

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ระบบงานเดิมที่ใช้อยู่ในองค์กรปัจจุบัน

##### 2.1.1 การบริการขายสินค้าหน้าร้าน

ระบบเดิมที่ใช้อยู่ในองค์กรนั้นก็จะเป็นระบบการซื้อขายแบบทั่วไปที่มีมาแต่ดั้งเดิม เมื่อทางร้านมีการขายสินค้าต่างๆทางร้านก็จะทำการขายสินค้าโดยปกติทั่วไป (ในกรณีที่ลูกค้าต้องการรับใบเสร็จ) เมื่อลูกค้าชำระเงินเสร็จ ทางร้านก็จะมีการออกใบเสร็จรับเงิน โดยการคีย์ข้อมูลรายการและราคาสินค้าตามจำนวนที่ลูกค้าได้สั่งซื้อพนักงานก็จะทำการส่งพิมพ์ใบเสร็จ จากนั้นทางร้านก็จะมอบใบเสร็จนั้นให้กับลูกค้าพร้อมสินค้าและเงินทอน

##### 2.1.2 การเงิน/บัญชี

จากการสำรวจภายในองค์กรพบว่าทางร้านมีการใช้งานเกี่ยวกับระบบสารสนเทศอยู่แล้วซึ่งเป็นระบบโปรแกรม (C Smile) เพื่อใช้สำหรับการจัดการขายที่ทางบริษัทได้ใช้บริการจากผู้ให้บริการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยสั่งซื้อจากบริษัทบริษัท ซี เอส ไมล์ ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด ซึ่งที่มีความชำนาญด้าน โปรแกรมโดยเฉพาะ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

โปรแกรมบัญชีจะมีการทำงานเชื่อมโยงในแต่ละระบบโดยอัตโนมัติ เช่นเมื่อบันทึกซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อโปรแกรมก็จะทำการตั้งเจ้าหนี้ เพื่อสต็อก ใ้บัญชีแยกประเภท ใ้รายงานภาษีซื้อ ใ้โดยอัตโนมัติ ทำให้ใ้ฝ่ายเจ้าหนี้ใ้รายงานเจ้าหนี้คงเหลือ สามารถจัดทำใบเตรียมจ่าย ใ้รายงานประมาณการจ่ายชำระโดยทันที ซึ่งใน โมดูลอื่นๆก็เหมือนกัน โครงสร้างของ โปรแกรมบัญชี โปรแกรมบัญชีจะมีการทำงานเชื่อมโยงในแต่ละระบบโดยอัตโนมัติ เช่นเมื่อบันทึกซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ โปรแกรมก็จะทำการตั้งเจ้าหนี้ เพื่อสต็อก ใ้บัญชีแยกประเภท ใ้รายงานภาษีซื้อ ใ้โดยอัตโนมัติ ทำให้ใ้ฝ่ายเจ้าหนี้ใ้รายงานเจ้าหนี้คงเหลือ สามารถจัดทำใบเตรียมจ่าย ใ้รายงานประมาณการจ่ายชำระโดยทันที ซึ่งใน โมดูลอื่นๆก็เหมือนกัน

คุณสมบัติของระบบโดยสังเขป โดยคุณสมบัติพิเศษของตัว โปรแกรมนี้ สามารถ

- Drilling Down ไปดูข้อมูลจากปลายทางย้อนกลับไปยังต้นทางได้
- สามารถตรวจสอบเอกสารต้นทาง เช่น ในส่วนใบเสนอราคา ว่าทำรายการไปถึงขั้นตอนไหนแล้ว

- เป็นระบบที่จะช่วยให้การทำงานแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องกันเป็นไปโดยอัตโนมัติ และแจ้งให้ทราบระหว่างผู้เกี่ยวข้อง

- สามารถกำหนดฟอร์มได้หลายฟอร์ม และสามารถพิมพ์ได้พร้อมกัน
- สามารถกำหนดกลุ่มเอกสาร ได้หลายๆ กลุ่ม แยกฝั่ง บัญชีแยกประเภทให้แตกต่างกันได้
- สามารถกำหนดเครดิตในการขายได้
- ในหน้าจอขาย สามารถดูประวัติการขายสินค้า แ ต่ละรายการ เช็คดูประวัติ เครดิต และ

รายการที่เคยสั่งซื้อ

- สามารถกำหนดได้ว่าเอกสารจะต้อง ได้รับการอนุมัติก่อน เช่น ใบเสนอราคา และใบสั่งซื้อ
- สามารถกำหนด โปรแกรมแตกหน่วยนับอัตโนมัติ, เฉลี่ยส่วนลดในบิล, เดือนในกรณีที่ขาย

ต่ำกว่าทุน, กำหนดให้ระบบแยกสาขากันอย่างชัดเจน

- สามารถสร้างข้อความเตือนของลูกค้าเมื่อบันทึกข้อมูลรายวัน ในส่วนของ กำหนดเช็คเมื่อเปิดใช้โปรแกรมแต่ละวัน และเตือนเมื่อมีการบันทึกใบสั่งซื้อซ้ำ

### 2.1.3 การจัดส่งสินค้า

ระบบเดิมที่ใช้ในองค์กรนั้นก็ เป็นระบบการขนส่งสินค้าแบบทั่วไป เมื่อลูกค้าได้ซื้อสินค้า ทางร้านก็จะทำการจัดส่งสินค้า โดยจัดส่งสินค้าตามวันเวลาที่กำหนด โดยแผนกจัดส่งจะมีการจัดการขนส่ง โดยการคำนวณเส้นทางจากความเหมาะสมว่าจะส่งสินค้าที่ไหนก่อนและหลัง ตามลำดับ โดยคำนึงถึงการเดินรถว่าเป็นทางผ่านที่จะสามารถไปส่งสินค้าหลายๆรายการได้ในครั้งเดียว ทำให้สามารถลดต้นทุนในการขนส่งสินค้าได้พอสมควร

#### 2.1.4 คลังเก็บสินค้า

ระบบเดิมที่ใช้ในองค์กรนั้นก็เป็ระบบการจัดเก็บสินค้าแบบทั่วไป เมื่อทางร้านได้สั่งซื้อ-ขายสินค้าเข้า โกดังเก็บสินค้า ก็จะมีการจัดเก็บข้อมูลสินค้าเป็นรูปแบบรายงานสินค้าคงคลัง จากนั้นก็นำข้อมูลดังกล่าวมาบันทึกลง โดยการใช้ข้อมูลสินค้าต่างๆ ลงในระบบฐานข้อมูลของโปรแกรม (C Smile ) ซึ่งเมื่อพนักงานขายทำการขายสินค้าจะได้ทราบถึงจำนวนสินค้าที่ออกจากคลังเก็บสินค้าและสินค้าที่มีอยู่ในคลังเก็บสินค้าอย่างชัดเจนเพื่อลดการเกิดปัญหาสินค้าขาดสต็อก ซึ่งอาจเป็นสาเหตุทำให้การบริการล่าช้าก็เป็นได้

#### 2.2 ทรัพยากรด้านบุคคล

จากฝั่งองค์กรสามารถแบ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ หจก.ไทยวิวัฒน์ สุขภัณฑ์ โดยแบ่งผู้ใช้งานเป็น 5 แผนก ซึ่งทุกแผนกจะใช้ระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานประกอบด้วย

- แผนกขายสินค้าหน้าร้าน มีจำนวนผู้ใช้ 5 คน
- แผนกจัดซื้อ มีจำนวนผู้ใช้ 3 คน
- แผนกคลังสินค้า,จัดส่งสินค้า มีจำนวนผู้ใช้ 2 คน
- แผนกบัญชี มีจำนวนผู้ใช้ 3 คน
- แผนกธุรการ ,การเงิน มีจำนวนผู้ใช้ 2 คน
- แผนกฝ่ายบุคคล มีจำนวนผู้ใช้ 1 คน
- แผนกฝ่ายบริหาร 2 คน

จากการสำรวจในองค์กรพบว่าปัจจุบันบริษัทไม่มีแผนกสารสนเทศขึ้นมาดูแลโดยตรง ดังนั้นการพัฒนาหรือปรับปรุงระบบจะใช้บริการจากหน่วยงานภายนอก ทั้งหมดซึ่ง โปรแกรมที่บริษัทใช้งานอยู่ในปัจจุบันคือ โปรแกรมบัญชี (C Smile) ซึ่งเป็น โปรแกรมที่ทางบริษัทกำหนดความต้องการขึ้นและใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอกทำการเขียนขึ้นมาตามความต้องการเพื่อรองรับการดำเนินงานในปัจจุบัน

ขอบเขตของการใช้บริการจากหน่วยงานภายนอกประกอบด้วยการพัฒนาและปรับปรุงระบบรวมถึงการดูแลพร้อมใช้งานของอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ โดยค่าใช้จ่ายของระบบจะคิดตามความ

ยาก-ง่ายและความเร่งด่วนของงานส่วนการให้บริการในแต่ละครั้งจะคิดค่าบริการ ครั้งละ 1,000 บาท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1.บริการจัดส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปประจำ ณ สถานที่ เพื่อคอยช่วยเหลือกรณีเกิดปัญหาสัปดาห์ละ 1 ครั้ง
- 2.บริการแก้ไขปัญหาฉุกเฉินเบื้องต้นทางโทรศัพท์โดยไม่จำกัดจำนวนครั้ง
- 3.บริการส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปแก้ไข เมื่อได้รับแจ้งเหตุขัดข้อง
- 4.ตรวจสอบการทำงานของระบบ Software ต่างๆรวมถึงการแก้ปัญหาที่พบบนเครื่อง PC ของทุกเครื่องโดยดำเนินการเดือนละ 1 ครั้ง
- 5.บริการทำความสะอาดคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง โดยดำเนินการเดือนละ 1 ครั้ง
- 6.บริการคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สำรองใช้งานโดยไม่จำกัดจำนวนครั้ง
- 7.บริการจัดเปลี่ยนอุปกรณ์ต่อพ่วงในราคาถูกและได้คุณภาพโดยดำเนินการตรวจสอบราคาให้ก่อนทุกครั้ง
- 8.บริการให้คำปรึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระบบคอมพิวเตอร์ โดยไม่จำกัดจำนวนครั้ง

### 2.3 ทรัพยากรด้านฮาร์ดแวร์

สำหรับทรัพยากรด้านสารสนเทศของบริษัทประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.Server จำนวน 2 เครื่องเครื่องแม่ข่าย (Server) ในบริษัทประกอบด้วย (Application Server) สำหรับติดตั้งฐานข้อมูลของโปรแกรม(C Smile) และ (Database Server) สำหรับติดตั้งฐานข้อมูลขององค์กร โดยมี UPS 1 เครื่องติดตั้ง สำหรับเครื่องแม่ข่าย (Server) ทั้ง 2 เครื่องสำหรับป้องกันปัญหาเกี่ยวกับไฟฟ้ากระชอก (Surge) ไฟฟ้า ไม่เพียงพอ (Under voltage) ไฟฟ้ามากเกินไป (Over voltage) และ ไฟฟ้าดับ (Blackout หรือ Sustained Interruptions)

สำหรับระบบปฏิบัติการที่ติดตั้งที่เครื่องแม่ข่าย (Server) คือ Microsoft Windows 2000 Professional และระบบบริหารจัดการฐานข้อมูลคือ Microsoft SQL Server 2005 จากการตรวจสอบปริมาณการใช้งานเนื้อที่ของฮาร์ดดิสต์ (Hard Disk) พบว่ายังมีปริมาณเพียงพอต่อการใช้งาน ดังนั้นจึงไม่ต้องปรับปรุงเครื่องแม่ข่าย (Server)

1.Computer จำนวน 22 เครื่องสำหรับระบบปฏิบัติการที่ติดตั้งที่เครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer) สำหรับผู้ใช้งาน (User) ได้แก่ (Microsoft Windows XP) อายุการใช้งานโดยเฉลี่ยของคอมพิวเตอร์ (Computer) อยู่ที่ประมาณ 3-5 ปี จากการสำรวจปริมาณเนื้อที่การใช้งานของฮาร์ดดิสก์ (Hard Disk) พบว่ายังมีปริมาณเพียงพอต่อการใช้งาน และจากการสำรวจสอบถามจากผู้ใช้งาน (User) เกี่ยวกับความเร็วจากการประมวลผล ทั้งในการทำงานเกี่ยวกับการจัดการเอกสารทั่วไปและการทำงานกับระบบฐานข้อมูลพบว่าเครื่องสามารถทำงานได้ปกติ ไม่มีปัญหาเรื่องความล่าช้า

2.Printer จำนวน 6 เครื่อง

3.Scanner จำนวน 3 เครื่อง

4.Modem จำนวน 1 เครื่อง

5.เครื่องถ่ายเอกสาร จำนวน 2 เครื่อง

สำหรับเครื่อง (Printer, Scanner) เครื่องถ่ายเอกสาร และ (Modem) เป็นอุปกรณ์ ที่ทุกแผนกต่างใช้ร่วมกัน จากจำนวนที่มีเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ใช้ถือว่าเพียงพอต่อการใช้งาน และเมื่อเทียบกับปริมาณการใช้งานของแต่ละแผนกพบว่าอุปกรณ์ทั้งสามสามารถรองรับงานใช้ได้ดีเหมือนกัน

## 2.4 ปัญหาและอุปสรรคจากการใช้ระบบสารสนเทศในปัจจุบัน

1. จากการได้ศึกษาระบบเดิมของร้านขายวัสดุก่อสร้างนั้น ทางร้านค้าได้มีการนำภาษาซีมาใช้ในระบบการขายในร้านค้า ซึ่งเป็นไปได้ยากในการอัปเดตข้อมูล ในการออกใบเสร็จต่างๆก็คีย์ข้อมูลลงไป เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าได้ทราบว่าลูกค้าได้ซื้ออะไร ไปบ้างในการคีย์ข้อมูลก็คือการคีย์รายการของสินค้านั้นเอง ซึ่งไม่ได้คีย์เฉพาะแค่รหัสของสินค้าแต่จะต้องคีย์ชื่อสินค้าและราคาเข้าไปด้วย ซึ่งเป็นการล่าช้าอย่างมาก สำหรับลูกค้าที่เข้ามาซื้อของเป็นจำนวนมาก

2. จากการขนส่งสินค้าพบว่าปัญหาที่พบบ่อยเกิดจากพนักงานขับรถขนส่งสินค้าออกนอกเส้นทางการเดินทาง หรือแอบหยุดพักในเวลาการทำงานทำให้เกิดการขนส่งที่ล่าช้าอาจมีผลกระทบต่อลูกค้าที่จำเป็นต้องการรับสินค้าโดยเร่งด่วนก็ได้

3. จากการใช้สารสนเทศในคลังสินค้านั้นมักจะพบปัญหาสินค้าชำรุดแตกหัก สินค้าหายหรือสินค้าไม่ครบจำนวนตามที่ฐานข้อมูลรายงาน ซึ่งส่วนใหญ่จะพบช่วงเวลาที่ทำการขายสินค้า

ขึ้นนั้นๆ บางครั้งจะทำการขายสินค้าให้กับลูกค้าตรวจพบว่ามีแต่สินค้าชำรุดบ้าง สินค้าไม่ครบจำนวนบ้าง เป็นต้น

## 2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปริศา โพรสิสุวรรณ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของร้านค้าปลีกในจังหวัดนครสวรรค์ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารวบรวมด้วยแบบสอบถามได้จากร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 56 ร้านค้า จากผลการศึกษาพบว่าเจ้าของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ซึ่งมีประสบการณ์ในการขายสินค้าวัสดุก่อสร้างประมาณ 11 – 15 ปี ภายในร้านค้ามีพนักงานขายร้านละหนึ่งคน ทั้งนี้ส่วนใหญ่พบว่าไม่มีพนักงานบัญชี แต่มีคนขับรถส่งของร้านละ 2 คน และกรรมกรประจำร้านอีก 2 คน ร้านส่วนมากมีที่กองเก็บสินค้าระหว่างร้าน 201 – 400 ตารางเมตร เปิดขายสินค้าระหว่างวันจันทร์ – วันเสาร์ ตั้งแต่เวลา 08.00 น. - 17.30 น. มีความถี่ในการติดต่อซื้อสินค้าจากร้านค้าส่ง 2 – 3 วัน ต่อครั้งและมีร้านค้าส่งสั่งซื้อประจำ 3 – 4 ร้าน ซึ่งมีการเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อทุกครั้ง โดยเป็นการซื้อปูนซีเมนต์กระเบื้องซีเมนต์ไยหิน กระเบื้องหลังคาคอนกรีต พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปูนซีเมนต์และกระเบื้องไยหินอันแรก ได้แก่ปัจจัยด้านราคา อันค้ำสองคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้ากระเบื้องคอนกรีต อันค้ำแรกคือ ปัจจัยด้านราคา ส่วนอันค้ำต่อมา คือปัจจัยด้านสถานที่และการจำหน่ายและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันค้ำที่ 2-3 ตามลำดับ

ชาญชัย ลีวณิชย์ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เป็นผู้บริโภคทั่วไปและช่าง/ผู้รับเหมาในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ระหว่าง 25-35 ปี สมรสแล้ว รายได้ต่อเดือนของครอบครัวต่ำกว่า 20,000 บาท โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้า ได้แก่ปัจจัยทางด้านราคาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านบุคคล ตามลำดับ สำหรับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับร้านวัสดุก่อสร้างที่ต้องการในอนาคตนั้น ผู้บริโภคต้องการให้ร้านค้าวัสดุก่อสร้างมีสินค้าครบวงจร ตั้งแต่การสร้างฐานรากจนถึงงานตกแต่ง มีสินค้าพร้อมขายสม่ำเสมอ สินค้ามีความทันสมัย สวยงาม สามารถต่อรองราคาได้ มีการคิดป้ายราคาชัดเจน มีที่จอดรถ จัดร้านสวยงามมีการ

จัดส่งสินค้ารวดเร็ว ถูกต้องและไม่คิดค่าขนส่ง มีพนักงานขายคอยแนะนำตลอดจนมีการจัดรายการ ส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม

สุริย์ ไพโรจน์ธีระรัต (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อในการเลือกซื้อ สินค้าวัสดุก่อสร้างของร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทในจังหวัดลำพูน พบว่า ผู้ซื้อซึ่งได้แก่ กลุ่มผู้รับเหมาและกลุ่มร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง โดยซื้อเพื่อนำไปใช้ในธุรกิจของตน ซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างเมื่อเห็นว่าปริมาณที่มีอยู่ไม่เพียงพอจำหน่ายที่ร้าน และบางรายมีร้านค้าประจำสำหรับสินค้าซึ่งตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ขณะที่ป้ายหน้าร้านเป็นสื่อที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ซื้อสินค้ามากกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ส่วนมากได้แก่ ปูนซีเมนต์ กระเบื้อง/บุผนัง เครื่องเหล็ก และอุปกรณ์เครื่องใช้ทั่วไป ใช้เวลาซื้อ 30 นาที ครั้งละไม่เกิน 50,000 บาท และเห็นว่าซื้อสินค้าจากร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทได้ครบทุกชนิดและจำนวนที่ต้องการ นิยมซื้อสินค้าในวันจันทร์ เวลา 08.00-11.00 น. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านบุคลากร นอกจากนี้พบว่าผู้ซื้อเพื่อนำไปใช้โดยตรง เพื่อจัดการปัญหาอุปกรณ์ในบ้านที่ชำรุด ด้วยการซื้ออุปกรณ์ใหม่และซ่อมแซมด้วยตนเอง โดยซื้อสินค้าไปเพื่อตกแต่งต่อเติมบ้านมากที่สุด และมีร้านประจำเป็นร้านวัสดุก่อสร้างทั่วไปมากที่สุด ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง และป้ายหน้าร้านเป็นสื่อที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ผู้ซื้อมีการซื้อปีละ 4-6 ครั้ง สินค้าซื้อส่วนใหญ่คือ ปูนซีเมนต์กระเบื้องปูพื้น/บุผนัง ท่อพีวีซีและข้อต่อ และอุปกรณ์เครื่องใช้ทั่วไป ใช้เวลาซื้อ 30 นาที ซื้อครั้งละไม่เกิน 5,000 บาท และเห็นว่าซื้อสินค้าจากร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทได้ครบทุกชนิด และจำนวนที่ต้องการ นิยมซื้อสินค้าในวันเสาร์ 08.00 – 11.00 น. มากที่สุด นอกจากนี้ไม่ต้องการสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า

1. ทำเลที่ตั้ง ราคาบ้านและที่ดิน รายได้ของครอบครัว ส่งกระตุ้นภายนอกและสิ่งกระตุ้นทางการตลาด รวมถึงสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ตัวที่พักอาศัย การบริการ ภาพพจน์ของโครงการและการส่งเสริมการตลาดเช่น การผ่อนค่างาน ของแถม เป็นต้น

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ และกระเบื้องโยหินอันแรก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้ากระเบื้องคอนกรีต ได้แก่ ราคา สถานที่ การ

จำหน่ายและผลิตภัณฑ์ สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้า ได้แก่ ปัจจัยทางด้านราคา ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านบุคคล

3. ผู้บริโภคต้องการให้ร้านค้าวัสดุก่อสร้างมีสินค้าครบวงจร ตั้งแต่การสร้างฐานรากจนถึงงานตกแต่ง มีสินค้าพร้อมขายสม่ำเสมอ สินค้ามีความทันสมัย สวยงาม สามารถต่อรองราคาได้ มีการคิดป้ายราคาชัดเจน มีที่จอดรถกวด จัดร้านสวยงาม มีการจัดส่งสินค้ารวดเร็ว ถูกต้อง และไม่คิดค่าขนส่ง มีพนักงานขายคอยแนะนำตลอดจนมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม

ศานิตย์ ภูบุบผา (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการดำเนินงานของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอท่าลี่เหล็ก ผลวิจัยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว ขนาดเล็ก มีพนักงานประมาณ 11-20 คน ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 11-15 ปี ลักษณะเป็นธุรกิจซื้อมาขายไปสินค้าวัสดุก่อสร้าง ผลวิจัยด้านต่าง ๆ พบว่า

1. ด้านการจัดการ ผู้ประกอบการมีการวางแผนระยะสั้นอย่างง่าย โดยเจ้าของกิจการเป็นผู้วางแผน การจัดการ การจัดการในด้านอื่น ๆ ได้แก่การจัดองค์กรการจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ และการควบคุมการทำงาน มีการทำงานอย่างไม่เป็นทางการและไม่เป็นระบบ

2. ด้านการตลาด ผู้ประกอบการขายสินค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดท่าลี่เหล็ก ประเทศเมียนมาร์ จะใช้การแข่งขันราคาเป็นหลัก ส่งผลให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการขายสินค้ากลุ่มงานโครงสร้างและกลุ่มงานตกแต่งในสัดส่วน 60 : 40 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ประกอบการขายปลีกให้กับเจ้าของบ้านเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีการขายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ ได้แก่ ผู้รับเหมา ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง และหน่วยงานรัฐบาล สำหรับการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญน้อยและขาดความสามารถในการจัดกิจกรรมการตลาด

3. ด้านการจัดหาสินค้า ผู้ประกอบการทั้งหมดนำเข้าสินค้าก่อสร้างจากประเทศไทยเป็นหลักผ่านผู้ส่งชายแดนชาวไทย ทำการขนส่งโดยรถยนต์ผ่านด่านศุลกากรอำเภอแม่สายจังหวัดเชียงราย ผู้ประกอบการใช้เงินสกุลเงินบาทไทยในการซื้อขายสินค้า ผู้ประกอบการยังขาดประสบการณ์ในการวางแผนการสั่งซื้อ และไม่มีระบบการบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ

4. ด้านการเงินและบัญชี ผู้ประกอบการใช้แหล่งเงินออมส่วนตัวและเงินกู้ยืมจากญาติพี่น้องในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการมีมีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ในการขายสินค้าผู้ประกอบการ



ขายเป็นเงินสดประมาณร้อยละ 60 และขายเป็นเงินเชื่อประมาณร้อยละ 40 จากยอดขาย ผู้ประกอบการไม่มีการกำหนดวงเงินขายเชื่อและทำการติดตามหนี้ด้วยตนเอง และ

#### 5. ด้านผู้ประกอบการประสบปัญหาการ

ขาดความรู้และประสบการณ์ด้านการจัดการอย่างมีระบบนอกจากนี้ยังได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาล คือการปิดด่านและการกำหนดโควตาการนำเข้าสินค้า

ศรีศักดิ์ คำนิล (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า กิจการรับเหมาก่อสร้างส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินกิจการระหว่าง 6-10 ส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียน 1-3 ล้านบาท กิจการส่วนมากรับเหมาก่อสร้างโดยเฉลี่ยจำนวนน้อยกว่า 4 โครงการต่อปี และผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จคือ กรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการรับเหมาก่อสร้าง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จจากร้านค้าวัสดุก่อสร้าง โดยโครงการที่ก่อสร้างมีปริมาณการใช้คอนกรีตผสมเสร็จอยู่ในระหว่าง 101-500ลูกบาศก์เมตรต่อโครงการ ซื้อคอนกรีตตามคำแนะนำของวิศวกรผู้ควบคุมงาน มีสาเหตุส่วนใหญ่ในการเลือกใช้คอนกรีตผสมเสร็จ เพราะ รวดเร็ว ประหยัดเวลา และส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จที่มีปูนซิเมนต์ตราช้างเป็นส่วนผสม ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการพฤติกรรมการซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยรวมให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านบริการและด้านการส่งเสริมการขาย การเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านทุนจดทะเบียน และเมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนกรีตผสมเสร็จกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีความสำคัญทางสถิติ