บทที่ 2
ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา การดำเนินธุรกิจการผลิตน้ำมันมะพร้าวใน จังหวัดสมุทรสงคราม มีแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง นำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการศึกษาครั้งนี้ แนวคิดการดำเนินธุรกิจประกอบด้วย

แนวคิดด้านการจัดการ

แนวคิดด้านการผลิต

แนวคิดด้านการตลาด

แนวคิดด้านการเงิน

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดด้านการจัดการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545) ได้ให้ แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของการบริหารจัดการ (Functions of Management) หรือกระบวนการของการบริหารจัดการ (Management Process) เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องและประสานกันเพื่อให้บรรลุจุดม่งหมายขององค์การเป็นหน้าที่พื้นฐาน ประกอบไปด้วย

1.1 การวางแผน (Planning) เป็นขั้นตอนการกำหนดวัตถุประสงค์และพิจารณาถึงวิธีการที่ควรปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น การวางแผนประกอบด้วย

1.1.1 การดำเนินการตรวจสอบตัวเอง เพื่อกำหนด สถานภาพในปัจจุบัน ขององค์การ

1.1.2 การสำรวจสภาพแวดล้อม

1.1.3 การกำหนดวัตถุประสงค์

1.1.4 การพยากรณ์สถานการณ์ในอนาคต

1.1.5 การกำหนดแนวทางปฏิบัติงานและความจำเป็นในการใช้ทรัพยากร

1.1.6 การประเมินแนวทางปฏิบัติงานที่วางไว้

1.1.7 การทบทวนปรับแผนเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพท์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด

1.1.8 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการวางแผนเป็นไปอย่างทั่วถึง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1.2 การจัดองค์การ (Organization)

เป็นขั้นตอนในการจัดบุคคลและทรัพยากรที่ใช้ในการทำงาน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการทำงานนั้น หรือเป็นการจัดแบ่งงานและจัดสรรทรัพยากรสำหรับงานเพื่อให้งานเหล่านั้นสำเร็จการจัดองค์การประกอบไปด้วย

1.2.1 การระบุและอธิบายงานที่จะถูกนำไปดำเนินการ

1.2.2 การกระจายงานออกเป็นหน้าที่

1.2.3 การรวบรวมหน้าที่ต่างๆ เข้าเป็นตำแหน่งงาน

1.2.4 การอธิบายสิ่งที่จำเป็นหรือความต้องการของตำแหน่งงาน

1.2.5 การรวบรวมตำแหน่งงานต่างๆ เป็นหน่วยงานที่มีความสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสมและสามารถบริหารจัดการได้

1.2.6 การมอบหมายงาน ความรับผิดชอบ และอำนาจหน้าที่

1.2.7 การทบทวนและปรับโครงสร้างขององค์การ เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด

1.2.8 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการจัดองค์การเป็นไปอย่างทั่วถึง

1.2.9 การกำหนดความจำเป็นของทรัพยากรมนุษย์

1.2.10 การสรรหาผู้ปฏิบัติงานที่มีศักยภาพ

1.2.11 การคัดเลือกจากบุคคลที่สรรหามา

1.2.12 การฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต่างๆ

1.2.13 การทบทวนและปรับคุณภาพและปริมาณของทรัพยากรมนุษย์ เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด

1.2.14 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการจัดคนเข้าทำงานเป็นไปอย่างทั่วถึง

1.3 การนำ (Leading) เป็นขั้นตอนในการกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้น และชักนำความพยายามของพนักงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการใช้ความพยายามของผู้จัดการที่จะกระตุ้นให้พนักงานมีศักยภาพในการทำงานสูง ดังนั้น การนำ (Leading) จะช่วยให้งานบรรลุผลสำเร็จ เสริมสร้างขวัญ และจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชา การนำประกอบด้วย

