

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

จากภาวะการแข่งขันในธุรกิจต่าง ๆ ที่รุนแรงขึ้น ทุกธุรกิจต่างแสวงหาความได้เปรียบในด้านธุรกิจ เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุความสำเร็จในการดำเนินงานและอยู่รอดในปัจจุบัน ทั้งในรูปของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการให้บริการ รวมทั้งการวิจัยและพัฒนา ที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการจึงมีความจำเป็นอย่างมากในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจอีกด้านหนึ่ง ที่จะทำให้ธุรกิจรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั้งภายในและภายนอกกิจการ ด้านฐานะการเงิน ผลการดำเนินงานของกิจการเอง และสามารถกระจายข้อมูลไปสู่บุคคลที่ต้องการ ได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ลูกค้า และสามารถช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วขึ้นอีกด้วย

บริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุก่อสร้าง จำกัด หรือ ซีแพค (The Concrete Products and Aggregate Company Limited : CPAC) เป็นบริษัทในเครือปูนซีเมนต์ไทยที่มีบริษัทในเครือผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างเกือบทุกประเภท และซีแพคเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จรายแรกและรายใหญ่ของประเทศไทย ก่อตั้งเมื่อปีเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2495 และจากประสบการณ์ทางธุรกิจกว่า 50 ปี ซีแพคมีการดำเนินงานที่เป็นระบบและมีการพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจอยู่ตลอดเวลา ปัจจุบันซีแพคมีเครือข่ายการให้บริการครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ โดยมีโรงงานกระจายอยู่ทั่วประเทศเทศกว่า 200 แห่ง (บริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุก่อสร้าง จำกัด, 2547 : ออนไลน์) ในการบริหารงานซีแพคได้พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการตลอดเวลา ผู้บริหารสามารถตรวจสอบผลการดำเนินงานของโรงงานได้ทุกเวลาผ่านระบบอินทราเน็ตและอินเทอร์เน็ต

ในปี 2543 ซีแพคได้ประกาศรูปแบบธุรกิจใหม่ขึ้นมา นั่นก็คือ ธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์ ซึ่งเป็นผู้ผลิตคอนกรีตผสมเสร็จรายแรกของประเทศและของโลกที่ริเริ่มธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์ ธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์คือการให้สิทธิ์กับบุคคลภายนอกลงทุนประกอบธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จภายใต้ชื่อ “ซีแพค” โดยมีผู้ลงทุน ซึ่งเรียกว่า แฟรนไชส์ซี (Franchisee) เป็นผู้บริหาร และได้รับการสนับสนุนจากซีแพค ซึ่งเรียกว่า แฟรนไชส์เซอร์ (Franchisor) ในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การฝึกอบรมและพัฒนา การตลาด การขาย การผลิต การซ่อมบำรุงรักษา การจัดรูปแบบโรงงานและอื่น ๆ (บริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุก่อสร้าง

จำกัด, 2543) ปัจจุบัน ซีแพคมีโรงงานแฟรนไชส์ที่เปิดผลิตแล้วทั้งหมด 57 โรงงาน แบ่งเป็นในต่างประเทศ 2 โรงงาน ในประเทศ 55 โรงงาน ในส่วนของในประเทศไทย 55 โรงงานนี้ ถ้าแบ่งตามจำนวนผู้ประกอบการได้ 47 ราย เนื่องจากผู้ประกอบการ 1 ราย อาจมีการลงทุนหลายโรงงาน โดยแบ่งการดูแลตามเขตการบริหารงานของซีแพคดังนี้ ภาคเหนือ 15 โรงงาน(8 ผู้ประกอบการ) ภาคตะวันออก 11 โรงงาน (11 ผู้ประกอบการ) ภาคตะวันตก 6 โรงงาน(5 ผู้ประกอบการ) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 14 โรงงาน(13 ผู้ประกอบการ) ภาคใต้ 9 โรงงาน(9 ผู้ประกอบการ) (บริษัทผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบก่อสร้าง จำกัด, 2547) การลงทุนในธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์ ซีแพคจะเป็นผู้ให้การสนับสนุนแฟรนไชส์ในด้านต่าง ๆ ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่ในส่วนของการบริหารงานภายในร้าน การตัดสินใจ การดำเนินงานต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับผู้บริหารของแฟรนไชส์ซึ่งแต่ละกิจการก็จะแตกต่างกัน รวมถึงระบบสารสนเทศซึ่งแต่ละกิจการจะต้องเป็นผู้จัดหาหรือพัฒนาระบบขึ้นเอง เนื่องจากซีแพคจะให้การสนับสนุนในระดับหนึ่ง โดยมีระบบจัดทำรายงานบางส่วนให้กับทางแฟรนไชส์ซึ่งจัดทำผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เช่น รายงานยอดขาย รายละเอียดลูกค้า เป็นต้น ซึ่งบางรายงานก็ไม่ตรงกับความต้องการของแฟรนไชส์ หากแฟรนไชส์ต้องการนำข้อมูลไปจัดทำในรูปแบบอื่นเพื่อประกอบการบริหารงานหรือตัดสินใจต้องใช้เวลาและบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางคอมพิวเตอร์พอสมควร ทำให้การใช้ระบบสารสนเทศหรือการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศแบบต่างๆของแต่ละแฟรนไชส์ซึ่งมีมาตรฐานที่แตกต่างกันจากการศึกษาข้อมูลในเบื้องต้นพบว่า ผู้บริหารของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์มีความต้องการที่จะให้ทางซีแพคเข้าไปพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อให้ได้มาตรฐาน รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ระบบสารสนเทศของกิจการซีแพคแฟรนไชส์ด้วย

ดังนั้น จากการที่กิจการซีแพคแฟรนไชส์มีความต้องการในการพัฒนาระบบสารสนเทศรองรับกับจำนวนโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ในภาคเหนือ มีจำนวนมากที่สุด และยอดขายปี พ.ศ. 2547 กิจการซีแพคแฟรนไชส์ของภาคเหนือ มียอดขายเป็นอันดับหนึ่งจากยอดขายรวมของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ทั่วประเทศ (บริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบก่อสร้าง จำกัด, 2547) ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการในปัจจุบัน รวมทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นและความต้องการในการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการของกิจการซีแพคแฟรนไชส์ในเขตภาคเหนือ และนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตลอดจนเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาาระบบสารสนเทศที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการของธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์ในเขตภาคเหนือ ซึ่งมีระบบสารสนเทศ 2 แบบ ได้แก่ แบบที่ได้มาพร้อมกับสิทธิ์ในการลงทุนเป็นแฟรนไชส์ของซีแพค และแบบที่พัฒนาขึ้นมาเองหรือจากระบบสำเร็จรูป

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการในธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์ในเขตภาคเหนือ
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการของธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ทำให้ได้รับทราบข้อมูลความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับระบบสารสนเทศภายในกิจการแฟรนไชส์ได้

นิยามศัพท์

สารสนเทศ หมายถึง ข่าวสาร ข้อมูล ที่ได้จากการนำเอาข้อมูลดิบ มาคำนวณทางสถิติ หรือ ประมวลผลอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งข่าวสารที่ได้ออกมานั้น จะอยู่ในรูปที่สามารถนำไปใช้งานได้ทันที

ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ หมายถึง ระบบที่มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลและจัดทำสารสนเทศ เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจในการบริหารงานด้านต่าง ๆ เช่น การบัญชีและการเงิน การผลิต การขายและการตลาด การบริหารทรัพยากรบุคคล เป็นต้น โดยที่ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการนี้จะทำการประมวลผลและสรุปผลจากระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนงานประจำวัน เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจของผู้บริหาร โดยในที่นี้จะทำงานโดยอาศัยคอมพิวเตอร์เป็นพื้นฐาน(Based on Computer)

ธุรกิจซีแพคแฟรนไชส์ หมายถึง การให้สิทธิ์กับบุคคลภายนอกลงทุนประกอบธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จ ภายใต้ชื่อ “ซีแพค” ของบริษัท ผลิตภัณฑ์และวัตถุก่อสร้าง จำกัด

คอนกรีตผสมเสร็จ หมายถึง ส่วนผสมของปูนซีเมนต์ หิน ทราย น้ำ และน้ำยาผสมคอนกรีต ที่ผสมกันเบ็ดเสร็จจากโรงงาน ซึ่งตั้งอยู่นอกหรือในหน่วยงานก่อสร้าง รวมถึงบริการจัดส่งไป ณ หน่วยงานก่อสร้างโดยรถผสมคอนกรีต (ชัชวาลย์ เศรษฐบุญตร, 2537)