

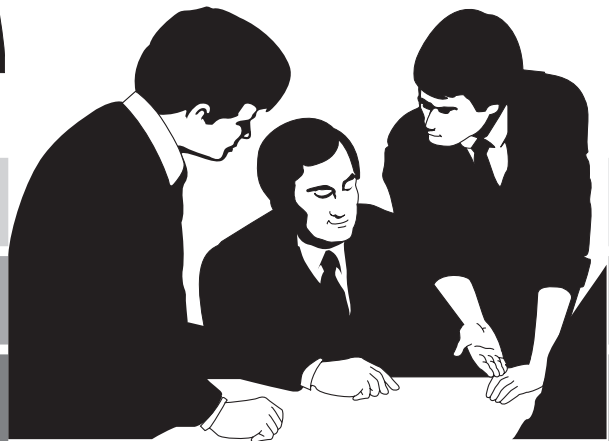


สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
เอกสารโสตทัศนศึกษา

การสอนเสริมครั้งที่ 1
32401

การวางแผน และควบคุมงานบริหาร

Administrative Planning and Control



สงวนลิขสิทธิ์

เอกสารโสตทัศนศึกษา การวางแผนและควบคุมงานบริหาร การสอนเสริมครั้งที่ 1
จัดทำขึ้นเพื่อเป็นบริการแก่นักศึกษาในการสอนเสริม

จัดทำต้นแบบ : คณะกรรมการกลุ่มปรับปรุงชุดวิชา

บรรณาธิการ/ออกแบบ : หน่วยผลิตสื่อสอนเสริม ศูนย์โสตทัศนศึกษา
สำนักเทคโนโลยีการศึกษา

จัดพิมพ์ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พิมพ์ที่ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พิมพ์ครั้งที่ 23 ภาค 1/2552 พิมพ์ซ้ำ

แผนการสอนเสริมครั้งที่ 1

ชุดวิชา 32401 การวางแผนและควบคุมงานบริหาร

การสอนเสริมครั้งที่ 1

รายชื่อหน่วยที่สอนเสริม

หน่วยที่ 1	แนวคิดและความสำคัญของการวางแผนและควบคุมงานบริหาร
หน่วยที่ 2	การวิเคราะห์ความเป็นไปได้และการตัดสินใจเพื่อวางแผนกลยุทธ์
หน่วยที่ 3	ระบบสารสนเทศเพื่อการวางแผนและควบคุมงานบริหาร
หน่วยที่ 4	การจัดองค์การในการวางแผนและควบคุมงานบริหาร
หน่วยที่ 5	การวางแผนและควบคุมทางการตลาด
หน่วยที่ 6	การวางแผนผลิตภัณฑ์และราคา
หน่วยที่ 7	การวางแผนการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

ประเด็น

1. แนวคิดและความสำคัญของการวางแผนและควบคุมงานบริหาร
2. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้และการตัดสินใจเพื่อวางแผนกลยุทธ์
3. ระบบสารสนเทศเพื่อการวางแผนและควบคุมงานบริหาร
4. การจัดองค์การในการวางแผนและควบคุมงานบริหาร
5. การวางแผนและควบคุมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

แนวคิด

1. การวางแผนและควบคุมมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดโดยการวางแผนเป็นกระบวนการของการกำหนดเป้าหมายและแนวปฏิบัติไว้ล่วงหน้า ส่วนการควบคุมเป็นการกำกับให้การดำเนินงานตามแผนบรรลุวัตถุประสงค์ได้ดียิ่งขึ้น การวางแผนและการควบคุมต้องรองรับกันอย่างเหมาะสมโดยเฉพาะในระดับกลยุทธ์ ยุทธวิธี และการดำเนินงาน
2. การวางแผนกลยุทธ์ขององค์การต้องมีการวิเคราะห์และประเมินสภาวะแวดล้อมเพื่อประเมินโอกาส อุปสรรค จุดอ่อน และจุดแข็ง ก่อนกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจซึ่งประกอบด้วยนิยามธุรกิจ ลักษณะการดำเนินธุรกิจในกลุ่มธุรกิจ และตำแหน่งทางการแข่งขัน หลังจากนั้นจึงกำหนดกลยุทธ์ระดับบริษัท ระดับธุรกิจ และระดับหน้าที่ให้รองรับกันไป
3. ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการเป็นระบบที่พัฒนาขึ้นเพื่อสนับสนุนการจัดการองค์การในทุกๆระดับ และมีขอบเขตครอบคลุมตั้งแต่ระบบสารสนเทศสำนักงาน ระบบปฏิบัติการ ระบบรายงานเพื่อการบริหาร ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ และระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหารระดับสูง

4. องค์การเป็นการรวมตัวกันของบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ร่วมกัน โดยสามารถจำแนกประเภทได้ตามพันธกิจ ตามความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม และตามกระบวนการ สำหรับองค์การเพื่อการวางแผนและควบคุมงานบริหารสามารถจัดองค์การได้ 4 รูปแบบ คือ องค์การตามหน้าที่ องค์การตามแผนงาน องค์การแบบเมตริกซ์ และองค์การที่เปลี่ยนแปลงตามการวางแผน และควบคุมงานบริหาร
5. การวางแผนการตลาดเป็นการออกแบบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมทางการตลาด ซึ่งต้องมีการควบคุมทางการตลาดควบคู่กันไปเพื่อความมั่นใจในการบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
6. การวางแผนผลิตภัณฑ์สามารถดำเนินการได้ทั้งผลิตภัณฑ์เดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่โดยอาจเป็นการวางแผนการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การวางแผนทบทวนเปลี่ยนตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การวางแผนผลิตภัณฑ์ซ้อนกัน การวางแผนขอบเขตส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การวางแผนการออกแบบผลิตภัณฑ์ การวางแผนยกเลิกผลิตภัณฑ์ และการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ส่วนการวางแผนราคาจะเป็นการวางแผนราคาสำหรับผลิตภัณฑ์ที่วางตลาดแล้ว การวางแผนความยืดหยุ่นของราคา การวางแผนราคาของผู้นำตลาด การวางแผนราคาเพื่อสร้างส่วนแบ่งตลาด และการวางแผนราคาสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่
7. การวางแผนการจัดจำหน่ายประกอบด้วยวางแผนช่องทางการจัดจำหน่ายและการวางแผนการกระจายสินค้า ส่วนการวางแผนการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วยวางแผนการขายโดยบุคคล การวางแผนการส่งเสริมการขาย การวางแผนการตลาดทางตรง การวางแผนโฆษณา และการวางแผนการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์

หลังจากนักศึกษาเข้ารับการสอนเสริมแล้ว นักศึกษาสามารถอธิบายสาระสำคัญของประเด็นต่อไปนี้ได้

1. แนวคิดและความสำคัญของการวางแผนและควบคุมงานบริหาร
2. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้และการตัดสินใจเพื่อวางแผนกลยุทธ์
3. ระบบสารสนเทศเพื่อการวางแผนและควบคุมงานบริหาร
4. การจัดองค์การในการวางแผนและควบคุมงานบริหาร
5. การวางแผนและควบคุมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

กิจกรรมการสอนเสริม

1. ประเมินผลก่อนการสอนเสริม
2. สรุปสาระสังเขปของประเด็นที่ 1 – 5, ประกอบเอกสาร
3. เปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการสอนเสริมซักถามปัญหา
4. ประเมินผลหลังการสอนเสริม

การประเมินผล

1. แบบประเมินผลตนเองก่อนและหลังการสอนเสริม
2. ชุดการสอนเสริม
3. แบบประเมินความคิดเห็นของผู้รับการสอนเสริม

1. สังเกตพฤติกรรมและสีหน้าของผู้รับการสอนเสริม
2. สังเกตการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอนเสริม
3. ดูผลการตอบคำถามของผู้รับการสอนเสริมจากแบบประเมินเพื่อนำมาเปรียบเทียบความก้าวหน้า
4. ประเมินผลการสอนด้วยตนเองจากแนวทางและรูปแบบที่กำหนด

แบบประเมินผลตนเองของนักศึกษา ก่อนรับการสอนเสริม

ครั้งที่ 1

ชุดวิชา การวางแผนและควบคุมงานบริหาร

คำชี้แจง เขียนวงกลมรอบอักษรหน้าข้อความที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ข้อใดคือขั้นตอนของกระบวนการวางแผน
 - ก. การปฏิบัติตามแผน
 - ข. การกำหนดแนวปฏิบัติ
 - ค. การกำหนดวัตถุประสงค์
 - ง. การแสวงหาแนวทางในการดำเนินงาน
 - จ. ถูกทุกข้อ
2. สภาวะแวดล้อมด้านอุตสาหกรรมได้แก่ข้อใด
 - ก. สภาวะเศรษฐกิจ
 - ข. สภาวะทางการตลาด
 - ค. สภาวะทางการแข่งขัน
 - ง. สภาวะแวดล้อมทั่วไป
 - จ. สภาวะของสินเชื่อในตลาด
3. ถ้าธุรกิจมีนโยบาย “ผู้แข็งแกร่งย่อมเป็นผู้ชนะ” ธุรกิจควรเลือกกลยุทธ์ทั่วไประดับบริษัทข้อใด
 - ก. กลยุทธ์การตัดทอน
 - ข. กลยุทธ์การเจริญเติบโต
 - ค. กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ
 - ง. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง
 - จ. กลยุทธ์การมุ่งตลาดเจาะส่วน
4. ระบบสารสนเทศมีความสำคัญต่อผู้บริหารอย่างไร
 - ก. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร
 - ข. เพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจ
 - ค. สร้างมาตรฐานของการปฏิบัติงาน
 - ง. เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานร่วมกัน
 - จ. เพิ่มศักยภาพในการวางแผนและควบคุมงานบริหาร

5. ขอบเขตของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการครอบคลุมระบบใดบ้าง

- ก. ระบบปฏิบัติการ
- ข. ระบบรายงานเพื่อการบริหาร
- ค. ระบบสารสนเทศสำนักงาน
- ง. ข้อ ก และ ข
- จ. ข้อ ก ข และ ค

6. ข้อใดคือประเภทขององค์การที่จำแนกตามพันธกิจ

- ก. องค์การแบบปิด
- ข. องค์การอัจฉริยะ
- ค. องค์การแห่งคุณภาพ
- ง. องค์การด้านการผลิต
- จ. องค์การแบบसानฝัน

7. กระบวนการวางแผนการตลาดในภาพรวมเริ่มต้นด้วยขั้นตอนใด

- ก. การระบุสภาพแวดล้อมการตลาด
- ข. การวางแผนปฏิบัติการการตลาด
- ค. การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด
- ง. การจัดองค์การทางการตลาด
- จ. การควบคุมทางการตลาด

8. ข้อใดคือประเภทของการวางแผนการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

- ก. การวางแผนตราหือเดียว
- ข. การวางแผนระบบผลิตภัณฑ์
- ค. การวางแผนตราหือแข่งขัน
- ง. การวางแผนผลิตภัณฑ์มาตรฐาน
- จ. การวางแผนการเลียนแบบผลิตภัณฑ์

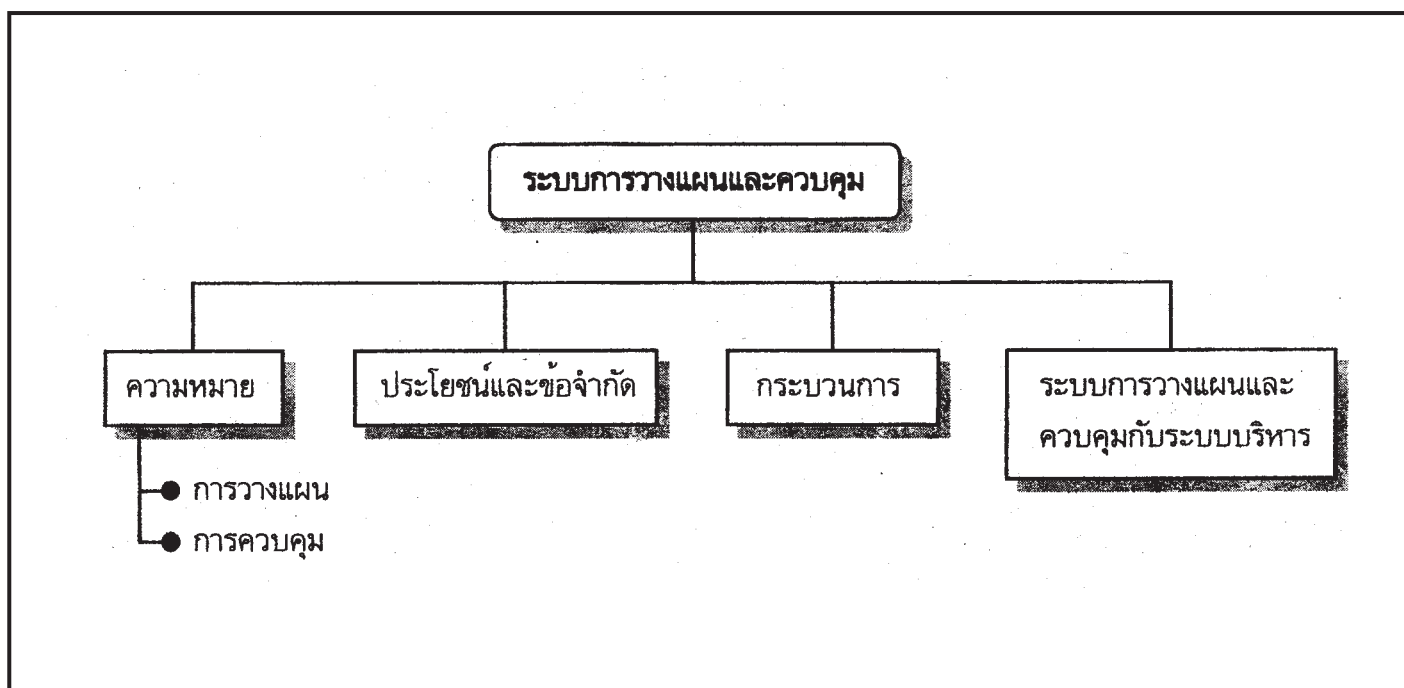
9. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายได้แก่ข้อใด

- ก. การแข่งขัน
- ข. ทรัพยากรของกิจการ
- ค. คุณลักษณะของลูกค้า
- ง. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์
- จ. ถูกทุกข้อ

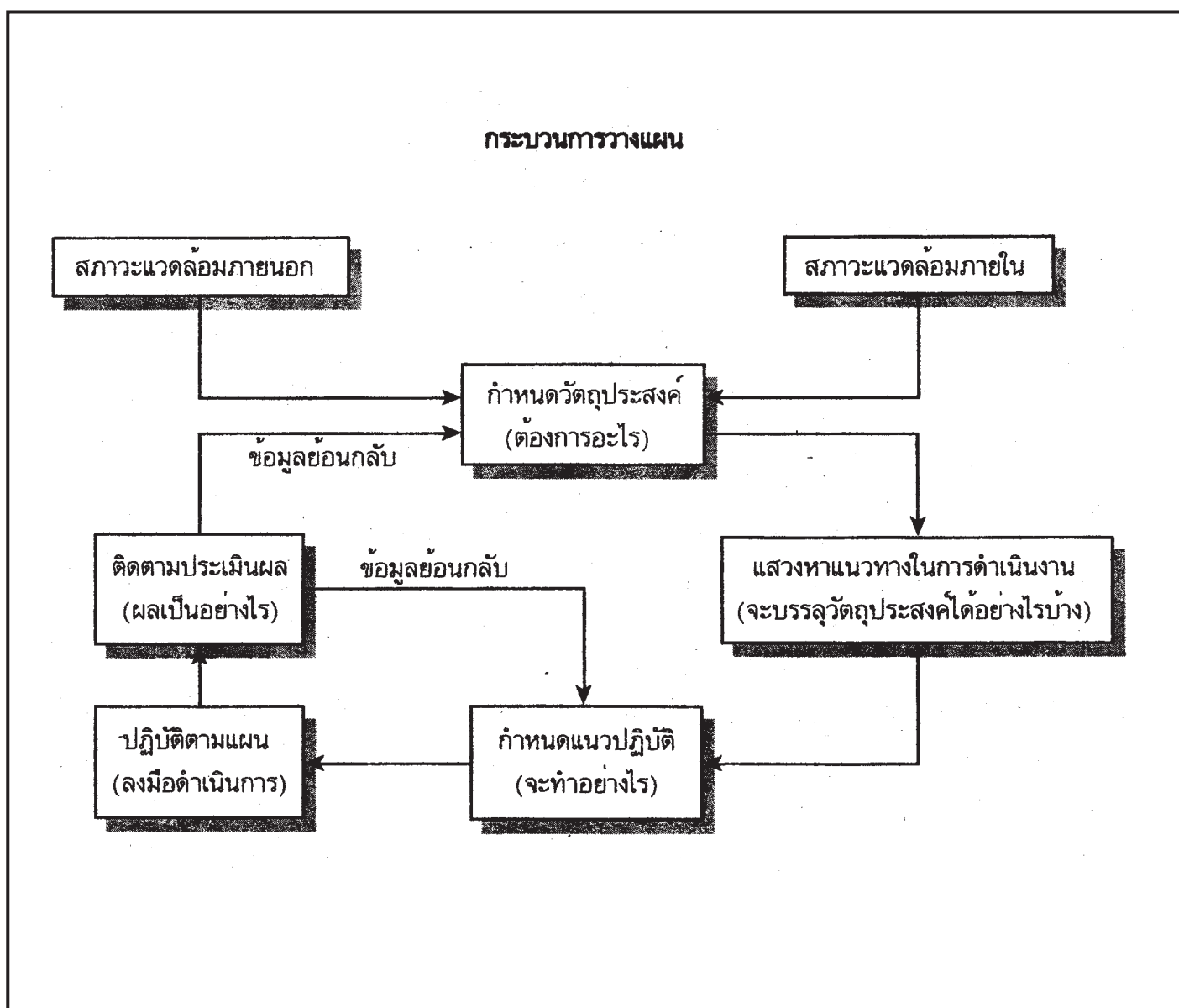
10. การกำหนดอาณาเขตการขายเป็นงานการวางแผนการส่งเสริมการตลาดด้านใด

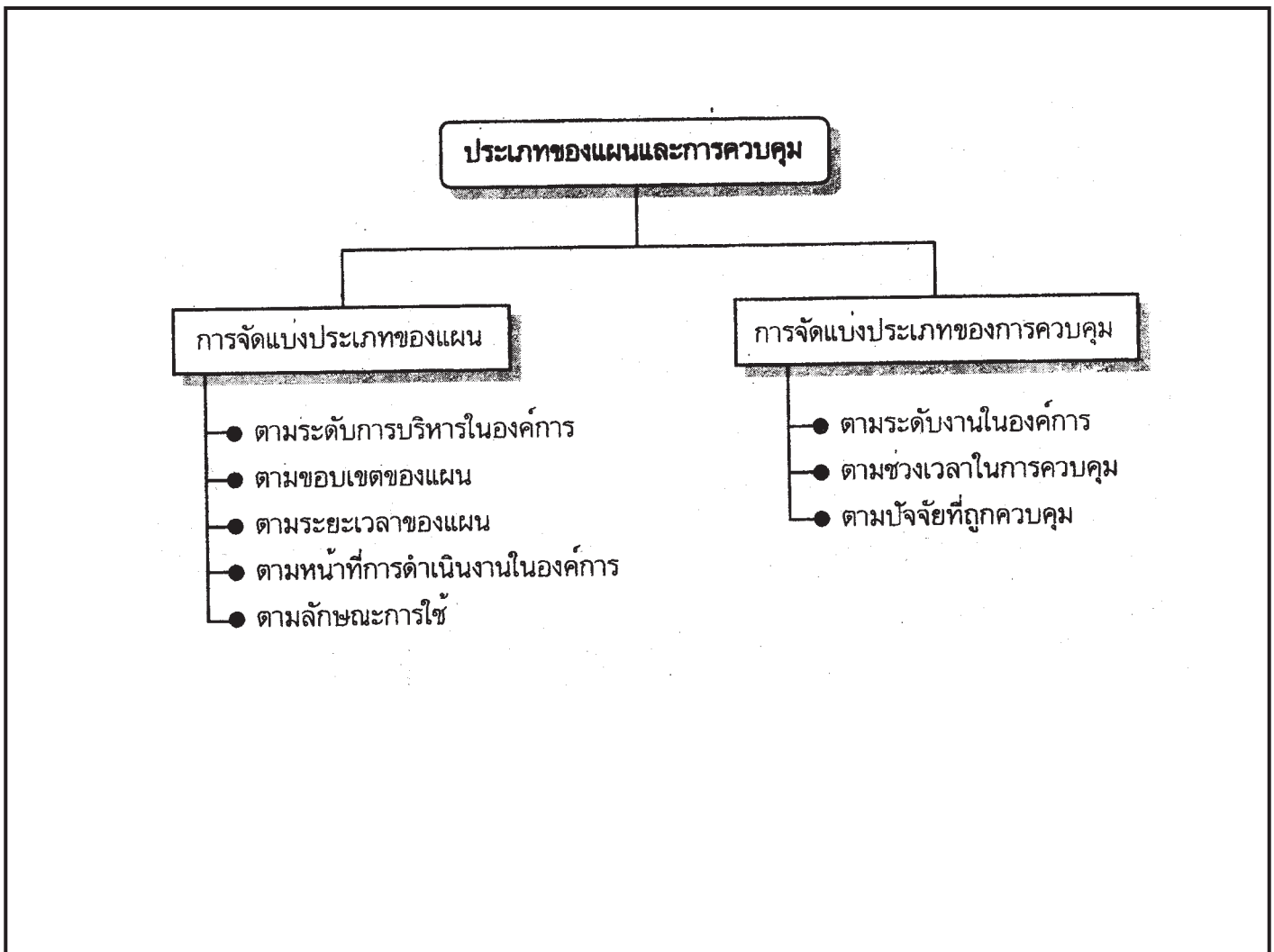
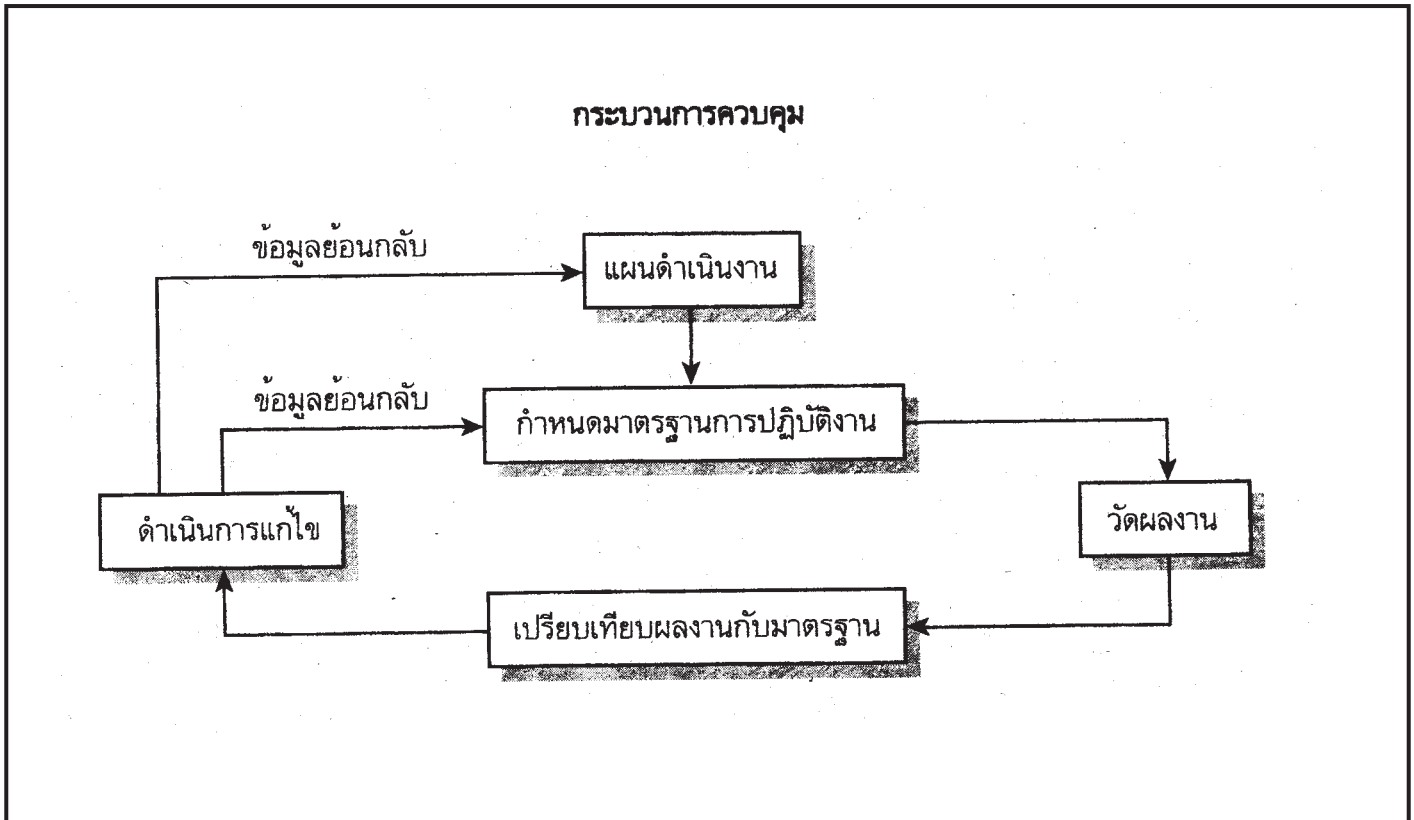
- ก. การโฆษณา
- ข. การประชาสัมพันธ์
- ค. การตลาดทางตรง
- ง. การขายโดยบุคคล
- จ. การส่งเสริมการขาย

ไสตทัศน์ # 1.1



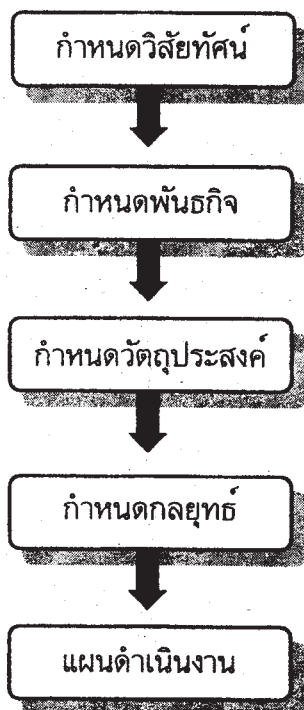
ไสตทัศน์ # 1.2





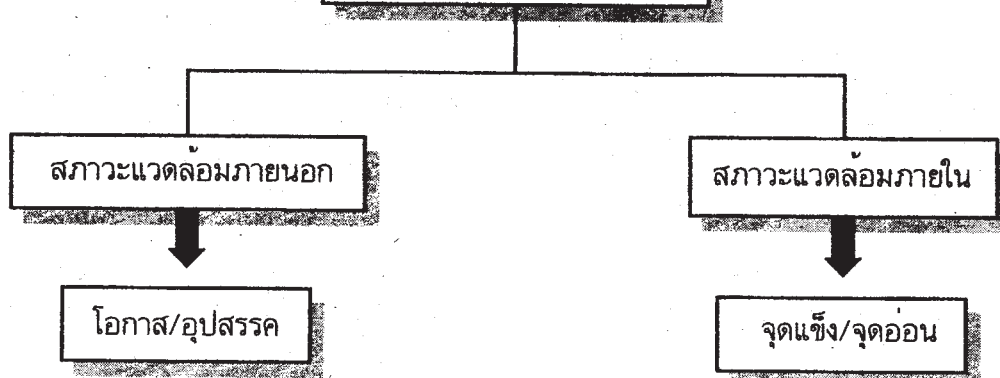
โสตทัศน์ # 1.5

แผนกลยุทธ์และแผนดำเนินงาน

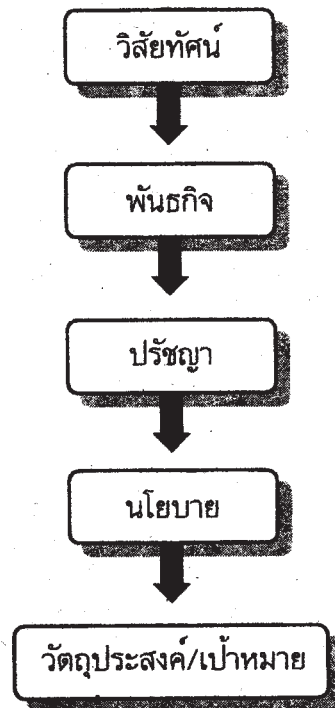


โสตทัศน์ # 1.6

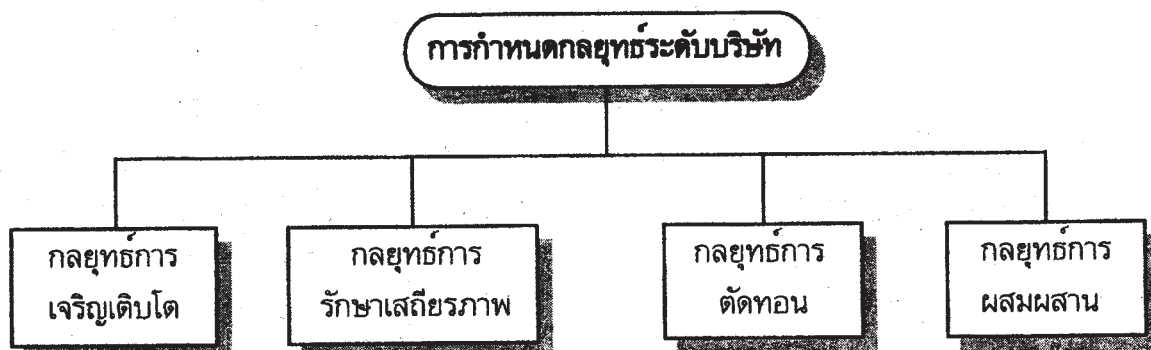
การประเมินสภาวะแวดล้อม



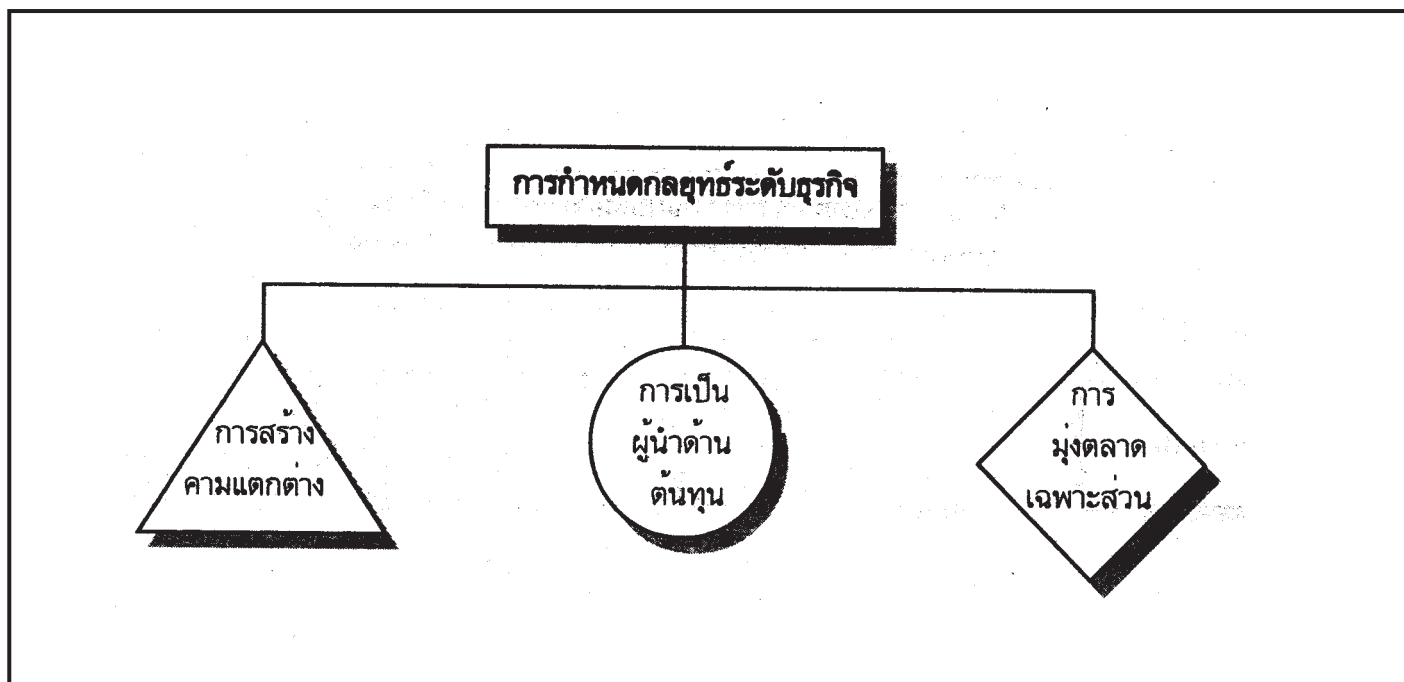
การกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจ



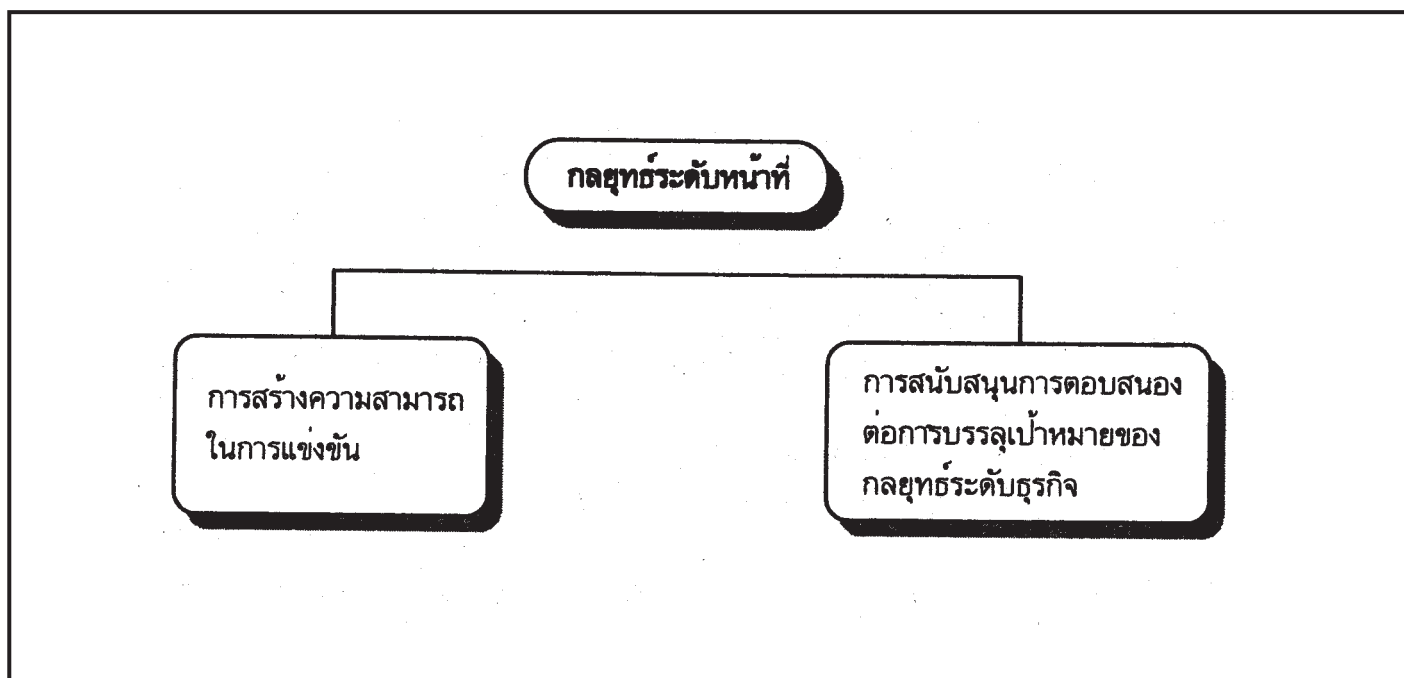
ไสตทัศน์ # 1.8



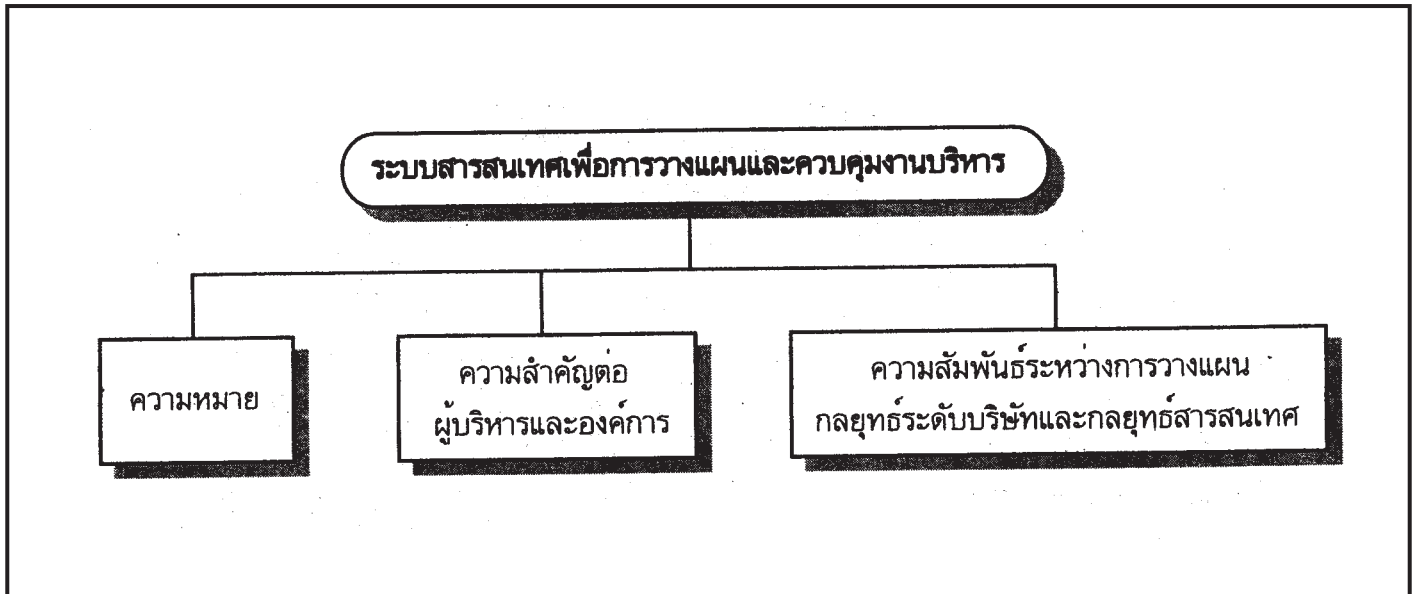
ไสตท์ทัศน์ # 1.9



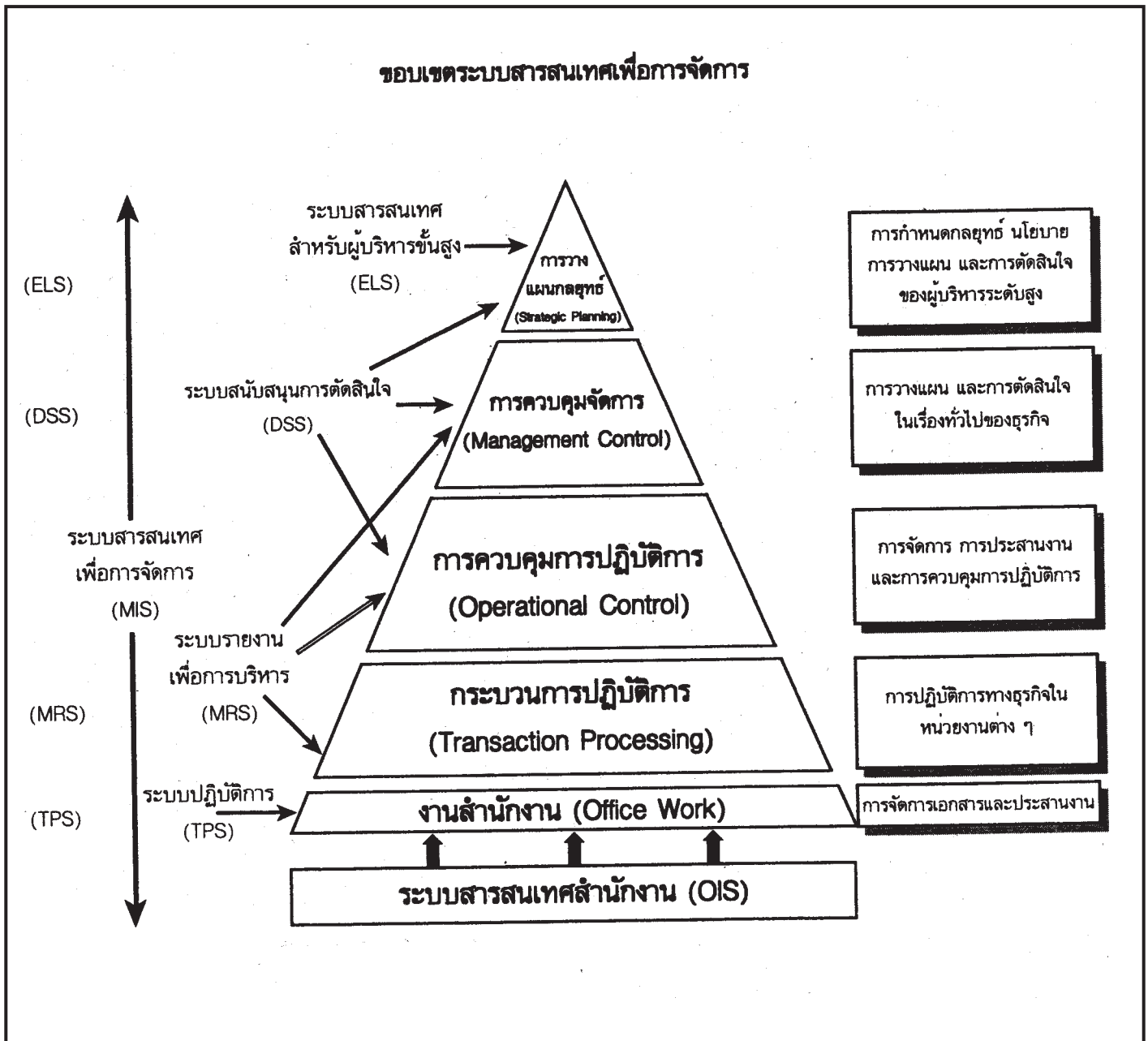
ไสตท์ทัศน์ # 1.10



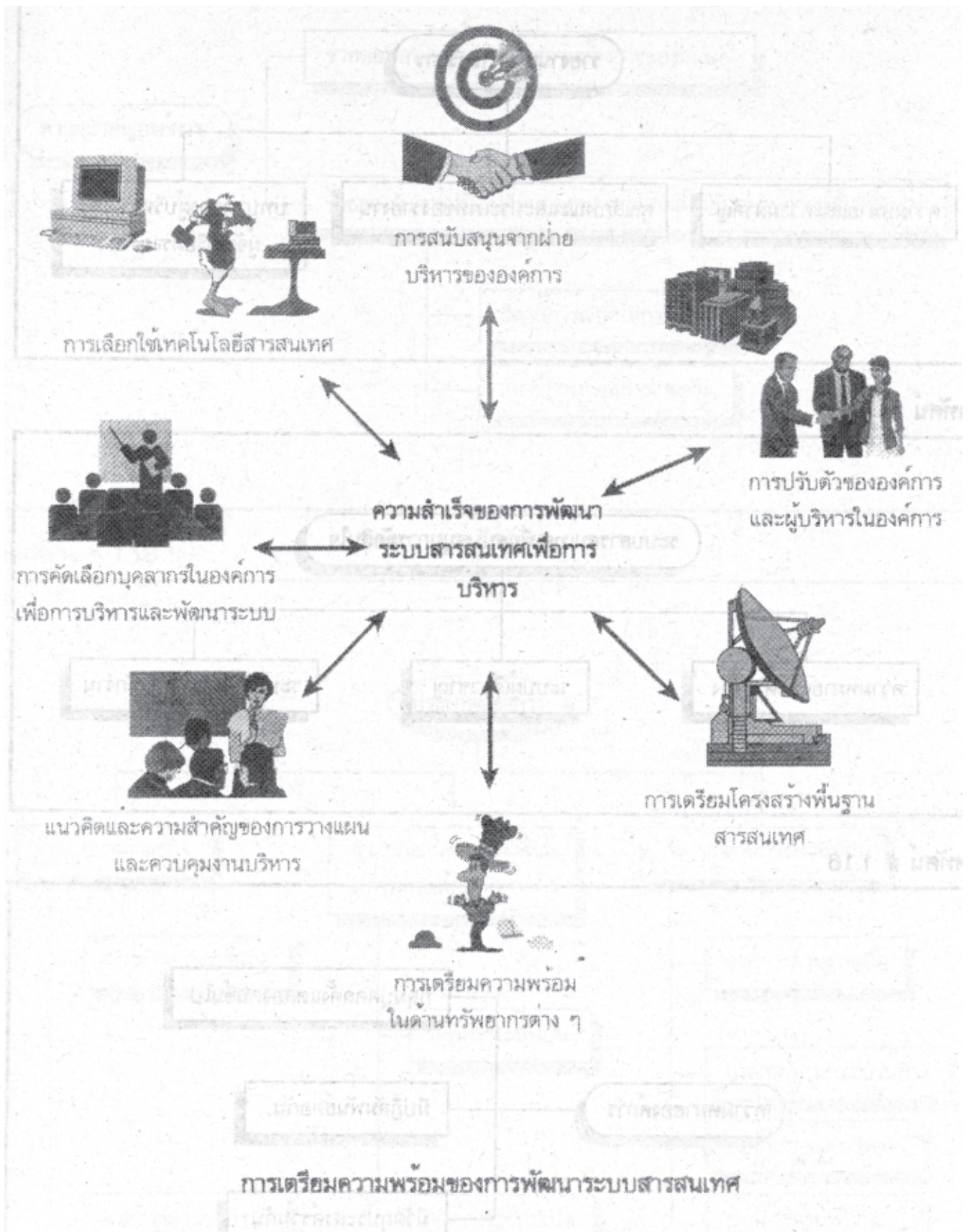
ไสตท์ศน์ # 1.11

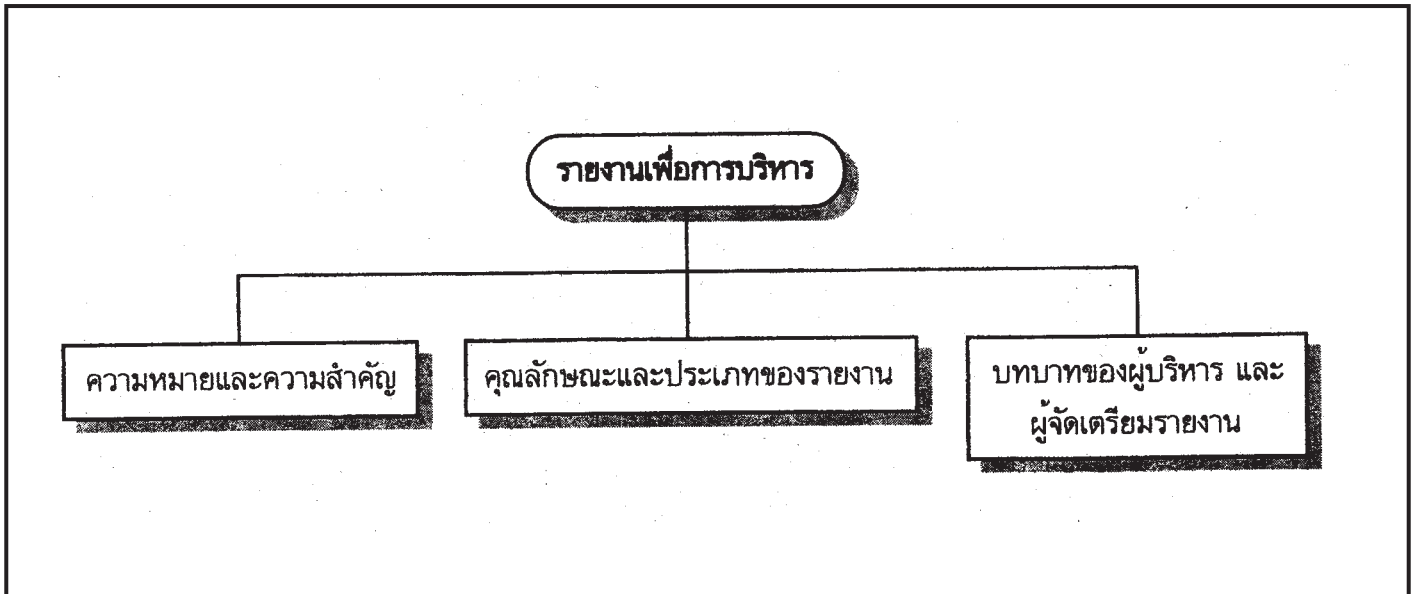


ไสตท์ศน์ # 1.12

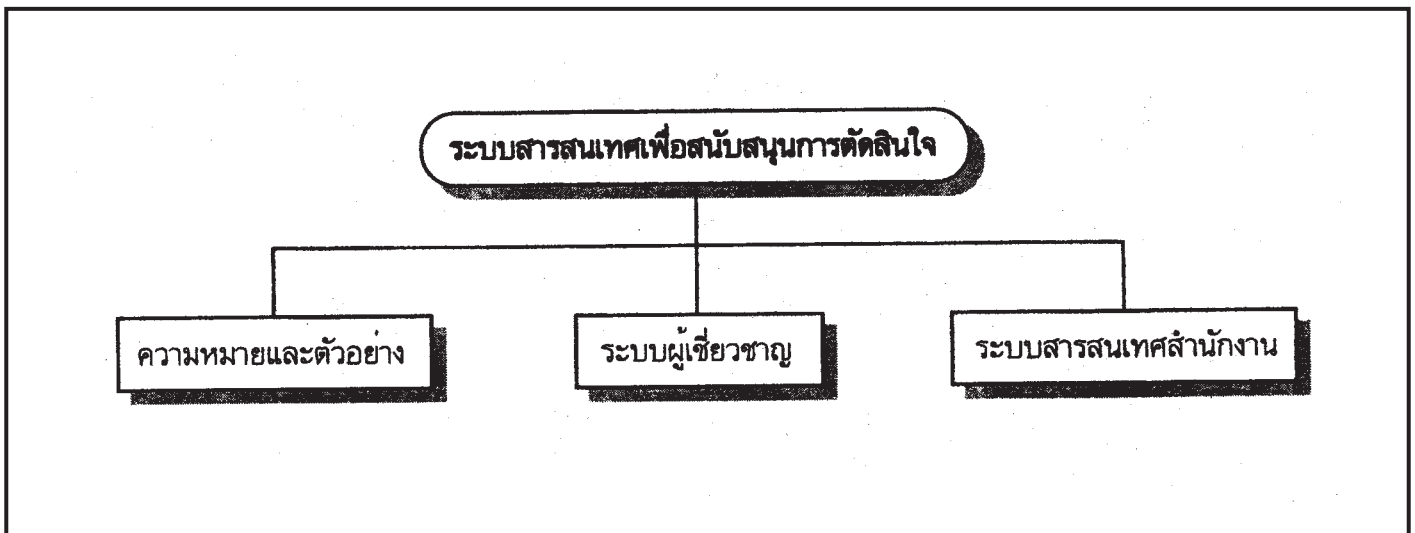


โสตทัศน์ # 1.13

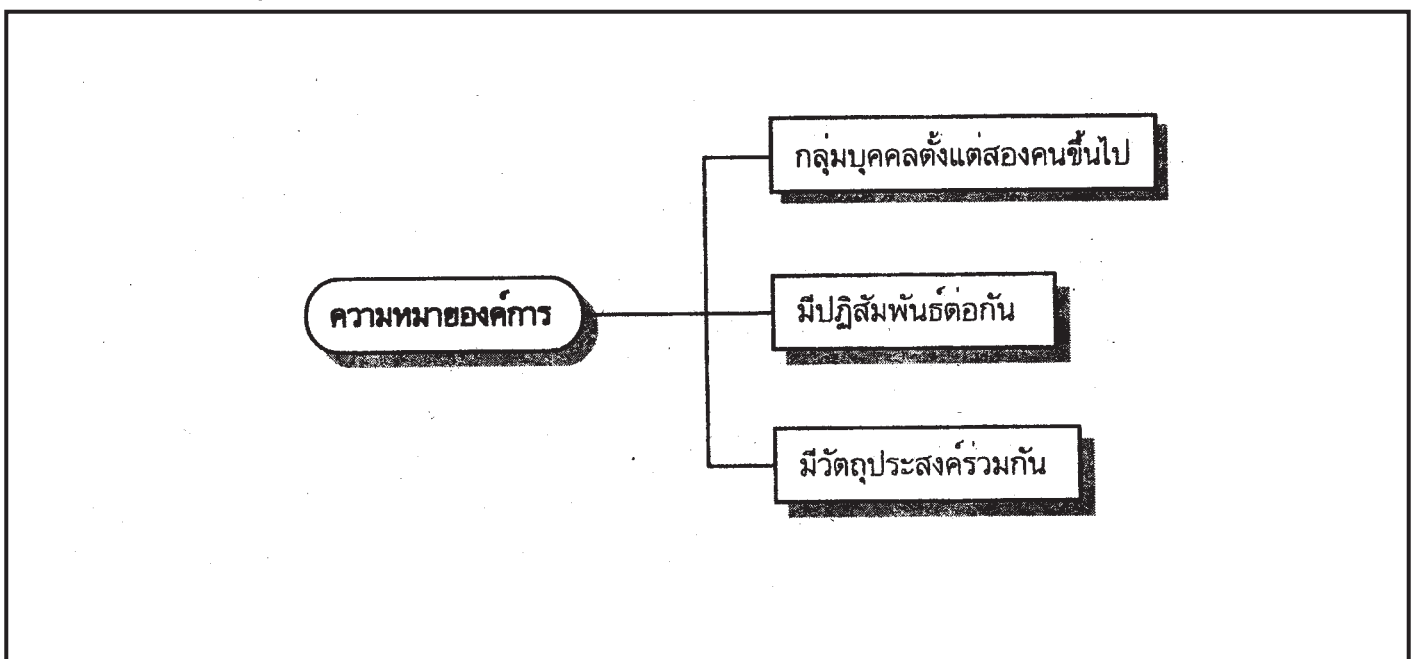




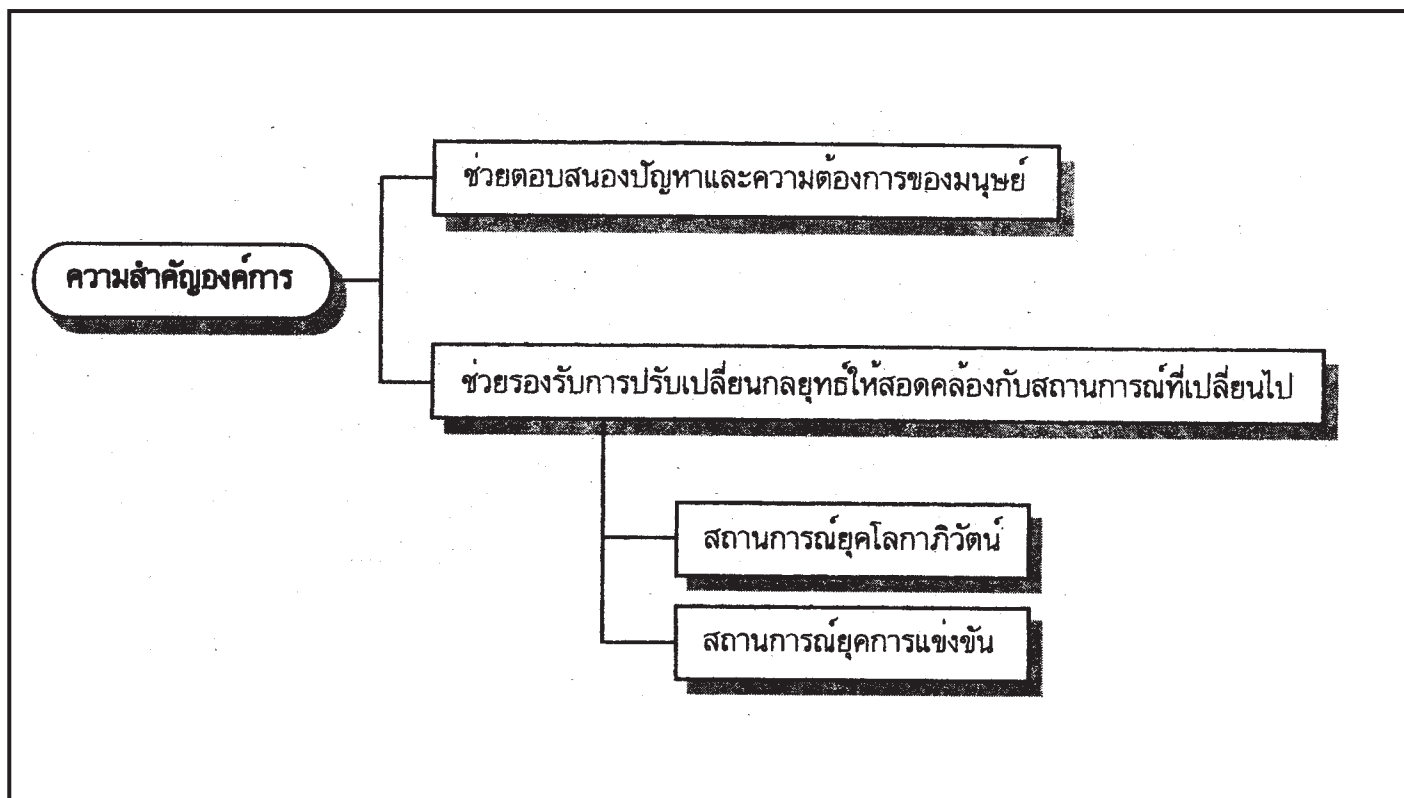
ไสตท์ส # 1.15



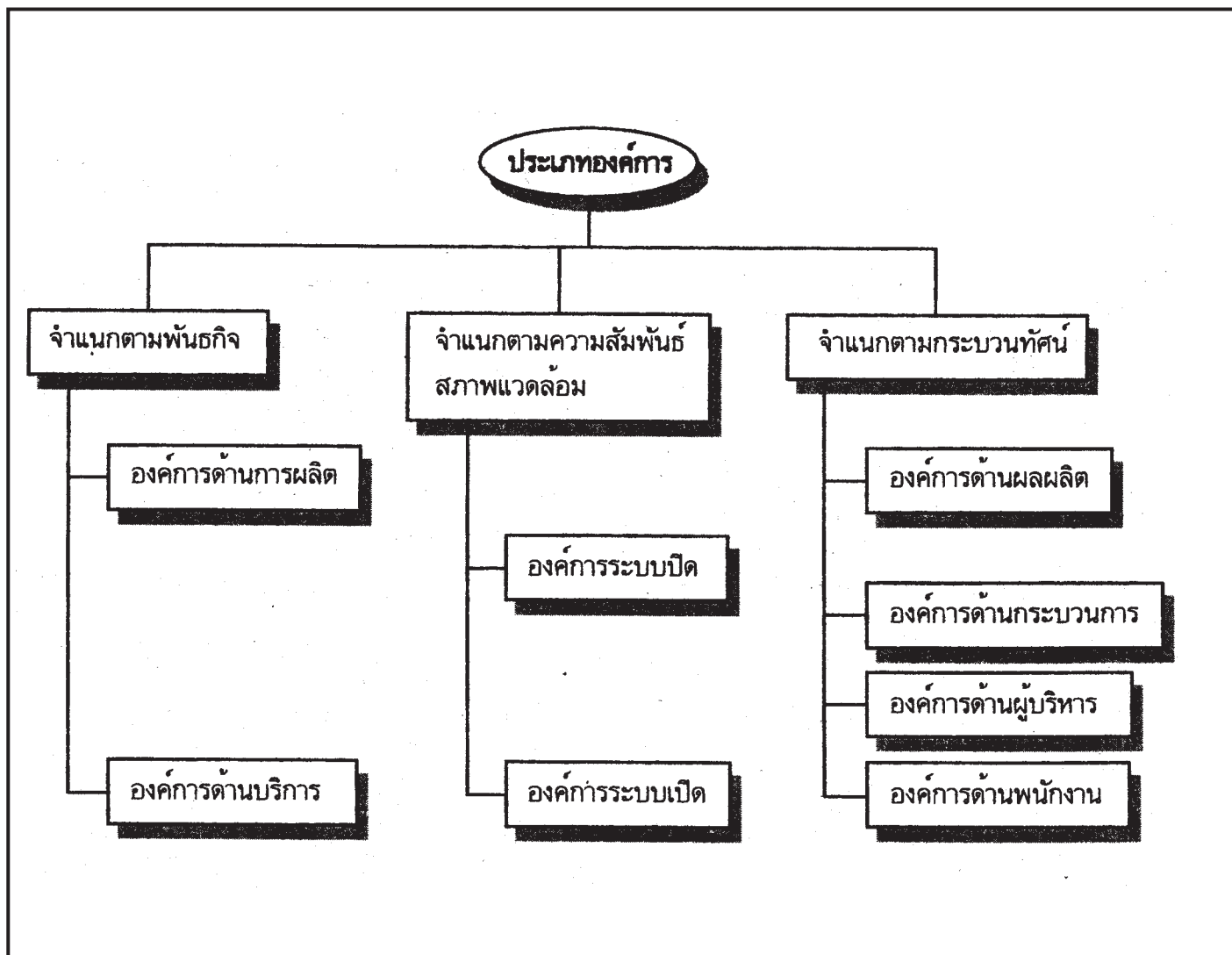
ไสตท์ส # 1.16



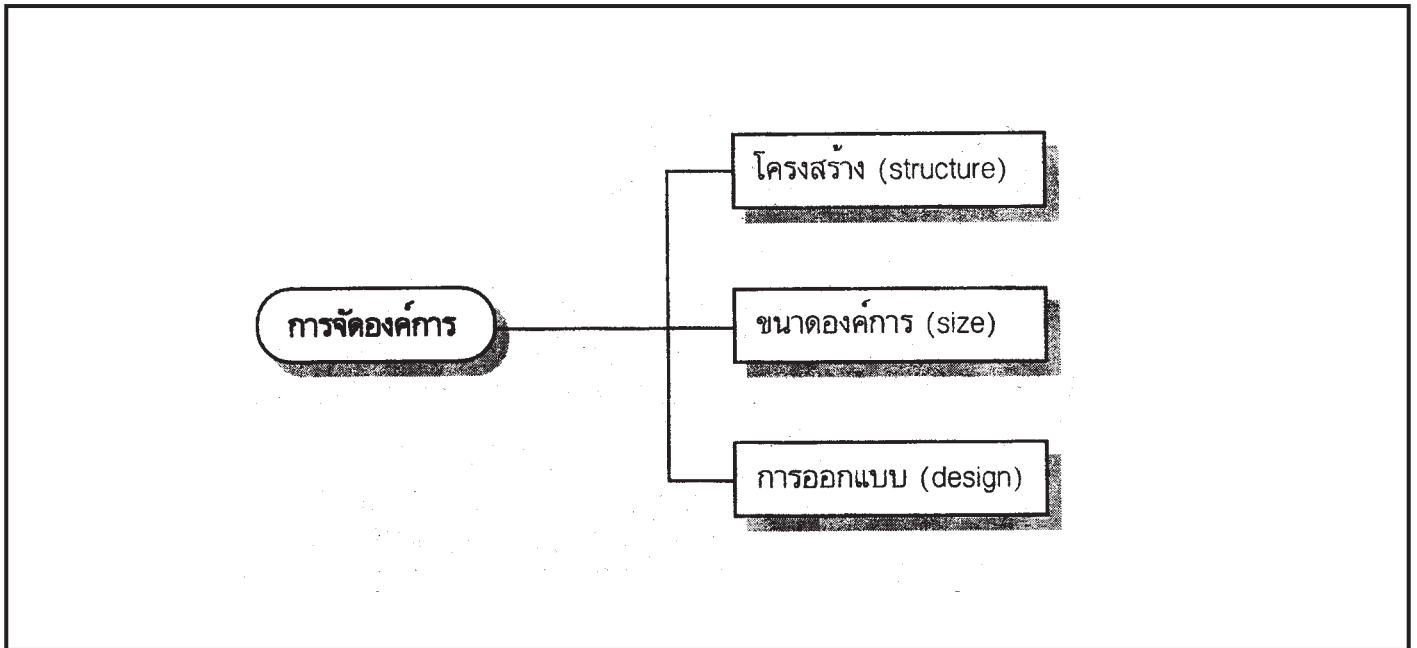
ไสตท์ศน์ # 1.17



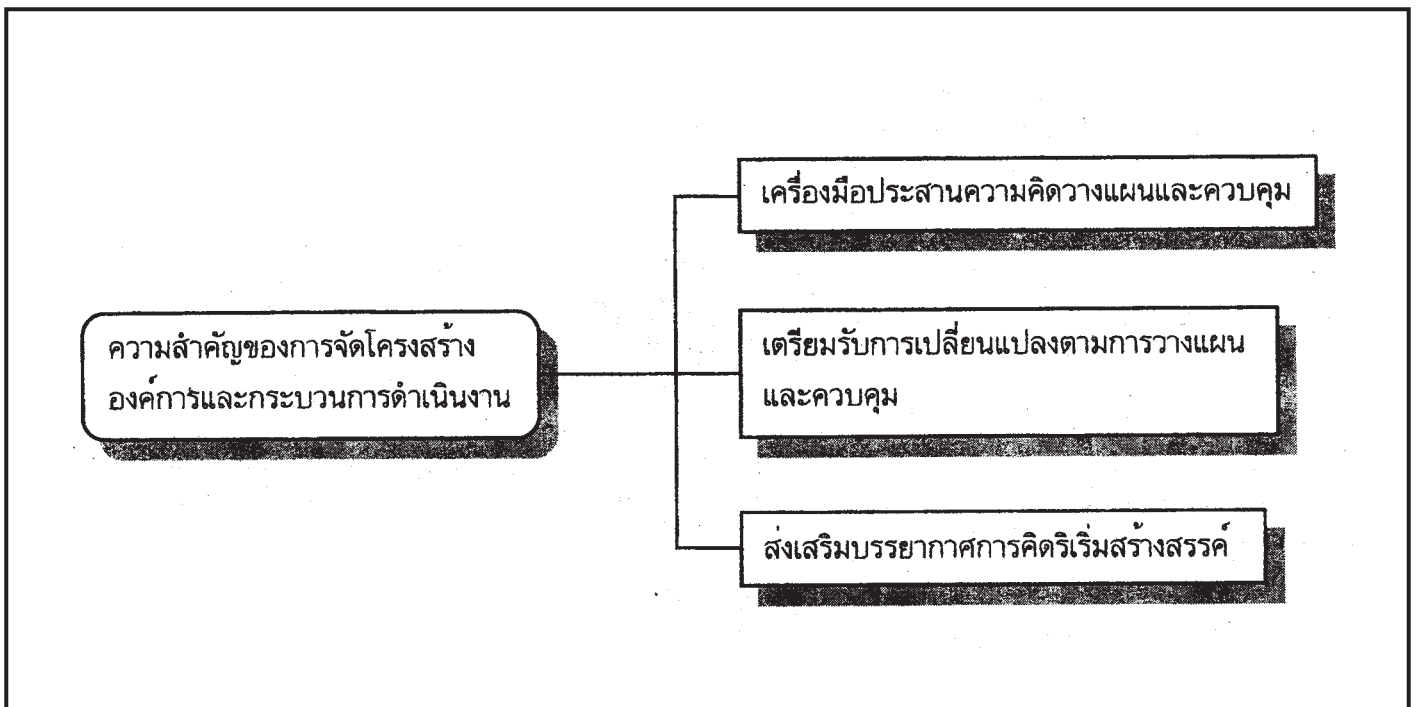
ไสตท์ศน์ # 1.18



โสตทัศน์ # 1.19



โสตทัศน์ # 1.20



ไสตทัศน์ # 1.21

หลักการจัดโครงสร้างองค์การ

หลักการแบ่งหน่วยงาน

หลักกำหนดอำนาจหน้าที่

หลักกำหนดสายการบังคับบัญชา

หลักเอกภาพการบังคับบัญชา

หลักขอบข่ายการควบคุม

หลักการรวมอำนาจและกระจายอำนาจ

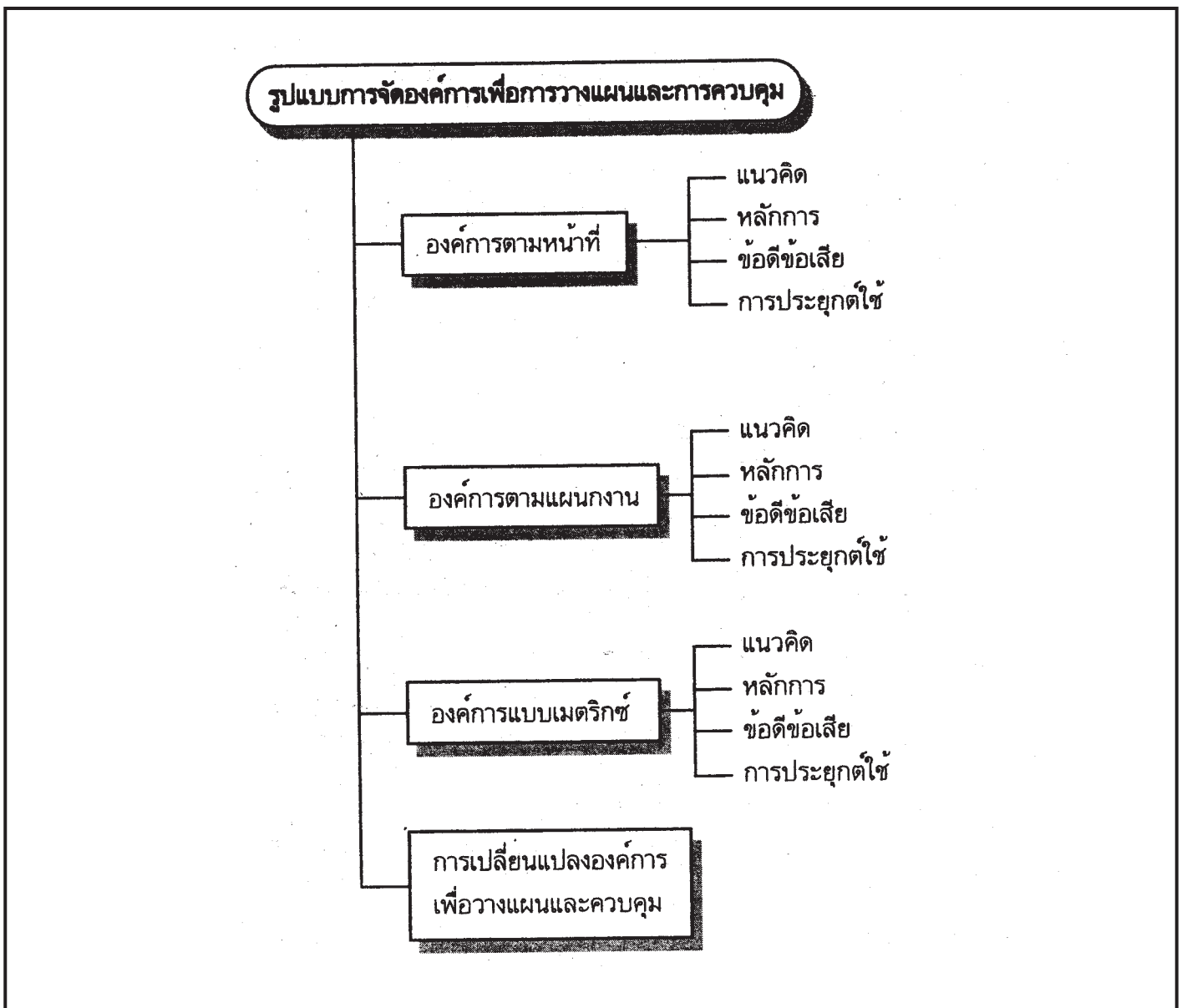
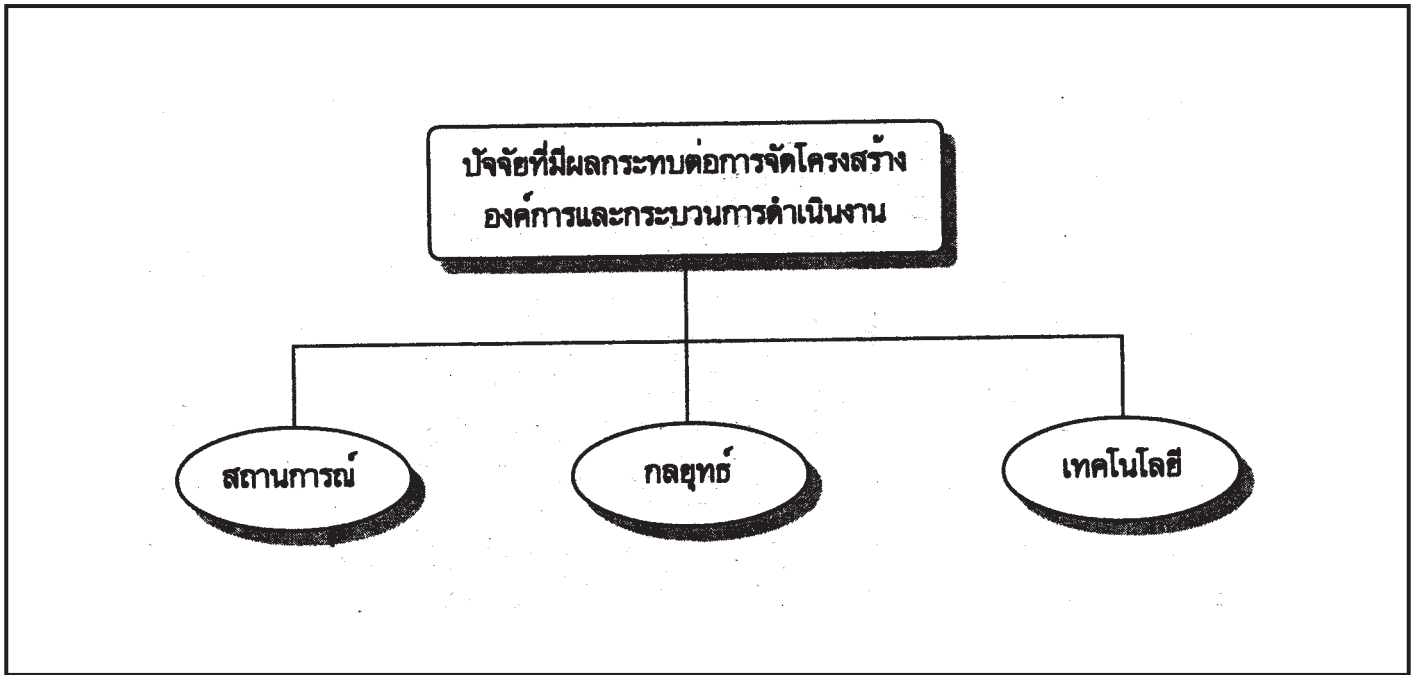
ไสตทัศน์ # 1.22

หลักการจัดกระบวนการดำเนินงาน

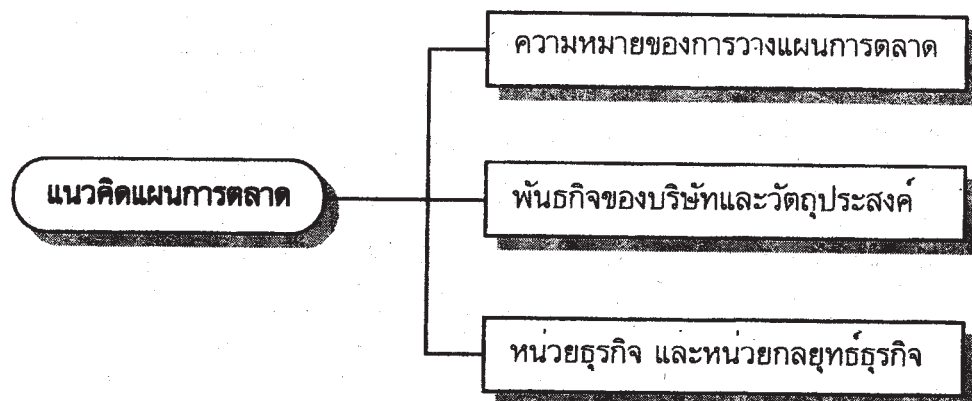
หลักการวิเคราะห์สายโซ่แห่งคุณค่า

หลักการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การ

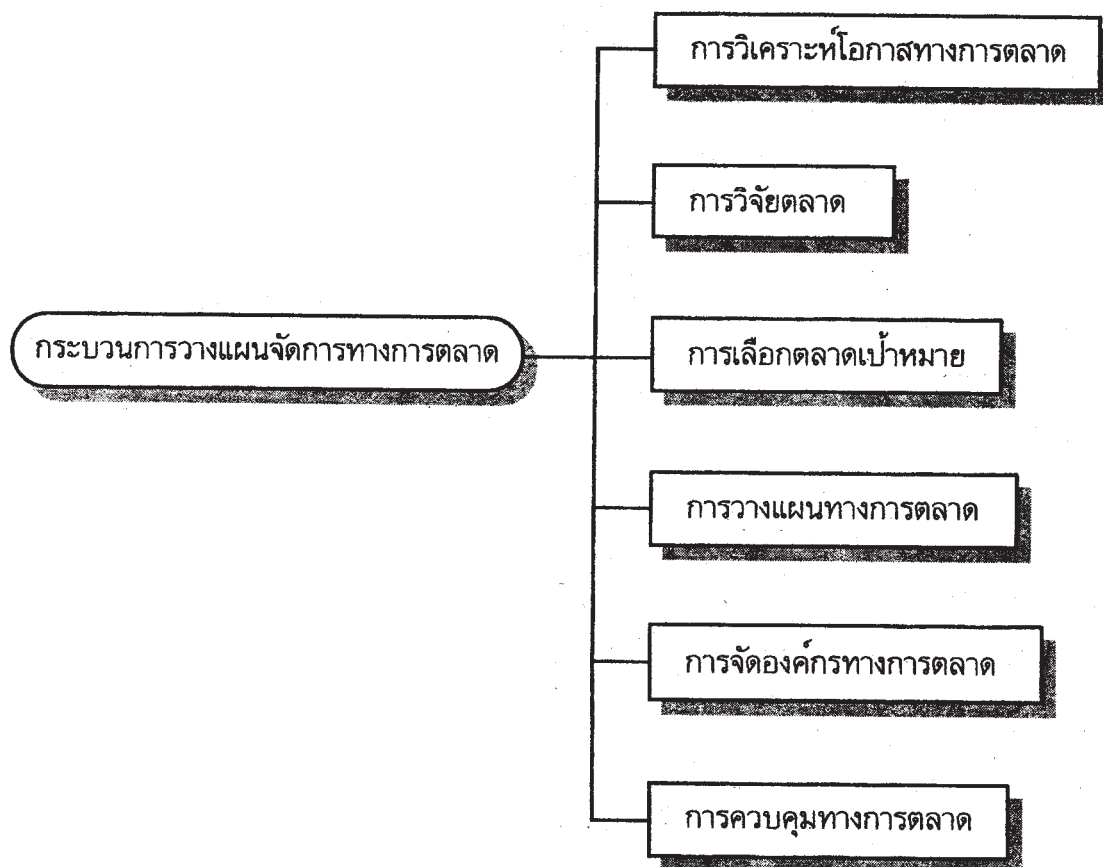
หลักการปรับปรุงงานอย่างสม่ำเสมอ

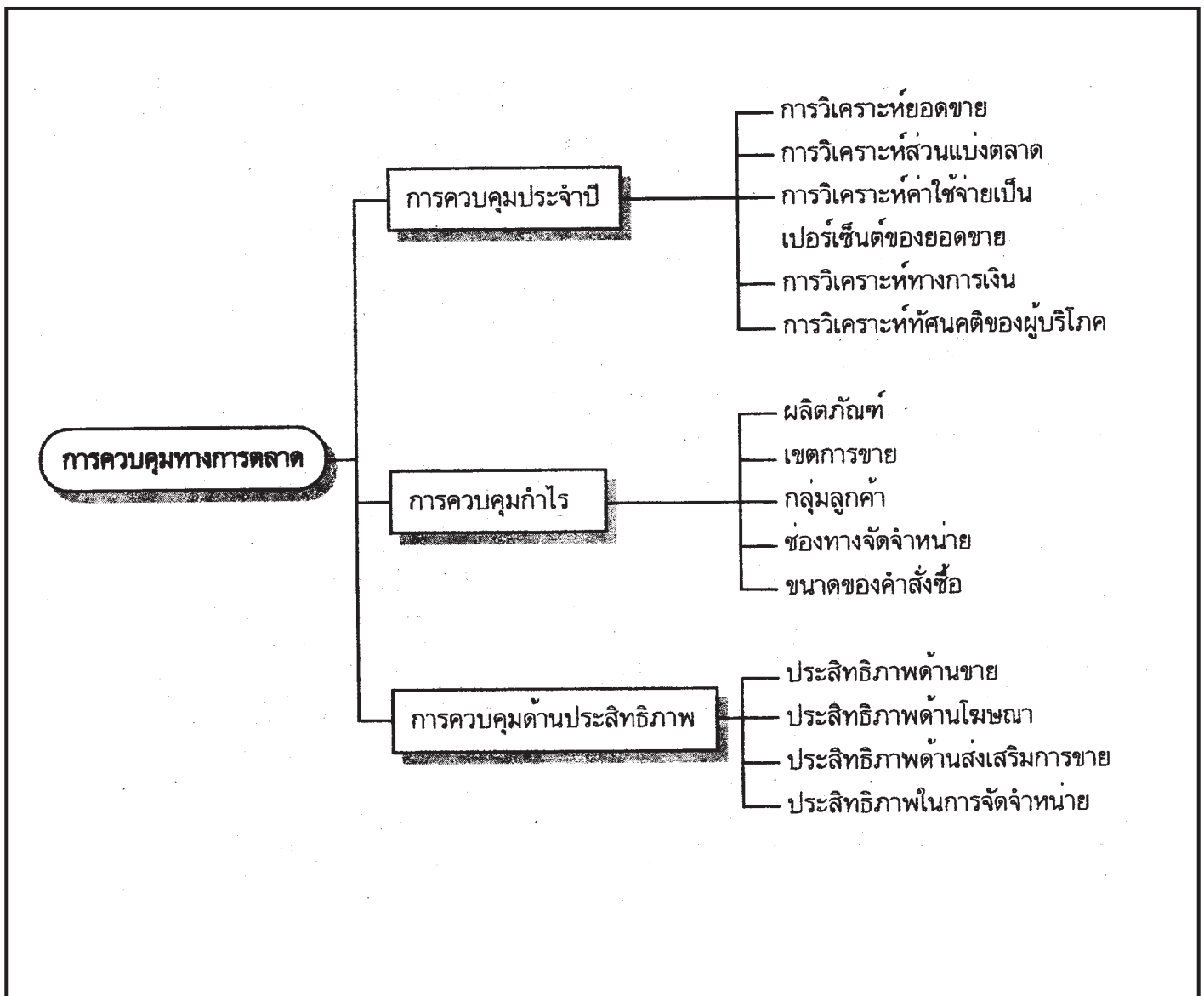
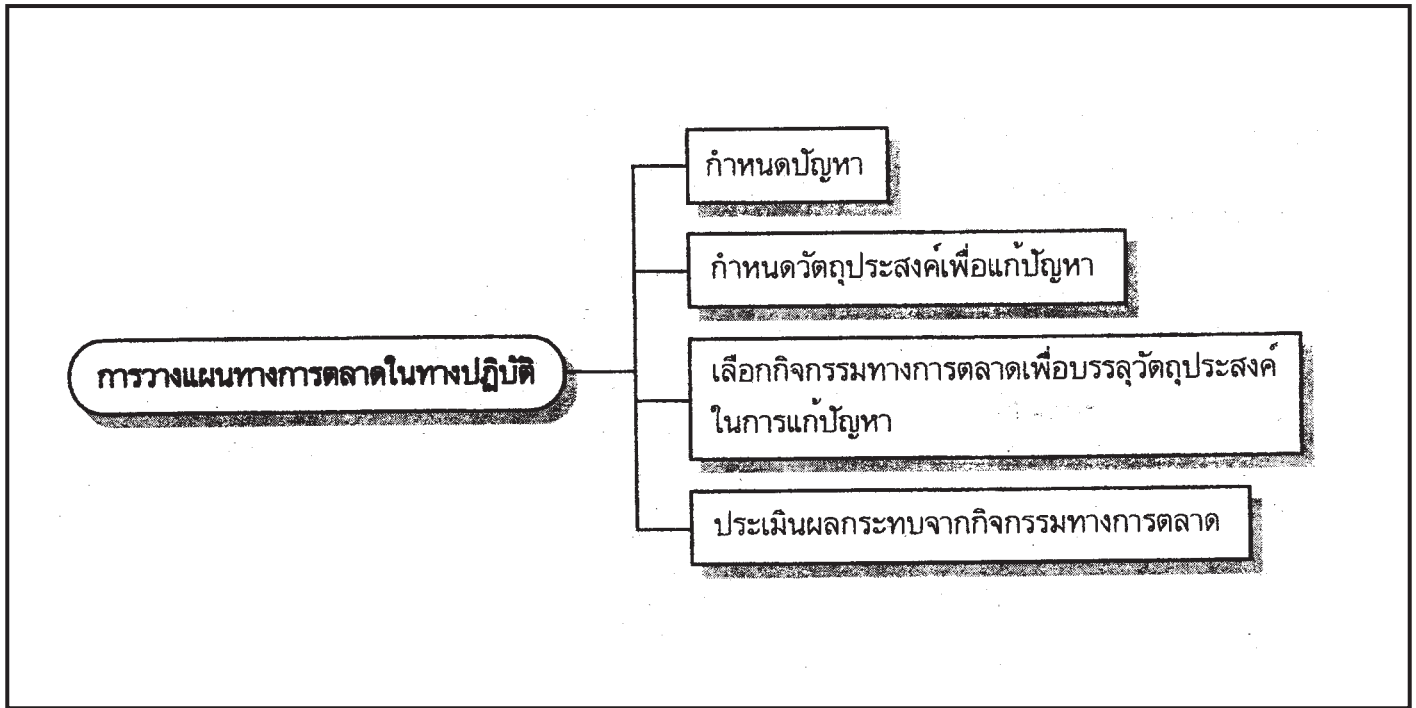


ไสตท์ส # 1.25

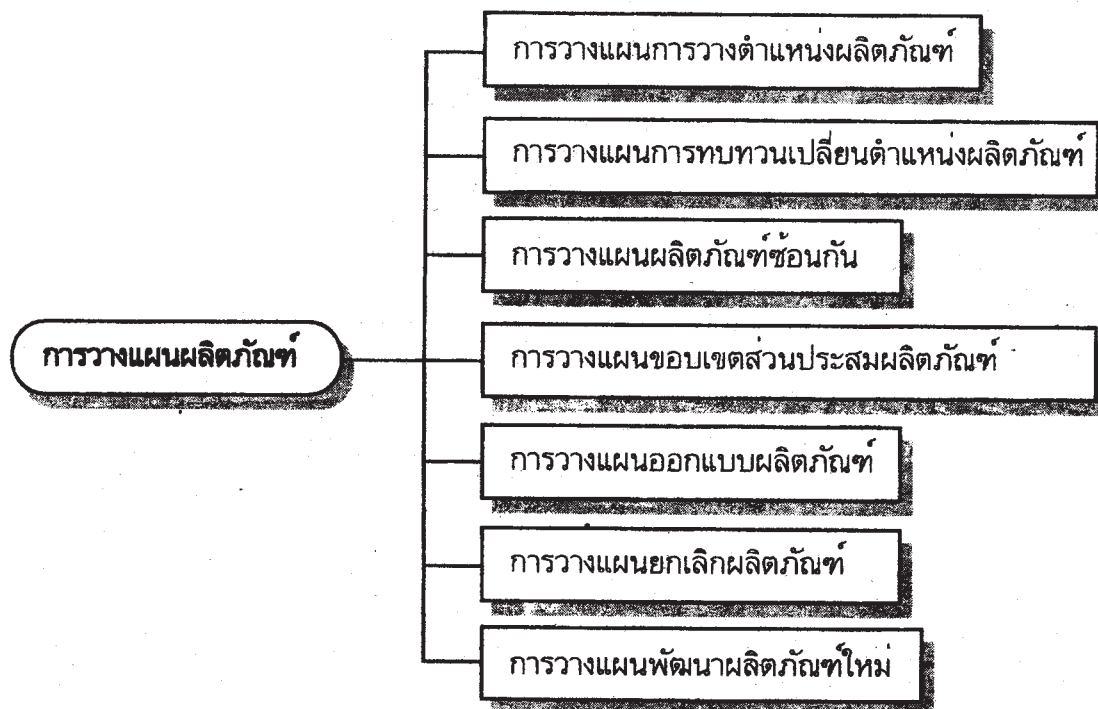


ไสตท์ส # 1.26

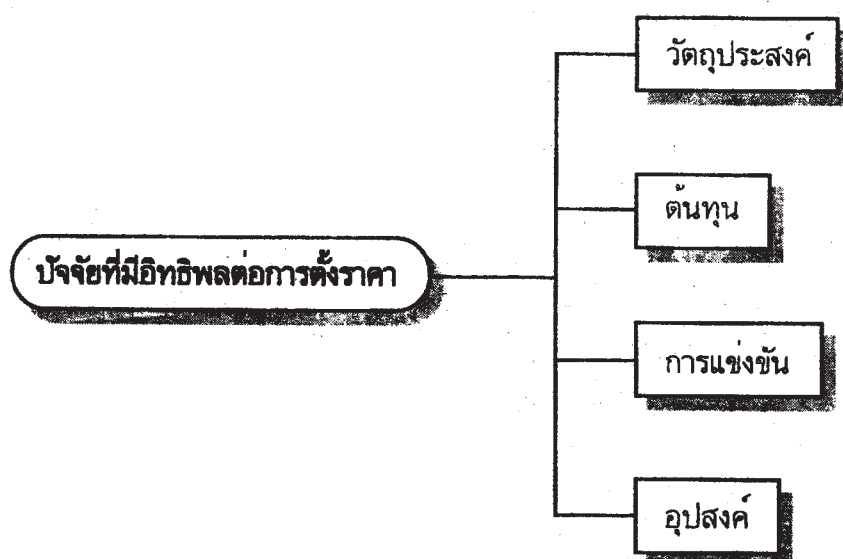




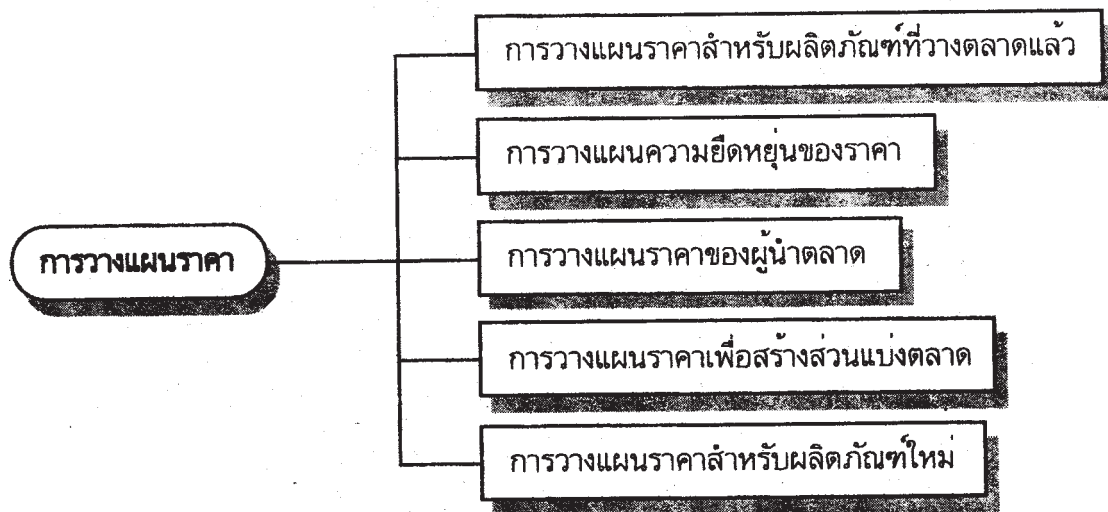
ไสตท์ส # 1.29



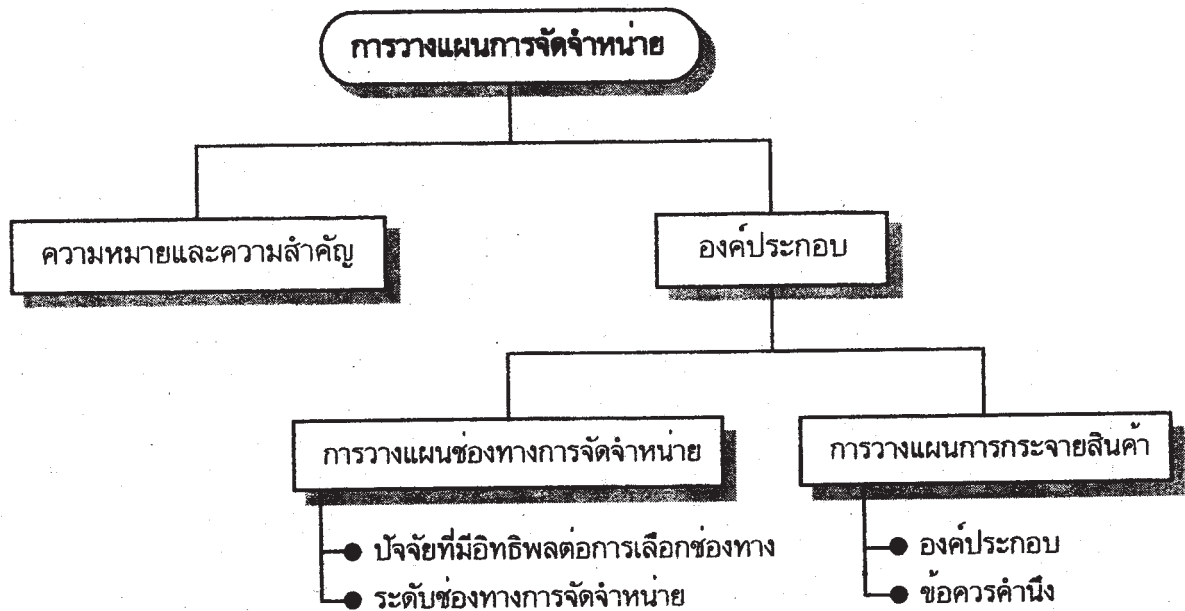
ไสตท์ส # 1.30



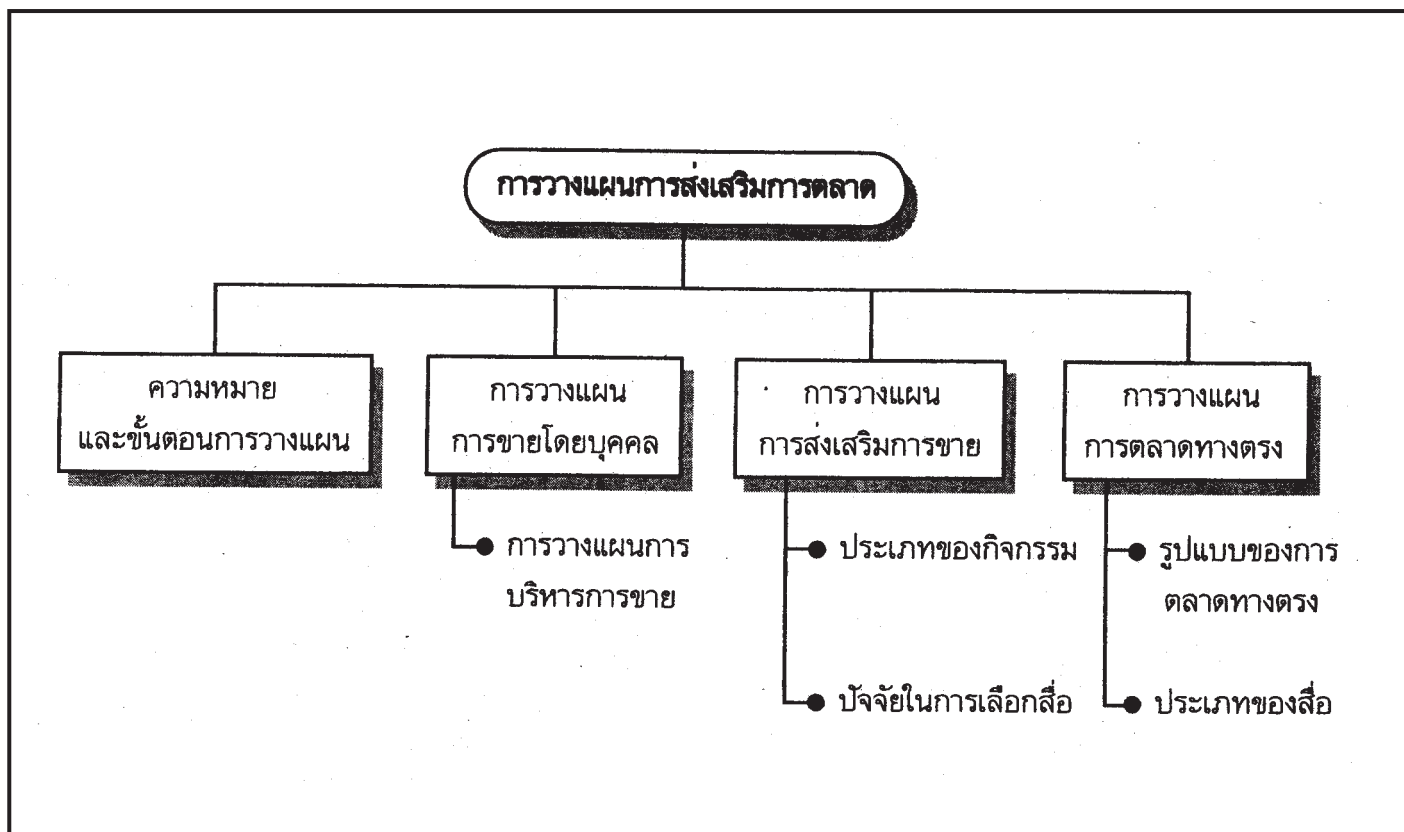
โสตทัศน์ # 1.31



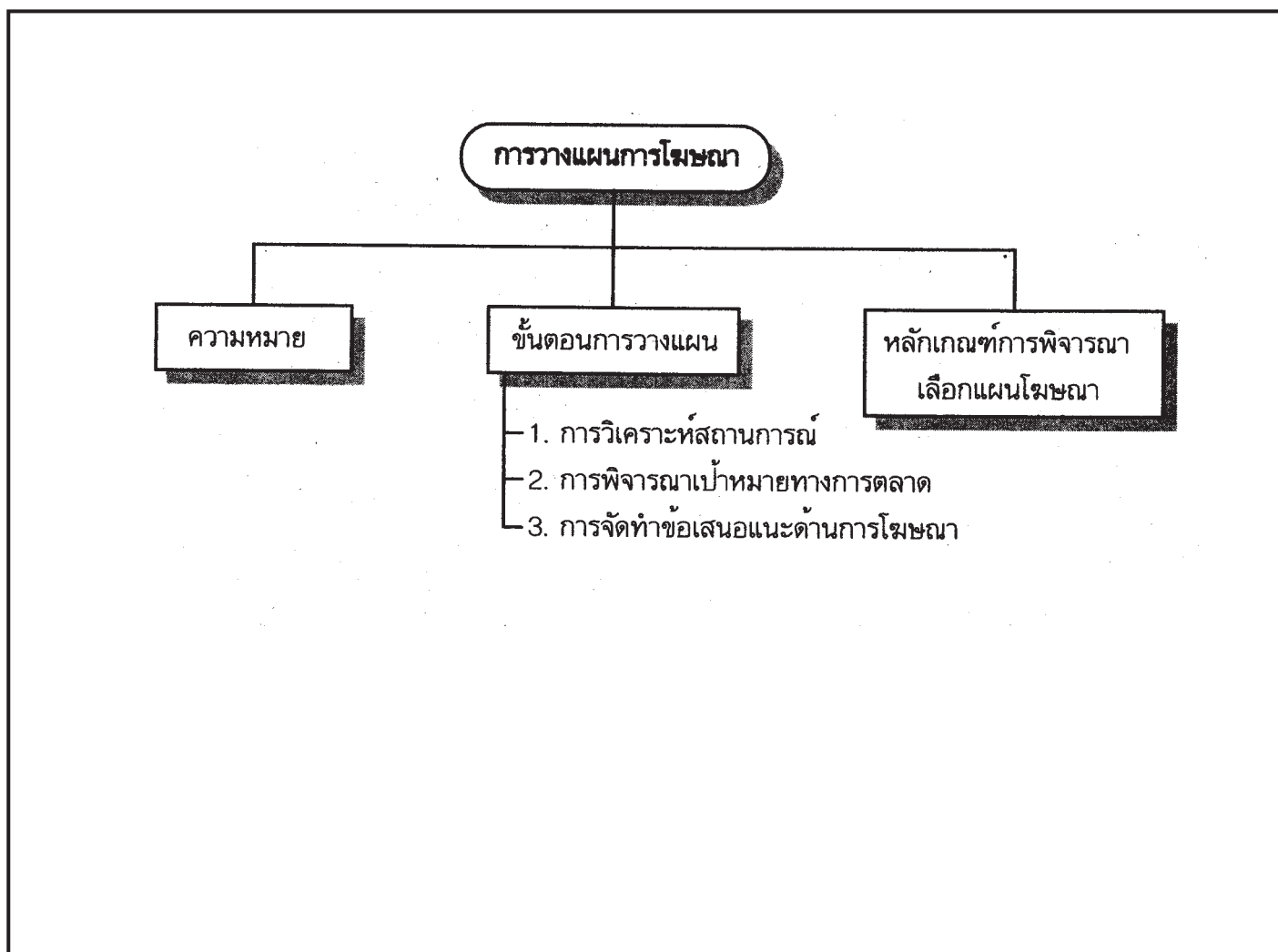
โสตทัศน์ # 1.32

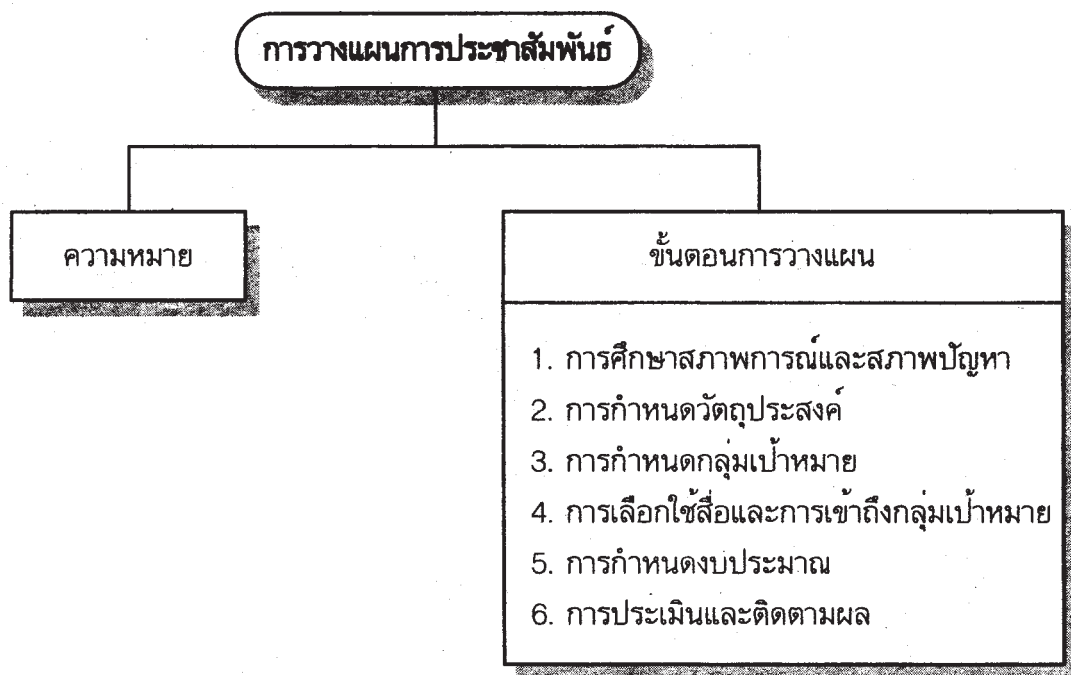


ไสตท์ศน์ # 1.33



ไสตท์ศน์ # 1.34





แบบประเมินผลตนเองของนักศึกษาหลังรับการสอนเสริม

ครั้งที่ 1

ชุดวิชา การวางแผนและควบคุมงานบริหาร

คำชี้แจง เขียนวงกลมรอบอักษรหน้าข้อความที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ข้อใดคือขั้นตอนของกระบวนการควบคุมโดยทั่วไป
 - ก. การกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน
 - ข. การเปรียบเทียบผลงานกับมาตรฐาน
 - ค. การวัดผลงาน
 - ง. การแก้ไข
 - จ. ถูกทุกข้อ

2. สภาวะแวดล้อมทั่วไปประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ยกเว้นข้อใด
 - ก. สภาวะเศรษฐกิจ
 - ข. สภาวะทางสังคม
 - ค. สภาวะด้านลูกค้า
 - ง. สภาวะทางการเมือง
 - จ. สภาวะทางการตลาด

3. กลยุทธ์การเจริญเติบโตจากภายในได้แก่ข้อใด
 - ก. การรวมธุรกิจ
 - ข. การเจาะตลาด
 - ค. การกระจายธุรกิจ
 - ง. การสร้างความแตกต่าง
 - จ. การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

4. ระบบสารสนเทศมีความสำคัญต่อองค์กรอย่างไร
 - ก. สร้างมาตรฐานของการปฏิบัติงาน
 - ข. มีข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างองค์การ
 - ค. ทำให้เกิดแนวคิดในการสร้างโอกาส
 - ง. มองเห็นเป้าหมายของการบริหารที่ชัดเจน
 - จ. เพิ่มศักยภาพในการวางแผนและควบคุมงานบริหาร

5. ขอบเขตของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการครอบคลุมระบบใดบ้าง

- ก. ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ
- ข. ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร
- ค. ระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหารระดับต้น
- ง. ข้อ ก และ ข
- จ. ข้อ ก ข และ ค

6. ข้อใดคือประเภทขององค์การที่จำแนกตามกระบวนการทัศน์

- ก. องค์การแบบปิด
- ข. องค์การด้านบริการ
- ค. องค์การแบบसानฝัน
- ง. องค์การด้านการผลิต
- จ. องค์การที่เป็นทางการ

7. ขั้นตอนแรกของกระบวนการวางแผนการตลาดในภาพรวมได้แก่ขั้นตอนใด

- ก. การระบุสภาพแวดล้อมการตลาด
- ข. การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด
- ค. การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค
- ง. การกำหนดกลยุทธ์การตลาด
- จ. การกำหนดตลาดเป้าหมาย

8. ข้อใดคือประเภทของการวางแผนการออกแบบผลิตภัณฑ์

- ก. การวางแผนตราหือเดียว
- ข. การวางแผนระบบผลิตภัณฑ์
- ค. การวางแผนตราหือแข่งขัน
- ง. การวางแผนผลิตภัณฑ์มาตรฐาน
- จ. การวางแผนการเลียนแบบผลิตภัณฑ์

9. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายได้แก่ข้อใด

- ก. ต้นทุน
- ข. เงินทุนของกิจการ
- ค. ความเกี่ยวข้องกันกับผลิตภัณฑ์อื่น
- ง. นโยบายของธุรกิจในการจัดจำหน่าย
- จ. ถูกทุกข้อ

10. การเลือกสื่อในการส่งเสริมการขายเป็นงานการวางแผนการส่งเสริมการตลาดด้านใด

- ก. การโฆษณา
- ข. การประชาสัมพันธ์
- ค. การตลาดทางตรง
- ง. การขายโดยบุคคล
- จ. การส่งเสริมการขาย

เฉลยแบบประเมินผลตนเอง
ชุดวิชา การวางแผนและควบคุมงานบริหาร
ครั้งที่ 1

ก่อนรับการสอนเสริม		หลังรับการสอนเสริม	
ข้อ 1	จ	ข้อ 1	จ
ข้อ 2	ข	ข้อ 2	จ
ข้อ 3	ข	ข้อ 3	ข
ข้อ 4	จ	ข้อ 4	ก
ข้อ 5	จ	ข้อ 5	ง
ข้อ 6	ง	ข้อ 6	ค
ข้อ 7	ค	ข้อ 7	ข
ข้อ 8	ก	ข้อ 8	ง
ข้อ 9	จ	ข้อ 9	จ
ข้อ 10	ง	ข้อ 10	จ