1.3.1 การติดต่อสื่อสารและอธิบายวัตถุประสงค์ให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้ทราบ การมอบหมายมาตรฐานของการปฏิบัติงานต่าง ๆ

1.3.2 การให้คำแนะนำ และ คำปรึกษาแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาให้สอดคล้องกับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มาตรฐานของการปฏิบัติงาน

1.3.3 การให้รางวัลแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาบนพื้นฐานของผลการปฏิบัติงาน

1.3.4 การยกย่องสรรเสริญและการตำหนิติเตียนอย่างยุติธรรม และ ถูกต้องเหมาะสม

1.3.5 การจัดหาสภาพแวดล้อมมากระตุ้นการจูงใจ โดยการติดต่อสื่อสาร เพื่อสำรวจความต้องการและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง

1.3.6 การทบทวนและปรับวิธีการของภาวะความเป็นผู้นำ เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงและผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด

1.3.7 การติดต่อสื่อสารโดยทั่วไปทุกแห่งในกระบวนการของภาวะความเป็นผู้นำ

1.4 การควบคุม (Controlling) เป็นการติดตามผลการทำงาน และแก้ไขปรับปรุงในสิ่งที่จำเป็น หรือ เป็นขั้นตอนของการวัดผลการทำงาน และ ดำเนินการแก้ไขเพื่อให้บรรลุผลที่ต้องการ การควบคุมประกอบด้วย

1.4.1 การกำหนดมาตรฐาน

1.4.2 การเปรียบเทียบและติดตามผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐาน

1.4.3 การแก้ไขความบกพร่อง

1.4.4 การทบทวนและปรับวิธีการควบคุมเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด

1.4.5 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการควบคุมเป็นไปอย่างทั่วถึง

เทคนิคในด้านการควบคุม

การควบคุมด้านคุณภาพเป็นการควบคุมเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าสินค้าและบริการที่ผลิตได้ตรงกับความต้องการ

การควบคุมด้านปริมาณ เป็นการวัดเชิงปริมาณ

การควบคุมด้านค่าใช้จ่าย เป็นการจัดทำงบประมาณล่วงหน้า

การควบคุมด้านเวลา เป็นการควบคุมให้ผลงานต่างๆเสร็จตามเวลาที่กำหนด

2. แนวคิดด้านการผลิต

ปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ วัตถุดิบ การควบคุมการผลิต และคุณภาพการผลิต (Ragd,Louis J,1968)

วัตถุดิบ (Raw Materials) เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการและการผลิตสินค้าที่ผู้บริหารในทุกองค์การต้องให้ความสำคัญ โดยที่หลายธุรกิจมีต้นทุนค่าวัตถุดิบและการจัดหาบริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อื่นรวมกันในอัตราที่สูงเมื่อเทียบกับยอดขายซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของต้นทุนการดำเนินงาน ผู้บริหารจัดระบบบริหารวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพย่อมสามารถควบคุมต้นทุนในการดำเนินงานได้

การควบคุมการผลิต (Controling) หมายถึงการติดตาม ตรวจสอบประเมินการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนที่กำหนดหรือไม่ ตลอดจนการดำเนินแก้ไขข้อผิดพลาดเกี่ยวกับการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนที่ต้องการ

คุณภาพการผลิต (Quality) คุณภาพของสินค้าและบริการ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ธุรกิจ ผู้บริหารต้องตัดสินใจเกี่ยวกับคุณภาพทั้งด้านนโยบายและวิธีการดำเนินงานโดยพิจารณาถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

3. แนวคิดด้านการตลาด

แนวความคิด เกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดบริการของ Philip Kotler (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) และการส่งเสริมการตลาด(Promotion) ดังแสดงในแผนภาพที่ 2

ผลิตภัณฑ์(Product) คือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่นำเสนอแก่ตลาดเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่า(Value) ให้เกิดขึ้น

ราคา (Price) คือส่วนหนึ่งของต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่าย ในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการรวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิดและก่อพฤติกรรม ซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาสินค้าที่เป็นตัวเงิน ราคามีบทบาทที่สำคัญในส่วนผสมการตลาด มีอิทธิพลในการกำหนดว่าลูกค้าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่และราคามีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรจากการตลาดผลิตภัณฑ์ การที่ราคาเปลี่ยนแปลงแม้เพียงเล็กน้อยก็กระทบกำไรเป็นอย่างมาก ในการกำหนดราคาจะต้องมีการพิจารณา ทั้งลักษณะของการแข่งขันในตลาดเป้าหมายและปฏิกริยาของลูกค้าต่อราคาที่แตกต่างกัน วิธีการที่เกี่ยวข้องในการกำหนดส่วนเพิ่ม ส่วนลด และเงื่อนไขการขายจะต้องพิจารณาในการกำหนดราคาให้ถูกต้อง

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกระบวนการทำงานที่ทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยปกติการเคลื่อนตัวของสินค้าและบริการจะไม่ดำเนินไปได้ด้วยตัวเองแต่จะขึ้นอยู่กับช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ มากมาย จากคนกลาง (Middle Men) หลายฝ่ายด้วยกัน คนกลางเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งนักการตลาดต้องเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารการตลาดที่ให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย การส่งเสริมการตลาดจะเกี่ยวข้องกับการสื่อความ (Communication) ให้ถึงตลาดเป้าหมายได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการมีการจัดจำหน่าย ณ ที่ใดและระดับราคาเท่าไร เครื่องมือในการส่งเสริม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การตลาด เช่น การโฆษณาใช้สร้างภาพพจน์ระยะยาวให้กับผลิตภัณฑ์และทำให้เกิดการขายรวดเร็ว การส่งเสริมการขาย(Sale Promotion) ให้คุณประโยชน์ในด้านการสื่อสาร สิ่งจูงใจและการเชิญชวน เป็นการยกระดับการขายที่ตกต่ำให้สูงขึ้น ปกติจะใช้เพื่อให้ผลระยะสั้นเท่านั้น การขายโดยการใช้พนักงานขาย เป็นเครื่องมือที่ใช้ทุนสูงเพื่อประสิทธิภาพ และการตลาดทางตรง (Direct Marketing) ซึ่งผู้บริหารการตลาดจะต้องพิจารณาเลือกใช้วิธีต่างๆเหล่านี้ประกอบเข้าด้วยกันให้เป็นการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

แผนภาพที่ 2 แสดงส่วนประกอบส่วนประสมการตลาด (Marketing mix)

4. **แนวคิดด้านการเงิน**

เพชรี ขุมทรัพย์ (2544) ได้ให้แนวคิดทางด้านการเงินว่า ขบวนการที่ใช้ควบคุมดูแลการใช้ทรัพย์สินต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสอดคล้องกับความจำเป็นในการปฏิบัติงานแต่ละอย่างให้บรรลุเป้าหมายของบริษัท หน้าที่ของผู้บริหารการเงินตามแนวคิดใหม่คือการศึกษาถึงปัญหาเกี่ยวกับการได้มาซึ่งเงินทุน(Acquisition of funds) และการใช้ไปซึ่งเงินทุน(Use of funds) ของธุรกิจว่าผู้บริหารการเงินต้องปฏิบัติอย่างไร จึงจะทำให้ได้รับผลประโยชน์สูงสุดตัวแปรที่นำมาใช้ในการพิจารณา ได้แก่

1. แหล่งที่มาของเงินทุน ประกอบด้วย

สินทรัพย์ = หนี้สิน + ทุน

สินทรัพย์ ได้แก่ เงินสด หลักทรัพย์ระยะสั้น ลูกหนี้การค้า สินค้าคงเหลือ

หนี้สิน ได้แก่ หนี้สินระยะสั้น หนี้สินระยะยาว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ถือหุ้นเพิ่ม ได้แก่ การลงทุนเพิ่มของผู้ถือหุ้น และกำไรสะสมของผู้ถือหุ้น

2. แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน อันจะพิจารณาถึงการใช้ไปของเงินทุนในส่วนของสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น

3. ผลการดำเนินการของบริษัทซึ่งพิจารณาถึงผลกำไรของบริษัทที่เกิดขึ้น จุดมุ่งหมายในการบริหารการเงิน การกำหนดเป้าหมายในขั้นแรกมักจะเน้นที่กำไร ความสำเร็จจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสามารถทำให้ธุรกิจมีรายได้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และขณะเดียวกันพยายามทำให้มีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดการกระทำดังกล่าวจะทำให้ธุรกิจได้กำไรสูงสุด (Profit maximization)

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เดชา ศิริพัฒน์ (2538) ได้ศึกษาเรื่องมะพร้าวพบว่า มะพร้าวเป็นพืชในวงศ์ปาลม์ (Family Palmaceae) มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า Cocos nucifera ตามธรรมชาติพบอยู่ตามที่ลุ่มต่ำชายทะเล หรือตามชายฝั่งทะเลในเขตร้อน เชื่อกันว่า ถิ่นกำเนิดดั้งเดิมของมะพร้าวอยู่แถบชายฝั่งทะเลเขตเอเชียตะวันตกออกเฉียงใต้ หรือ เอเชียใต้ ต่อมามนุษย์จึงนำไปปลูกทั่วไปในเขตร้อน

วินัย แก้วศิริ (2546) ได้ศึกษาเรื่องการดำเนินการธุรกิจน้ำตาลสเตอร์ริไลส์ใน จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า เป็นการดำเนินกิจการรูปบริษัท และห้างหุ้นส่วนจำกัด เปิดดำเนินการเป็นระยะ 11-15 ปี ทุนจดทะเบียนของกิจการอยู่ที่ 2-10 ล้านบาท ผู้ถือหุ้นเป็นกลุ่มเครือญาติมีการบริหารงานแบบครอบครัว การดำเนินกิจการขนาดเล็ก ไม่มีการวางแผนงาน ส่วนกิจการขนาด-กลางจะมีการวางแผนงานระยะสั้น การผลิตจะผลิตตามยอดสั่งซื้อของลูกค้าโดยคำนึงถึงวัตถุดิบที่สามารถจัดซื้อได้ การจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีก ตลาดที่สำคัญอยู่ในภาคกลางและภาคใต้ บรรจุภัณฑ์ขนาด 320-355 ซีซี ในการจัดจำหน่ายจะไปติดต่อร้านค้าต่าง ๆ โดยตรง ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ คือ วัตถุดิบมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน พนักงานขาดความชำนาญ การขาดแคลนวัตถุดิบในบางฤดูกาล

ศักดิ์สิทธิ์ ศรีวิชัย (2544) มะพร้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ มีการใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ทั้งในด้านการบริโภคและเป็นวัตถุดิบเพื่อการอุตสาหกรรม เนื้อมะพร้าวแห้งใช้ในอุตสาหกรรมผลิตน้ำมันมะพร้าว ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง เช่น ใช้ทอดอาหาร ใช้เป็นเชื้อเพลิงต่างๆ เช่น ไบโอดีเซล ทำเนยเทียม สบู่ น้ำมันหล่อลื่น ฯลฯ การส่งออกมะพร้าวถึงแม้ความต้องการมะพร้าวภายในประเทศยังอยู่ในระดับสูงและผลผลิตมะพร้าวของไทยมีไม่พอกับความต้องการแต่ประเทศไทยมีการส่งมะพร้าวผลออกทุกปีและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ สำหรับน้ำมันมะพร้าวเดิมมีการส่งออกน้อยเพราะกระทรวงพาณิชย์ได้ใช้มาตราการชะลอการส่งออก ต่อมาสถานะการณ์น้ำมันมะพร้าวได้เปลี่ยนแปลงไปจึงผ่อนผันให้มีการส่งออกไปต่างประเทศได้โดย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ไม่ต้องขออนุญาต ตั้งแต่ ปี2526 ผลผลิตน้ำมันพืชจากแหล่งผลิตที่สำคัญของโลกลดลง เป็นเหตุทำให้ราคาน้ำมันมะพร้าวในตลาดโลกสูงขึ้น ประกอบกับปริมาณการผลิตภายในประเทศเพิ่มมากขึ้นด้วย จึงส่งผลให้ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ดีปริมาณการส่งออกจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับราคาในตลาดโลกและผลผลิตในประเทศเป็นสำคัญ ตลาดต่างประเทศที่นำเข้ามะพร้าวผล มะพร้าวแห้ง และน้ำมันมะพร้าวของไทยที่สำคัญได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ฮ่องกง อินเดีย และไต้หวัน

อรการ กาคำ (2547) รายงานถึงคุณูปการของน้ำมันมะพร้าวที่สามารถทำออกมาได้หลายผลิตภัณฑ์และยังมีสรรพคุณที่คาดไม่ถึง ดังนี้คือ ในสมัยโบราณจะใช้น้ำมันมะพร้าวชโลมทาผิวเพื่อป้องกันผิวแตกในฤดูหนาว ทำให้ผิวเต่งตึงนุ่มนวล ลดรอยหยาบกร้านบนใบหน้า และน้ำมันมะพร้าวจะมีวิตามินอี ช่วยซ่อมแซมเซลที่สึกหรอเวลาโดนแสงแดด สามารถป้องกันแสงอุลตร้าไวโอเลตได้ขณะอยู่กลางแดด เป็นมอยส์เจอร์ไรเซอร์อย่างดี มีสรรพคุณในการฆ่าเชื้อเม็ดผดผื่นคันต่าง ๆ ไม่มีสิว ทำให้หน้าขาว ก่อนเข้านอนใช้สำลีชุบน้ำมันมะพร้าวทาให้ทั่วใบหน้าปรับสภาพผิวปกป้องผิว 2 ชั้น ส่วนผิวพรรณทั่วไปจะใช้ครีมทาโดยเอาน้ำมันมะพร้าวผสมกับขี้ผึ้งทาบริเวณข้อศอกที่แตกด้านน้ำมันมะพร้าวจะทำให้ผิวนุ่มนวลประสานรอยแตกย่น น้ำมันมะพร้าวสามารถนำมาใส่ผมโดยใช้ชโลมเส้นผมทำให้ผมจะดำขึ้น ผมสวยเงางามมีน้ำหนัก และช่วยบำรุงหนังศรีษะ น้ำมันมะพร้าวสามารถใช้ปรุงอาหารเหมาะแก่การใช้ความร้อนสูงและไม่ทำให้เกิดเกิดอนุมูลอิสระ ทำให้มีสุขภาพดี ต้านทานโรคมะเร็ง ต้านทานโรคหัวใจ นอกจากนี้ น้ำมันมะพร้าวยังเป็นบ่อเกิดของไบโอดีเซล โดยการนำน้ำมันมะพร้าวมาผสมกับเอทธานอล โซดาไฟ หมักไว้แค่ 48 ชั่วโมงสามารถใช้แทนน้ำมันดีเซลได้ สมัยก่อนยังมีการใช้น้ำมันมะพร้าวจุดให้แสงสว่างได้ด้วย ในซุปเปอร์มาเก็ตของอเมริกาพบว่าน้ำมันมะพร้าวมีราคาแพงมากนำเข้าจากฟิลิปปินส์หรือหมู่เกาะฟิจิ ปริมาณ 500 กรัมขายในราคาพันกว่าบาท ในขณะที่เมืองไทยมีราคาต้นทุนเพียง 50บาท เท่านั้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved