหน้าที่ได้อย่างรวดเร็ว ก็ต้องมีงานขายที่มีความสามารถสูงเนื่องจากงานขายที่มีความสามารถสูง จะสามารถหารายได้หรือผลประโยชน์ให้แก่กิจการนั้นได้บรรลุเป้าหมาย

3. ความสำคัญของการขายต่อเศรษฐกิจ ประเทศที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีสามารถดูได้จากคนในประเทศนั้น ๆ ว่ามีงานทำ มีรายได้จากการประกอบอาชีพสูง มีความเป็นอยู่ที่ดี และหากประเทศใดมีคน

ว่างงานมากทำให้ขาดรายได้เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินชีวิต แสดงว่าประเทศนั้นมีฐานะทางเศรษฐกิจตกต่ำสำหรับความสำคัญในด้านการขาย เริ่มจากเมื่อโรงงานที่ผลิตสินค้าขึ้นมาเพื่อขายแต่หากขายสินค้าไม่ได้ โรงงานก็ไม่สามารถที่จะผลิตสินค้าต่อไปได้ โรงงานก็ต้องปลดคนงานทำให้เกิดปัญหาคนว่างงานขาดรายได้ ทำให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศตกต่ำ เวลานี้ทำให้การขายสินค้ามีความสำคัญขึ้นมาก โดยโรงงานจะใช้ 2561 งานขายให้ทำหน้าที่แนะนำจูงใจให้ผู้ซื้อสินค้า ยังผลให้สินค้าเปลี่ยนมือจากผู้ผลิตไปถึงมือผู้บริโภค ทำให้โรงงานสามารถขายสินค้าได้ ทำให้คนมีงานทำ มีรายได้ เกิดผลการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

4. ความสำคัญของการขายต่อประเทศชาติ ประเทศใด ๆ ก็ตามที่มีการผลิตสินค้าเพื่อขายยังต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก โดยคนในประเทศนั้น ๆ ก็ใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศและไม่นิยมสินค้าจากต่างประเทศ จะทำให้ประเทศนั้น ๆ ได้เปรียบดุลการค้าประเทศอื่น ๆ ทำให้เศรษฐกิจการเงินของประเทศอยู่ในระดับที่ดี ประชาชนมีความกินดีอยู่ดี มีความเป็นอยู่ที่สุขสบาย ดังนั้น การขายจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อประเทศชาติ

ประเภทของงานขาย (Types of Selling)

การปฏิบัติการขายย่อมประกอบด้วยกิจกรรมหลาย ๆ กิจกรรมเป็นระบบการจัดจำหน่าย (distribution system) อันได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ วิธีการต่าง ๆ ที่จะนำสินค้าและการบริการจากแหล่งผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้จะใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ ผู้ผลิตอาจปฏิบัติกิจกรรมทุกขั้นตอนเองทั้งหมด หรืออาจใช้คนกลาง (middleman) ปฏิบัติการแทน ดังนั้น จึงทำให้ระบบการขายแบ่งได้ 2 ประเภท ตามลักษณะการจัดจำหน่าย คือ

1. การขายตรง (Direct Selling)

การขายโดยมีผู้ผลิตนำสินค้าต่าง ๆ ไปจำหน่ายเองโดยตรงต่อผู้บริโภคคนสุดท้าย (ultimate consumer) หรือผู้ซื้อที่จะนำสินค้าไปใช้ในการผลิตอื่น ๆ ต่อไป เช่น ร้านขายข้าวมันไก่ให้แก่ผู้บริโภค หรือผู้ผลิตไอศกรีมจ้างงานถือสามล้อไปขายตามหมู่บ้านต่าง ๆ ชาวไร่ปลูกเงาะแล้วนำเงาะไปขายแก่โรงงานผลิตเงาะกระป๋อง โรงงานผลิตยางรถยนต์ขายให้โรงงานประกอบรถยนต์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจที่มีการสั่งซื้อสินค้ามาจากต่างประเทศ เข้ามาประเทศไทยแล้วจ้างงานขายไปเสนอขายสินค้าแก่ผู้บริโภค

2. การขายโดยผ่านคนกลาง (Indirect Selling)

คือ การที่ผู้ผลิตสินค้า ผู้นำสินค้า ขายสินค้าโดยผ่านบุคคลอื่น ก่อนที่จะถึงผู้บริโภคและบุคคลอื่นหรือคนกลางก็จะนำสินค้าไปสู่ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง การขายโดยผ่านคนกลางจะทำในกรณีที่กลุ่มผู้ซื้อที่มีจำนวนมากและอยู่กระจัดกระจายผู้บริโภคอยู่ห่างไกลจากผู้ผลิต ทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถให้การบริการแก่ลูกค้าของตนเองได้ทั่วถึง และเพื่อให้การบริการลูกค้าที่ดีมีประสิทธิภาพ จึงต้องมีการมอบหมายให้คนกลาง (middleman) ช่วยในการให้การบริการดูแลลูกค้าให้เป็นอย่างทั่วถึงอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การซื้อสินค้าที่มีความจำเป็นในการดำรงชีพของประชาชน ในชีวิตประจำวัน อันได้แก่ ข้าว อาหารแห้ง ผักสดและแห้ง ผงฟักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ผู้บริโภคจะซื้อจากร้านค้าปลีก ร้านขายของชำ ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสรรพสินค้า ร้านค้าในตลาด หรือการขายสินค้าแก่โรงงานอุตสาหกรรม ก็ยังจำเป็นต้องใช้คนกลาง เช่น ชาวไร่ มันสำปะหลัง บางรายอาจต้องการขายหัวมันให้หัวคิวที่จะนำไปขายให้โรงงานผลิตแป้งมันสำปะหลังอีกทอดหนึ่ง ซึ่งหัวคิวก็ทำหน้าที่เหมือนคนกลาง เนื่องจากชาวไร่ไม่มีโควตาขายมันให้แก่โรงงาน ดังนั้น จึงทำให้คนกลางมีส่วนช่วยให้ขยายตลาดการค้าให้กว้างออกไป ช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้า และยอดขายให้แก่ผู้ผลิตที่ยังมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายตลอดจนรวดเร็วในการซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภค คนกลางจึงมีประโยชน์ต่อการจัดจำหน่ายสินค้าทุกประเภทจากผู้ผลิต อีกทั้งยังเอื้ออำนวยประโยชน์แก่ผู้บริโภคอีกด้วย

