บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

บัญชีในยุคเริ่มแรกนั้นมีจุดประสงค์เพื่อการบันทึกรายการค้าและจัดทำงบการเงินเพื่อนำเสนอแก่บุคคลภายนอก และเพื่อความน่าเชื่อถือของงบการเงินนั้น จึงมีการนำข้อมูลมาใช้เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร ต่อมาจึงนำข้อมูลทางบัญชีและการบริหารต้นทุนมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ยิ่งไปกว่านั้นในยุคข้อมูลข่าวสาร ธุรกิจต่างพยายามสร้างจุดแข็งเพื่อให้สามารถชนะคู่แข่งได้ โดยมีการวางแผนกลยุทธ์ และใช้เทคนิคการบริหารด้านต่างๆ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่นำสมัยเพื่อให้ก้าวหน้ากว่าคู่แข่งทางธุรกิจประเภทเดียวกัน ทำให้การแข่งขันมีความรุนแรงเพิ่มขึ้นทั้งในระดับประเทศและระดับสากล การเพิ่มขึ้นของการใช้ข่าวสารทางเทคโนโลยี การขยายฐานข้อมูลทางธุรกิจเหล่านี้จึงเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจในเชิงบริหาร การประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้นจึงต้องอาศัยข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ดังนั้นข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีจึงต้องมีความรวดเร็วและทันต่อเวลา และสามารถจัดทำได้หลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้

นับแต่ปีพ.ศ. 2544 ธุรกิจเข้าสู่ช่วงฟื้นตัวหลังจากเกิดภาวะเศรษฐกิจแบบฟองสบู่ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากมายกับธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ทั้งจำนวนสินค้าที่เพิ่มขึ้น กลยุทธ์การตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพการแข่งขัน และมีช่องทางรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ประกอบกับในช่วงพ.ศ. 2543 - พ.ศ. 2546 นั้นปริมาณเงินออมมีจำนวนค่อนข้างสูงทำให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำเป็นอย่างมาก รัฐบาลจึงมีนโยบายสนับสนุนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นการสร้างงานให้กับบริษัทก่อสร้าง และฟื้นฟูธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ตกต่ำในช่วงก่อนหน้า ดังนั้นรัฐบาลจึงมีมาตรการให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีที่เกี่ยวกับการกระตุ้นเรื่อง การหาที่อยู่อาศัยกับประชาชน และธนาคารยังได้มีการปล่อยสินเชื่อเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกหลายประการดังที่กล่าว ทั้งการส่งเสริมจากรัฐบาล และการส่งเสริมด้านอัตราดอกเบี้ยจากสถาบันการเงิน ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ว่าธุรกิจการค้าวัสดุก่อสร้างจะได้รับผลกระทบโดยตรงจากการขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จากปัจจัยภายนอกเหล่านี้ธุรกิจวัสดุก่อสร้างจึงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามการขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างนั้นค่อนข้างคงทนและมีอายุการใช้งานนาน การเพิ่มลูกค้าค่อนข้างยาก วิวัฒนาการของสินค้ายังได้มีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง อาทิ คอนกรีตผสมเสร็จ ไม้เทียม ซึ่งมีปริมาณขายที่เพิ่มมากขึ้น 25% จากปี พ.ศ. 2546 – พ.ศ. 2547 ตามความต้องการที่สูงขึ้นเนื่องจากปริมาณการขยายตัวของสภาวะเศรษฐกิจ และผู้บริโภคมีแนวโน้มใช้งานมากขึ้น เพราะง่ายต่อการใช้งาน และสะดวกกว่า การให้บริการหลังการขายนั้นก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าจากธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ยิ่งไปกว่านั้นธุรกิจวัสดุก่อสร้างยังได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะอีกด้วย ด้านราคาสินค้าวัสดุก่อสร้างสามารถเปรียบเทียบราคากันได้อย่างชัดเจนและไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ นอกจากว่าจะเป็นผู้ผลิตสินค้าชนิดนั้น ส่วนด้านช่องทางในการจัดจำหน่ายนั้น ผู้ค้ารายใหญ่ได้เริ่มเข้ามาทำการจำหน่ายให้กับผู้ค้ารายย่อยเพื่อเพิ่มความสะดวก โดยการปรับปรุงโรงงานที่อยู่ ณ จุดต่างๆ ให้เป็นจุดขายแก่ผู้ค้ารายย่อย รวมไปถึงการเปิดสาขาให้ครอบคุลมพื้นที่ ในทำเลที่ดี และสามารถรับชำระเงินได้ ณ จุดบริการทั่วไป เพื่อรองรับการแข่งขันที่อาจมีเพิ่มขึ้นในอนาคต การกระจายสินค้าของผู้ค้ารายใหญ่ที่มีนวัตกรรมการขนส่งได้มีการนำโปรแกรมด้านการจัดส่งมาใช้เพื่อลดต้นทุนการกระจายสินค้าและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์จากการขนส่งและศูนย์กระจายสินค้า การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ดังที่กล่าวมานั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาด ในด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ค้ารายใหญ่นั้นสามารถใช้กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อได้ทั้งโทรทัศน์และวิทยุ เพื่อให้ข่าวสารกระจายถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงมากกว่าผู้ค้ารายย่อย กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และการให้บริการอื่นๆ จึงจะสามารถทำให้ผู้ค้ารายย่อยซึ่งเป็นผู้ค้าดั้งเดิมนั้นสามารถทำการแข่งขันกับผู้ค้ารายใหญ่ที่เข้ามาเปิดสาขาในพื้นที่

จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคเหนือ และมีความเจริญเป็นอันดับสอง รองจากกรุงเทพมหานคร ในช่วงระยะเวลา 2 - 3 ปีที่ผ่านมาได้มีโครงการพัฒนา และกระจายความเจริญสู่ท้องถิ่นมากมาย เช่น การเสนอให้สนามบินเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบินในภาคแม่น้ำโขง ซึ่งจะทำให้มีผู้โดยสาร นักท่องเที่ยว และสินค้าต่างๆ เข้ามาเพิ่มมากขึ้น การสร้างถนนวงแหวนรอบนอกเพื่อกระจายความเจริญในสู่ท้องถิ่นในตัวจังหวัดเชียงใหม่เอง ทำให้มีการกระตุ้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งสังเกตได้จากหมู่บ้านจัดสรรที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในบริเวณที่มีถนนวงแหวนสร้างผ่าน รวมทั้งโครงการบ้านเอื้ออาทรที่รัฐบาลจัดสรรให้ประชาชนที่มีรายได้อยู่ในเกณฑ์ต่ำมีที่อยู่อาศัยในราคาที่สามารถเข้าครอบครองได้ โครงการเหล่านี้อยู่ในลำดับขึ้นตอนที่ต่างกัน เริ่มตั้งแต่โครงการที่มีกำหนดแล้วเสร็จภายในกลางปี และปลายปี พ.ศ. 2549 โครงการที่อยู่ในระหว่างการสรรหาผู้รับเหมา และโครงการที่อยู่ในขั้นตอนการดำเนินงานจัดทำรายละเอียดโครงการเพื่อการขออนุมัติซื้อโครงการ จัดทำแบบและรายงานก่อสร้างจัดซื้อที่ดิน ซึ่งนโยบายต่างๆ เหล่านี้ทำให้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

เกิดการก่อสร้างขึ้นอย่างมากในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ทำธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีทั้งธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างแบบร้านค้าปลีก ร้านสินค้าเฉพาะอย่าง ร้านค้ารายย่อยทั่วไป และห้างสรรพสินค้ามีการแข่งขันกันเพิ่มมากขึ้น

สารสนเทศทางการบัญชีเป็นระบบทำงานหนึ่งที่นำนโยบาย ทรัพยากรมนุษย์ และเทคโนโลยีสารสนเทศมาประกอบกัน โดยเน้นการใช้ประโยชน์ทางการบัญชีที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีความสำคัญต่อกิจการโดยเป็นการเก็บบันทึกรายการที่เกิดขึ้น การประมวลผลให้ได้สารสนเทศที่มีประโยชน์ต่อการวางแผน การสั่งการ และการควบคุม และเป็นการควบคุมสินทรัพย์ เพื่อให้มั่นใจว่า ข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้องและเชื่อถือได้ ซึ่งข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีนั้นเกิดจากวงจรหลักของการดำเนินธุรกิจ 5 วงจรด้วยกัน คือ วงจรรายจ่าย วงจรการผลิต วงจรทรัพยากรมนุษย์ วงจรรายรับ และวงจรการเงิน การที่จะได้มาซึ่งสารสนเทศที่ใช้ในการตัดสินใจของผู้บริหารนั้น สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจจะต้องเชื่อถือได้ ครบถ้วน ทันต่อเวลา และสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้ อีกทั้ง การเปลี่ยนแปลงความต้องการข้อมูลทางบัญชีจากจุดประสงค์ในการนำเสนองบการเงินเป็นนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการบริหารจัดการนั้นจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชี ซึ่งสารสนเทศทางการบัญชีที่ดีนั้นจะช่วยให้การดำเนินงานของธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสารสนเทศทางการบัญชีจะใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในเรื่องการเพิ่มคุณภาพและลดต้นทุนของสินค้า การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การพัฒนาการตัดสินใจ การแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งรวมไปถึงด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการตัดสินใจด้านการตลาด ซึ่งสารสนเทศทางการบัญชีที่จะนำมาใช้ประโยชน์ด้านการตลาดคือ การเพิ่มความสามารถในการเพิ่มผลผลิต (Productivity) การบริหารจัดการประสิทธิผลการตลาด (Marketing Effectiveness) และการกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างกำไร (Strategic Profitability Analysis)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับใช้ในการเพิ่มผลผลิต ประสิทธิผลการตลาด และกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างกำไรให้สอดคล้องกับการแข่งขันในปัจจุบันต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. ทราบถึงปัญหาและเป็นแนวทางในการนำสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดในธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์

ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชี หมายถึง การรวมรวมองค์ประกอบต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของการจัดเก็บข้อมูลนำเข้า (Input) การประมวลผลข้อมูล (Process) การกระจายข้อมูลที่ได้ (Output) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการควบคุมระบบใดระบบหนึ่งในองค์กร โดยในแต่ละขั้นตอนของระบบสารสนเทศอาจมีการสะท้อนผลของแต่ละส่วนในระบบสารสนเทศไปยังส่วนก่อนหน้า (Feedback) โดยระบบสารสนเทศจะให้ข้อเท็จจริงต่างๆ จากการประมวลผลด้วยวิธีการต่างๆ กัน องค์กรจะได้รับความรู้ที่ต้องการใช้ทำประโยชน์ซึ่งสื่อความหมายให้ผู้รับเข้าใจและสามารถนำไปใช้ในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งโดยเฉพาะ (กิตติ ภักดีวัฒนะกุล และพนิดา พานิชกุล, 2546)

การวางแผน หมายถึง กระบวนการซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจการดังนี้

1. การพิจารณาสิ่งแวดล้อมเพื่อหาโอกาสและอุปสรรค
2. การระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร
3. การพัฒนาแผนของธุรกิจซึ่งเกี่ยวข้องกับภาระหน้าที่ขององค์กร วัตถุประสงค์ระยะสั้น ระยะยาว แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ และการบรรยายความต้องการทรัพยากร และการจัดสรรทรัพยากร
4. การปรับแผนให้ทันสมัยตามกาลเวลาให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงตามจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค โอกาส และผลลัพธ์ที่ต้องการ การกำหนดภารกิจ และวัตถุประสงค์ ตลอดจนกิจกรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้นต้องอาศัยการตัดสินใจ การเลือกระหว่างทางเลือกการปฏิบัติในอนาคต ดังนั้นแผนจะบอกเหตุผล(วิธีการ)เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่เลือกไว้ การวางแผน จะเป็นการสร้างสะพานเพื่อให้เดินไปถึงสิ่งที่ต้องการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2540)

กลยุทธ์ หมายถึง รูปแบบ หรือแผนงานที่รวบรวมวัตถุประสงค์และนโยบายที่สำคัญขององค์กร ตลอดจนลำดับการดำเนินงานโดยรวมทั้งหมด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

กลยุทธ์การตลาด หมายถึง การดำเนินการของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง หมายถึง ร้านค้าที่ประกอบการซื้อมาขายไปสินค้าวัสดุก่อสร้างที่จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด และมีสถานประกอบการอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สินค้าวัสดุก่อสร้าง หมายถึง สินค้าที่ใช้ในการก่อสร้างทุกชนิด แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. สินค้าสำหรับโครงสร้าง ได้แก่ ปูน กระเบื้องหลังคา แผ่นยิปซัม เหล็กเส้น ท่อน้ำ ไม้แปรรูป
2. สินค้าสำหรับงานตกแต่ง ได้แก่ เซรามิค สุขภัณฑ์ สี อุปกรณ์ไฟฟ้า และสินค้าเบ็ดเตล็ดอื่นๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved