

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

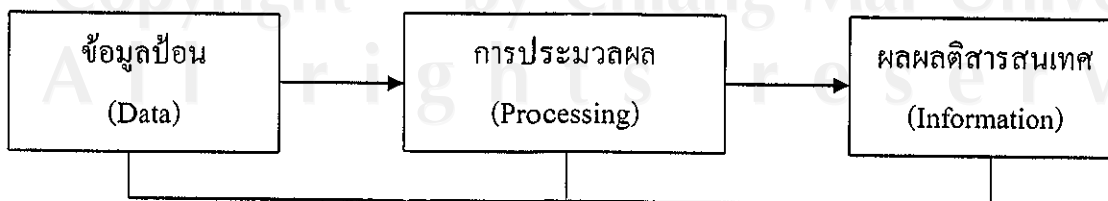
ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำราและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ เพื่อจะได้แนวคิดและทฤษฎีนำมาเป็นกรอบในการศึกษาและวิเคราะห์ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการบริหาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับระบบสารสนเทศในองค์กร
4. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์

1. แนวคิดเกี่ยวกับระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ

เบญจภรณ์ จันทรวงกุล (2547) กล่าวว่า ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คือ ระบบที่นำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่ผู้บริหารสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งข้อมูลส่วนที่นำเข้ามาส่วนมาก ได้แก่ข้อมูลจากระบบประมวลผลรายการ ซึ่งถูกนำเข้าไปยังระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการขององค์กรเพื่อผลิตรายงานต่างๆ ออกมา ทำให้ผู้จัดการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จุดประสงค์หลักของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการคือ ช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ได้โดยช่วยให้ผู้บริหารสามารถเห็นการดำเนินงานที่เกิดขึ้นในองค์กรเพื่อที่จะควบคุมจัดการและวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลหรือกล่าวได้ว่า ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการช่วยนำเสนอข้อมูลของผู้บริหารเพื่อใช้ในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพและช่วยจัดการผลสะท้อนกลับที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานรายวันได้

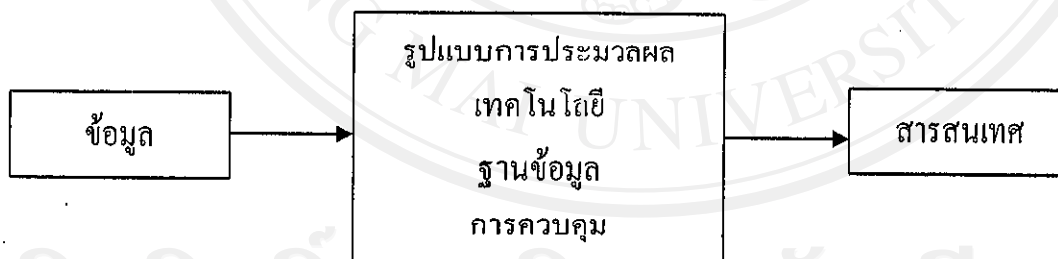
วีระ สุภากิจ (2539) กล่าวว่า องค์ประกอบของระบบสารสนเทศมี 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนของข้อมูลซึ่งเป็นตัวป้อน ส่วนของการประมวลผลและส่วนของสารสนเทศซึ่งเปรียบเทียบเหมือนผลผลิตนำไปใช้



ภาพที่ 1 : แสดงองค์ประกอบของระบบสารสนเทศ

ในองค์ประกอบของระบบสารสนเทศตามภาพที่ 1 สามารถแยกระบบสารสนเทศออกเป็นส่วนย่อยได้ดังนี้

1. ข้อมูล(Data) หรือ ข้อมูลดิบ เป็นส่วนที่นำเข้า(Input) ประกอบด้วยข้อมูลที่รวบรวมมาโดยอาจเป็นตัวเลข ข้อความ ภาพ เสียง เป็นต้น
2. รูปแบบการประมวลผล(Models) เป็นการกำหนดความสัมพันธ์ของข้อมูลแต่ละรายการเพื่อจัดการข้อมูลเหล่านั้นตามที่ได้กำหนดไว้
3. สารสนเทศ(Information) เป็นผลผลิตหรือผลลัพธ์(Output) ของระบบ มีผลต่อส่วนประกอบอื่น ๆ ทั้งหมด หากผลของส่วนนี้ไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ย่อมส่งผลให้ส่วนอื่น ๆ ผิดพลาดไปด้วย
4. เทคโนโลยี(Technology) เป็นส่วนที่ทำหน้าที่เก็บข้อมูล ดำเนินการตามรูปแบบประมวลผลและทำให้เกิดผลผลิตของระบบออกมาในสื่อที่ต้องการ องค์ประกอบที่สำคัญของเทคโนโลยี คือ คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ และระบบโทรคมนาคม
5. ฐานข้อมูล(Data Base) เป็นวิธีการที่จะจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบให้สะดวกต่อการเรียกใช้ สามารถแก้ไขได้ง่าย สำหรับผู้ใช้งานจำนวนมาก และสามารถป้องกันผู้ไม่มีสิทธิ์ใช้เข้าถึงข้อมูลได้
6. การควบคุม(Controls) เป็นส่วนประกอบที่กำหนดให้ระบบสารสนเทศมีความปลอดภัย ไม่ถูกทำลายทั้งโดยเจตนาและไม่เจตนา

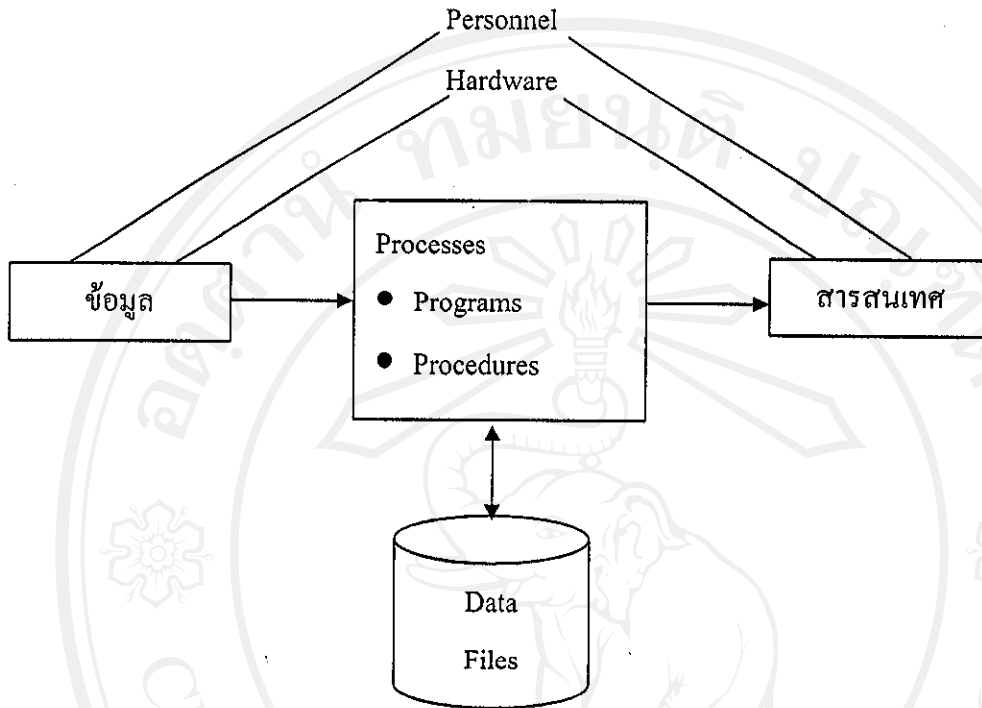


ภาพที่ 2 : แสดงองค์ประกอบส่วนย่อยของระบบสารสนเทศ

จากภาพที่ 2 ในระบบสารสนเทศ มีการทำงานในส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. กระบวนการ(Process)
2. แฟ้มข้อมูล(Data File)
3. ส่งออก(การแสดงผลลัพธ์)(Output)
4. บุคลากร(People)

5. ฮาร์ดแวร์(Hardware)



ภาพที่3 : แสดงการทำงานของระบบสารสนเทศ

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ และไพบุลย์ เกียรติโกมล (2542) กล่าวถึงคุณสมบัติของสารสนเทศที่ดี ควรมีคุณสมบัติดังนี้

1. ความถูกต้องเชื่อถือได้ (Accuracy) สารสนเทศที่ดีจะต้องมีความถูกต้องและปราศจากความคลาดเคลื่อน เป็นการส่งเสริมให้สารสนเทศที่ได้มามีความน่าเชื่อถือมากขึ้น แต่ถ้าข้อมูลที่ถูกป้อนเข้าไปในระบบสารสนเทศเกิดความผิดพลาดหรือมีข้อบกพร่องอาจจะส่งผลให้สารสนเทศที่ได้มีความผิดพลาด หรือ ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.及时性 (Timeliness) ข้อมูลสารสนเทศจะต้องทันต่อเหตุการณ์ไม่ล่าสมัย ความล่าสมัยของข้อมูลทำให้สารสนเทศที่ได้รับมีประโยชน์ต่อผู้น้อยลง หรือไม่เป็นที่ประโยชน์ต่อการใช้งาน แต่ความทันต่อเวลาจะมีความสำคัญต่อผู้ใช้น้อยขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจหรือปัญหาขององค์กร

3. ความสอดคล้องกับงาน (Relevance) สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารต้องได้มาจากการประมวลผลของข้อมูลที่มีสาระตรงกัน หรือมีความสัมพันธ์กับปัญหาของงาน ข้อมูลที่ไม่มีมีความสัมพันธ์กับงานถึงแม้จะเป็นข้อมูลที่มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และทันต่อเหตุการณ์ แต่ไม่มีประโยชน์เนื่องจากไม่สามารถนำไปประกอบการตัดสินใจ หรือไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้

4. สามารถตรวจสอบได้ (Verifiable) สารสนเทศที่ได้ต้องสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้ว่าเป็นข้อมูลจากแหล่งใด และมีความเชื่อถือได้เพียงใด ข้อมูลบางประเภทมาจากแหล่งข้อมูลที่ซับซ้อนและหลากหลายทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งผู้ใช้ต้องทำการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของสารสนเทศก่อนนำไปใช้งาน มิเช่นนั้น อาจก่อให้เกิดผลเสียหายขึ้นกับองค์กร

2. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการบริหาร

ศิริวรรณ ผิวฉนวน (2538) ในทฤษฎีการข้อมต้องการกำไรสูงสุด การเติบโตความสามารถในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ การรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งกระบวนการบริหารที่สำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และสามารถบรรลุเป้าหมายมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวางแผน (Planning) การวางแผนเป็นการพิจารณาและกำหนดแนวทางปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น การวางแผนจึงมีความเกี่ยวข้องกับการคาดการณ์เหตุการณ์ต่างๆ ในอนาคต ดังนั้นการวางแผนจะต้องสนับสนุนเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร การจัดทำงบประมาณก็ถือว่าการวางแผนการดำเนินงาน ซึ่งจะต้องมีการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายและวิธีการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย

2. การสั่งการ (Directing Operations) การที่ผู้บริหารใช้อำนาจหน้าที่ของตนกระตุ้นจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานในหน้าที่ที่เหมาะสมกับคุณสมบัติและความรู้ความสามารถ การมอบหมายงานให้ควรระบุถึงขอบเขตหน้าที่ และ ความรับผิดชอบให้ชัดเจน

3. การควบคุม (Controlling) การควบคุมเป็นหน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งของการบริหารเพราะการควบคุมเป็นกระบวนการวัดและแก้ไขการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ กระบวนการควบคุมประกอบด้วย

- การกำหนดมาตรฐาน
- การสังเกตการปฏิบัติงาน
- การเปรียบเทียบการปฏิบัติงานกับมาตรฐาน

- การปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้บรรลุมุ่งหมาย

หลักการที่ใช้โดยทั่วไปในกระบวนการควบคุมคือการประเมินผลปฏิบัติงาน (Performance Evaluation) ฝ่ายบริหารจะต้องตรวจสอบผลการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อดูว่าการทำงานได้ผลตามเป้าหมายหรือไม่ โดยใช้หลักการบริหารโดยยึดข้อแตกต่าง (Management by Exception)

การบริหารโดยยึดหลักข้อแตกต่าง จะวิเคราะห์ผลต่างระหว่างมาตรฐาน หรือแผนงานที่กำหนดไว้กับผลการปฏิบัติงานจริงว่ามีผลต่างอย่างไร แล้วผู้บริหารจะวิเคราะห์ผลต่างที่สำคัญและน่าสนใจเพื่อหาสาเหตุ และจะได้หาแนวทางแก้ไขปัญหานั้นต่อไป

4. การตัดสินใจ (Decision Making)

การตัดสินใจ คือการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่ดีที่สุดจากทางเลือกหลาย ๆ ทางที่มีอยู่ การตัดสินใจถือได้ว่าเป็นหน้าที่สำคัญของฝ่ายบริหาร อาจแยกออกจากหน้าที่อื่น ๆ ได้ เพราะทุก ๆ ปัญหาที่มีหลายทางเลือก จึงจำเป็นต้องอาศัยการตัดสินใจไม่ว่าจะเป็นปัญหาในด้าน การวางแผน การบริหาร และการควบคุม

การที่ผู้บริหารจะตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมที่สุดย่อมขึ้นอยู่กับข้อมูลที่นำมาใช้ประกอบการพิจารณาเพื่อการตัดสินใจ ซึ่งข้อมูลที่ได้อ้อมมีผลต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตาม การที่ผู้บริหารสามารถบริหารงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและสามารถบรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กร ผู้บริหารควรจะได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจ ซึ่งลักษณะของข้อมูลแบ่งออกได้ 2 ลักษณะ คือ

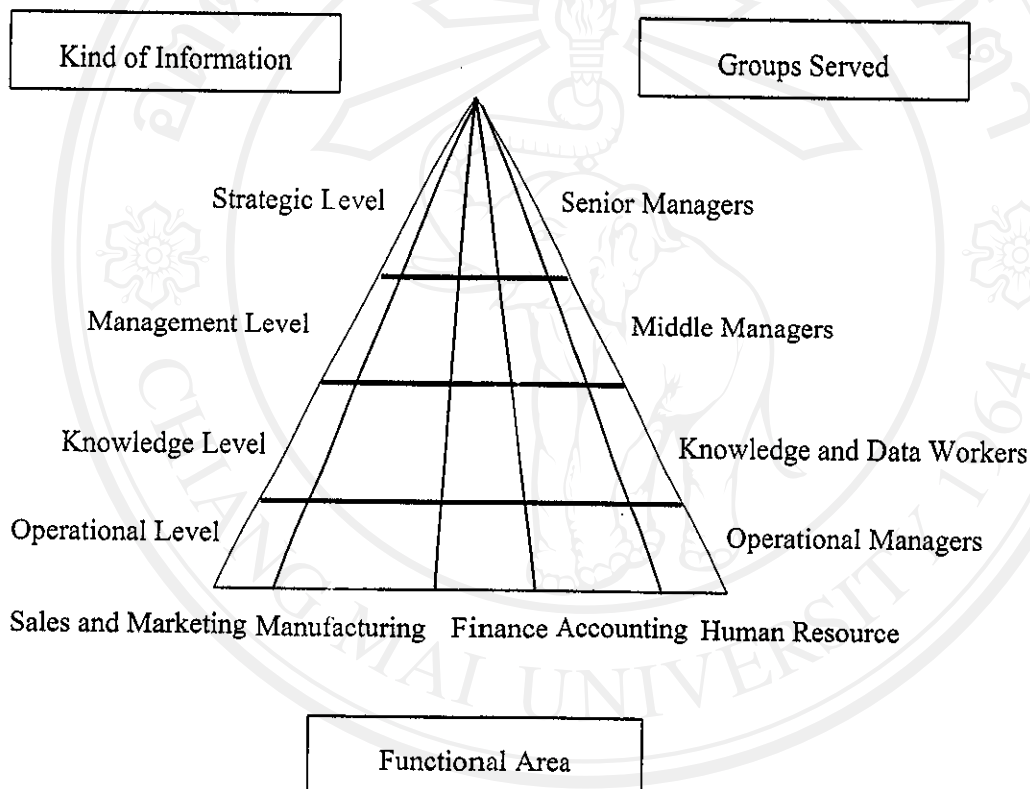
- ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Information) เป็นข้อมูลที่สามารถวัดออกมาเป็นตัวเลขได้ เช่น ต้นทุนการผลิต ยอดขาย จำนวนหน่วยผลิต กำไรสุทธิ เป็นต้น

- ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Information) เป็นข้อมูลที่ไม่เกี่ยวกับการคำนวณเป็นตัวเลข แต่เป็นข้อมูลที่มีลักษณะเป็นการบรรยายข้อความ ความคิดเห็น ซึ่งวัดค่าเป็นตัวเลขไม่ได้ เช่น ขนาดของกิจการ เครื่องหมายการค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ สภาพแวดล้อมในการทำงาน ภาวะเศรษฐกิจ เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับระบบสารสนเทศในองค์กร

Laudon and Laudon (2002) ได้กล่าวถึง ระบบสารสนเทศกับระบบงานหลักในองค์กร ดังนี้ เนื่องจากโครงสร้างหลักขององค์กรหนึ่งประกอบด้วยหลายส่วนที่มีจุดสนใจและ

ความเชี่ยวชาญในการทำงานแตกต่างกัน ดังนั้นจึงไม่สามารถพัฒนาระบบสารสนเทศหนึ่งให้สามารถนำไปใช้งานได้ดีสำหรับงานทุกระดับในองค์กร ภาพที่ 4 แสดงโครงสร้างขององค์กรทั่วไปที่แบ่งเป็น 4 ระดับ คือ ระดับกลยุทธ์(Strategic Level) ระดับการบริหาร(Management Level) ระดับผู้ชำนาญการ(Knowledge and Data Workers Level) และระดับปฏิบัติการ(Operation Level) และแบ่งโครงสร้างองค์กรตามกลุ่มหน้าที่การทำงานออกเป็น 5 กลุ่มคือ กลุ่มการขายและการตลาด (Sales and Marketing) กลุ่มการผลิต(Manufacturing) กลุ่มการเงิน(Finance) กลุ่มการบัญชี(Accounting) และกลุ่มทรัพยากรมนุษย์(Human Resource)



ภาพที่ 4 แสดงประเภทของระบบสารสนเทศ

ดังนั้น ระบบสารสนเทศจะถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของหน้าที่งานในฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กร โดยแบ่งระบบสารสนเทศตามลักษณะการสนับสนุนหน้าที่การทำงานของฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กร ได้ดังนี้

1. ฝ่ายการขายและการตลาด ฝ่ายการตลาดรับผิดชอบในการขายสินค้าหรือบริการ กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ค้นหาความต้องการของลูกค้า วางแผนการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และจัดการโฆษณาและจัดการกระตุ้นการขาย ส่วน

ฝ่ายการขาย รับผิดชอบในการติดต่อลูกค้า ขายสินค้าหรือบริการ รับคำสั่งซื้อ และติดตามการขาย จนเสร็จสิ้นกระบวนการ ระบบสารสนเทศสำหรับระบบนี้ เรียกว่า Sales and Marketing Information Systems

2. ฝ่ายการผลิต ฝ่ายนี้รับผิดชอบในการผลิตสินค้าและบริการให้องค์กร กิจกรรมที่เกิดขึ้น ได้แก่ (1) การวางแผนการพัฒนาและการบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวก (2) การกำหนดเป้าหมายการผลิต (3) การสอบถามการเก็บรักษา และความพร้อมใช้งานของวัสดุ สำหรับการผลิต และ (4) การกำหนดตารางการทำงานให้กับอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดหาวัสดุ และแรงงานเพื่อนำมาสร้างเป็นสินค้าตามต้องการ ระบบสารสนเทศที่สนับสนุนงานในส่วนนี้ เรียกว่า Manufacturing and Production Information Systems

3. ฝ่ายการเงินและการบัญชี ฝ่ายการเงิน มีหน้าที่รับผิดชอบการบริหาร การจัดการทรัพย์สินส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเงินขององค์กร เช่น เงินสด หุ้น พันธบัตร และการลงทุนอื่น ๆ เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนสูงสุด ฝ่ายการบัญชี รับผิดชอบในการรักษาและการจัดการ รายการและหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการเงินขององค์กร เช่น ใบเสร็จรับเงิน รายการชำระเงิน เป็นต้น ระบบสารสนเทศที่สนับสนุนงานในส่วนนี้ เรียกว่า Finance and Accounting Information Systems

4. ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ รับผิดชอบในการสร้างความสนใจ การพัฒนา และการสงวนรักษานุคลากรขององค์กร ระบบสารสนเทศสำหรับฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Information System) สนับสนุนในการเลือกสรรบุคลากรจัดการรักษาระเบียบบุคคลให้ มีความสมบูรณ์และสร้างสรรค์กิจกรรมที่กระตุ้นให้บุคลากรเกิดความคิดสร้างสรรค์และทักษะในการปฏิบัติงาน

เบญจภรณ์ จันทรวงกุล (2547) กล่าวถึงบทบาทของผู้บริหารและระดับของการบริหาร ดังนี้ บทบาทของผู้บริหาร แบ่งออกเป็น 3 แบบ ได้แก่

1. บทบาทระหว่างบุคคล (Interpersonal roles) ได้แก่ บทบาทจากหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ ได้แก่

- หัวหน้า (Figurehead) มีบทบาทในการบังคับบุคคลเพื่อให้ทำหน้าที่ที่รับผิดชอบ

- ผู้นำ (Leader) มีบทบาทในการกระตุ้น/เร้าผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชาในด้านการทำงาน หรือด้านอื่นๆ

- ผู้ติดต่อ (Liaison) มีบทบาทในการติดต่อกับองค์กรหรือหน่วยงานภายนอก เพื่อให้ได้ข้อมูลและบริการด้านการค้า

2. บทบาทด้านสารสนเทศ (Informational roles) ได้แก่

- ผู้ตรวจสอบ (Monitor) มีบทบาทในการค้นหาและรับข้อมูลมาใช้เพื่อให้เกิดความเข้าใจองค์กรและสภาพแวดล้อมภายนอก

- ผู้เผยแพร่ (Disseminator) มีบทบาทในการส่งข้อมูลที่รับจากภายนอกหรือจากหน่วยงานย่อยให้กับสมาชิกขององค์กร

- โฆษก (Spokesman) มีบทบาทในการส่งข้อมูลไปยังภายนอก ตามแผนหรือนโยบายขององค์กร

3. บทบาทด้านการตัดสินใจ (Decisional roles) ได้แก่

- ผู้จัดการ (Entrepreneur) มีบทบาทในการค้นหาการจัดการและสภาพแวดล้อมที่เป็นโอกาส และริเริ่มหรือแนะนำในด้านการควบคุมภายในองค์กร

- ผู้จัดการสิ่งรบกวน (Disturbance Handler) มีบทบาทในการปรับการทำงานให้ไปในทางที่ถูกเมื่อองค์กรเผชิญกับสิ่งรบกวนที่ไม่คาดคิดมาก่อน

- ผู้จัดการทรัพยากร (Resource Allocator) มีบทบาทในการจัดสรรทรัพยากร ให้แก่หน่วยงานต่างๆ ตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้

- ผู้เจรจา (Negotiator) มีบทบาทในการเป็นตัวแทนองค์กรในการติดต่อกับองค์กรอื่นๆ

นิตยา เจริญประเสริฐ (2545) ได้กล่าวถึงระบบสารสนเทศกับระดับของการตัดสินใจ เนื่องจาก การทำงานของผู้บริหารในแต่ละระดับนั้น มีลักษณะที่แตกต่างกัน จึงมีความต้องการสารสนเทศที่ไม่เหมือนกัน ระบบสารสนเทศที่ใช้ช่วยในการทำงาน จึงแตกต่างกันดังต่อไปนี้

1. ระบบสารสนเทศระดับกลยุทธ์ (Strategic Information Systems) คือ ระบบสารสนเทศที่ใช้ช่วยในการตัดสินใจแบบที่ไม่มีรูปแบบ (Unstructured) และแบบกึ่งมีรูปแบบ (Semi-structured) ส่วนใหญ่การตัดสินใจแบบกลยุทธ์จะมีการตัดสินใจของผู้บริหารระดับสูง เช่น การใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์ทางเลือกต่าง ๆ ในการจะขยายกิจการ หรือ การควบคุมกิจการ เป็นต้น

2. ระบบสารสนเทศระดับยุทธวิธี (Tactical Information Systems) คือ ระบบสารสนเทศที่ใช้ช่วยในการตัดสินใจแบบกึ่งมีรูปแบบ และแบบมีรูปแบบ (Structured) เช่น การใช้ระบบสารสนเทศวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งรวมทั้งการเลือกผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการทดสอบตลาด เป็นต้น

3. ระบบสารสนเทศระดับปฏิบัติการ (Operational Information Systems) คือ ระบบสารสนเทศที่ใช้ช่วยในการตัดสินใจแบบมีรูปแบบ (Structured) เช่น การใช้ระบบ

สารสนเทศเกี่ยวกับข้อมูลการตลาด ว่า มีสินค้าใดบ้างมียอดขายที่ดีที่สุด สินค้าใดบ้างมียอดขายน้อยที่สุด เพื่อทำการแก้ไข โดยอาจมีการตัดสินใจทางการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดหรือการยกเลิกการผลิตได้

ครรชิต มาลัยวงศ์(2538ข) มีความเห็นว่าผู้บริหารมีหลายระดับแต่ละระดับก็ต้องการสารสนเทศที่แตกต่างกันตามแต่ลักษณะงานที่ทำเป็นประจำและการได้มาซึ่งสารสนเทศก็เป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งซึ่งผู้บริหารแต่ละคนหรือแต่ละหน่วยงานก็มีวิธีแตกต่างกัน สำหรับผู้บริหารในประเทศไทยมักมีปัญหาที่การรู้จักคอมพิวเตอร์และยิ่งกว่านั้นคือการใช้คอมพิวเตอร์ค้นหาข่าวสารที่ต้องการซึ่งก็เป็นสาเหตุจากนิสัยและวัฒนธรรม ดังนั้น การแก้ปัญหาคือผู้บริหารจะต้องใช้วิจารณญาณที่เหมาะสมในการจำแนกหาแหล่งข้อมูลตลอดจนหาสารสนเทศที่จะนำมาช่วยตัดสินใจได้

4. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์(กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2548 : ออนไลน์) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์(Franchise) ดังนี้

แฟรนไชส์ซิ่ง (Franchising) คือ วิธีการในการดำเนินธุรกิจโดยจะประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้อง 2 ฝ่าย คือ เจ้าของสิทธิในธุรกิจนั้น ๆ หรือที่เรียกกันว่าแฟรนไชส์ซอร์ (Franchisor)และผู้ขอรับสิทธิในการดำเนินธุรกิจหรือที่เรียกว่าแฟรนไชส์ซี

แฟรนไชส์ (Franchise) คือ ข้อตกลงระหว่างเจ้าของธุรกิจ อนุญาตให้ผู้ขอรับสิทธิดำเนินธุรกิจและบริการภายใต้ชื่อการค้าของตน และปฏิบัติตามรูปแบบการทำธุรกิจของเจ้าของสิทธิตามสัญญาที่ตกลงกันไว้

แฟรนไชส์ซอร์ (Franchisor) คือ เจ้าของธุรกิจซึ่งอนุญาตให้ผู้อื่นได้ใช้สิทธิในการดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อของตน ซึ่งก็คือผู้ขายแฟรนไชส์นั่นเอง

แฟรนไชส์ซี (Franchisee) คือ ผู้ขอซื้อแฟรนไชส์หรือ ผู้ขอรับสิทธิในการทำธุรกิจจากเจ้าของธุรกิจที่มีความประสงค์ให้ผู้อื่นมา ดำเนินการภายใต้ชื่อของตนเอง

แฟรนไชส์ฟี (Franchise Fee) เป็นค่าธรรมเนียมที่ผู้ขายแฟรนไชส์ จะต้องจ่ายให้กับผู้ขายแฟรนไชส์ในลักษณะที่เรียกว่าเป็น ค่าธรรมเนียมแรกเข้า ซึ่งโดยทั่วไปมักจะเป็นการจ่ายเพียงครั้งเดียวในช่วงเริ่มดำเนินการครั้งแรก

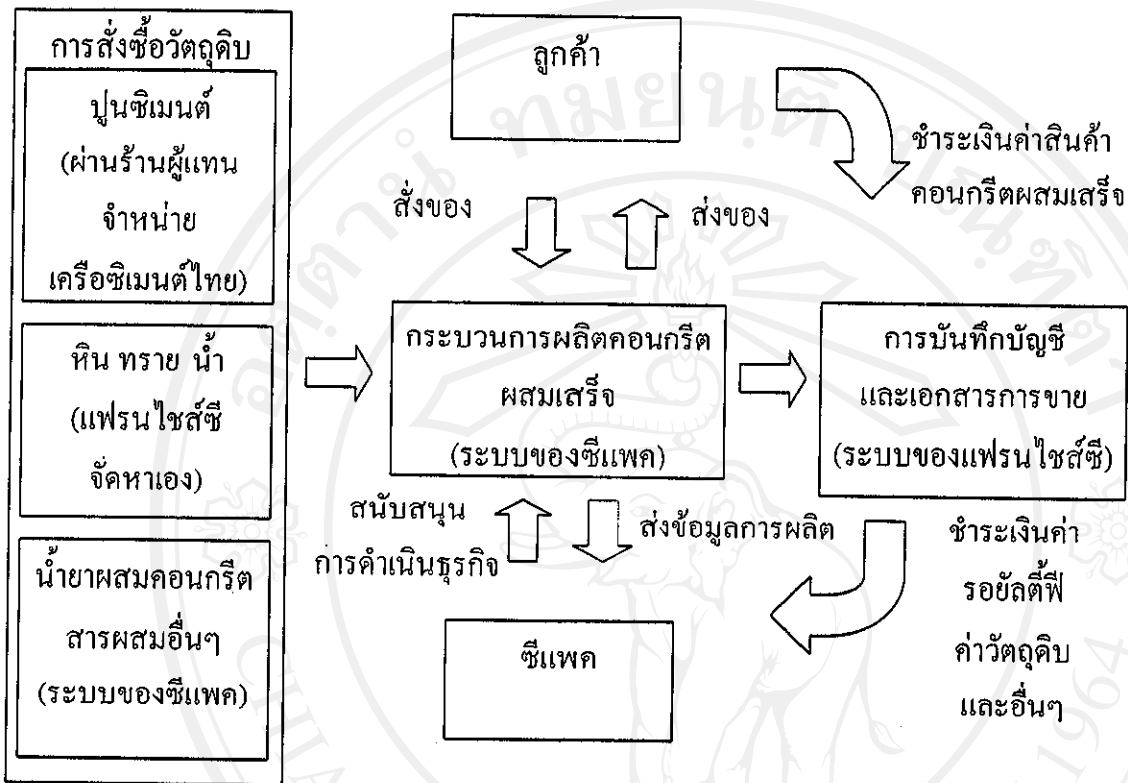
รอยัลตี้ฟี (Royalty Fee) เป็นค่าธรรมเนียมที่ผู้ขายแฟรนไชส์เรียกเก็บ จากผู้ซื้อแฟรนไชส์ ซึ่งโดยมากมักจะคิดเป็นสัดส่วนจากผลการประกอบการของผู้ซื้อแฟรนไชส์ อาทิ เช่น เปอร์เซ็นต์ต่อยอดขายแต่ละเดือน

แอดเวอร์ไทซิง ฟี (Advertising Fee) เป็นค่าธรรมเนียมที่ผู้ซื้อแฟรนไชส์ จะต้องจ่ายให้กับผู้ขายแฟรนไชส์ เพื่อไปใช้ดำเนินการในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ซึ่งโดยทั่วไปจะขึ้นอยู่กับผู้ขายแฟรนไชส์ว่าจะเรียกเก็บหรือไม่ และมีรูปแบบการเก็บแตกต่างกันไป เช่น เก็บเป็นรายเดือนหรือเก็บเป็นรายปี โดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดขาย

โอเปอเรชั่น แมนวล(Operation Manual) คู่มือการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเขียนขึ้นโดยผู้ขายแฟรนไชส์ เพื่อแนะนำถึงขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำงาน และ การทำธุรกิจ สำหรับผู้ซื้อแฟรนไชส์ โดยปกติแล้ว Operation Manual ให้ข้อมูลที่ครอบคลุมในทุก ๆ ด้านของ ธุรกิจนั้น ๆ

สำหรับธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์นั้นเกิดจากแนวคิดของบริษัท ผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบสร้าง จำกัด หรือ ซีแพค(CPAC) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือปูนซีเมนต์ไทยผู้ผลิตสินค้าคอนกรีตผสมเสร็จ(ภาคผนวก)ภายใต้เครื่องหมายการค้าซีแพค(CPAC)ในการผู้สถานการณ์จากวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 เนื่องจากในขณะนั้นซีแพคได้เตรียมขยายการลงทุนด้วยการตั้งชื่อเครื่องจักรหรือเครื่องมือจากต่างประเทศจำนวนหนึ่งทำให้เกิดภาระหนี้สินจากอัตราแลกเปลี่ยนกอร์ปกับระบบแฟรนไชส์จากต่างประเทศได้เริ่มขยายมายังประเทศไทย ทำให้มีต้นแบบในการศึกษาเรียนรู้เพื่อปรับใช้โดย ซีแพคได้ศึกษาข้อดี ข้อเสียของระบบแฟรนไชส์ หลังจากประเมินแล้วพบว่า ประโยชน์ที่บริษัทจะได้รับมีมากกว่าและสามารถควบคุมความเสี่ยงได้ จึงเป็นจุดเริ่มของธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์ กล่าวโดยสรุป ธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์ คือ การดำเนินธุรกิจที่มีข้อตกลงระหว่างซีแพคกับผู้รับสิทธิ(Franchisee)ให้ใช้รูปแบบการดำเนินธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จภายใต้เครื่องหมายการค้าเดียวกันกับซีแพค รวมทั้งการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจจากซีแพคได้แก่ การตลาด การขาย การผลิต การฝึกอบรมและพัฒนา การซ่อมบำรุงรักษา การจัดรูปแบบโรงงาน และอื่น ๆ กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์ คือ ผู้แทนจำหน่ายของเครือซีเมนต์ไทย โดยซีแพคมีหน่วยงานแฟรนไชส์ที่ดูแลการพัฒนาธุรกิจ การผลิต การตลาดและการขาย โดยหน่วยงานนี้จะประสานงานร่วมกับทีมงานที่มีอยู่ทั่วภูมิภาค ซึ่งเรียกว่า Business Unit (BU) ที่มีอยู่ 6 ภาค คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ แต่ละ BU จะมีผู้จัดการแฟรนไชส์ดูแลแฟรนไชส์ซี โดยมีหน้าที่หลักในการกำหนดขอบข่ายงาน ทั้งการพัฒนาความรู้ สร้างแรงจูงใจ สร้างความชัดเจนในการทำธุรกิจและการตรวจสอบการทำงานและในช่วงเริ่มดำเนินการจะมีพนักงานของซีแพคไปฝึกอบรมให้กับแฟรนไชส์ซีเป็นเวลา 6 เดือนเพื่อควบคุมคุณภาพสินค้าให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน การลงทุนในธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์ ซีแพคจะเป็น

ผู้ให้การสนับสนุนแฟรนไชส์ในด้านต่าง ๆ ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่ในส่วนของการบริหารงานภายในร้าน การตัดสินใจ การดำเนินงานต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับผู้บริหารของแฟรนไชส์ซึ่งแต่ละกิจการ



ภาพที่ 5 แสดงภาพรวมธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์

จากภาพที่ 5 ซีแพคจะให้การสนับสนุนระบบการผลิตผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งแฟรนไชส์ซีสามารถตรวจสอบผลการดำเนินงานของโรงงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลาการสั่งซื้อน้ำยาผสมคอนกรีตซื้อผ่านระบบงานของซีแพค ส่วนระบบงานอื่น เช่น การสั่งซื้อปูนผ่านระบบของร้านผู้แทนจำหน่ายของเครื่องซีเมนต์ไทย หรือระบบงานบัญชีและการเงิน แฟรนไชส์ซีจะต้องเป็นผู้จัดหาหรือพัฒนาระบบขึ้นเอง กล่าวโดยสรุปคือ แฟรนไชส์ซีจะมีระบบสารสนเทศ 2 แบบ

1. แบบที่ได้มาพร้อมกับสิทธิในการลงทุนเป็นแฟรนไชส์ของซีแพค ได้แก่ งานขายและการตลาด งานผลิต

2. แบบที่พัฒนาขึ้นมาเองหรือจากระบบสำเร็จรูป

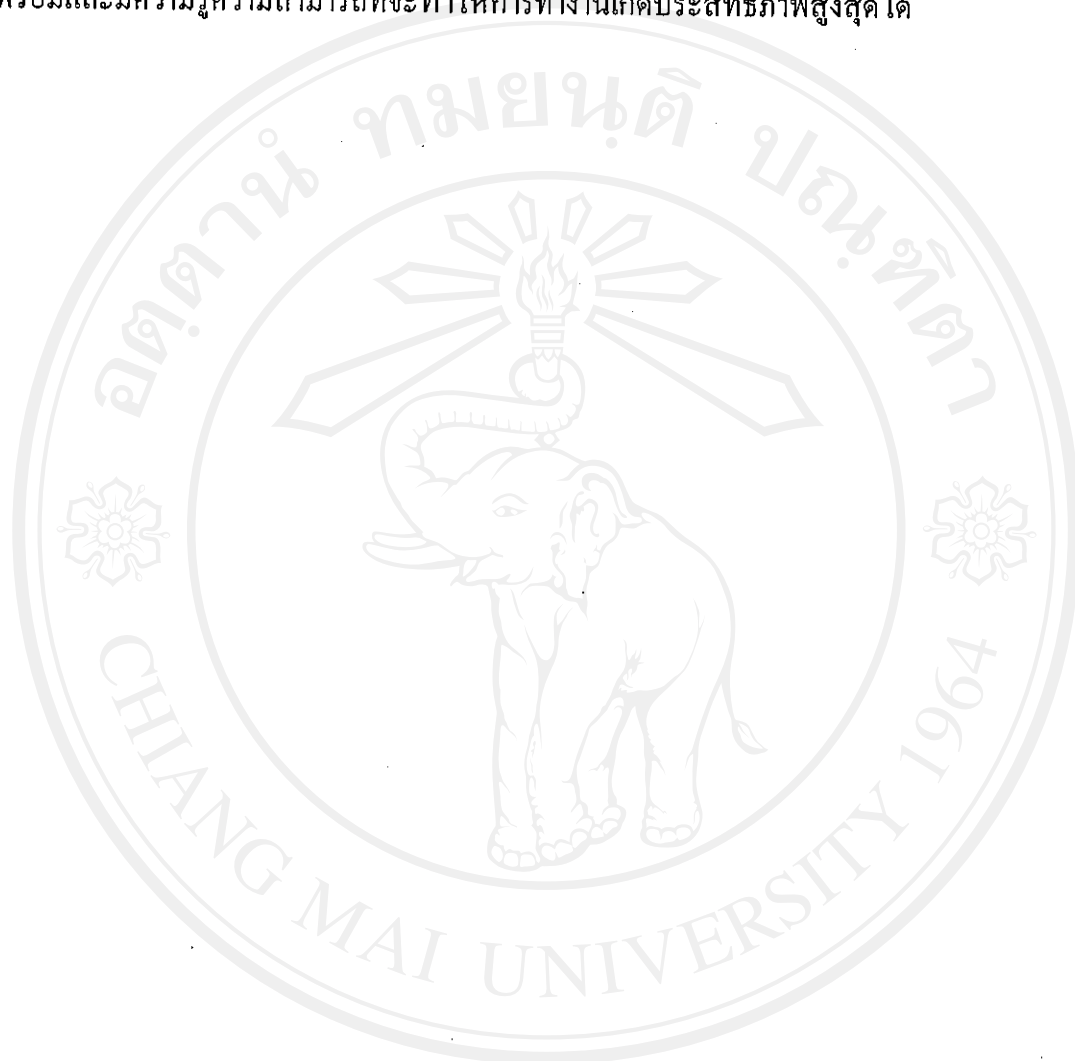
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกวรรณ ปีมหัทธัญ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี เพื่อการวางแผนและควบคุมของธุรกิจอุตสาหกรรมโรงสีในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า การจัดทำบัญชีของธุรกิจอุตสาหกรรมโรงสีในจังหวัดนครสวรรค์เพื่อนำไปเสียบ้างต่อกรมสรรพากรและยื่นส่งงบการเงินประจำปีต่อสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ข้อมูลทางการบัญชีที่ใช้ส่วนใหญ่ นอกเหนือจากงบการเงิน คือ ทะเบียนคุมข้าวคงเหลือ ทะเบียนคุมการขายข้าว และทะเบียนคุมการซื้อข้าว โรงสีข้าวส่วนใหญ่เห็นว่าการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการทำงานนั้น ทำให้รายงานที่ได้มีความถูกต้องและรวดเร็วมากขึ้น โดยผู้บริหารเน้นหนักการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีในการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ข้อมูลทางบัญชีที่จัดทำมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ ทันต่อเวลา สอดคล้องกับการใช้งาน เข้าใจง่าย ชัดเจน และมีความสมบูรณ์เพียงพอต่อการใช้งาน

พัฒนินทร์ สุขโรจน์ (2543) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ระบบสารสนเทศของร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน พบว่า ระดับการใช้ระบบสารสนเทศของร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทขึ้นอยู่กับตัวแปรได้แก่ ระดับการศึกษาของผู้บริหาร จำนวนพนักงานในร้าน และปริมาณยอดขาย ส่วนใหญ่ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนงานประจำวันมากกว่าการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ มีการใช้ซอฟต์แวร์สำเร็จรูปมากกว่าการพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อใช้ในร้านของตน ส่วนใหญ่ใช้วิธีจัดซื้อระบบสารสนเทศสำเร็จรูปมาเพิ่มเติมหรือแก้ไขเฉพาะส่วน สำหรับเหตุผลที่ร้านนำระบบสารสนเทศมาใช้ คือ เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว เพื่อการทำงานที่รวดเร็ว เพื่อการป้องกันปัญหาด้านข้อมูล และเพื่อพัฒนาการบริการแก่ลูกค้าเป็นสำคัญ และการใช้ระบบสารสนเทศของร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน มีปัญหาและอุปสรรคด้านบุคลากรมากที่สุด

ธรรมนุญ ลิ้มจิระจรัส (2540) ได้วิจัยเรื่อง “การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการผลิตงานโฆษณาของบริษัทตัวแทนโฆษณาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” จากการสำรวจกลุ่มเป้าหมายที่เป็นบริษัทตัวแทนโฆษณาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 แห่ง พบว่าเทคโนโลยีสารสนเทศยังจัดเป็นเทคโนโลยีใหม่ที่ยังคงสร้างปัญหาและอุปสรรคและยังเป็นเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วตลอดเวลาทำให้ผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจะต้องศึกษาข้อมูลและพยายามปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของตนให้สามารถใช้งานอย่างทันสมัยได้ดี โดยการเอาใจใส่ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ประการแรกคือ ปัจจัยด้านฮาร์ดแวร์ (Hardware) หมายถึง ตัวเครื่องและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง จะต้องมีการพิจารณาให้เหมาะสมกับงาน เช่น ขนาดของเครื่องเหมาะสมกับงานหรือไม่ อุปกรณ์มีความทันสมัยหรือไม่ ผู้แทนจำหน่าย และบริการหลังการขายเงื่อนไขต่าง ๆ เป็นอย่างไร ประการที่สอง ปัจจัยด้านซอฟต์แวร์ (Software) หมายถึง โปรแกรมที่สั่ง

ให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทำงาน โดยจะต้องคำนึงตั้งแต่การใช่ว่าสามารถเข้ากับอุปกรณ์ที่มีอยู่และเป็นซอฟต์แวร์ที่ตรงกับความต้องการใช้งานได้ดีที่สุดและประการสุดท้ายปัจจัยด้านบุคลากร (Peopleware) หมายถึง บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานคอมพิวเตอร์ หรือระบบสารสนเทศ ซึ่งจะต้องมีความพร้อมและมีความรู้ความสามารถที่จะทำให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุดได้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved