

สารบัญ

หน้า

ภาคหนึ่ง : ธุรกิจและสิ่งแวดล้อม	
บทที่ 1 ธุรกิจและระบบเศรษฐกิจ	3
ลักษณะทั่วไปและความสำคัญของธุรกิจ	4
เศรษฐกิจในรูปของธุรกิจเอกชน	10
ทางเลือกทางเศรษฐกิจ	11
การกำหนดจุดมุ่งหมายเฉพาะบุคคลและจุดมุ่งหมายรวม	11
สิทธิขั้นพื้นฐานของระบบธุรกิจเอกชน	13
ปัจจัยในการผลิต	18
ระบบเศรษฐกิจ	21
สรุป	25
บทที่ 2 ธุรกิจและสังคม	27
สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ	27
ภาพพจน์ของธุรกิจ	28
ลัทธิผู้บริโภคนิยม	30
นิเวศน์วิทยาและมลภาวะ	31
ความรับผิดชอบต่อธุรกิจและสังคม	35
สรุป	38
ภาคสอง : ลักษณะของเจ้าของธุรกิจ การบริหารและการจัดการ	39
บทที่ 3 รูปแบบของการเป็นเจ้าของธุรกิจ	41
การประกอบการแบบเจ้าของคนเดียว	41
การประกอบการแบบห้างหุ้นส่วน	43
การประกอบการแบบบริษัทจำกัด	47
การประกอบการแบบสหกรณ์	54
รัฐวิสาหกิจ	59
กิจการร่วมค้า	61
แบบอื่น ๆ ของการเป็นเจ้าของธุรกิจ	62
สรุป	63

	หน้า
บทที่ 4 การบริหารธุรกิจทั่วไป	65
งานด้านบริหาร	65
ความสำคัญของการบริหารงาน	69
ประวัติความเป็นมาของการบริหารงาน	70
แนวความคิดในการบริหารงาน	71
คุณสมบัติของการเป็นผู้นำทางการบริหาร	75
หน้าที่ของการบริหารงาน	78
การวางแผน	78
การจัดองค์การ	79
องค์การประเภทมีแบบแผน	80
ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์การ	88
การจัดหาคนเข้าทำงาน	92
การอำนวยการ	93
การควบคุม	96
สรุป	98
บทที่ 5 การบริหารทรัพยากรมนุษย์	101
องค์การและการบริหารงานบุคคล	102
การวิเคราะห์และออกแบบงาน	103
การจัดบุคคลเข้าทำงาน	107
การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคคล	110
การประเมินผลการปฏิบัติงาน	111
ค่าตอบแทนคนงาน	113
แผนการจ่ายเงิน	115
การบำรุงรักษาคนงาน	119
สรุป	122
ภาคสาม : การตลาด	125
บทที่ 6 ขบวนการทางการตลาด	127
การตลาดในระบบเศรษฐกิจ	128

	หน้า
แนวความคิดทางการตลาด	129
หน้าที่ทางการตลาด	130
บทบาทของการบริหารในทางการตลาด	135
การจัดองค์การทางการตลาด	137
ความมีส่วนช่วยในทางเศรษฐกิจของการตลาด	140
ตลาดผู้บริโภคและทางอุตสาหกรรม	142
การวิจัยตลาด	144
การตลาดในอนาคต	146
สรุป	148
บทที่ 7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการตลาด	149
ผลิตภัณฑ์	146
วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์	152
การบริหารงานผลิตภัณฑ์	154
ลักษณะของช่องทางการจำหน่าย	158
การจัดตั้งช่องทางการจำหน่าย	158
ช่องทางการจำหน่ายสำหรับสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภค	161
ตลาดสำหรับสินค้าอุตสาหกรรม	164
ความแตกต่างในทางการตลาดระหว่างสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้า อุปโภคบริโภค	165
ตัวแทนในการจำหน่าย	168
การเคลื่อนย้ายสินค้า	174
เงื่อนไขในการขนส่งสินค้า	176
แนวโน้มในการจัดจำหน่าย	177
อาชีพทางการตลาด	179
สรุป	180
บทที่ 8 กลยุทธ์ในการกำหนดราคาและการส่งเสริมทางการขาย	183
จุดมุ่งหมายของราคาและกำหนดราคา	183
นโยบายการกำหนดราคา	185

	หน้า
การปฏิบัติในการกำหนดราคา	190
ส่วนลดและค่าลดหย่อนต่าง ๆ	191
ลักษณะของการส่งเสริมการตลาด	193
การโฆษณา	193
การขายแบบใช้พนักงานขาย	200
การส่งเสริมการขายโดยอาศัยความเชี่ยวชาญพิเศษ	203
สรุป	206
บทที่ 9 การค้าระหว่างประเทศและการส่งสินค้าเข้าและการส่งสินค้าออก	207
ลักษณะพิเศษของการค้าระหว่างประเทศ	208
ธนาคารที่ให้บริการการค้าระหว่างประเทศ	211
กรรมวิธีในการเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต	214
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับเลตเตอร์ออฟเครดิต	216
การส่งสินค้าเข้าและการส่งสินค้าออก	217
การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ศุลกากร	219
สรุป	219
ภาคสี่ : การเงิน การประกัน และการผลิต	221
บทที่ 10 การเงินธุรกิจและการลงทุน	223
ลักษณะของความต้องการในเงินทุน	224
แหล่งของเงินทุนระยะยาว	227
การจัดการเงินทุนโดยใช้หนี้สินระยะยาว : พันธบัตร	230
การจัดการเงินทุนระยะยาว : หุ้นทุน	232
ตลาดหลักทรัพย์	237
ตลาดหลักทรัพย์นอกองค์การ	239
การลงทุนในหลักทรัพย์และนายหน้า	240
สรุป	243
บทที่ 11 เครดิตและระบบการธนาคาร	245
เงินและหน้าที่ของเงิน	245
เครดิตและเครื่องมือทางเครดิต	248

	หน้า
ระบบการธนาคาร	259
การให้บริการของธนาคารโดยการใช้อิเล็กทรอนิกส์	263
แหล่งสำคัญของเครดิตเพื่อการอุปโภคบริโภค	263
สรุป	264
บทที่ 12 การบริหารความเสี่ยงและการประกันภัย	265
ลักษณะของความเสี่ยง	265
หลักการประกันภัย	267
โครงการบริหารความเสี่ยง	270
องค์การประกันภัยของเอกชน	277
การประกันภัย	278
สรุป	285
บทที่ 13 งบประมาณการเงินและทางการบัญชี	287
ประโยชน์ที่ฝ่ายต่าง ๆ ได้รับจากข้อมูลทางการบัญชี	287
ระเบียบวิธีและขอบเขตการทางการบัญชี	290
งบประมาณการเงิน	292
การประเมินผลการดำเนินงาน	297
การใช้งบประมาณ	306
สรุป	311
บทที่ 14 การผลิตและการบริหารงานผลิต	313
ความนำ	315
ความหมายและขอบเขตของการผลิต	315
ลักษณะของระบบการผลิต	316
การบริหารงานผลิตคืออะไร	317
กระบวนการของการบริหารงานผลิต	317
การวางแผนงานผลิต	318
การดำเนินงานผลิต	323
การควบคุมงานผลิต	328
สรุป	331

	หน้า
บทที่ 15 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ	333
ความนำ	335
วิธีเชิงปริมาณคืออะไร	335
วิธีทางวิทยาศาสตร์	335
การโปรแกรมเชิงเส้นตรง	336
ปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมที่สุด	338
วิธี PERT	341
กำหนดอย่างรวดเร็วที่สุด	344
กำหนดอย่างช้าที่สุด	346
สรุป	347
บรรณานุกรม	349