คุณสมบัติที่จำเป็นของงานขาย (Qualification of salesman)

2561งานขายหากต้องการความสำเร็จในการประกอบอาชีพต้องมีคุณสมบัติต่าง ๆ ดังนี้

1. มีความกระตือรือร้น ตลอดเวลาที่จะหาโอกาสในการเสนอขายสินค้า ตลอดจนการบริการต่าง ๆ ทั้งยังมีความคล่องแคล่วว่องไวระมัดระวังทุกสถานการณ์
2. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถเข้ากับบุคคลอื่นได้ดี โดยใช้หลักจิตวิทยาในการเรียนรู้ลูกค้าจนสามารถกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อสินค้า
3. มีวาทีศิลป์ที่ดี สามารถใช้ปากเป็นเครื่องมือสำคัญ อีกทั้งรู้จักกาลเทศะในการพูด โดยพูดสั้น ๆ แต่ได้ใจความโน้มน้าวใจให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจในการซื้อสินค้า ขณะเดียวกันควรเป็นนักพูดที่ตื่นักฟังที่ดี และนักแสดงที่ดี
4. มีความจริงใจ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้าด้วยความต้องการเพียงให้ลูกค้าได้รับสินค้าและบริการที่ดีคุ้มค่าเงินที่ลูกค้าเสียไป
5. มีสุขภาพร่างกายที่ดี เป็นมิตรกับทุกคน อารมณ์ดี มีการเสนอขายสินค้าที่ไม่ดูเคร่งเครียด
6. มีบุคลิกที่ดี คือ มีกิริยาท่าทาง การแต่งกายเรียบร้อย น้ำเสียงน่าฟัง
7. เป็นบุคคลที่ใฝ่หาความรู้ คือ พร้อมที่จะแสวงหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา เพื่อประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานขาย โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับสินค้าตนเองตลอดจนสินค้าของคู่แข่ง ทำให้เกิดการได้เปรียบในการขายสินค้าชนิดนั้น ๆ
8. มีความศรัทธาในอาชีพการขาย ว่าสามารถจะนำพาชีวิตของงานขายไปสู่ความเจริญก้าวหน้าในการดำเนินชีวิต ตลอดจนความมั่นคงในการประกอบอาชีพ เพื่อนำพาชีวิตไปสู่ความสำเร็จ
9. จะต้องมีอดทน อุทิศตน ขยันขันแข็งในการขาย สร้างความพึงพอใจให้เกิดกับลูกค้า ความอดทนมีส่วนช่วยสามารถขายสินค้าได้ง่ายขึ้น ปริมาณการขายสูงขึ้นตามไปด้วย

งานขายที่ดีต้องมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า

2561งานขายจะต้องสามารถบอกจุดดีจุดด้อยของสินค้าได้ ทั้งสภาพที่ซ่อนเร้นของสินค้า ตลอดจนวิธีการผลิตสินค้า วิธีใช้ เพื่อให้ผู้ซื้อเกิดความเข้าใจในสินค้าและตัดสินใจซื้อสินค้าในต่อมา ดังนั้นงานขายจึงควรมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า เพื่อให้งานขายเองปฏิบัติงานขายอย่างได้ผล ทราบข้อเท็จจริงของสินค้า จนสามารถบอกลูกค้าถึงประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้รับจากการซื้อสินค้า อีกทั้งช่วยในการตอบคำถามของผู้ซื้อ เพื่อสร้างความมั่นใจในการขายแก่ตัวงานขายเอง ดังนั้น สิ่งที่งานขายควรรู้เกี่ยวกับสินค้าดังต่อไปนี้ คือ สามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. สินค้าผู้บริโภค (consumer goods) หรือสินค้าสำหรับผู้บริโภค คือสินค้าที่ผู้ซื้อ ซื้อไปเพื่ออุปโภคบริโภคเอง อาจเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับของใช้ภายในบ้าน หรือสินค้าอุตสาหกรรมสำหรับสินค้าผู้บริโภคสามารถแบ่งออกได้อีก 4 ชนิด

1.1 สินค้าสะดวกซื้อ (convenience goods) คือ สินค้าที่สามารถซื้อได้ง่าย ราคาไม่แพง และมีการซื้อบ่อยครั้งหาซื้อได้ตามร้านค้าปลีก ร้านขายของเบ็ดเตล็ดที่อยู่ใกล้บ้าน โดยผู้ซื้อมักเจาะจงยี่ห้อที่ใช้อยู่ประจำ แต่อาจเปลี่ยนยี่ห้อได้ หากไม่มียี่ห้อที่ผู้ซื้อสินค้าต้องการ สินค้าสะดวกซื้อ ได้แก่ แป้ง สบู่ ยาสีฟัน เป็นต้น

1.2 สินค้าที่มีการเปรียบเทียบ (shopping goods) เป็นสินค้าที่มีราคาแพงแต่มีความคงทนถาวร ไม่จำเป็นต้องมีการซื้อบ่อยครั้ง โดยผู้ซื้อก่อนซื้อสินค้าประเภทนี้มักจะทำการบินเปรียบเทียบสินค้าหลาย ๆ ยี่ห้อหลาย ๆ ร้าน ตลอดจนคุณลักษณะของสินค้าแต่ละยี่ห้อ รวมถึงความเหมาะสมก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า สินค้าประเภทนี้มักเป็นสินค้าที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หม้อหุงข้าวไฟฟ้า เป็นต้น

1.3 สินค้าที่เจาะจงซื้อ (specialty goods) คือ สินค้าที่ผู้บริโภคมีความพอใจสินค้าเป็นพิเศษเวลาซื้อ จะระบุยี่ห้อของสินค้า มีความศรัทธาในตราหือสูง โดยไม่ยอมรับในสินค้ายี่ห้ออื่น ๆ มาใช้ทดแทน และใช้สินค้ายี่ห้อนั้นเพียงยี่ห้อเดียว

1.4 สินค้าไม่เสาะแสวงหาซื้อ (unsought goods) คือ สินค้าที่ผู้ซื้อไม่มีความต้องการซื้อ อาจเนื่องจากไม่เห็นความจำเป็นในการซื้อหรือไม่ทราบว่าสินค้าชนิดนั้น หรือไม่ทราบว่าคนมีความต้องการหรือราคาแพง หรือทั้งหมดที่กล่าวมา จึงทำให้สินค้าประเภทนี้ขายสินค้าได้ยาก บางครั้ง สินค้าประเภทนี้อาจเป็นสินค้าใหม่ที่เพิ่งมีการวางตลาด ดังนั้น ในการขายสินค้าประเภทนี้ผู้ขายจำเป็นต้องมีผลวิธีในการส่งเสริมการขาย โดยโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อผู้ซื้อรู้จักสินค้าทั้งหาช่องทางที่จะวางขายในตลาดอย่างทั่วถึง ประชาสัมพันธ์ ประโยชน์ของสินค้าที่มีต่อผู้ซื้อ ตลอดจนเข้าถึงตัวผู้บริโภคอาจใช้วิธีการสาธิต สำหรับสินค้าประเภทนี้ได้แก่ สารานุกรม การประกันภัยประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

2. สินค้าอุตสาหกรรม (industrial goods) คือ สินค้าที่หน่วยธุรกิจซื้อใช้เพื่อทำการผลิตสินค้าแบ่งได้ 3 กลุ่มใหญ่

2.1 วัตถุดิบและชิ้นส่วน (material and part) เป็นสินค้าที่ใช้ในการผลิต โดยจะนำไปผ่านกระบวนการผลิต เพื่อผลิตออกมาเป็นสินค้าประเภทอื่น ซึ่งอาจจะนำไปแปรรูป หรือคงรูปเดิมไว้เหมือนเดิมก็ได้

2.2 สินค้าทุน (capital goods) คือ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ช่วยในการผลิตเป็นถาวรวัตถุที่มีการติดตั้ง เช่น เครื่องจักรในกระบวนการผลิต อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องมือ เครื่องใช้สำนักงาน

2.3 วัสดุใส่สอยและบริการ (supplies and service) คือ สินค้าที่ไม่ได้นำไปใช้ในการผลิตโดยตรง แต่ช่วยให้เกิดความสะดวกในการผลิต หรือทางธุรกิจ เช่น วัสดุสำนักงาน วัสดุในการบำรุงรักษาซ่อมแซม แรงงานในการผลิต เป็นต้น

3. รายละเอียดของสินค้าทางกายภาพ งานขายจะต้องรู้ในทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับสินค้าของตนเอง เช่น กรรมวิธีการผลิต ผลิตอย่างไร มีขั้นตอนอย่างไร ใช้เวลาขนาดไหน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ใช้วัตถุดิบชนิดใดมีส่วนผสมและคุณสมบัติพิเศษแตกต่างจากสินค้ายี่ห้ออื่นอย่างไร คุณภาพสินค้าอยู่ในระดับใด รูปร่างลักษณะของสินค้ามีรูปร่างอย่างไร มีหน่วยการขายในลักษณะใด เป็นกล่อง เป็นขวด มีขนาดการจำหน่ายกี่ขนาด มีสิ่งที่มีให้เลือกอย่างไรบ้าง เช่น รส สี กลิ่น ภาพพจน์ของสินค้า เป็นสินค้าเกรดใด ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมเพียงไร มีจุดเด่นอย่างไร เหล่านี้คือ สิ่งที่งานขายควรรู้รายละเอียดของสินค้าที่ตนเองขายอยู่ เพื่อหาจุดเด่นจุดด้อยของสินค้าตนเองมาเป็นจุดขาย ตลอดจนสามารถที่จะเปรียบเทียบความแตกต่างของสินค้าตนเองกับคู่แข่ง เพื่อทราบข้อได้เปรียบที่มีต่อสินค้าของคู่แข่ง อันเป็นประโยชน์ในการเสนอขายสินค้า

4. ประโยชน์ของสินค้าและผลที่ได้รับจากสินค้า งานขายต้องทราบว่าสินค้าที่ตนเองขายอยู่ มีประโยชน์อย่างไร ใช้ทำอะไรบ้างให้ประโยชน์ใดแก่ผู้บริโภค ตลอดจนสิ่งที่ผู้ซื้อได้รับจากการซื้อสินค้าเมื่อนำสินค้านั้นไปใช้ การขายสินค้านั้นงานขายควรชี้แจงประโยชน์ที่ผู้ซื้อได้รับจากสินค้านั้นให้ผู้ซื้อได้รับทราบ

5. การบริการหลังการขาย สินค้าบางอย่างต้องมีการบริการหลังการขาย โดยการให้คำปรึกษาแนะนำ การตรวจซ่อมดูแลรักษาการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว การบริการทางด้านอะไหล่ โดยเฉพาะสินค้าทางอุตสาหกรรม สินค้าที่มีความคงทนถาวร งานขายต้องทราบถึงการบริการหลังการขายของบริษัทตนเอง ว่ามีลักษณะอย่างไร อำนาจความสะดวกแก่ลูกค้ามากเพียงไร อาจมีการรับประกันสินค้าหรือบริการรับประกันสินค้า หากสินค้าชำรุดเสียหาย โดยทางผู้ขายจะรับผิดชอบหรือชดใช้อย่างไร เหล่านี้ ล้วนเป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ขณะเดียวกันหากบริษัทมีการบริการหลังการขายที่ดีกว่าบริษัทคู่แข่ง ย่อมทำให้เกิดการได้เปรียบสินค้าจากยี่ห้ออื่น มีผลทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อของลูกค้าตามมา

6. การเก็บรักษา งานขายสามารถจะแนะนำลูกค้าถึงวิธีการเก็บรักษาสินค้า เช่น ไม่ควรเก็บไว้ในที่ร้อนจัดเกินไป เพราะจะทำให้วิตามินเสื่อมคุณภาพ หรือหากเย็นเกินไปนมผงจะเป็นก้อนแข็งละลายยาก 2561งานขายเมื่อทราบวิธีการเก็บรักษาที่จะสามารถชี้แจงให้กับลูกค้าได้ทราบขณะเดียวกันลูกค้าได้ทราบขณะเดียวกันลูกค้าก็จะสามารถใช้สินค้าที่ซื้อไปได้อย่างถูกต้องไม่มีปัญหา

7. สินค้าของคู่แข่ง งานขายควรรู้รายละเอียดของคู่แข่งชั้น เพราะจะทำให้งานขายสามารถที่จะชี้ให้เห็น คุณภาพของสินค้าตนเองที่ดีกว่าสินค้าของคู่แข่ง เพื่อให้ลูกค้าเปรียบเทียบและตัดสินใจเองว่าจะเลือกซื้อสินค้าของใคร แต่ขณะเดียวกันหากมีคู่แข่งชั้นมาก งานขายเองก็มีความจำเป็นที่ต้องศึกษากลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายทุกรูปแบบเพื่อหาทางส่งเสริมการขายในรูปแบบที่แปลกและเหนือชั้นกว่าคู่แข่ง ทำให้การเสนอขายประสบความสำเร็จ

8. สินค้าที่เกี่ยวข้อง (related products) งานขายต้องมีความรู้ในสินค้าที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งต้องใช้ร่วมกันสินค้าที่งานอยู่ เช่น การขายรถยนต์ งานขายต้องสามารถแนะนำเกี่ยวกับใช้ยางรถยนต์แก่ผู้ซื้อได้ ขายคอมพิวเตอร์ ต้องสามารถแนะนำวิธีการเลือกใช้แผ่นดิสก์ต่าง ๆ ได้ เป็นต้น การที่งานขายที่ความรู้เกี่ยวกับสินค้าอย่างละเอียดในสินค้าที่ตนเองขายอยู่จะมีส่วนช่วยให้การติดต่อกับลูกค้าเป็นไปอย่างราบรื่น เนื่องจากตัวงานขายเองสามารถที่จะเชื่อมโยงคุณสมบัติตลอดจนประโยชน์ของสินค้า ทั้งประโยชน์ที่ผู้ซื้อสินค้าได้รับ ทำให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง จนสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าในเวลาต่อมา และเมื่อลูกค้าซื้อสินค้าไปแล้ว ก็สามารถที่จะนำสินค้าไปใช้ถูกหลักตามวิธีการ เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายแก่ลูกค้า อย่างที่ลูกค้ามีความต้องการและตั้งใจตนารมณ์ในการซื้อสินค้าครั้งนั้น

การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์

ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายคำว่า **สหกรณ์** ว่า คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม โดยช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542

มาตรา 46 เพื่อปฏิบัติให้เป็นตามวัตถุประสงค์ ให้สหกรณ์มีอำนาจกระทำการดังต่อไปนี้

- 1) ดำเนินธุรกิจ การผลิต การค้า การบริการ และอุตสาหกรรมเพื่อประโยชน์ของสมาชิก
- 2) ให้สวัสดิการหรือการสงเคราะห์ตามสมควรแก่สมาชิกและครอบครัว
- 3) ให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่สมาชิก
- 4) ขอหรือรับความช่วยเหลือทางวิชาการจากทางราชการ หน่วยงานของต่างประเทศหรือ

บุคคลอื่นใด

5) รับฝากเงินประเภทออมทรัพย์หรือประเภทประจำจากสมาชิกหรือสหกรณ์อื่น ได้ตามระเบียบของสหกรณ์ที่ได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนสหกรณ์

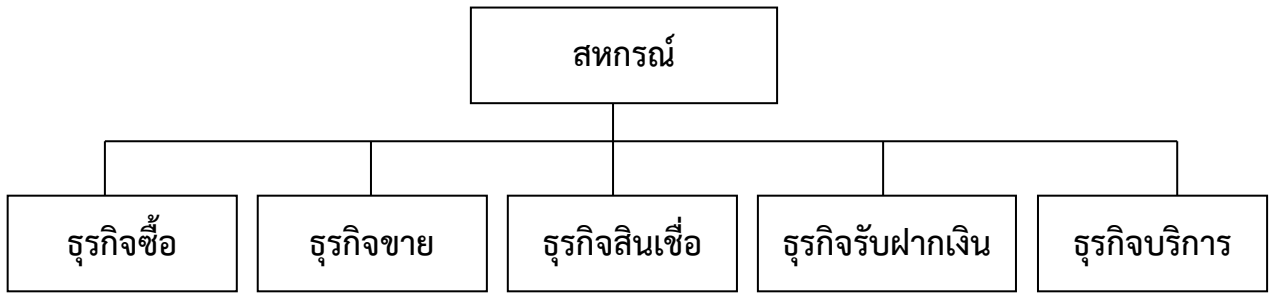
6) ให้กู้ ให้สินเชื่อ ให้ยืม ให้เช่า ให้เช่าซื้อ โอน รับจำนอง หรือรับจำนำ ซึ่งทรัพย์สินแก่สมาชิกหรือของสมาชิก

7) จัดให้ได้มา ซื้อ ถูกรวมสิทธิ์หรือทรัพย์สินสิทธิ ครอบครอง กู้ ยืม เช่า เช่าซื้อ รับโอนสิทธิ การเช่าหรือสิทธิการเช่าซื้อ จำนองหรือจำนำ ขายหรือจำหน่ายด้วยวิธีอื่นใดซึ่งทรัพย์สิน

8) ให้สหกรณ์อื่นกู้ยืมเงินได้ตามระเบียบของสหกรณ์ที่ได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนสหกรณ์

9) ดำเนินกิจการอย่างอื่นบรรดาที่เกี่ยวข้อง หรือเนื่องในการจัดให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์

ธุรกิจของสหกรณ์



1. **ธุรกิจซื้อหรือธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย** คือ การจัดหาอุปกรณ์ที่สมาชิกต้องการมาจำหน่าย เช่น วัสดุการเกษตร สินค้าอุปโภค โดยสหกรณ์ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นหรือข้อมูลจากการสั่งซื้อของสมาชิกสหกรณ์ ทำให้ทราบความต้องการสินค้าที่จะจัดจำหน่าย ธุรกิจนี้เป็นการรวมกันซื้อของสมาชิกก่อให้เกิดประโยชน์คือ การซื้อสินค้าในปริมาณมากทำให้ราคาต้นทุนของสินค้าลดลง และสามารถขายให้กับสมาชิกได้ในราคาที่ต่ำกว่าท้องตลาด นอกจากนี้ สิ้นปีทางบัญชีของสหกรณ์ เมื่อสหกรณ์ดำเนินธุรกิจมีกำไร ก็สามารถคืนเงินให้กับสมาชิกในรูปของเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนของธุรกิจที่สมาชิกมาทำธุรกิจกับสหกรณ์อีกครั้ง

2. **ธุรกิจขาย หรือการรวบรวมผลผลิตของสมาชิก** เป็นการรวมกันขายของสมาชิก ทำให้มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น ทำให้ผลผลิตหรือสินค้าที่สมาชิกจำหน่ายสามารถขายในราคาสูงขึ้น

3. **ธุรกิจสินเชื่อ** คือ การที่สหกรณ์จัดหาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ หรือนำเงินฝากของสมาชิกมาให้สมาชิกนำไปลงทุนประกอบอาชีพ เช่น อาชีพทางการเกษตร การผลิต หรือสร้างบ้านเพื่ออยู่อาศัย

4. **ธุรกิจรับเงินฝาก** เป็นการส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมเป็นการระดมเงินทุนของสหกรณ์เอง ซึ่ง สหกรณ์สามารถรับเงินฝากจากสมาชิกได้ 2 ประเภท คือ เงินฝากออมทรัพย์ และเงินฝากประจำ

5. **ธุรกิจส่งเสริมอาชีพและบริการ** สหกรณ์สามารถจะจัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ด้านการเกษตร หรือการผลิตอื่น ๆ ไปให้คำแนะนำสมาชิกให้มีความรู้สามารถผลิตสินค้าได้ ส่วนด้านการบริการ สหกรณ์มีการบริการสูบน้ำ ไถนา หรือขนส่งผลผลิต

4. ข้อมูลการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ภาคการเกษตรของจังหวัดชัยนาทในปัจจุบัน

4.1 ทุนดำเนินงาน

การดำเนินธุรกิจแบบเอนกประสงค์ของสหกรณ์ภาคการเกษตรส่วนใหญ่ในปัจจุบันซึ่งประกอบด้วยธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจรับฝากเงิน ธุรกิจการซื้อ ธุรกิจการขายหรือรวบรวมผลผลิต และธุรกิจบริการต่างๆ

4.2 แหล่งกู้ยืม

แหล่งกู้ยืมเงินที่สำคัญที่สุดของสหกรณ์ภาคการเกษตรคือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) รองลงมาจาก ธ.ก.ส. คือ เงินกู้ยืมจากกรมส่งเสริมสหกรณ์

4.3 ปริมาณธุรกิจ

ปริมาณธุรกิจตลอดในช่วง 2 ปี ระหว่างปี 2564 - 2565 ของสหกรณ์ภาคการเกษตรสุปรุได้ดังนี้

ปริมาณธุรกิจสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565
ผลการเปรียบเทียบปี 2564 กับปี 2565 คือผลงานสะสม 10 เดือน

ที่	ประเภทของธุรกิจ	ปริมาณธุรกิจ ปี2564 (กย.63 - มิ.ย.64)	ปริมาณธุรกิจ ปี 2565 (กย.64 - มิ.ย.65)
1	ธุรกิจรับฝากเงิน	2,406,831,305.30	2,772,941,600.73
2	ธุรกิจสินเชื่อ	5,242,420,403.60	4,377,973,992.44
3	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย	553,882,278.87	679,141,015.37
4	ธุรกิจรวบรวมผลผลิต	1,058,820,943.31	1,192,481,805.96
5	ธุรกิจแปรรูป	19,795,659.60	27,747,443.05
6	ธุรกิจบริการและอื่นๆ	5,463,765.42	5,630,926.44
	รวม	9,287,214,356.10	9,055,916,783.99

๑. **ด้านเงินทุน** ทำอย่างไรสหกรณ์มีเงินทุนที่เพียงพอ มีต้นทุนเงินในอัตราต่ำ สหกรณ์ต้องแสวงหาแหล่งเงินทุน ทั้งภาคเอกชนและภาคสหกรณ์ โดยการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งเป็นทุนจากภายนอกและที่สำคัญต้องระดมทุนจากภายใน การรับฝากเงิน การถือหุ้นเพิ่ม การสะสมเงินสำรอง ซึ่งไม่มีต้นทุนให้มากขึ้น เพื่อให้สหกรณ์มีต้นทุนเงินที่ต่ำ ที่ใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ

๒. **ด้านวัสดุอุปกรณ์** หรือทรัพย์สินของสหกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจ การลงทุนในทรัพย์สิน ต้องมีการประเมินจุดคุ้มทุน และภาวะที่จะเกิดขึ้น ในเรื่องของค่าเสื่อมราคา

๓. **ด้านสินค้าและบริการ** ทำอย่างไร จัดหาสินค้ามาบริการกับสมาชิกได้ตามความต้องการ และสมาชิกมีความพึงพอใจการเชื่อมโยงเครือข่ายด้านสินค้า ได้แก่ ปุ๋ย ข้าวสาร วัตถุดิบ อาหารสัตว์ กับสหกรณ์ และกลุ่มเกษตรกร เพื่อเพิ่มปริมาณธุรกิจแม้แต่การเชื่อมโยงกับภาคเอกชน ร้านค้าขายส่ง ก็เป็นพันธมิตรกับสหกรณ์ได้ โดยสหกรณ์ไม่จำเป็นต้องสต็อกสินค้า โดยการเปิดวงเงินสินเชื่อ หรือบัตรเครดิต ให้กับสมาชิกสามารถซื้อสินค้าจากร้านค้าที่เป็นพันธมิตร

๔. **ด้านองค์ความรู้และเทคโนโลยี** เป็นปัจจัยหนึ่งที่สหกรณ์ ต้องพัฒนาบุคลากร ตั้งแต่สมาชิก สหกรณ์ คณะกรรมการดำเนินการ เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้มีความรู้ ก้าวทันเทคโนโลยี ต้องแสวงหาความรู้ใหม่ๆ ซึ่งในยุคปัจจุบันเป็นยุคของเทคโนโลยี ดังนั้นสหกรณ์สามารถแสวงหาความรู้ต่างๆ ได้อย่างง่ายดาย และความรู้ที่สำคัญที่ไม่ควรมองข้าม นั่นคือ ภูมิปัญญาในท้องถิ่น ต้องสร้างให้เกิดการเรียนรู้ ยกย่องบุคคลสหกรณ์ ให้เป็นบุคคลตัวอย่าง

๕. **ด้านบุคลากร** เป็นปัจจัยสำคัญ ต้องสร้างคนกับระบบให้เกิดขึ้น ระบบที่ดี จะสามารถควบคุมกลไกการทำงานของคนให้ได้ดี การจัดจ้างเจ้าหน้าที่สหกรณ์ ต้องคำนึงถึงโครงสร้างธุรกิจ เป้าหมายการจัดจ้างขวัญและแรงจูงใจในการทำงาน

ซึ่งการใส่ปัจจัยนำเข้าข้างต้นดังกล่าวต้องเชื่อมโยงไปถึงตัวสมาชิกสหกรณ์ และการดำเนินกิจการของสหกรณ์ ต้องบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล โดยอยู่บนหลักการ ๓ หลักการ กล่าวคือ การลดต้นทุน การเพิ่มรายได้ และการลดการสูญเสีย โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

๑. ลดต้นทุน โดยการ

ควบคุมอัตรากำลังขั้นต้น

เบื้องต้นในการดำเนินธุรกิจสหกรณ์ต้องรู้ก่อนว่า สินค้า บริการ หรือเงินให้กู้ หักต้นทุนเบื้องต้นแล้ว สหกรณ์ควรมีส่วนเหลือมเท่าไรจึงจะอยู่รอดในธุรกิจนี้ ต้นทุนคงที่เท่าไร ค่าใช้จ่ายเงินเดือน ค่าเสื่อมราคา ค่าใช้จ่ายประจำต่างๆ เท่าไร ต้องมีปริมาณยอดขายเท่าไร จึงคุ้มทุน ต้นทุนธุรกิจ ถ้าเป็นธุรกิจสินเชื่อ ต้องคำนวณต้นทุนเงิน ต้องระดมเงินทุนจากเงินฝากให้มากขึ้น ระดมการถือหุ้นสะสมเงินทุนสำรอง หาแหล่งเงินทุนต่ำ ถ้าเป็นสินค้า ต้องควบคุมการจัดซื้อ การต่อรองราคาสินค้า ราคาตลาด การตั้งราคาขาย ต้องซื้อปริมาณเท่าใดจึงได้ส่วนลด หรือซื้อสินค้าจากแหล่งใด จึงได้สินค้าคุณภาพราคาต่ำสุด ตามความต้องการของสมาชิก การสต็อกสินค้าเกินความจำเป็น ทำให้สินค้าเสื่อมสภาพ ขาดหาย เสียค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยของเงินที่นำมาลงทุน ซึ่งจะเป็นต้นทุน

ควบคุมค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่ายประจำควบคุมได้หรือไม่ เช่น ค่ากระแสไฟฟ้า การใช้ช่วงเวลาใด ค่าไฟ จึงถูกกำหนดเวลาปิด เปิด การใช้ไฟฟ้า การลงทุนในทรัพย์สินต้องให้เหมาะสมกับขนาดธุรกิจ ต้องให้แต่ละแผนกทำแผนลดค่าใช้จ่าย แข่งขันกันลดต้นทุน เมื่อมีกำไรเพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งควรกลับมาเป็นสวัสดิการและโบนัสเจ้าหน้าที่สหกรณ์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ต้องควบคุมค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ ให้อยู่ในเกณฑ์ที่ตั้งไว้ เช่น มีกำไรขั้นต้นอยู่ที่ ร้อยละ ๕ ค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ ไม่ควรเกินร้อยละ ๒-๓ เพื่อนำส่วนเหลือมมาคำนวณว่า จะต้องขายเท่าไร จึงจะคุ้มกับค่าใช้จ่ายคงที่ แต่บางแห่ง แคนกำไรขั้นต้นก็ติดลบ แล้วส่วนใหญ่เกิดจากสินค้าเสื่อมสินค้าขาด หรือถ้าเป็นธุรกิจรวบรวมโอกาสติดลบง่าย เพราะมักซื้อแพง ขายไม่ได้ราคา เก็บรักษาไม่ดี ไม่วิเคราะห์ความเสี่ยง บางแห่งเกิดจากปัญหาการจัดซื้อ ซื้อจากพรรคพวก หรือซื้อเพราะมีค่าคอมมิชชั่นสูง เวลาขายก็เก็บไว้จนเสื่อม แล้วรอขอตัดเสื่อม หรือรอเฉงยู่ที่เดียวให้ปีนั้นขาดทุนมากๆ

๒. เพิ่มรายได้ โดยการเพิ่มปริมาณธุรกิจ

ทำธุรกิจครบวงจร

สหกรณ์มีข้อได้เปรียบธุรกิจเอกชนมากมาย มีสมาชิกอยู่ในมือ มีลูกค้าอยู่ในมือ มีเครื่องมือการให้สินเชื่อทุกสหกรณ์ ทำอย่างไรจะเพิ่มปริมาณธุรกิจได้ สมาชิกกู้เงิน เพื่อวัตถุประสงค์อะไรในการประกอบอาชีพของเกษตรกร จำเป็นต้องใช้ปัจจัยการผลิต ทุกครัวเรือน ต้องกินต้องใช้ในชีวิตประจำวัน สินค้าอะไรที่มีความจำเป็น สหกรณ์จัดหาสินค้าแทนการจ่ายเป็นตัวเงิน และที่สำคัญสหกรณ์ต้องสร้างความแตกต่างด้านให้บริการ บริการให้ความรู้ด้านการผลิต เช่น การวิเคราะห์ ดิน น้ำ ปุ๋ย เมื่อผลิตได้แล้ว ควรจัดหาตลาดให้กับสมาชิก การรวบรวมผลิตผล จัดตลาดนัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รณรงค์ให้สมาชิกฝากเงินกับสหกรณ์ มีกำไรจัดเป็นทุนสวัสดิการดูแลชุมชนและสังคมของสมาชิก การที่สหกรณ์จะเข้าถึงสมาชิกได้ ต้องสร้างศรัทธา ดูแลสมาชิก แนวคิดต้องอยู่บนพื้นฐานอุดมการณ์สหกรณ์ ทำเพื่อสมาชิก ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

การเชื่อมโยงธุรกิจ

สหกรณ์ต้องแสวงหาพันธมิตร ทั้งในระหว่างขบวนการสหกรณ์ด้วยกันและภาคเอกชน เพื่อเชื่อมโยงเงินทุน สินค้า และบริการ ตลอดจนองค์ความรู้ แต่สิ่งที่สำคัญ สหกรณ์ ต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับคู่เชื่อมโยงของสหกรณ์ เชื่อมโยงเงินทุน ต้องมั่นใจว่าสามารถหมุนเงินคืนเจ้าของเงินได้ทัน และต้องคำนึงถึงว่า

เอาเงินมาใช้ทำอะไร มีส่วนต่างเท่าไร คຸ່ມหรือไม่ คຸ່มเงินได้ตามกำหนดหรือไม่ การนำเงินรับฝากมาจ่ายเงินกู้ ต้องระมัดระวังความเสี่ยงที่เก็บหนี้คืนไม่ได้ สินค้าก็เช่นเดียวกัน การเชื่อมโยงส่วนใหญ่จะเชื่อมโยงจำหน่ายสินค้าได้ โดยการให้เครดิต ผู้ขายต้องขายสินค้าต้องมีคุณภาพ การบริการที่ดี ผู้ซื้อเชื่อ ต้องมีความสามารถในการจัดการลูกหนี้

การส่งเสริมอาชีพ

นับว่าเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งที่ทุกสหกรณ์ต้องทำ การประกอบอาชีพสมาชิกทำอย่างไร จะประสบผลสำเร็จ สหกรณ์มีหน้าที่แสวงหาความรู้ใหม่ๆ มาให้กับสมาชิก ให้สามารถลดต้นทุนการผลิตเพิ่มรายได้ ขยายโอกาส ในการช่วยสมาชิกจัดหาตลาดใหม่ๆ รวบรวมสินค้าสมาชิกผลิตได้ไปจำหน่ายการให้บริการแก่สมาชิก ถ้าสหกรณ์ทำสิ่งเหล่านี้ จะทำให้สมาชิกอยู่กับสหกรณ์ มีความภักดีกับสหกรณ์ ส่วนใหญ่สหกรณ์จะมองเรื่องการส่งเสริมอาชีพไม่ใช่หน้าที่ของสหกรณ์ เป็นการสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย จึงทำให้กระบวนการสหกรณ์

ขาดตัวเชื่อม ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ แต่ถ้าไปดูกำไรของสหกรณ์ส่วนใหญ่มาจากธุรกิจสินเชื่อ ดังนั้น สหกรณ์ควรเปลี่ยนมุมมองธุรกิจสินเชื่อต้องควบคู่กับการส่งเสริมอาชีพ

๓. ลดการสูญเสีย โดยการควบคุมความเสียหายที่จะเกิดขึ้น ได้แก่ สินค้าเสื่อม สินค้าขาด เงินสดขาด หนี้สูญ ควบคุมการดำเนินธุรกิจ ต้องควบคุม ดังนี้

ควบคุมเงินสด

แยกความรับผิดชอบระหว่างเจ้าหน้าที่การเงินกับบัญชีต้องเป็นคนละคนกัน และผู้จัดการต้องมีการตรวจนับเงินสดทุกวัน โดยเฉพาะสหกรณ์ที่มีธุรกิจปั้มน้ำมัน จะขายทั้งสดและเชื่อ การจำหน่ายน้ำมันแต่ละกะ ต้องควบคุมขายเชื่อเท่าไร ขายสดเท่าไร กระทบตัวเลขตามหัวจ่ายน้ำมันถูกต้องหรือไม่ ต้องกำหนดเวลาการส่งเงินแบบการส่งเงินเวลาที่ส่ง ผู้ส่ง ผู้รับเงิน ถ้าการจำหน่ายต่อวันสูง ก็ไม่ควรเก็บเงินไว้ที่แคชเชียร์มากจนเกินไป และกรณีวันหยุด ควรหาวิธีการส่งเงิน หรือเก็บรักษาเงินอย่างไรให้ปลอดภัย และไม่ควรถูกเจ้าหน้าที่สหกรณ์เก็บเงินสดไว้กับตนเองมากเกินไป

ควบคุมสินค้า

การลงทะเบียนคุมสินค้าให้เป็นปัจจุบัน ควรใช้เทคโนโลยีในการควบคุมสินค้า คนขายกับคนลงบัญชีทะเบียนคุมสินค้าต้องเป็นคนละคน ผู้ที่ทำหน้าที่ลงทะเบียนคุมสินค้า ต้องทำหน้าที่ตรวจสอบสินค้าคงเหลือในสต็อกให้ตรงกับทะเบียนคุมสินค้า การนับน้ำมันหรือสินค้าที่มีอยู่จริงในคลังสินค้า โดยการนับสินค้าจริง และมีหน้าที่รายงานสินค้าขาด เกิน กับสต็อก เพื่อนำไปคำนวณต้นทุนสรุปกำไร ขาดทุน ขึ้นต้น

ควบคุมลูกหนี้

กรณีการขายเชื่อสินค้า ฝ่ายบัญชีต้องควบคุมลูกหนี้ ว่าเป็นการขายเชื่อจริงหรือไม่ เกินวงเงินหรือไม่ จัดทำเอกสารถูกต้องหรือไม่ การขายเชื่อสหกรณ์ต้องกำหนดระเบียบว่าด้วยการขายเชื่อ กำหนดวงเงิน กำหนดหลักเกณฑ์ หลักประกัน กำหนดอำนาจผู้อนุมัติ แจ้งให้ฝ่ายขายทราบ ว่าแต่ละรายมีวงเงินเท่าไร ใครมีอำนาจเซ็นใบสั่งซื้อ เจ้าหน้าที่สหกรณ์ที่ขายต้องตรวจสอบฝ่ายบัญชีลงบัญชีลูกหนี้ การชำระบัญชี ถ้าเกินกำหนดต้องแจ้งฝ่ายขายทราบเป็นลายลักษณ์อักษร ถ้าใช้หลักการพิจารณาที่ดี ความเสี่ยงน้อยความสูญเสียที่เกิดจากลูกหนี้ ก็จะมีความเสี่ยงน้อย ถ้าขายมาก แต่ขายเชื่อและขายแล้วไม่ได้เงิน สหกรณ์ก็เหนื่อยเปล่า ผู้ขายน้อยแต่ได้เงินชัวร์ๆ ดีกว่า

กรณีการจ่ายสินเชื่อ ต้องเริ่มต้นตั้งแต่การพิจารณาตัวลูกหนี้ การใช้เงินกู้ การประกอบอาชีพ สัญญาหลักประกันรายได้ของสมาชิก ความสามารถการชำระหนี้ สหกรณ์ต้องจ่ายเงินกู้ โดยต้องส่งเสริมอาชีพให้สมาชิกสามารถลดต้นทุน เพิ่มผลผลิตและถ้าทำอย่างครบวงจร จ่ายเงินกู้เป็นวัสดุปัจจัยการผลิต ให้องค์ความรู้ จัดหาตลาดให้กับสมาชิก ติดตามแนะนำส่งเสริมให้สมาชิกสหกรณ์มีวินัยการเงิน ทำให้สหกรณ์ชำระหนี้

ต่อสถาบันการเงินได้ภายในกำหนดของสัญญาเงินกู้ สหกรณ์ย่อมได้รับความเชื่อถือจากสถาบันการเงิน นอกจากจะทำให้ธุรกิจสหกรณ์เพิ่มขึ้นแล้ว สมาชิกเกิดความศรัทธากับสหกรณ์ นอกจากนี้สหกรณ์ควรชั้นลูกหนี้ เพื่อเป็นแรงจูงใจตอบแทนสมาชิกที่ดี ชำระหนี้ดี วงเงินเพิ่ม ดอกเบี้ยถูก สหกรณ์บริหารต้นทุนได้ ก็สามารถคิดดอกเบี้ยสมาชิกได้ถูกลง

การฟ้องดำเนินคดีและดำเนินการบังคับคดีควรเป็นวิธีสุดท้าย และทำเพราะหลีกเลี่ยงไม่ได้จริงๆ การส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ ให้มีประสิทธิภาพ ให้มองอย่างเป็นระบบ ยึดสมาชิกเป็นหลักในการดำเนินงาน ใช้ข้อมูลของงบการเงินเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบ การวิเคราะห์ประสิทธิภาพและประสิทธิผลการดำเนินงานควรใช้หลักการ ลดต้นทุน เพิ่มรายได้ ลดการสูญเสีย สร้างแรงจูงใจให้กับเจ้าหน้าที่ สหกรณ์สร้างความศรัทธา ความเชื่อมั่น ให้เกิดขึ้น ในระบบสหกรณ์

ผลผลิตที่เกิดขึ้น (Outputs)

สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น สามารถชำระคืนเงินกู้ได้ ชำระคืนเงินกู้ได้ภายในกำหนดเวลาของสัญญาเงินกู้ มีเงินออมมากขึ้น มีส่วนร่วมกับสหกรณ์เพิ่มขึ้น สหกรณ์มีปริมาณธุรกิจเพิ่มขึ้น กำไรจะเพิ่มขึ้น ทุนของสหกรณ์เพิ่มขึ้น

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (Outcomes)

ผลลัพธ์สุดท้าย ส่งผลถึงคุณภาพชีวิตของสมาชิกสหกรณ์ดีขึ้น ด้วยระบบสหกรณ์ จะเกิดความรักในองค์กรและศรัทธาต่อระบบสหกรณ์ สำหรับสหกรณ์จะมีความมั่นคงยิ่งขึ้น เป็นสหกรณ์ที่ได้มาตรฐาน เป็นต้นแบบสหกรณ์ที่แท้จริง เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ สามารถทำงานให้ความช่วยเหลือสมาชิกสหกรณ์และตอบสนองตัวชี้วัด KPI ของกรมส่งเสริมสหกรณ์
