

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่อง ผลการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการจัดการการผลิตและการส่งเสริมการตลาดของบริษัท อันซิ่ง อินดัสทรี จำกัด ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับองค์การและการจัดองค์การ
5. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ

##### ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ

ณัฐจินันท์ นาพลเทพ (2550)ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศคือ เทคโนโลยีสองด้านหลัก ๆ ที่ประกอบด้วยเทคโนโลยีระบบคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมที่ผนวกเข้าด้วยกัน เพื่อใช้ในกระบวนการจัดหา จัดเก็บ สร้าง และเผยแพร่สารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเสียง ภาพ ภาพเคลื่อนไหว ข้อความหรือตัวอักษร และตัวเลข เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความแม่นยำ และความรวดเร็วให้ทันต่อการนำไปใช้ประโยชน์

วิโรจน์ ฤกษ์ศิริ (2550, หน้า 15)ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศว่า เป็นเทคโนโลยีที่ใช้จัดการสารสนเทศ เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การรวบรวมข้อมูลการจัดเก็บข้อมูล การประมวลผล การพิมพ์การสร้างรายงาน การสื่อสารข้อมูล ฯลฯ เทคโนโลยีสารสนเทศจะรวมไปถึงเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดระบบการให้บริการ การใช้ และการดูแลข้อมูล

ลัดดา โกรติ (2548, หน้า 9) ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ เทคโนโลยีที่ใช้คอมพิวเตอร์และเครื่องมืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องที่นำมาใช้ในการจัดสร้างระบบสารสนเทศ โดยใช้

ในการรวบรวมข้อมูล บันทึก จัดเก็บ ประมวลผล ค้นหา ค้นคืน แสดงผล สื่อสารข้อมูลหรือเผยแพร่สารสนเทศ ประกอบด้วยเทคโนโลยีหลัก คือ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีโทรคมนาคม สมคิด บางโม (2540, หน้า29) กล่าวว่า ระบบสารสนเทศ หมายถึง ระบบการเก็บรวบรวมข้อมูล (data) และการจัดกระทำข้อมูลให้เป็นสารสนเทศ (information) เพื่อประโยชน์ในการบริหารงาน ประกอบการวินิจฉัยสั่งการตามความต้องการของผู้บริหาร และเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติงาน

ราชบัณฑิตยสถาน (2543, หน้า 215) อธิบายว่า สารสนเทศ หมายถึง ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ต่างๆที่ได้รับการสรุป คำนวณ จัดเรียงหรือประมวลแล้ว จากข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบตามหลักวิชาการ จนได้เป็นข้อความรู้ เพื่อนำมาเผยแพร่ และใช้ประโยชน์ในงานด้านต่าง ๆ

สุชาติ กิระนันท์(2541, หน้า 37) กล่าวว่า ระบบสารสนเทศ (information system) หมายถึง ระบบที่ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ได้แก่ ระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ระบบเครือข่าย ฐานข้อมูล ผู้พัฒนาระบบ ผู้ใช้ระบบ พนักงานที่เกี่ยวข้อง และผู้เชี่ยวชาญในสาขา ทุกองค์ประกอบนี้ทำงานร่วมกันเพื่อกำหนด รวบรวม จัดเก็บข้อมูล ประมวลผลข้อมูล เพื่อสร้าง สารสนเทศ และส่งผลลัพธ์ หรือสารสนเทศที่ได้ให้ผู้ใช้ เพื่อช่วยสนับสนุนการทำงาน การตัดสินใจ การวางแผน การบริหาร การควบคุม การวิเคราะห์และติดตามผลการดำเนินงานขององค์กร

สุมาลี เมืองไพศาล (2533, หน้า 2) กล่าวว่า ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร หรือ MIS หมายถึง ระบบประมวลผลข้อมูลโดยระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะสนับสนุนการปฏิบัติงาน การบริหาร และหน้าที่การตัดสินใจขององค์กร

สรุปได้ว่า สารสนเทศ เป็นข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการนำข้อมูลดิบที่ได้ผ่านการประมวลผลอย่างใดอย่างหนึ่ง และสรุปให้อยู่ในรูปที่มีความหมาย สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินการต่างๆ โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการจัดเก็บ บันทึก ออกผลลัพธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อช่วยสนับสนุนในการวางแผนการปฏิบัติงาน การวินิจฉัยสั่งการตามความต้องการของผู้บริหาร ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ได้รับการประมวลผลแล้ว ด้วยวิธีการต่างๆก็นำมาใช้ประโยชน์

แหล่งข้อมูล มี 2 แหล่ง คือ (วาสนา สุขกระสานติ , 2545 , หน้า 17)

1. แหล่งข้อมูลภายในองค์กร - เป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นภายในองค์กร สามารถนำข้อมูลมาผลิตเป็นสารสนเทศ ที่ใช้ภายในองค์กร ได้
2. แหล่งข้อมูลภายนอกองค์กร - เป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร นำมาผลิตเป็นสารสนเทศ เพื่อให้ผู้บริหารสามารถกำหนดการปฏิบัติการ

ข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลทั้งสองแหล่ง สามารถใช้ วิธีการรวบรวมได้ 2 รูปแบบ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้ใช้จะต้องเก็บรวบรวมข้อมูลเอง โดยวิธีการต่าง ๆ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ถูกผู้อื่นรวบรวมไว้แล้วนำมาใช้ประโยชน์

### **ความสำคัญของสารสนเทศ**

องค์กรต่างๆ ได้พัฒนาแผนงานและกลยุทธ์ด้านสารสนเทศ เพื่อใช้สนับสนุนการตัดสินใจและความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการนำระบบสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในงานธุรกิจ ดังนี้ (นันทา วิฑูตศักดิ์, 2542, หน้า 25)

1. การทำหายของเศรษฐกิจโลก สารสนเทศ คือ อำนาจ และการรู้จักคู่แข่ง และลูกค้า เป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้การดำเนินงานธุรกิจประสบความสำเร็จ

2. การแข่งขันทางการค้าจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมที่ไร้ขีดจำกัด และการทำธุรกิจ มีความเป็นอิสระเสรีมากขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันทางการค้า มีความรุนแรงมากขึ้น

3. การขยายเครือข่ายทางการค้า การเปลี่ยนแปลงค่านิยม และวัฒนธรรมการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค ทำให้การดำเนินงานธุรกิจในรูปแบบต่างๆ ต้องปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค รูปแบบธุรกิจที่แต่เดิมมีการซื้อ-ขาย และให้บริการภายในประเทศที่ผลิตสินค้าเท่านั้น ได้มีการขยายตลาดไปยังสาขาต่างๆ รูปแบบที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย คือ ธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) และธุรกิจออนไลน์ในลักษณะของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

4. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ กระจายไปยังผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว ทำให้แต่ละองค์กรต่างๆ ได้นำเทคโนโลยีทันสมัยมาประยุกต์ เพื่อการพัฒนา ระบบสารสนเทศให้มีคุณภาพ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ ให้บริการลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน

### **การนำเทคโนโลยีมาใช้ในงานธุรกิจ**

ปัจจุบัน หน่วยงานธุรกิจจำนวนมากได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในงานธุรกิจ เพื่อช่วยในการปฏิบัติงานในสำนักงาน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและสะดวกขึ้น ดังนี้ (สุรัสวดี ราชกุลชัย, 2543, หน้า 18)

1. งานพิมพ์เอกสาร โดยใช้คอมพิวเตอร์พิมพ์ เอกสารต่าง ๆ แทนเครื่องพิมพ์ดีด
2. งานฐานข้อมูล ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อรวบรวม ประมวลผล และจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ

3. งานติดต่อสื่อสาร โดยใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล ทั้งภายใน และภายนอกสำนักงาน โดยต่อพ่วงกับเทคโนโลยีสื่อสาร เช่น เครื่องโทรศัพท์ เครื่องโทรสาร และเทคโนโลยีสำนักงาน เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น

4. งานด้านการเงินและการบัญชี เช่น การนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการทำบัญชีเงินเดือน เป็นต้น

### **การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาใช้ในระบบสารสนเทศ**

ระบบสารสนเทศ หมายถึง การนำกระบวนการของระบบคอมพิวเตอร์ประกอบด้วยเทคโนโลยีด้านฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ การจัดการฐานข้อมูล และเทคโนโลยีทางการสื่อสาร มาใช้ในการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ และนำมาประมวลผลให้ได้สารสนเทศ เพื่อสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน หรือการตัดสินใจของผู้บริหารด้านต่างๆ ซึ่งจะส่งผลต่อความได้เปรียบในด้านการค้า และคุณภาพชีวิตของประชากรในสังคม ซึ่งในที่นี้จะขอกกล่าวถึง การนำคอมพิวเตอร์ไปใช้งานด้านต่าง ๆ ดังนี้ (ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ, 2548, หน้า 36 - 37)

### **ด้านข่าวสารข้อมูล**

ในเว็บไซด์ต่าง ๆ มักมีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจหลายอย่าง เช่น ผู้ใช้บางคนไม่มีเวลาซื้อหนังสือพิมพ์มาอ่าน เพื่อติดตามข่าวสารบ้านเมืองหรือข่าวคราวทั่ว ๆ ไป ทั้งในและต่างประเทศ ก็สามารถหาข่าวสารต่าง ๆ ที่ต้องการได้จากเว็บไซด์มากมายในอินเทอร์เน็ต หรือแม้แต่การสืบค้นข้อมูลที่ต้องการทราบจากเว็บไซด์ที่ให้บริการเกี่ยวกับข้อมูล หรือแม้แต่ผู้ใช้อยากทราบดวงชะตา การท่องเที่ยว อุณหภูมิ ลักษณะดินฟ้าอากาศ การเมือง การค้า ฯลฯ สามารถหาดูได้จากเว็บไซด์ที่เกี่ยวข้องได้ การทำธุรกิจในปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาทำธุรกิจบนระบบอินเทอร์เน็ตกันอย่างกว้างขวาง ซึ่งเรียกว่า E-Commerce โดยผู้ขายจะสร้างเว็บไซด์ที่แสดงรายการสินค้าที่มีอยู่พร้อมราคา หรืออาจแสดงรูปแบบของสินค้า เพื่อให้ลูกค้าได้ตัดสินใจซื้อ เมื่อลูกค้าเข้าไปในเว็บไซด์ที่มีการเสนอขายสินค้าและต้องการซื้อสินค้านั้นแล้ว จะทำการสั่งซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตดังกล่าว ซึ่งการจ่ายเงินในธุรกิจ จะชำระเงินโดยการโอนเงินผ่านทางธนาคาร จ่ายทาง paysbuy จ่ายทาง paypal หรือ โดยผ่านบัตรเครดิตซึ่งเมื่อผู้ซื้อสั่งซื้อสินค้านั้นแล้ว ต้องแจ้งรหัสบัตรเครดิต รวมทั้งชื่อบัตรเครดิต เพื่อให้ผู้ขายได้ตรวจสอบจำนวนเงินและคุณสมบัติไปยังธนาคาร หรือสถาบันการเงินต้นสังกัดของผู้ถือบัตรเครดิตนั้นว่า เพียงพอสำหรับค่าสินค้านั้นหรือไม่ ถ้ามี ก็จะทำการจัดส่งสินค้าไปให้และแจ้งไปยังธนาคาร หรือสถาบันการเงินต้นสังกัด เพื่อให้ตัดยอดเงินในบัตรเครดิตนั้น การทำธุรกิจในลักษณะนี้ยังก่อให้เกิดธุรกิจอีกประเภทหนึ่งบนอินเทอร์เน็ต คือ การทำธุรกิจระบบ E-Banking ซึ่งทำให้การซื้อขายสินค้านบนอินเทอร์เน็ตมีความสะดวกสบายมากขึ้น โดยเฉพาะในปัจจุบันชาวไทยที่ไปอยู่ต่างประเทศสามารถที่จะเข้าเว็บไซต์

ของร้านค้าต่าง ๆ เช่น ร้านขายดอกไม้เพื่อสั่งซื้อดอกไม้ให้เพื่อน หรือญาติในเมืองไทย หรือแม้กระทั่งได้รับข่าวคราวการเสียชีวิตของญาติมิตร ก็สามารถสั่งซื้อพวงหรีดจากเว็บไซต์ เพื่อนำไปส่งยังงานศพของญาติมิตรได้อีกด้วย นับว่าเป็นการส่งข่าวหรือส่งความรู้สึกในโอกาสต่าง ๆ ให้แก่กันได้อย่างง่ายดาย ปัจจุบัน นักธุรกิจบางคน หรือพนักงานบริษัทก็สามารถทำงานอยู่ที่บ้านผ่านอินเทอร์เน็ต โดยไม่ต้องเดินทางมาทำงานที่บริษัท เพื่อเป็นการประหยัดเวลาได้อีกทางหนึ่งด้วย

### **ด้านการติดต่อสื่อสาร**

การติดต่อสื่อสารในอินเทอร์เน็ต กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะผู้ที่มีบุตรหลาน ญาติพี่น้องอยู่ที่ต่างประเทศสามารถที่จะนัดคุยกัน ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ โดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าค่าโทรศัพท์ทางไกล สำหรับผู้ที่ป็นนักเรียน นักศึกษา หรือผู้ที่อยู่ในวัยรุ่นต้องการเพื่อนใหม่ สามารถที่จะ Chat เข้าไปคุยกับเพื่อนใหม่ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และทัศนคติกับเพื่อนใหม่ได้ หรือบริการยอดฮิตของกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบัน ก็คือ การใช้บริการติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต โดยส่งข้อความทางมือถือ ส่งอีเมลกันอย่างกว้างขวาง เป็นต้น

### **งานเก็บเอกสาร ข้อมูล**

คอมพิวเตอร์ มีส่วนช่วยลดภาระให้กับบุคลากรในการเก็บเอกสารเป็นอย่างมาก สามารถที่จะใช้แผ่นดิสเกตเก็บข้อมูลในตู้เอกสาร 1 ตู้ได้อย่างเป็นระเบียบ และถูกต้องได้ทั้งหมด และเมื่อต้องการค้นหาเอกสารก็สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ประหยัดเวลาค่าใช้จ่าย รวมทั้งประหยัดเนื้อที่ และบุคลากรในการเก็บเอกสารได้ด้วย

### **งานด้านเอกสารการพิมพ์**

คอมพิวเตอร์สามารถช่วยงานด้านเอกสารได้ดี เพราะสามารถกำหนดรูปแบบ ขนาดของตัวอักษรได้ สามารถจัดรูปแบบในการพิมพ์ให้ตรงกันได้ ช่วยให้งานด้านเอกสารการพิมพ์มีรูปแบบที่สวยงาม ลดการซ้ำซ้อนของการพิมพ์ได้ เช่น การออกหนังสือเวียนที่มีข้อความเหมือนกัน เพราะคอมพิวเตอร์สามารถที่จะทำงานซ้ำๆกันได้หลายๆครั้งตามที่ผู้ใช้ต้องการ

### **งานด้านอุตสาหกรรม**

คอมพิวเตอร์ มีส่วนช่วยเกี่ยวกับการควบคุมการผลิตในด้านคุณภาพ โดยนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ มาคำนวณเปรียบเทียบกับคุณภาพมาตรฐานที่วางไว้ว่าผลิตภัณฑ์ของเราได้มาตรฐานหรือไม่เพียงใด นอกจากนี้ยังใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการควบคุมกระบวนการผลิต เช่น การควบคุมให้ส่วนผสมที่ถูกต้อง ควบคุมอุณหภูมิ ฯลฯ การควบคุมกระบวนการผลิตนี้มีผลให้เพิ่มผลผลิตทั้งในด้านปริมาณ คุณภาพ และยังสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ด้วย

## ความจำเป็นที่ต้องมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในธุรกิจ

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า องค์กรธุรกิจในปัจจุบัน และอนาคตมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ต่างจากองค์กรธุรกิจแบบเดิม เหตุผลต่างๆที่จำเป็นต้องนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในธุรกิจ คือ (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2547, หน้า 48)

1. โลกเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในเทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูล และเครือข่ายคอมพิวเตอร์ องค์กรต่างๆ ทั้งองค์กรธุรกิจ และ องค์กรที่ไม่ใช่ธุรกิจได้ปรับตัวเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกันแล้วเป็นส่วนใหญ่ องค์กรใดที่ไม่เชื่อมโยงข้อมูลถึงกันจะดำเนินธุรกิจได้ลำบาก จึงต้องนำเอาเทคโนโลยีเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ตลอดจนข้อบังคับทางกฎหมายในบางเรื่อง อาจมีการบังคับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการควบคุม เช่น การขออนุญาตจดทะเบียน การค้าและการภาษี ในอนาคตทุกองค์กรการค้าอาจต้องถูกบังคับให้เชื่อมโยงข้อมูลการขายและสินค้าคงคลังเพื่อการจัดเก็บภาษีผ่านเครื่องบันทึกเงินสด

2. องค์กรธุรกิจในอนาคตมีการแข่งขันสูง ทุกองค์กรต้องการเข้าถึงผู้บริโภคของตัวเองด้วยความแตกต่างจากคู่แข่งให้มากที่สุด (customer approach with differentiated products and services) ด้วยสินค้าและบริการที่ราคาถูกด้วยความรวดเร็ว และคุณภาพดีเท่าที่ลูกค้าต้องการ และระบุได้ด้วยตนเอง (customization) ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเอื้อประโยชน์ให้แต่ละองค์กรสามารถทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ได้ เช่น การซื้อขายสินค้าและทำธุรกรรมผ่านเว็บไซต์ หรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce)

3. องค์กรต้องมีการปรับตัวและออกแบบองค์กรใหม่ เพราะถูกผลกระทบจากแรงกดดันในหลายด้าน ได้แก่ แรงกดดันจากเทคโนโลยี แรงกดดันจากสังคม และแรงกดดันจากตลาด หรือลูกค้า การปรับตัวขององค์กรในการนำ IT เข้ามาใช้ เพราะต้องการสนับสนุนและให้บริการบุคลากรในองค์กร เช่น ผู้บริหาร พนักงาน ทั้งที่อยู่ในสถานที่เดียวกันหรือต่างสาขากัน และต้องการปรับตัวเพื่อการตอบสนองสังคมและองค์กรได้ เช่น การให้บริการลูกค้าหลังขาย การติดตามตรวจสอบการใช้บริการของลูกค้า หรือการสร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้ในด้านจริยธรรม การลักลอบขโมยข้อมูล หรือความลับต่างๆ หรือการนำ IT ไปใช้ในทางที่ผิด

4. องค์กรสมัยใหม่ต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงของโลก และแสวงหาโอกาสทางการตลาด การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการแสวงหาข้อมูลทางการตลาด เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแสวงหาลูกค้า ทั้งในและต่างประเทศ

5. องค์กรจำเป็นต้องใช้ IT เพื่อช่วยเสริมกลยุทธ์ในการแข่งขัน ทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาค และระดับโลก รวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาด กลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ การกระจายสินค้า หรือส่งมอบสินค้าตามกำหนด การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย การจัดการ ทรัพยากรบุคคล การวางแผนการผลิต การวิจัย เป็นต้น

6. องค์กรต้องประสานงาน แลกเปลี่ยนข้อมูลที่สำคัญ ทั้งระหว่างผู้ร่วมงาน ระดับ หน่วยงาน ระหว่างสาขา (OIS) ระหว่างองค์กร (I-OIS) เช่น การส่งข้อมูลยอดขายประจำวันถึง หัวหน้างาน การบัญชาการ สั่งงานผ่าน e-mail หรือ มือถือ การแจ้งสต็อกในคลังสินค้าไปยังลูกค้า หรือตัวแทนจำหน่าย การสั่งสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

## แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

### ความหมายของการบริหารจัดการ

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2545, หน้า 39) ให้ความหมาย การบริหารไว้ว่า การบริหารงาน ของหน่วยงานภาครัฐกิจ ซึ่งเรียกว่า การบริหารธุรกิจ (business administration) หรือการบริหาร ภาคเอกชนหรือการบริหารของหน่วยงานของเอกชน ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักของการจัดตั้ง เพื่อการ แสวงหากำไร หรือการแสวงหากำไรสูงสุด (maximum profits) ในการทำธุรกิจ การค้าขาย การ ผลิตอุตสาหกรรม หรือให้บริการ เห็นตัวอย่างได้อย่างชัดเจนจากการบริหารงานของ บริษัท ห้าง ร้าน และห้างหุ้นส่วนทั้งหลาย

ศิริอร ชันธหัตต์ (2541, หน้า 2) การบริหาร หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลตั้งแต่สองคน ขึ้นไปร่วมกันดำเนินการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้

อำนาจ แสงสว่าง (2540, หน้า 3) กล่าวว่า การบริหาร คือ ศิลปะในการทำงานให้สำเร็จ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยความร่วมมือจากบุคคลอื่น หรือเป็นการใช้ศาสตร์และศิลป์ ในการ นำเอาทรัพยากรมาประกอบ ตามกระบวนการบริหาร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมี ประสิทธิภาพ

สุรัสวดี ราชกุลชัย (2543, หน้า 3) กล่าวว่า คำว่า “การบริหาร” (Administration) และ “การจัดการ” (Management) มีความหมายแตกต่างกันเล็กน้อยโดยการบริหารจะสนใจและสัมพันธ์ กับการกำหนดนโยบายไปลงมือปฏิบัติ นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่าการบริหารใช้ในภาครัฐ ส่วนการจัดการใช้ในภาคเอกชน อย่างไรก็ตามหรือหนังสือส่วนใหญ่ทั้ง 2 คำนี้มีความหมาย ไม่แตกต่างกัน สามารถใช้แทนกันได้ และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

ดริคเกอร์ (Drucker อ้างถึงใน สมพงษ์ เกษมสิน, 2541, หน้า 6) กล่าวว่า การบริหาร คือ ศิลปะในการทำงาน ให้บรรลุเป้าหมายร่วมกับผู้อื่น การทำงานต่าง ๆ ให้ลุล่วงไป โดยอาศัยคนอื่น เป็นผู้ทำ ภายในสภาพองค์กรที่กล่าวมานั้น ทรัพยากรด้านบุคคล จะเป็นทรัพยากรหลักขององค์กร ที่เข้ามาาร่วมกันทำงานในองค์กร ซึ่งคนเหล่านี้จะเป็นผู้ใช้ทรัพยากรด้านวัตถุอื่นๆ เครื่องจักร อุปกรณ์ วัตถุดิบ เงินทุน รวมทั้งข้อมูลสนเทศต่างๆ เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการออกจำหน่ายและตอบสนองความพอใจให้กับสังคม

เฟรดเดอริก คับบลิว. เทเลอร์ (Frederick W. Taylor, 1994 , อ้างถึงในสมพงษ์ เกษมสิน 2541, หน้า 27) ให้ความหมายการบริหารไว้ว่า งานบริหารทุกอย่างจำเป็นต้องกระทำโดยมี หลักเกณฑ์ ซึ่งกำหนดจากการวิเคราะห์ศึกษาโดยรอบคอบ ทั้งนี้ เพื่อให้มีวิธีที่ดีที่สุดในอนาคตที่จะ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตมากยิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์สำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

Certo (2000, p.155) การบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมายของ องค์กรจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่นๆ หรือเป็นกระบวนการออกแบบและ รักษาสภาพแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

Griffin (1999, p. 14) อธิบายว่า การบริหารจัดการ (Management) หมายถึง ชุดของ หน้าที่ต่างๆ (A set of functions) ที่กำหนดทิศทางการใช้ทรัพยากรทั้งหลายอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) หมายถึง การใช้ทรัพยากรได้อย่างเฉลียวฉลาดและคุ้มค่า (Cost-effective) การใช้ ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) นั้น หมายถึง การตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (Right decision) และมีการปฏิบัติการสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ ดังนั้น ผลสำเร็จของการบริหารจัดการ จึง จำเป็นต้องมีทั้งประสิทธิภาพ และประสิทธิผลควบคู่กัน

สรุปได้ว่า การบริหารและการบริหารจัดการ มีแนวคิดมาจากธรรมชาติของมนุษย์ ซึ่ง จะต้องอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม โดยจะต้องมีผู้นำกลุ่ม และมีแนวทาง หรือวิธีการควบคุมดูแลกันภายใน กลุ่ม เพื่อให้เกิดความสุขและความสงบเรียบร้อย ซึ่งอาจเรียกว่าผู้บริหารและการบริหาร ตามลำดับ ดังนั้น ที่ใดมีกลุ่ม ที่นั้นย่อมมีการบริหาร โดยมีองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของการบริหาร ประกอบด้วย บุคลากร งบประมาณ การจัดการหรือการบริหารและวัตถุประสงค์ต่าง รวมทั้งการนำ เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารงาน เพื่อให้สามารถดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ ของหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการ จึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารต้องเข้ามาช่วย เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ประเด็นสำคัญของการบริการจัดการ (Management) มีดังนี้ (สมพงษ์ เกษมสิน, 2541, หน้า 31-32)



1. การบริหารจัดการสามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรใดองค์กรหนึ่งได้
2. เป้าหมายของผู้บริหารทุกคนคือ การสร้างกำไร
3. การบริหารจัดการเกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลผลิต โดยมุ่งสู่ประสิทธิภาพ (วิธีการใช้ทรัพยากรโดยประหยัดที่สุด) และประสิทธิผล (บรรลุเป้าหมายคือประโยชน์สูงสุด)
4. การบริหารจัดการสามารถนำมาใช้สำหรับผู้บริหารในทุกระดับชั้นขององค์กร

#### **ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหาร**

ระบบสารสนเทศที่มีการจัดการกับสารสนเทศ และสนับสนุนการตัดสินใจ ของผู้บริหารให้เกิดประสิทธิผล เรียกว่า ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหาร โดยเน้นเรื่องการสนับสนุนการตัดสินใจในระดับการจัดการระดับต่างๆ ไม่เน้นที่การประมวลผลข้อมูลที่ได้จากการดำเนินการทางธุรกิจ และเน้นที่โครงสร้างของระบบ ควรจะถูกใช้ในการจัดการการใช้งานระบบสารสนเทศ

#### **ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารธุรกิจ**

ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร หมายถึง ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ หรือข้อมูลด้านการจัดการอื่น ๆ ในองค์กร โดยจัดเก็บข้อมูลเชิงรายการ และนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ มีโปรแกรมในการประมวลผล ผลลัพธ์ที่ได้เป็นรายงานที่ใช้ในการจัดการ ตัวอย่างข้อมูลในระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร ได้แก่ ข้อมูลด้านการผลิต การจำหน่าย การเงิน การบัญชี การบริหารสินค้าคงคลัง การบริหารบุคลากร เป็นต้น

#### **แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ**

##### **ความหมายของการตัดสินใจ**

ธงชัย สันติวงษ์ (2535, หน้า 42) กล่าวว่า การตัดสินใจ คือ การเลือกคิดอันจะนำไปสู่การปฏิบัติจากหลาย ๆ ทางเลือก เพื่อให้ได้ทางเลือกที่เห็นว่าดีที่สุด

สุรัสวดี ราชกุลชัย (2543, หน้า 36) กล่าวว่า การตัดสินใจจะเป็นแต่เพียงความตั้งใจที่ดีเท่านั้น จนกว่าการตัดสินใจนั้นกลายเป็นการดำเนินการปฏิบัติ

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ (2547, หน้า 61) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นการเลือกทางเลือกมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา ซึ่งต้องมีทางเลือกหลาย ๆ ทางเกิดขึ้นก่อน แล้วนำมาเปรียบเทียบกันจนได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด มาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาคต่อไป

สมพงษ์ เกษมสิน (2541, หน้า 65) กล่าวว่า การตัดสินใจของบุคคลเป็นกระบวนการทางความคิดที่เกิดจากความคาดหวัง เป้าหมาย แรงจูงใจ การรับรู้ เจตคติ อาชีพ ครอบครัว และด้านอื่น ๆ คือ ตัวบุคคล และสิ่งแวดล้อม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, หน้า 75) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกคิดเพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งใจไว้

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 59) ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ คือการเลือกคิดอันจะนำไปสู่การปฏิบัติจากหลาย ๆ ทางเลือก เพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์

อำนาจ แสงสว่าง (2540, หน้า 19) กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในการเลือก ให้ได้ทางเลือกหนึ่งทีเห็นว่าดีที่สุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, หน้า 82) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการทางความคิดที่เกิดจากองค์ประกอบ 2 ประการ คือ องค์ประกอบของตัวบุคคล กับองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม

วุฒิชัย จำนงค์ (2542, หน้า 22) ได้กล่าวถึง การตัดสินใจว่าเป็นวิธีการที่จะลดจำนวนทางเลือกลงมา โดยใช้เทคนิคใดก็ตามที่จะเลือกทางเลือกเหล่านั้นมาเหลือทางเดียว

สรุปได้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกคิดอันจะนำไปสู่การปฏิบัติหลายๆทางเลือก เพื่อให้ได้ทางเลือกที่เห็นว่าดีที่สุด เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้ตั้งใจ และการแก้ไขปัญหาในเชิงธุรกิจจะทำได้ดีเพียงใด ย่อมขึ้นกับเทคนิคหรือวิธีการที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ปัญหา และข้อมูลทีนำมาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งการตัดสินใจแต่ละกรณีจะใช้ข้อมูลที่แตกต่างกัน และสามารถโต้ตอบ ปรับเปลี่ยน และมีความยืดหยุ่นในการสร้าง เพื่อใช้สนับสนุนการตัดสินใจ เพื่อให้สามารถหาทางแก้ปัญหาด้านการจัดการที่มีลักษณะไม่เป็นโครงสร้างได้ดีขึ้น โดยระบบสนับสนุนการตัดสินใจจะจัดการกับข้อมูล เพื่อเชื่อมโยงกับผู้ใช้ให้สามารถใช้งานได้ง่าย และสามารถแสดงผล เพื่อให้ผู้ทำการตัดสินใจ เห็นภาพรวมของข้อมูลที่มีได้ อีกทั้งระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ยังอาจจะมีการใช้ตัวแบบ ซึ่งมักจะถูกสร้างขึ้น โดยผู้ใช้งานเอง เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจในทุกๆ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจได้

### กระบวนการในการตัดสินใจ

ปัจจุบัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสาร และโทรคมนาคม ทำให้ข้อมูลข่าวสารสามารถเดินทางได้อย่างคล่องตัว และเป็นอิสระมากขึ้น ส่งผลให้องค์กรต่างๆ สามารถรับส่งข้อมูลข่าวสารและข้อสนเทศได้ในระยะเวลาที่สั้นลงโดยข้อมูลมีความชัดเจนถูกต้องและสะดวกขึ้นด้วยเหตุนี้ ทำให้ธุรกิจในปัจจุบันมีความคล่องตัวในการดำเนินงานสูงขึ้น ทำให้การตัดสินใจในโอกาสหรือปัญหาทางธุรกิจที่เกิดขึ้น จะต้องทำภายใต้ข้อจำกัดทางสารสนเทศภายในระยะเวลาที่เหมาะสม มีหลายครั้งที่ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็ว ภายใต้ความกดดันของสถานการณ์

เช่น การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน การนัดหยุดงาน หรือการต่อต้านจากสังคม เป็นต้น จึงนับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้บริหารที่จะประสบความสำเร็จในอนาคต จะต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม ตลอดจนต้องพยายามฝึกฝนตนเอง โดยพัฒนาทักษะ และสั่งสมประสบการณ์ในการตัดสินใจ เพื่อที่จะสามารถวิเคราะห์ และตัดสินใจเลือกทางเลือกต่าง ๆ ได้อย่างแม่นยำ มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, หน้า 112)

#### **ความหมายของระบบสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Supporting System – DSS)**

Brown (2002, p. 154) ให้คำนิยามของระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ตามรูปแบบการนำไปใช้ และวัตถุประสงค์ของระบบ โดยเปรียบเทียบกับระบบประมวลผลข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Processing System : EDP)

Barnard (1972, p. 184) ให้คำนิยามของระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ตามส่วนประกอบของระบบ ว่าเป็นระบบที่ใช้คอมพิวเตอร์เข้ามาช่วย โดยประกอบด้วยส่วนการทำงาน 3 ส่วน ที่ทำงานได้ต่อกัน คือ ระบบภาษา (language system) ใช้สื่อสารระหว่างผู้ใช้ กับส่วนประกอบอื่น ๆ ของระบบ ระบบความรู้ (knowledge system) ฐานความรู้ ได้แก่ ข้อมูลหรือขบวนการในการดำเนินงานระบบประมวลผลปัญหา (problem-processing system) ใช้เชื่อมระหว่างส่วนประกอบสองส่วนข้างต้นเข้าด้วยกัน และมีความสามารถที่ช่วยในการสนับสนุนการตัดสินใจ

Chowdhury (2004, p. 94) ให้คำนิยามของระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ตามประเภทของปัญหา และการทำงานของระบบ ว่าเป็นระบบที่ตอบที่ใช้คอมพิวเตอร์ เพื่อช่วยให้ผู้ตัดสินใจสามารถใช้ข้อมูล และตัวแบบให้เกิดประโยชน์ในการแก้ปัญหาแบบไม่เป็นโครงสร้างได้

Kroenke (2005, p. 73) ให้คำนิยามของระบบสนับสนุนการตัดสินใจตามขบวนการในการพัฒนา โดยกล่าวว่า ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ หมายถึง สถานการณ์ซึ่งเป็นระบบสุดท้ายระบบหนึ่ง สามารถถูกสร้างขึ้นมาได้โดยผ่านขบวนการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุง เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้

Smith และ Medley (1987, p. 84) อธิบายว่า DSS เป็นระบบที่ถูกเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรสมองของมนุษย์ให้ทำงานร่วมกับความสามารถของคอมพิวเตอร์ เพื่อต้องการปรับปรุงคุณภาพของการตัดสินใจให้ดีที่สุด กล่าวคือ DSS เป็นระบบระบบหนึ่งที่ต้องใช้คอมพิวเตอร์คอยช่วยเหลือ และให้การสนับสนุน เพื่อให้บุคคลผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจ สามารถจัดการกับปัญหาที่โครงสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Gurstein (2000, p. 141) ให้คำนิยามของ ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ตามการทำงานของระบบ และลักษณะการเชื่อมโยงกับผู้ใช้ว่า เป็นกลุ่มของขบวนการทำงาน โดยใช้ตัวแบบในการประมวลผลข้อมูล เพื่อสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจของผู้บริหารได้

Cooke (2001, p. 115) ให้คำนิยามของ ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ตามรูปแบบการนำไปใช้ และความสามารถของระบบว่าเป็นระบบที่สามารถจัดการกับสถานการณ์ที่เป็นกิ่งโครงสร้าง และไม่เป็นโครงสร้างได้ สนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูล และสร้างตัวแบบในการตัดสินใจแบบเร่งด่วน (Ad-Hoc) ได้ สามารถวางแผนงานล่วงหน้าได้ สามารถใช้ได้กับสถานการณ์ที่ผิดไปจากปกติ หรือใช้ได้ในช่วงที่ไม่ได้วางแผนไว้ก่อนได้

Pratt และ Adamski (2000, p. 205) กล่าวว่า DSS เป็นระบบที่สามารถทำงานร่วมกับคอมพิวเตอร์ ซึ่งคอมพิวเตอร์นี้จะช่วยทำให้ผู้บริหารสามารถนำข้อมูล และแบบจำลองต่าง ๆ มาใช้ประโยชน์ เพื่อการแก้ปัญหาที่ไม่มีโครงสร้างได้

สรุปได้ว่า ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ หรือ ดีเอสเอส (Decision Supporting System – DSS) หมายถึง ระบบที่ช่วยการตัดสินใจของผู้บริหารโดยจำลองลักษณะการตัดสินใจด้วยการนำค่าการนำเข้าของการตัดสินใจมาคำนวณด้วยวิธีการทางคณิตศาสตร์ และสถิติ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจนั้น ๆ ระบบนี้มีตัวแบบทางคณิตศาสตร์เป็นพื้นฐานของโปรแกรมในการตัดสินใจผู้บริหารจะกำหนดหัวข้อต่าง ๆ ของข้อมูลที่เกี่ยวข้อง จากนั้นระบบจะคำนวณและประมวลผลคำตอบในรูปแบบผลการตัดสินใจ เพื่อเป็นข้อมูลหรือสารสนเทศที่ช่วยตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว และมีคุณภาพ

#### **ประเภทของระบบสนับสนุนการตัดสินใจ**

ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ แบ่งออกได้ ดังนี้ (สุชาติ กิระนันท์, 2541, หน้า 68)

1. ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ต่อปัญหาที่มีโครงสร้าง
2. ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ต่อปัญหาที่ไม่มีโครงสร้าง
3. ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ต่อปัญหาทั้งโครงสร้าง

**องค์ประกอบของระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ได้แก่**

1. ข้อมูลหรือสารสนเทศ
2. โปรแกรมระบบสนับสนุนการตัดสินใจ
3. องค์การและการจัดการ
4. เทคโนโลยีและอุปกรณ์

**ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ [ Decision Support Systems (DSS) ]**

ระบบนี้ทำหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกในการจัดรูปแบบข้อมูล การนำข้อมูลมาใช้ และการรายงานข้อมูลเพื่อที่จะใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจของผู้บริหารระดับต่างๆ เช่น ระบบ DSS จะช่วยคุณบดี รองคุณบดี ผู้อำนวยการสำนัก สถาบัน สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ และรายงานผลได้ทันกับความต้องการ และมีความสามารถในการใช้งานได้ดีกว่าระบบประมวลผล รายการ และระบบรายงานการจัดการ เนื่องจากระบบ DSS สามารถปรับตัวแปรที่แตกต่างกัน แล้วทำการวิเคราะห์ใหม่ได้ ซึ่งไม่เหมือนกับ TPS และ MRS ที่ยังเป็นข้อมูลดิบจากเหตุการณ์ประจำวัน

### คุณลักษณะและความสามารถของระบบสนับสนุนการตัดสินใจ

คุณลักษณะและความสามารถของระบบสนับสนุนการตัดสินใจ มีดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 136)

1. สนับสนุนผู้ทำการตัดสินใจสำหรับสถานการณ์แบบกึ่งโครงสร้างและแบบไม่เป็นโครงสร้าง
2. สนับสนุนการทำงานต่อผู้บริหารหลายๆระดับ
3. สนับสนุนการทำงานเป็นกลุ่ม
4. สนับสนุนการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องต่อกัน และ/หรือ ตามลำดับกัน
5. สนับสนุนทุกขั้นตอนในขบวนการตัดสินใจ
6. สนับสนุนการตัดสินใจหลากหลายรูปแบบ
7. สามารถปรับปรุงได้ง่าย ผู้ใช้สามารถเพิ่ม ลบ รวม หรือเปลี่ยนแปลงค่าต่างๆ ได้ง่าย
8. ใช้งานได้ง่าย ได้แก่การใช้ภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจ มีรูปภาพประกอบ
9. ปรับปรุงประสิทธิภาพในการตัดสินใจทั้งในแง่ของความแม่นยำ ความตรงต่อเวลา และคุณภาพในการตัดสินใจ
10. ผู้ตัดสินใจสามารถควบคุมทุกขั้นตอนในการตัดสินใจแก้ปัญหาได้ (รู้ความเป็นไปในการดำเนินการ)
11. ผู้ใช้สามารถสร้างหรือแก้ไขระบบอย่างง่ายๆ ได้ด้วยตัวเอง
12. มีการใช้ตัวแบบช่วยในการวิเคราะห์สถานการณ์ในการตัดสินใจ
13. สามารถใช้ข้อมูลได้หลากหลาย เช่น หลากหลายแหล่งข้อมูล หลากหลายรูปแบบข้อมูล และหลากหลายชนิดข้อมูล

แนวคิดของ Rubenstien และ Haberstroh (1965) เป็นแนวคิดเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจว่า มี 5 ขั้นตอน ดังนี้ (วุฒิชัย จ้านงศ์, 2542, หน้า 75)

1. ผู้ตัดสินใจรับรู้ถึงโอกาส หรือปัญหาที่เกิดขึ้น

2. ผู้ตัดสินใจรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา และกำหนดทางเลือกที่เป็นไปได้ เพื่อการวิเคราะห์ทางเลือกในการตัดสินใจ

3. ผู้ตัดสินใจจะทำการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่คิดว่า เหมาะสมกับลักษณะของปัญหา และสถานการณ์ เพื่อนำไปปฏิบัติต่อไป

4. ผู้ตัดสินใจจะดำเนินการ เพื่อนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ

5. ภายหลังจากนำผลการตัดสินใจไปดำเนินงาน ต้องทำการติดตามผลของการปฏิบัติ เพื่อตรวจสอบว่าการดำเนินงานมีประสิทธิภาพเพียงใด และต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์อย่างไร

### หลักการการตัดสินใจ

เป็นวิธีการเชิงระบบและวิธีการเชิงวิเคราะห์ เพื่อใช้ศึกษาการตัดสินใจ ดังนี้ (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2547, หน้า 156-157)

วิธีการเชิงระบบ คือ มีปัจจัย (input) มีกระบวนการ (process) และ ผลลัพธ์ (output)

วิธีการเชิงวิเคราะห์ คือ การใช้เหตุผล (logic) พิจารณาตัวแปรทุกตัวที่ทำได้หรือข้อมูลที่มีอยู่พิจารณาทางเลือกที่เป็นไปได้โดยใช้เครื่องมือหรือเทคนิคเชิงปริมาณ

ระบบสนับสนุนการตัดสินใจจำแนกตามแนวคิดของ Holsapple และ Whinston (นันทา วิทวุฒิศักดิ์, 2542, หน้า 57)

1. ระบบสนับสนุนการตัดสินใจโดยอาศัยข้อความ (Text-Oriented DSS) เนื่องจากสารสนเทศมักจะถูกเก็บในรูปแบบของข้อความ

2. ระบบสนับสนุนการตัดสินใจที่อาศัยฐานข้อมูล (Database-Oriented DSS) ฐานข้อมูลที่ใช้สำหรับระบบสนับสนุนการตัดสินใจแบบนี้ ส่วนใหญ่มักเป็นฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์

3. ระบบสนับสนุนการตัดสินใจแบบกระดานคำนวณ (Spreadsheet-Oriented DSS) อาศัย Microsoft Excel มาช่วยในกระบวนการแก้ปัญหา และให้คำแนะนำ

4. ระบบสนับสนุนการตัดสินใจเพื่อการแก้ปัญหา (Solver-Oriented DSS) เป็นระบบที่สามารถแก้ปัญหาที่ซับซ้อนได้ โดยใช้แบบจำลองและภาษา ต่าง ๆ ในการพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจ

5. ระบบสนับสนุนโดยอาศัยกฎ (Rule-Oriented DSS) ใช้กฎที่เกิดจากการจำลองรูปแบบของกระบวนการคิดและให้เหตุผลของมนุษย์ผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ในการตัดสินใจ

6. ระบบสนับสนุนการตัดสินใจแบบผสม (Compound DSS) เป็นระบบที่นำระบบต่าง ๆ มาใช้งานร่วมกัน อาจประกอบด้วยระบบสนับสนุนการตัดสินใจที่กล่าวมาข้างต้นตั้งแต่ 2 ประเภทขึ้นไป

## แนวคิดเกี่ยวกับองค์การและการจัดการองค์การ

### ความหมายขององค์การและการจัดการองค์การ

จอห์น เอ็ม พิฟเฟอร์และแฟรงค์ พี เซอร์วูด (John M. Pfiffner and Frank P. Sherwood) อ้างถึงใน อำนวย แสงสว่าง, 2540, หน้า 84) กล่าวว่า องค์การ คือวิธีการที่บุคคลจำนวนมากมาร่วมมือร่วมใจกันทำงาน โดยจัดวางระบบการทำงานแบบมีความปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ร่วมกัน

ธงชัย สันติวงษ์ (2535, หน้า 54) ให้ความหมายว่า การจัดการองค์การ หมายถึง ความพยายามของผู้บริหารที่จะให้มีหนทางสำหรับการปฏิบัติงาน ให้สำเร็จตามแผนงานที่วางไว้

พงศ์สันต์ ศรีสมทรัพย์ (2543, หน้า 7) กล่าวว่า องค์การ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการบริหาร อันได้แก่ ทรัพยากรที่เป็นมนุษย์ เงิน วัสดุ สิ่งของ และเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจเอาไว้

ศิริอร ชันธหัตถ์ (2541, หน้า 79) กล่าวว่า การจัดการองค์การ หมายถึง การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างส่วนงานต่าง ๆ และบุคคลในองค์การ โดยกำหนดภารกิจ อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบให้ชัดเจน เพื่อให้การประกอบการตามภารกิจขององค์การบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

สมคิด บางโม (2540, หน้า 58) ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการองค์การ หมายถึง การจัดแบ่งองค์การออกเป็นหน่วยงานต่าง ๆ ให้ครอบคลุมภารกิจและหน้าที่ขององค์การ พร้อมกำหนดอำนาจ หน้าที่ ความรับผิดชอบ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์การย่อยไว้ด้วย ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริหารให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ

อุทัย หิริญโต (2526 , อ้างถึงใน ศิริอร ชันธหัตถ์, 2541, หน้า 79) กล่าวว่า การจัดการองค์การ หมายถึง การจัดระเบียบเกี่ยวกับตัวคน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และองค์ประกอบต่างๆขององค์การ โดยจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ ดำเนินไปตามวิถีทางปฏิบัติเพื่อไปสู่เป้าหมาย ทั้งโดยกำหนดอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบไว้

อำนาจ แสงสว่าง (2540, หน้า 84) กล่าวว่า องค์การ คือ สถาบันหนึ่งทางสังคมที่มีการกำหนดโครงสร้าง และระบบการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

สรุปได้ว่า องค์การเป็นศูนย์รวมกิจกรรมที่ประกอบกันขึ้นเป็นหน่วย ถ้าเป็นงานสาธารณะ เรียกว่า องค์การบริหารส่วนราชการ ถ้าเป็นหน่วยงานเอกชน เรียกว่า องค์การบริหารธุรกิจ การกำหนดโครงสร้างขององค์กรอย่างเป็นทางการ โดยการจัดแบ่งออกเป็นหน่วยงานย่อย ๆ ต่าง ๆ เป็นขบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์กร โดยพิจารณาว่า การที่จะทำให้ได้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้นั้น ต้องมีงานอะไรบ้าง และงานแต่ละอย่าง จะสามารถจัดแบ่งกลุ่มงานได้อย่างไร มีใครบ้างเป็นผู้รับผิดชอบในแต่ละส่วนงานนั้น และมีการรายงานบังคับบัญชาตามลำดับชั้นอย่างไร ใครเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ โดยกำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานไว้ให้ชัดเจน ทั้งนี้ เพื่อให้เอื้อต่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

#### **บทบาทของการจัดการ (Managerial roles)**

เมื่อกล่าวถึงหน้าที่ ที่เกี่ยวกับการจัดการในองค์กร มักมุ่งไปที่หน้าที่ต่างๆในขบวนการจัดการ 4 ประการ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การโน้มน้าว และการควบคุมซึ่งผู้บริหารแต่ละคนให้ความสำคัญ และเวลาในการทำหน้าที่การจัดการเหล่านี้แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังขึ้นกับลักษณะการดำเนินงานขององค์กรที่แตกต่างกันด้วย เช่น มีลักษณะการดำเนินงานเป็นองค์กรที่แสวงหากำไร หรือองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ระดับของผู้บริหารที่ต่างกัน และขนาดขององค์กรที่ต่างกัน ตัวอย่างเช่น ผู้บริหารที่อยู่ในระดับบริหารที่แตกต่างกันจะให้เวลาในการทำกิจกรรมของ หน้าที่ที่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมของผู้บริหารในองค์กรแล้ว Mintzberg เห็นว่า บทบาทของการจัดการสามารถจัดแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม หรือที่เรียกว่า บทบาทด้านการจัดการของ Mintzberg (Mintzberg's managerial roles) ได้แก่ บทบาทด้านระหว่างบุคคล (interpersonal roles) บทบาทด้านข้อมูล (informational roles) และบทบาทด้านการตัดสินใจ (decisional roles) โดยแต่ละกลุ่มของบทบาทมีบทบาทย่อย ดังต่อไปนี้ (สิริอร ชันธหัตถ์, 2541, หน้า 93 - 94)

1. บทบาทระหว่างบุคคล (interpersonal roles) เป็นบทบาทด้านการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ประกอบด้วยบทบาทย่อย ได้แก่

1.1 บทบาทตามตำแหน่ง (figurehead) ทำหน้าที่ประจำวันต่างๆตามระเบียบที่เกี่ยวกับกฎหมาย หรือตามที่สังคมกำหนด เช่น การต้อนรับแขกขององค์กร ลงนามในเอกสารตามกฎหมาย เป็นต้น

1.2 บทบาทผู้นำ (leader) ต้องรับผิดชอบสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นการทำงานของพนักงาน รับผิดชอบในการจัดหาคน ฝึกอบรม และงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ



1.3 บทบาทการสร้างสัมพันธ์ภาพ (relation) โดยสร้างเครือข่ายภายในและภายนอก เพื่อการกระจายข้อมูลให้ทั่วถึง

2. บทบาทด้านข้อมูล (informational roles) เป็นบทบาทด้านการกระจายและส่งผ่านข้อมูล ประกอบด้วยบทบาทย่อย ดังนี้

2.1 เป็นผู้ติดตามประเมินผล (monitor) เป็นการติดตามเลือกรับข้อมูล ซึ่งมักจะเป็นเหตุการณ์ปัจจุบัน เพื่อเข้าใจความเคลื่อนไหวขององค์กรและสิ่งแวดล้อม เป็นเสมือนศูนย์กลางของระบบ

2.2 เป็นผู้กระจายข้อมูล (disseminator) รับบทบาทส่งผ่านข้อมูลไปยังพนักงานในองค์กร บางข้อมูลเป็นข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริง บางข้อมูลเกี่ยวกับการแปลผล และรวบรวมความแตกต่างกันที่เกิดขึ้นในองค์กร

2.3 เป็นโฆษก (spokes person) ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ส่งต่อข้อมูลไปยังหน่วยงานภายนอก เกี่ยวกับแผนงาน นโยบาย กิจกรรม และผลงานขององค์กร เช่น เป็นผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม

3. บทบาทด้านการตัดสินใจ (decisional roles) ทำหน้าที่ตัดสินใจในการดำเนินงานขององค์กร ประกอบด้วยบทบาทย่อย ดังนี้

3.1 เป็นผู้ประกอบการ (entrepreneur) หาโอกาสและริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ เช่น การปรับปรุงโครงการ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นให้คำแนะนำเกี่ยวกับการออกแบบโครงการ โดยการจัดให้มีการทบทวน และกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาโปรแกรมใหม่ๆ

3.2 เป็นผู้จัดการความสงบเรียบร้อย (disturbance handler) รับผิดชอบแก้ไขการดำเนินงานเมื่อองค์กรเผชิญกับความไม่สงบเรียบร้อย โดยการทบทวน และกำหนดกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับความไม่สงบและวิกฤตการณ์ในองค์กร

3.3 เป็นผู้จัดสรรทรัพยากร (resource allocator) เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ในองค์กร เช่น ทำการตัดสินใจและอนุมัติในประเด็นที่สำคัญต่าง ๆ ขององค์กร โดยจัดลำดับ และกระจายอำนาจ ดูแลกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องงบประมาณ และจัดการเกี่ยวกับการทำงานของพนักงาน

3.4 เป็นผู้ต่อรอง (negotiator) รับผิดชอบในการเป็นตัวแทนต่อรองในเรื่องสำคัญขององค์กร เช่น มีส่วนร่วมในการทำสัญญากับสหภาพแรงงานขององค์กร หรือการต่อรองกับผู้จัดหา (suppliers)

**ความสำคัญของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ**

ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ มีความสำคัญ ดังนี้ (พงศ์สัณห์ ศรีสมทรัพย์, 2543, หน้า

34)

1. เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน
2. เพิ่มผลผลิตของงานหรือผลิตภัณฑ์
3. สร้างความพึงพอใจของลูกค้า
4. ช่วยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่
5. สร้างความได้เปรียบคู่แข่งทางการค้า
6. เพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ

ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ ประกอบด้วย

1. องค์การและการจัดการ
2. ระบบ สารสนเทศเพื่อการจัดการ
3. ข้อมูลระบบสารสนเทศ
4. เทคโนโลยีและอุปกรณ์

**ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management Information Systems – MIS)**

ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ หมายถึง ระบบที่รวบรวมสารสนเทศ ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การดำเนินงานขององค์กรให้กับผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหารเพื่อสนับสนุนภารกิจที่รับผิดชอบ โดยใช้ เทคโนโลยีและอุปกรณ์สมัยใหม่เพื่อสร้างสารสนเทศที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้ เพื่อให้การดำเนินงาน ขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งปัจจุบันขอบเขตการทำงานของระบบสารสนเทศขยายตัว จากการรวบรวมข้อมูลที่มาจากภายในองค์กร ไปสู่การเชื่อมโยงกับแหล่งข้อมูลจากสิ่งแวดล้อม ภายนอก ทั้งจากภายในท้องถิ่น ประเทศ และระหว่างประเทศ กล่าวคือ ระบบสารสนเทศจะ เกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์การ การจัดการและเทคโนโลยี ทำให้การประมวลผลการดำเนินการด้าน ธุรกิจทำได้รวดเร็วขึ้น และลดค่าใช้จ่ายในการควบคุมงานลงได้ แต่จะเห็นได้ชัดว่าข้อมูลที่เก็บได้ จากการประมวลผลรายการ สามารถช่วยให้ผู้บริหารนำมาใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินงานได้ดี ขึ้น จุดประสงค์หลักของระบบสารสนเทศ เพื่อการจัดการอยู่ที่การดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านการตลาด การผลิต การเงิน และส่วนงานอื่น ๆ โดยใช้และจัดเก็บข้อมูลลงในฐานข้อมูล (ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ, 2548, หน้า 96)

**การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในสาขาอุตสาหกรรมและการผลิต**

โรงงานอุตสาหกรรมหลายแห่งนำระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management Information System-MIS) เข้ามาช่วยจัดการงานด้านการผลิต การสั่งซื้อ การพัสดุ การเงิน บุคลากร และงานด้านอื่น ๆ ในโรงงานอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมการพิมพ์ อุตสาหกรรมประเภณีใช้

ระบบการพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Publishing) ในการจัดเตรียมต้นฉบับ วิดีโอเท็กซ์ วัสดุย่อส่วน และเทเลเท็กซ์ได้ รวมทั้งการพิมพ์ภาพโดยใช้เทอร์มินัลนำเสนอภาพ (Visual Display Terminal) ส่วนอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ มีการใช้คอมพิวเตอร์ออกแบบรถยนต์ ปฏิบัติการผลิต เช่น การพ่นสี การเชื่อมอุปกรณ์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน การขับเคลื่อน การบริการ และการขาย รวมทั้ง ออกแบบระบบคอมพิวเตอร์ให้สามารถปฏิบัติงานในโรงงานได้ในรูปแบบหุ่นยนต์

### ความรู้ขององค์กร

ความรู้ขององค์กร มีหลักการที่สำคัญ ดังนี้ (ลัดดา โกรติ, 2534, หน้า 24)

1. องค์กรจัดการความรู้ขององค์กรอย่างไร เพื่อให้บรรลุผลโดยการเก็บรวบรวมและถ่ายทอดความรู้ของพนักงาน การถ่ายทอดความรู้ที่มีประโยชน์จากลูกค้า ผู้ส่งมอบ และคู่ค้า การแสวงหา (identification) และการถ่ายทอดวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (best practices) ระหว่างกัน
  2. องค์กรทำอะไร เพื่อให้มั่นใจได้ว่าข้อมูลสารสนเทศ และความรู้ขององค์กรมีคุณสมบัติ โดยจะต้องอาศัย ความถูกต้อง ทันกาล เชื่อถือได้ ปลอดภัย แม่นยำ และเป็นความลับ
- e-learning ขององค์กรนั้น มีมากมายหลายเรื่อง เรื่องที่สำคัญ และต้องอยู่ในระบบ คือ
1. ข้อกำหนดระเบียบปฏิบัติเมื่อพนักงานเข้าทำงาน
  2. ความรู้เกี่ยวกับบริษัท และองค์กร
  3. ความรู้เกี่ยวกับสินค้าต่าง ๆ ที่เรามีโดยละเอียดในทุกแง่มุมรวมเนื้อหาเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาด เพื่อให้คนของเราได้อย่างจริงจังและเชื่อมั่นในสินค้า
  4. ความรู้เรื่องการขาย การตลาดของฝ่ายขาย
  5. ความรู้เรื่องสินค้าของโรงงาน และขบวนการผลิต
  6. ความรู้เรื่องเครื่องจักร คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ
  7. ระบบความปลอดภัยของบริษัทและการปฏิบัติในช่วงภาวะฉุกเฉิน
  8. ระบบ e-commerce ของบริษัท
  9. การให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าเป็น online 24 ชั่วโมง
  10. การให้ลูกค้า Load Manual ของสินค้าเพื่อใช้ประกอบความเข้าใจ และมีMulti - Media support

### แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด

ความหมายของการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, หน้า 108) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ และสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม เพื่อให้กิจการอยู่รอด หรือเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ถูกใช้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายพอใจและมีความสุขได้

วารุณี ตันตวิงศ์วานิช และคณะ (2546, หน้า10) ให้ความหมาย การตลาด หมายถึง การจัดการตลาด เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน และการสร้างความสัมพันธ์ โดยมีจุดมุ่งหมายในการสร้างคุณค่า และสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า จากนิยามดังกล่าวการตลาด จึงเป็นกระบวนการที่ซึ่งบุคคลและกลุ่มต่าง ๆ ได้รับการตอบสนองในความจำเป็นและความต้องการอันเกิดจากการสร้างสรรค์ และการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์

ธงชัย สันตวิงษ์ (2535, หน้า 85) กล่าวว่า การตลาด หมายถึง กิจกรรมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการวางกลยุทธ์ และการจัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อที่จะให้มีการผ่านสินค้าและบริการของบริษัทไปยังผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะดำเนินการตัดสินใจซื้อสินค้า และบริการดังกล่าว และความสำเร็จของการตลาดอยู่ที่ความสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคจากการได้ใช้สินค้าดังกล่าวนั้นด้วย

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546, หน้า 26) กล่าวว่า การตลาด หมายถึง การทำกิจกรรมกับตลาด เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบำบัดความต้องการ และตอบสนองต่อความจำเป็นของมนุษย์ทำให้เกิดความพึงพอใจ และให้ความหมายของกลยุทธ์ทางการตลาดว่า เป็นวิธีการขั้นพื้นฐานซึ่งหน่วยธุรกิจใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ประกอบด้วย การตัดสินใจในตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด และระดับค่าใช้จ่ายทางการตลาด

คอตเลอร์ (Kotler, 2003, p. 116) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด เป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาด หมายถึง การสนองความต้องการเป็นตัวแปรที่สามารถควบคุม และสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, หน้า 64) กล่าวว่า การตลาด หมายถึง บุคคล หรือองค์การที่มีความต้องการที่จะได้รับการตอบสนอง มีเงินที่จะซื้อ หรือจ่าย และมีความเต็มใจที่จะซื้อ ตลาดอาจจะเป็นบุคคล หรือกลุ่ม หรือองค์การ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในการแลกเปลี่ยนที่มีศักยภาพ

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association อ้างถึงในวารุณี ตันตวิงศ์วานิช และคณะ, 2543 , หน้า 11) ได้ให้คำจำกัดความว่า การตลาด คือ กระบวนการของการวางแผน การเสนอแนวความคิดการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัด

จำหน่ายของความคิด สินค้า และบริการ เพื่อเพิ่มการแลกเปลี่ยนและจะนำมาซึ่งความพอใจ และบรรลุลักษณะประสงคขององคการ

สแตนตัน เอทเซล และวอล์กเกอร์ (Stanton Etzel and Walker, 2000, p. 262) กล่าวว่า การตลาด หมายถึง ลูกค้ำที่มีศักยภาพทั้งหมด ที่มีความจำเป็นหรือมีความต้องการผลิตภัณฑ์ ซึ่งเต็มใจ และสามารถที่จะแลกเปลี่ยนเพื่อสนองความจำเป็นหรือต้องการตามความพอใจของตน

สูดาวง เรื่องรุจิระ (2543, หน้า 14) กล่าวว่า การตลาด คือ กิจกรรมต่างๆที่ปฏิบัติเป็นกระบวนการ เพื่อที่จะบริหารแนวความคิด การกำหนดราคา การส่งเสริมสนับสนุนและกระจายความคิด สินค้า บริการ องค์กร เหตุการณ์ ด้วยการแลกเปลี่ยนที่จะสร้างความพอใจแต่ละบุคคล และบรรลุลักษณะประสงคของกิจการ และกล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง องค์กรประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการ สามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

สรุปได้ว่า การตลาด คือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่ปฏิบัติเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนในการจัดจำหน่ายสินค้า การบริการ และแนวความคิดจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการให้ได้รับความพอใจ และการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดนั้น เป็นส่วนสำคัญในการตลาดมาก เพราะการที่จะเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับตลาดเป้าหมายได้ถูกต้องนั้น จะต้องสร้างสรรค์ส่วนประสมทางการตลาดขึ้นมาในอัตราส่วนที่พอเหมาะกัน การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด(Marketing Mix) หรือ 4P's นั้น คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

**ส่วนประสมทางการตลาด** (Marketing mix หรือ 4Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเรื่องต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 116 - 119)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
4. การจัดจำหน่าย (Place)

**1. ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย จะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ ต้องมีอรรถประโยชน์ (utility) มีมูลค่า (value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (product differentiation) และ หรือ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (competitive differentiation)

1.2 พิจารณาองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (product component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (product positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น (new and improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (product mix) การผลิตสินค้าหลายชนิดให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน โดยแยกออกตามสายผลิตภัณฑ์ แต่มีความสอดคล้องกัน และสายผลิตภัณฑ์เป็นการจัดช่องทางการจำหน่าย ราคา และขายให้กับลูกค้ากลุ่มเดียวกัน

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือ P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมา ถัดจาก product ราคาคือต้นทุน(cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า (value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้ามูลค่าสูงกว่าราคา เขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคา ต้องคำนึงถึง

2.1 การยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน และกลยุทธ์ด้านราคา

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมในการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (personal selling) และการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ (non personal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือจากเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

3.1 การโฆษณา (advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ ต้องมีการจ่ายเงิน โดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ

3.1.1 กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานโฆษณา (creative strategy)

3.1.2 กลยุทธ์สื่อ (media strategy)

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจโดยใช้นุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ

3.2.1 กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงาน (personal selling strategy)

3.2.2 การจัดการหน่วยงานขาย (sell management)

3.3 การส่งเสริมการขาย (sales promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขาย โดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น ช่องทางการส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ

3.3.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (consumer promotion)

3.3.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (trade promotion)

3.3.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (sales force promotion)

3.4 การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ (publicity and public relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

3.5 การตลาดทางตรง (direct marketing หรือ direct response marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนอง (response) โดยตรง หรือ หมายถึงวิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที เครื่องมือนี้ประกอบด้วย

3.5.1 การขายทางโทรศัพท์

3.5.2 การขายโดยใช้จดหมายตรง

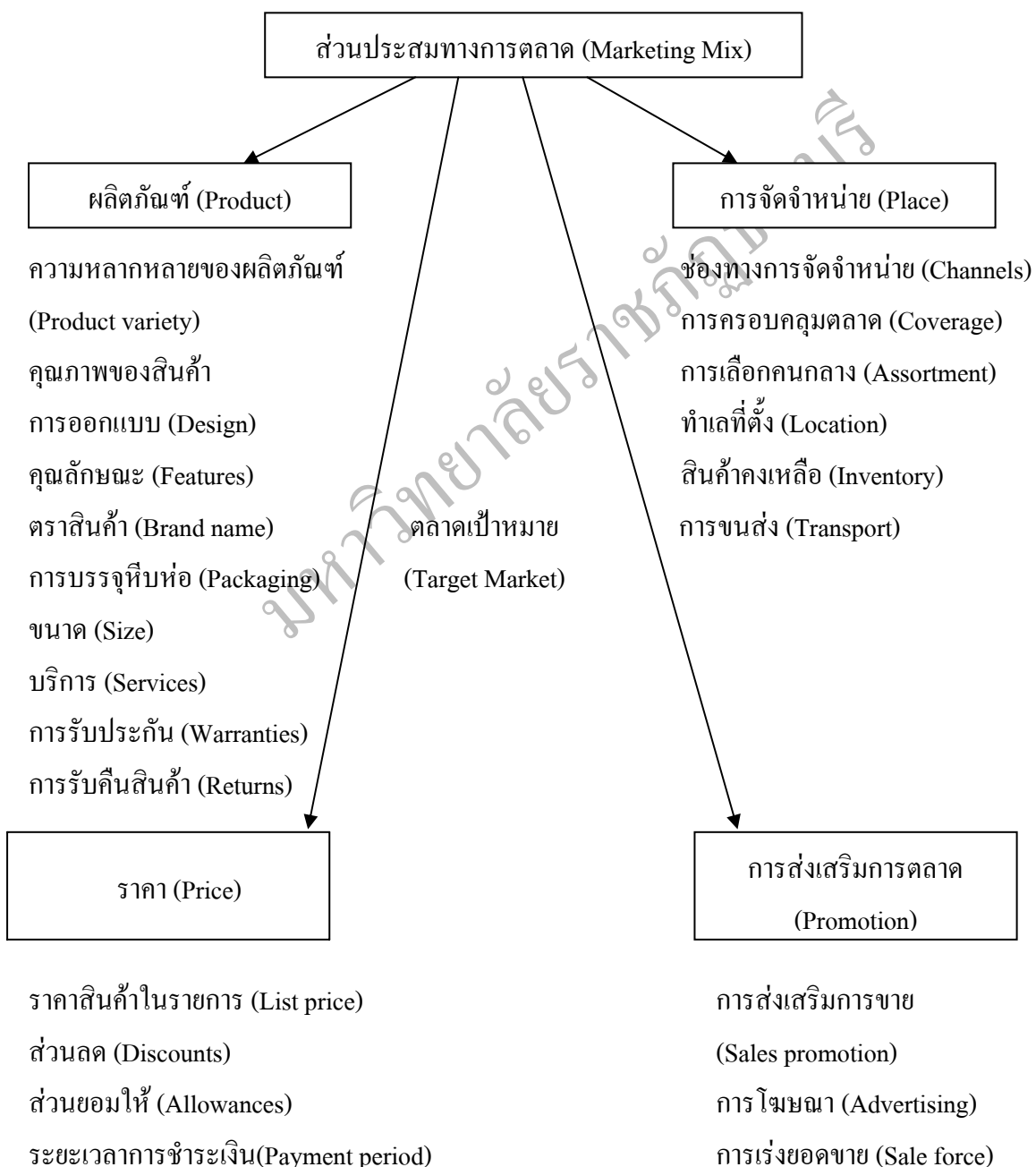
3.5.3 การขายโดยใช้แคตตาล็อก

3.5.4 การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์

4.การจัดจำหน่าย(Place หรือ distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบัน และกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึง ประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.2 การกระจายตัวสินค้า (physical distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้า จะประกอบด้วยงานที่สำคัญ คือ การขนส่ง (transportation) การเก็บรักษาสินค้า (storage) และการคลังสินค้า และการบริหารสินค้าคงเหลือ (inventory management)





ระยะเวลาการให้สินเชื่อ (Credit terms)

การประชาสัมพันธ์

(Public relations)

การตลาดทางตรง

(Direct marketing)

ภาพที่ 2.1 ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's ที่ใช้กับตลาดเป้าหมาย

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541, หน้า 126

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐาปนิก ชุขันธิน (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานบริษัท ABC มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ประสิทธิภาพต่อบริการของแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในบริษัทในแต่ละบริการหรือระบบ ซึ่งประกอบด้วย บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ บริการจัดการไฟล์บนเครือข่าย โปรแกรมจัดการเอกสารได้แก่ Microsoft Office และบริการอินเทอร์เน็ต เพื่อศึกษาถึงการให้ความสำคัญต่อบริการเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในบริษัทในแต่ละบริการหรือระบบ เพื่อศึกษาถึงการให้ความสำคัญต่อการใช้บริการของแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในบริษัทในแต่ละบริการหรือระบบ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการทางเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทในแต่ละบริการหรือระบบ การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนาในรูปของสถิติ นำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ คำร้อยละ โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถาม และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิในการวิเคราะห์เชิงสถิติ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 102 คน ใช้วิธีการ รับการตอบแบบสอบถามจากพนักงานทั้งหมดในบริษัท

ผลการศึกษา พบว่า ด้านการรับรู้ประสิทธิภาพต่อบริการของแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในบริษัทในแต่ละบริการหรือระบบ ซึ่งประกอบด้วย บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ บริการจัดการไฟล์บนเครือข่าย โปรแกรมจัดการเอกสาร ได้แก่ Microsoft Office และบริการอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมาก ด้านการให้ความสำคัญต่อบริการเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในบริษัทในแต่ละบริการหรือระบบ พบว่า ผู้บริโภคหรือพนักงานให้ความสำคัญกับทุก ๆ ระบบการให้บริการในระดับมากที่สุด ด้านการให้ความสำคัญต่อการใช้บริการของแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในบริษัท ในแต่ละบริการหรือระบบอยู่ในระดับปานกลาง และด้านความพึงพอใจในการใช้บริการทางเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทในแต่ละบริการหรือระบบอยู่ในระดับมาก

อุไรวรรณ อภิรักษ์จรเดช (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ของพนักงานบริษัท เอ็มเฟท เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารของพนักงานบริษัท เอ็มเฟท เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด โดยกำหนดความรู้ความสามารถในด้านคอมพิวเตอร์และโปรแกรม ด้านเครื่องโทรสาร ด้านโทรศัพท์ และโทรศัพท์มือถือ โดยได้ทำการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของประชากรข้อมูลด้านการทำงานและพฤติกรรมการใช้งาน เพื่อให้ระบุถึงระดับความรู้ความสามารถของบุคลากรที่องค์กรจะนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการเปิดอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรให้สามารถใช้เครื่องมือทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรสูงสุด ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท เอ็มเฟท เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด จำนวน 40 คน ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลทางด้านทฤษฎี จากหนังสือและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มาใช้ในการอธิบายระดับความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในงานของกลุ่มประชากร

ผลการศึกษาพบว่า ประชากรที่มีความรู้ และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับมาก เป็นผู้หญิงกลุ่มพนักงานอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความรู้ความสามารถในระดับน้อยมาก พนักงานที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและมีรายได้ระหว่าง 35,000-40,000 บาท จะมีความรู้ความสามารถมากที่สุด ประชากรที่อยู่ในแผนกการตลาด มีระดับความรู้ความสามารถมากที่สุด ในขณะที่แผนกอื่นมีความรู้อยู่ในระดับปานกลางประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 8 ปี จะมีความรู้ความสามารถในระดับมาก ความถี่ในการใช้งานทุกวันจะทำให้มีความรู้ความสามารถในระดับมาก และความรู้ความสามารถด้านโทรสารของพนักงานในองค์กรจะน้อยที่สุด

พิทักษ์ วัตทอง (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับสหกรณ์ออมทรัพย์การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1) กำหนดลักษณะและขอบเขตการใช้งานระบบสารสนเทศของสหกรณ์ออมทรัพย์ (2) ประมาณค่าใช้จ่ายการลงทุนและการดำเนินงานของการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในสหกรณ์ออมทรัพย์ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษามี 2 ประเภทคือ ข้อมูลปฐมภูมิ ที่เก็บจากการสัมภาษณ์ และการศึกษาคูงาน เจ้าหน้าที่สหกรณ์ออมทรัพย์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการ เกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การสัมภาษณ์บริษัทเอกชนที่ขายระบบการบริหารงานสหกรณ์ การสัมภาษณ์สถาปนิกเทคโนโลยีสารสนเทศ และข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งได้ค้นคว้าจากเอกสารนำเสนอ โครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของสหกรณ์ออม

ทรัพย์สินจากเอกสาร การคัดเลือกและการจัดซื้อสำหรับสหกรณ์ การวิเคราะห์เป็นการอธิบาย และการพรรณนา

การนำระบบสารสนเทศเข้าใช้ในสหกรณ์นั้นได้ พบว่า สิ่งที่สหกรณ์ออมทรัพย์กำลังประสบปัญหาอยู่ในปัจจุบัน สรุปได้ดังนี้ นำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้กับระบบงานสหกรณ์ไม่ครบถ้วน ระบบคอมพิวเตอร์ยังไม่มี การเชื่อมโยงกันระหว่างระบบงานต่าง ๆ Hardware และ Software ที่นำมาใช้ไม่เหมาะสมกับสหกรณ์ และปริมาณงานบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้บริหารสหกรณ์ส่วนใหญ่ไม่ค่อยเห็นความสำคัญของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศได้พิจารณาถึงประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ ประหยัดงบประมาณ และมีความคุ้มค่าในการลงทุน บริหารได้ง่ายและสะดวกในการบำรุงรักษา เพิ่มหรือก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต้องมีความถูกต้อง แม่นยำอยู่เสมอ มีความยืดหยุ่นที่จะขยายขีดความสามารถ และประสิทธิภาพในลำดับต่อไป มีความทันสมัย และสอดคล้องต่อธุรกิจ ในปัจจุบัน และอนาคต

การศึกษาได้วิเคราะห์แบ่งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศไว้เป็น 3 ระดับ คือ ระดับพื้นฐาน ระดับกลาง ระดับสูง และระดับก้าวหน้า โดยทำการศึกษาด้านอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ โปรแกรมภาษา หรือ ซอฟต์แวร์ ระบบเครือข่าย เน็ตเวิร์ค โปรแกรมบริหารงานสหกรณ์ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และบุคลากรที่จำเป็น ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทั้ง 3 ระดับ มีค่าใช้จ่ายลงทุนประมาณ 2-2.5 ล้านบาท

การเลือกใช้ระดับของเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่ขึ้นอยู่กับขนาดหรือปริมาณธุรกรรมของสหกรณ์ การจะเลือกใช้ที่ระดับไหนก็ได้ขึ้นอยู่กับ การพิจารณาของคณะกรรมการดำเนินการ แต่ถ้าไม่มีความรู้หรือประสบการณ์ที่เพียงพอ ควรจะเริ่มจากระดับพื้นฐานก่อน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สิ่งที่เหมาะสมกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ถ้าเทคโนโลยีสารสนเทศเปลี่ยนแปลงไป ลักษณะที่ระบุไว้ อาจเปลี่ยนแปลงได้ ลักษณะระบบเทคโนโลยีสารสนเทศควรเป็นอย่างไรที่ระบุ และควรใช้อย่างที่ระบุ แต่ในการนำมาใช้งานจริง อาจแตกต่างไปจากนี้ แล้วแต่การพิจารณาเลือกใช้

นพมาศ เพชรเวโรจน์ (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของพนักงานบริษัท เซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการองค์ความรู้ภายในองค์กร การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของพนักงานบริษัทเซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการองค์ความรู้ภายในองค์กร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน และลักษณะการว่าจ้าง และจำแนกระดับความพึงพอใจต่อการ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการองค์ความรู้ โดยแบ่งตามเทคโนโลยีสารสนเทศที่บริษัทเซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด นำมาใช้ได้แก่ E-Mail Website

E-Learning Web Board และ File Sharing เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานประจำและพนักงานรับเหมาที่มีระยะเวลาการจ้างแน่นอน (Contractor) ที่ทำงานอยู่ในบริษัทเซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด สำนักงานใหญ่ ในกรุงเทพมหานคร เป็นจำนวน 165 คน และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test (One Way ANOVA) และวิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีผลต่าง LSD โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-30 ปีโดยส่วนใหญ่ศึกษาในระดับปริญญาตรี และเป็นพนักงานประจำมีอายุงานระหว่าง 3-5ปี พนักงานส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการองค์ความรู้ภายในองค์กร โดยรวมในระดับมากความแตกต่างทางด้านเพศและอายุมีผลต่อระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการจัดการองค์ความรู้ภายในองค์กรที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะคือปรับปรุงด้านปริมาณข้อมูลของ E-Mail โดยการกำหนดขอบเขตของเนื้อหา พิจารณาร่วมกับความรวดเร็วที่ต้องการให้พนักงานได้รับความรู้สำหรับ Website ควรเพิ่มการจัดการความรู้ให้ทันสมัย โดยจัดให้มีการกลั่นกรองข้อมูลบน Website อย่างสม่ำเสมอ และให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเพิ่มเติมและยกเลิกความรู้บน E-Learning และควรพัฒนาการใช้ Web Board ทุกด้าน โดยเริ่มรณรงค์ให้พนักงานใช้ Web Board เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้

วิษณุธรรม บำรุงชีพ (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้ระบบเครือข่ายสารสนเทศภายในฯ ของข้าราชการกรมอู่เรือทหารอากาศ การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้ระบบเครือข่ายสารสนเทศภายในของข้าราชการ กรมอู่เรือทหารอากาศ และเพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยสิ่งแวดล้อมของข้าราชการกรมอู่เรือทหารอากาศ ต่อพฤติกรรมการใช้ระบบเครือข่ายสารสนเทศภายในของข้าราชการ กรมอู่เรือทหารอากาศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ข้าราชการกรมอู่เรือทหารอากาศจำนวน 160 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้ระบบเครือข่ายสารสนเทศภายในฯ ของข้าราชการฯ ที่มีอายุ 36-40 ปี จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีและระดับชั้นยศ น.ต.-น.อ.สูงกว่าข้าราชการฯ ที่มีช่วงอายุ ระดับการศึกษา และระดับชั้นยศอื่น ๆ โดยพฤติกรรมการใช้ระบบเครือข่ายสารสนเทศภายในฯของข้าราชการ โดยรวมปฏิบัติเป็นส่วนน้อย พบว่า ข้าราชการฯ มีพฤติกรรมการใช้ระบบเครือข่ายสารสนเทศภายในฯ เกี่ยวกับข่าวประกาศมากที่สุด และมีพฤติกรรมการใช้ระบบเครือข่าย

สารสนเทศภายในๆเกี่ยวกับการรายงานข้อมูลความก้าวหน้า การจัดซื้อ/จ้างน้อยที่สุดผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นยศ และประสบการณ์การใช้ระบบๆ ที่แตกต่างกัน มีผลทำให้พฤติกรรมการใช้ระบบเครือข่ายสารสนเทศภายในๆ แตกต่างกันไปถึงปัจจัยสิ่งแวดล้อมได้แก่ความทั่วถึงของอุปกรณ์ๆ และการมีส่วนร่วมในการออกแบบระบบๆ ที่แตกต่างกัน มีผลทำให้พฤติกรรมการใช้ระบบเครือข่ายสารสนเทศภายในๆ แตกต่างกันในขณะที่หน่วยงานและการเรียนรู้แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ระบบเครือข่ายสารสนเทศภายในๆ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี