

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งในชีวิตประจำวัน ชีวิตการทำงาน และการดำเนินงานขององค์กรต่างๆ จนบางครั้งอาจเปรียบสารสนเทศได้เสมือนกับสายเลือดที่หล่อเลี้ยงการทำงานแทบ ทุกองค์กร และผลกระทบของสารสนเทศก็มีอย่างกว้างขวาง ทั้งในระดับบุคคล กลุ่ม และองค์กร รวมทั้งการทำงานในสาขาวิชาชีพต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการบริหารงานภาครัฐ ธุรกิจ กฎหมาย วิทยาศาสตร์ การศึกษา การแพทย์ สาธารณสุข วิศวกรรมศาสตร์ และงานบริการสังคมด้านต่างๆ องค์กรที่สามารถจัดเก็บสารสนเทศได้ดี ภายใต้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ย่อมจะดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล มีความได้เปรียบในการแข่งขัน และช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพอใจในการทำงานมากขึ้น อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในที่สุด

ธุรกิจก่อสร้างนับเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันเป็นอย่างสูงและมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจะเห็นได้จากธุรกิจก่อสร้างบ้านจัดสรร คอนโดมิเนียมต่าง ๆ ศูนย์การค้า และอาคารพาณิชย์ ในจังหวัดกรุงเทพฯ เขตวัฒนา ธุรกิจก่อสร้างนับได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันเป็นอย่างสูงเช่นกัน ก่อให้เกิดการแข่งขันกันทางธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การตัดราคาสินค้าวัสดุก่อสร้าง การให้เครดิตผู้บริโภคนในระยะยาวที่นานกว่าทางร้านอื่น ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังในการต่อรองมากขึ้น ดังนั้นร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่เปิดกิจการมากกว่า 10 ปี ที่ส่วนใหญ่จะมีผู้บริโภคที่คุ้นเคยมาซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง จำเป็นต้องจัดส่งเสริมการขาย เพื่อให้ผู้บริโภคทั้งรายเก่าและรายใหม่เกิดความเชื่อถือว่ามาซื้อสินค้าและบริการ โดยกำหนดปรับเปลี่ยนแผนกลยุทธ์ทางการค้าจากรูปแบบเดิมที่มีเพียงการปล่อยเครดิตในระยะเวลาที่จำกัดเพียง 30 วัน ปรับเปลี่ยนเป็นปล่อยเครดิตให้แก่ลูกค้าในระยะเวลาที่นานกว่าเดิม พร้อมทั้งให้บริการส่งสินค้าให้แก่ผู้บริโภคแบบไม่จำกัดระยะทาง โดยไม่คิดค่าขนส่งสินค้า และบริการส่งสินค้าในระยะเวลาเร็วทันใจ ให้ค่าคอมมิชชั่นแก่ผู้รับเหมาที่นำผู้บริโภคมารซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างที่ร้าน อันจะเป็นสินน้ำใจและแรงผลักดันเพื่อการค้าในครั้งต่อ ๆ ไปทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในศักยภาพจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ทางร้าน

ต้องใส่ใจแนวคิด และเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคเสียใหม่ให้เกิดความน่าเชื่อถือมากกว่าเดิม จากรูปแบบเดิมที่มีการจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ไม้ หิน ทราย และปูนซีเมนต์ พัฒนาให้มีการจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างที่ครบวงจร ประกอบด้วยสินค้าทั้งหมด 5 กลุ่ม คือ กลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้าง กลุ่มเซรามิก/สุขภัณฑ์/ก๊อกน้ำ กลุ่มสินค้าฮาร์ดแวร์ กลุ่มสินค้าตกแต่งบ้าน กลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้า และบริการจัดหาผู้รับเหมา ช่างก่อสร้างที่มีคุณภาพและความรับผิดชอบสร้างที่อยู่อาศัยหรือสำนักงาน ปัจจุบันการสร้างบ้านที่อยู่อาศัยปรากฏอยู่ทั่วไปตามท้องถิ่นต่างๆทั่วโลก ซึ่งส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและวัสดุที่มีในท้องถิ่นนั้นๆ ดังนั้นจึงมีร้านวัสดุก่อสร้างเกิดขึ้นมาอย่างหลากหลายเพื่อรองรับและสนองความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการในท้องถิ่นนั้นๆ ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นเจ้าของกิจการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ได้สังเกตเห็นว่า ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างมีขนาดแตกต่างกันหลายขนาด และประเภทของวัสดุก่อสร้างที่จำหน่ายก็แตกต่างกันออกไป เช่น กลุ่มวัสดุประเภทปูน กลุ่มเซรามิก สุขภัณฑ์ กลุ่มสินค้าเครื่องมือต่าง ๆ กลุ่มสินค้าตกแต่งบ้าน และกลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้า รวมทั้งร้านที่จำหน่ายสินค้าทุกชนิดซึ่งในการจัดจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง มักประสบปัญหาในการจำหน่ายในหลายลักษณะ เช่น ปัญหาการแข่งขันระหว่างร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างด้วยกันเอง เหตุใดลูกค้าจึงตัดสินใจมาซื้อวัสดุก่อสร้างกับตน เหตุใดจึงเปลี่ยนการซื้อสินค้าไปซื้อสินค้ากับร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างรายอื่น

การศึกษาเพื่อที่จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างจะช่วยให้นักวิจัยที่จำหน่ายทราบถึงปัจจัยที่มีผลเหล่านั้น เพื่อที่จะได้นำมากำหนดเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ และการวางแผนการตลาดให้มีความเหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการ ของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้การขายวัสดุก่อสร้างของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างประสบความสำเร็จได้ ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างด้วย จึงสนใจศึกษาการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เพื่อที่จะได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างของลูกค้า วงการก่อสร้างจะได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลเหล่านี้ และนำไปพัฒนาธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของตลาดและความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า

1.1.1 ประวัติความเป็นมาของร้าน หจก.ไทยวิวัฒน์ สุขภัณฑ์

กิจการตั้งอยู่เลขที่ 1221/8-9 ถ.สุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร กิจการได้ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2512 นับเป็นเวลา 43 ปีมาแล้ว เปิดทำการขายสินค้าเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง และเครื่องใช้ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง



ภาพประกอบที่ 1.1 ร้าน หจก.ไทยวิวัฒน์ สุขภัณฑ์

1.1.2 ลักษณะการทำงานขององค์กร

เป็นร้านค้าตัวแทนจำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง รวมไปถึงผลิตภัณฑ์และเครื่องใช้ต่างๆที่เกี่ยวกับการก่อสร้าง เมื่อมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการพนักงานก็จะทำการต้อนรับ และสอบถามลูกค้าว่าต้องการสินค้าชนิดไหนบ้าง หลังจากสอบถามลูกค้า พนักงานก็จะทำการจัดหาสินค้าตามที่ลูกค้าสั่งมาให้ลูกค้าพร้อมกับทำการคิดค่าสินค้าพร้อมออกใบเสร็จรับเงิน จากนั้นก็จะนำสินค้าไปส่งลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าสั่งสินค้าเป็นจำนวนมาก หรือลูกค้านำสินค้ากลับเองไม่ได้

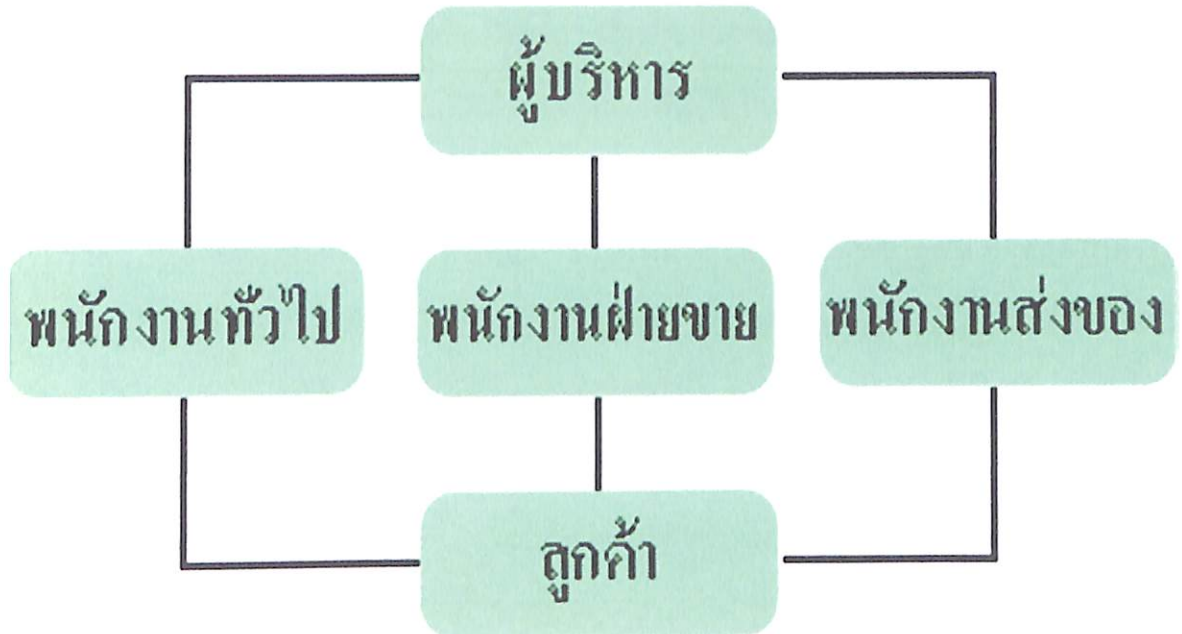
1.1.3 วัตถุประสงค์ขององค์กร

1. ขายสินค้าเกี่ยวกับการก่อสร้างให้กับลูกค้าในราคาที่เป็นธรรม สินค้ามีความมาตรา ลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าที่ได้รับ
2. บริการขายสินค้าสะดวกรวดเร็ว ลูกค้าประหยัดเวลาในการรอรับสินค้า
3. บริการสั่งซื้อและให้คำปรึกษาคำนข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า
4. บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

1.1.4 เป้าหมายขององค์กร

1. นำพาองค์กรสู่ความสำเร็จ
2. สามารถบรรลุวิสัยทัศน์ที่ได้วางไว้
3. สามารถให้คำปรึกษาคำแนะนำในด้านการบริการรวมถึงข้อมูลต่างๆ
4. สามารถก่อให้เกิดคุณค่าหรือประโยชน์ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องได้
5. ยกระดับองค์กรให้มีขีดสมรรถนะที่สูงขึ้น
6. ประสบความสำเร็จอย่างเจริญก้าวหน้าและยั่งยืน

1.1.5 โครงสร้างการบริหารจัดการขององค์กร



ภาพประกอบที่ 1.2 แสดงผังการจัดการบริหารขององค์กร

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับระบบการทำงานภายในองค์กร
2. เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงานของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศที่นำมาใช้ภายในองค์กรให้สามารถใช้งานได้สะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อศึกษาปัจจัยในการซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดกรุงเทพฯ เขตวัฒนา
4. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อความสำคัญในการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างใน กรุงเทพฯ เขตวัฒนา
5. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดกรุงเทพฯ เขต วัฒนา

1.3 ปัจจัยในการซื้อวัสดุก่อสร้าง

ความสำคัญกับปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ คุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ และครายี่ห้อของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ปัจจัยด้านราคาผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับการมีราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้าและการกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสม ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับมีสถานที่จอดรถสะดวก และการจัดเรียงสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับการมีป้ายร้านค้าเห็นได้ชัดเจน และเงื่อนไขในการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า

1. ผู้แนะนำในการซื้อ
2. เหตุผลในการซื้อ
3. ประเภทสินค้าที่ซื้อ
4. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง
5. เวลาในการมาซื้อ

1.4 สมมุติฐานในการศึกษา

1. ปัจจัยการใช้สารสนเทศของพนักงานแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดกรุงเทพฯ เขตวัฒนา แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคล ลูกค้านแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัด กรุงเทพฯ เขตวัฒนา แตกต่างกัน
3. ปัจจัยในการซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัด กรุงเทพฯ แตกต่างกัน
4. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัด กรุงเทพฯ มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยในการซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง
5. ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัด

กรุงเทพฯ เขตวัฒนา มีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดกรุงเทพฯ เขตคลองเตย

1.5 ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตของประชากรและขอบเขตของด้านพื้นที่ ประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือลูกค้าของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างกรุงเทพฯ เขตวัฒนา ซึ่งไม่ได้มีผู้เก็บข้อมูลไว้
2. ขอบเขตของเนื้อหา การศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในจังหวัดกรุงเทพฯ เขตวัฒนา

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ได้ทราบถึงปัจจัยในการซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดกรุงเทพฯ เขตวัฒนา ได้ทราบถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการเพื่อได้ทราบถึงระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า
2. ได้ทราบผลการเปรียบเทียบระดับการใช้สารสนเทศของพนักงานที่มีต่อความสำคัญในการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดกรุงเทพฯ เขตวัฒนา
3. ได้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการใช้สารสนเทศของพนักงานร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดกรุงเทพฯ เขตวัฒนา
4. สามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงกิจการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง และเป็นแนวทางในการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างให้มีประสิทธิภาพต่อไป

1.8 นิยามคำศัพท์เทคโนโลยีสารสนเทศ

1. เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) หรือ IT หมายถึงเทคโนโลยีสำหรับการประมวลผลสารสนเทศ ซึ่งครอบคลุมถึงการรับ-ส่ง การแปลง การจัดเก็บ การประมวลผล และการค้นคืนสารสนเทศ

2. ระบบการสื่อสาร (Communication System) หมายถึง กระบวนการถ่ายโอนหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับ โดยผ่านช่องทางสื่อสาร เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์หรือคอมพิวเตอร์เป็นตัวกลางในการส่งข้อมูล เพื่อให้ผู้ส่งและผู้รับเกิดความเข้าใจ ซึ่งกันและกัน
3. ระบบฐานข้อมูล (Database System) หมายถึงระบบจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบำรุงรักษาสารสนเทศ (IT Maintance System) และสามารถนำสารสนเทศเหล่านั้นมาใช้ได้ทุกเมื่อที่ต้องการ
4. ระบบอินเทอร์เน็ต (Internet System) มาจากคำว่า (Inter Connection Network) หมายถึงเครือข่ายของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ระบบต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกัน ลักษณะของระบบอินเทอร์เน็ต เป็นเสมือนใยแมงมุม ที่ครอบคลุมทั่วโลก ในแต่ละจุดที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตนั้น สามารถสื่อสารกันได้หลายเส้นทาง โดยไม่กำหนดตายตัว และไม่จำเป็นต้องไปตามเส้นทางโดยตรง อาจจะผ่านจุดอื่น ๆ หรือเลือกไปเส้นทางอื่นได้หลาย ๆ เส้นทาง
5. ระบบคลังเก็บสินค้า (Warehouse System) หมายถึง พื้นที่ที่ได้วางแผนแล้วเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้สอยและการเคลื่อนย้ายสินค้าและวัตถุดิบ โดยคลังสินค้าทำหน้าที่ ในการเก็บสินค้าระหว่างกระบวนการเคลื่อนย้าย เพื่อสนับสนุนการผลิตและการกระจายสินค้า
6. ระบบการบริการขายหน้าร้าน (POS System) หมายถึง กระบวนการวิเคราะห์ความจำเป็นและความต้องการของผู้มุ่งหวัง และช่วยให้ค้นพบความจำเป็น ความต้องการ ที่จะได้รับการตอบสนองด้วยความพึงพอใจจากการซื้อสินค้าและบริการที่นักขายนำเสนอ
7. ระบบการจัดส่งสินค้า (Delivery System) การเคลื่อนย้ายบุคคลหรือสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ถ้าเป็นการเคลื่อนย้ายบุคคล เรียกว่า การขนส่งผู้โดยสาร หากเป็นการเคลื่อนย้ายสัตว์หรือสิ่งของต่าง ๆ เรียกว่า การขนส่งสินค้า