

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

จากการที่ปัจจุบันธุรกิจภายในประเทศไทยมีการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทฯ ที่อยู่ในประเทศไทยนอกจากจะต้องพัฒนารูปแบบและคุณภาพของเวชภัณฑ์ยาของตนแล้ว บริษัทฯ ต่างๆ ยังหันมาเน้นด้านบริการที่มีคุณภาพและรวดเร็ว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าเพิ่มขึ้น และการที่บริษัทฯ จะให้บริการที่ดีกับลูกค้าได้ จำเป็นต้องทราบข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าอย่างละเอียดและทันต่อเหตุการณ์ ทำให้มีความต้องการข้อมูลการตลาดที่ถูกต้องและรวดเร็วเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ระบบข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจยาที่อยู่ในปัจจุบัน เริ่มต้นจากการบันทึกข้อมูลการตลาดโดยพนักงานฝ่ายการตลาดที่รับผิดชอบในแต่ละเขตการทำงานต่างๆ ทั่วประเทศ แล้วส่งข้อมูลการตลาดไปยังบริษัท โดยในปัจจุบันข้อมูลทางการตลาดจะถูกจัดเก็บลงในแบบฟอร์มรายงานประเภทต่างๆ ชนิดของข้อมูลการตลาดที่จัดเก็บจะเป็นข้อมูลการตลาดพื้นฐานของลูกค้า แต่เนื่องจากเป็นงานที่ต้องทำด้วยการเขียนลงในแบบฟอร์มรายงานต่างๆ ทำให้ต้องใช้เวลาเขียนรายงานมาก และพนักงานรู้สึกเป็นภาระมากกว่าเห็นประโยชน์เพื่อการนำไปใช้งาน ทำให้ฝ่ายบริหารได้ข้อมูลการตลาดช้า ไม่ครบถ้วน และมักเกิดการสูญหายของข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงพนักงานฝ่ายการตลาด เช่นการโยกย้ายหรือการลาออกจากงาน ดังนั้นบริษัทฯ โดยทั่วไปจึงพยายามที่จะพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลการตลาดที่เอื้ออำนวยต่อการจัดเก็บ สะดวกต่อการใช้งาน และสามารถนำข้อมูลด้านการตลาดมาใช้บริหารงานได้อย่างรวดเร็ว

เพื่อให้การจัดการเกี่ยวกับระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ บางแห่งจึงได้มีการนำเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์เข้ามาช่วยในการจัดการเกี่ยวกับระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงาน อาทิเช่น เครื่องคอมพิวเตอร์แบบกระเป๋าหิ้ว (Notebook Computer) ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ขนาดเล็กลง และราคาของเครื่องคอมพิวเตอร์ลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับความสามารถของเครื่อง

นอกจากนั้นสิ่งหนึ่งที่บริษัทฯ บางแห่งที่กำลังจะเปลี่ยนแปลงระบบการจัดเก็บข้อมูลการบริหารเขตการทำงานของตนใหม่ให้ความสนใจก็คือ ทัศนคติของพนักงานต่อการเปลี่ยนแปลงระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานจากระบบปัจจุบันมาเป็นระบบใหม่ที่มีการบันทึกข้อมูลโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดประกอบไปด้วย ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น และความพร้อมที่จะปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

(เทพพนม เมืองแมน และสรวง สุวรรณ : 2529 : 25-26)

ในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์กร บางครั้งพบว่าอาจจะมีการต่อต้าน ถ้าการเปลี่ยนแปลงนั้นไม่เป็นที่สปรารถนาของผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนั้น ก็อาจจะทำให้บุคคลเหล่านั้นมีการต่อต้าน เนื่องจากไม่เห็นด้วย หรือไม่ยอมรับในสิ่งนั้น ซึ่งอาจเนื่องมาจาก เข้าใจผิดในวัตถุประสงค์หรือกระบวนการ หรือมองไม่เห็นความจำเป็นของการเปลี่ยนแปลง หรือกลัวในสิ่งที่ยังไม่รู้จริงเป็นต้น (Steers R.M. 1997 : 167)

ดังนั้นในการเปลี่ยนแปลงระบบสารสนเทศของวิทยาลัย การได้รับความเต็มใจ และความร่วมมือในการเปลี่ยนแปลงจะทำให้ผลของการพัฒนาระบบสารสนเทศประสบความสำเร็จ การที่พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงระบบข้อมูลอาจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและยังเป็นพลังให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นตั้งใจปฏิบัติงานในหน้าที่รับผิดชอบเพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่วางไว้

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้จะทำการสำรวจทัศนคติของพนักงานฝ่ายการตลาดของ บริษัท เบอริงเกอร์-อินเกลไฮม์ (ไทย) จำกัด ในการเปลี่ยนแปลงมาใช้ระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นกรณีตัวอย่าง ซึ่งบริษัทเบอริงเกอร์ อินเกลไฮม์ (ไทย) จำกัด นี้เป็นบริษัทจำหน่ายยา บริษัทหนึ่งที่กำลังจะนำระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ โดยระบบที่จะนำมาใช้เรียกว่า ระบบข้อมูล ETMS (Electronic Territory Management System) ซึ่งเป็นระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานด้านการตลาดของประเทศนิวซีแลนด์ และเป็นระบบข้อมูลที่ธุรกิจยาในต่างประเทศเช่น ประเทศอังกฤษ และประเทศเยอรมัน ใช้อยู่ในปัจจุบัน ระบบข้อมูล ETMS คือ ระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานของพนักงานฝ่ายการตลาดโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่เช่นเครื่องคอมพิวเตอร์ ในการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า ข้อมูลของคู่แข่งชั้น และข้อมูลอื่นๆที่จำเป็นในขณะอยู่ในพื้นที่เขตการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ ตลอดจนการเรียกใช้ข้อมูลการตลาดที่ได้บันทึกไว้แล้วในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการบริหารงานและบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยทำงานภายใต้โปรแกรมสำเร็จรูปที่ชื่อว่า ETMS (2538) นอกจากนี้ ระบบข้อมูล ETMS ยังช่วยผู้บริหารในการเรียกข้อมูลที่พนักงานฝ่ายการตลาดบันทึกไว้มาใช้ในการปรับปรุงงานด้านการตลาดได้อย่างรวดเร็ว และข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องมากกว่าระบบที่มีการใช้อยู่ในปัจจุบัน ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นการสำรวจทัศนคติของพนักงานฝ่ายการตลาดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเมื่อจะมีการนำระบบข้อมูล ETMS มาใช้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการสร้างความเข้าใจและความร่วมมือต่อการเปลี่ยนแปลงระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานแก่พนักงานฝ่ายการตลาดของ บริษัท เบอริงเกอร์ อินเกลไฮม์ (ไทย) จำกัด นอกจากนั้นผลการศึกษาจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรอื่นๆเพื่อใช้เป็นแนวทางเมื่อจะมีการเปลี่ยนแปลงมาใช้ระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ในโอกาสต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อสำรวจทัศนคติของพนักงานฝ่ายการตลาดของบริษัท เบอริงเกอร์ อินเทลไฮม์ (ไทย) จำกัด เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเมื่อจะมีการนำระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (ETMS) มาใช้

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1) ทำให้ทราบทัศนคติของพนักงานฝ่ายการตลาดเมื่อจะมีการนำระบบข้อมูล ETMS มาใช้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการหาวิธีสร้างความเข้าใจแก่พนักงานฝ่ายการตลาดต่อระบบข้อมูล ETMS เพื่อความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลงมาใช้ระบบข้อมูล ETMS

2) ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรอื่นๆที่กำลังจะนำระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์มาใช้ต่อไป