

ทักษะการรู้สารสนเทศ

ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ

วัฒนา เอกปมิตรศิลป์



ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ

ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ (business information systems) เป็นระบบสารสนเทศที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานของธุรกิจสามารถดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยถูกออกแบบและพัฒนาให้ปฏิบัติงานตามหน้าที่ทางธุรกิจ ตลอดจนช่วยส่งเสริมให้ทั้งองค์กร สามารถประสานงานและใช้ข้อมูลร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในระดับปฏิบัติงาน และระดับบริหาร

ระบบสารสนเทศตามหน้าที่ทางธุรกิจ

1. ระบบสารสนเทศด้านการบัญชี (accounting information system)
2. ระบบสารสนเทศด้านการเงิน (financial information system)
3. ระบบสารสนเทศด้านการตลาด (marketing information system)
4. ระบบสารสนเทศด้านการผลิตและการดำเนินงาน (production and operations information system)
5. ระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล (human resource information system)

ระบบสารสนเทศด้านการบัญชี

- ปัจจุบันงานของนักบัญชีมีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมอย่างมาก เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยทำให้มีการพัฒนาชุดคำสั่งสำเร็จรูปหรือชุดคำสั่ง เฉพาะสำหรับช่วยในการเก็บรวบรวม และประมวลผลข้อมูล ซึ่งจะช่วยลดระยะเวลาและเพิ่มความถูกต้องใน การทำงานแก่ผู้ใช้ ทำให้ นักบัญชีมีเวลาในการปฏิบัติงานเชิงบริหารมากขึ้น เช่น
 - การออกแบบและพัฒนาระบบงาน
 - พัฒนาระบบงบประมาณและระบบข้อมูลสำหรับผู้บริหาร เป็นต้น
- โดยที่ระบบสารสนเทศด้านการบัญชี (accounting information systems) หรือที่เรียกว่า AIS จะเป็นระบบที่รวบรวม จัดระบบ และนำเสนอสารสนเทศทางการบัญชีที่ช่วยในการตัดสินใจแก่ผู้ ใช้สารสนเทศทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยระบบสารสนเทศทางการบัญชีจะให้ความสำคัญ กับสารสนเทศที่สามารถวัดได้ หรือ การประมวลผล เชิงปริมาณมากกว่าการแก้ปัญหาเชิงคุณภาพ

ระบบสารสนเทศด้านการบัญชี (ต่อ)

โดยระบบสารสนเทศด้านการบัญชีจะมีส่วนประกอบหลัก 2 ส่วนคือ

1. ระบบบัญชีการเงิน (financial accounting system)

บัญชีการเงินเป็นการบันทึกรายการที่เกิดขึ้นในรูปตัวเงิน จัดหมวดหมู่รายการต่างๆ สรุปผลและตีความหมายในงบการเงิน ได้แก่ งบกำไรขาดทุน งบดุล และงบกระแสเงินสด โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ นำเสนอสารสนเทศแก่ผู้ใช้และผู้ที่เกี่ยวข้องข้อมูลทางการเงินขององค์กร เช่น นักลงทุนและเจ้าหนี้ นอกจากนี้ยังจัดเตรียมสารสนเทศในการตัดสินใจของผู้บริหาร



ระบบสารสนเทศด้านการบัญชี (ต่อ)

2. ระบบบัญชีบริหาร (managerial accounting system)

บัญชีบริหารเป็นการนำเสนอข้อมูลทางการเงินแก่ผู้บริหาร เพื่อใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ ระบบบัญชีจะประกอบด้วย บัญชีต้นทุน การงบประมาณ และการศึกษาระบบ โดยมีลักษณะสำคัญคือให้ความสำคัญกับการจัดการสารสนเทศทางการบัญชีแก่ผู้ใช้ภายในองค์การ ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในอนาคตของธุรกิจ ไม่ต้องจัดทำสารสนเทศตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป มีข้อมูลทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน มีความยืดหยุ่นและสามารถปรับให้สอดคล้องกับความต้องการใช้งาน



ระบบสารสนเทศด้านการเงิน

ระบบการเงิน (financial system) เปรียบเสมือนระบบหมุนเวียนโลหิตของร่างกายที่สูบฉีดโลหิตไปยังอวัยวะต่างๆ เพื่อให้การทำงานของอวัยวะแต่ละส่วนเป็นปกติ ถ้าระบบหมุนเวียนโลหิตไม่ดี การทำงานของอวัยวะก็บกพร่อง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบร่างกาย ระบบการเงินจะเกี่ยวกับสภาพคล่อง (liquidity) ในการดำเนินงาน เกี่ยวข้องกับการจัดการเงินสด หมุนเวียน ถ้าธุรกิจขาดเงินทุน อาจก่อให้เกิดปัญหาขึ้นทั้งโดยตรงและทางอ้อม โดยที่การจัดการทางการเงินจะมีหน้าที่สำคัญ 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การพยากรณ์ (forecast)
2. การจัดการด้านการเงิน (financial management)
3. การควบคุมทางการเงิน (financial control)



หน้าที่การจัดการทางการเงิน

1. การพยากรณ์ (forecast) การศึกษา วิเคราะห์ การคาดการณ์ การกำหนดทางเลือก และการวางแผนทางการเงินของธุรกิจ เพื่อใช้ทรัพยากรทางการเงินให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยนักการเงินสามารถใช้หลักการทางสถิติและแบบจำลองทางคณิตศาสตร์มาประยุกต์ การพยากรณ์ทางการเงิน จะอาศัยข้อมูลจากทั้งภายในและภายนอกองค์การ ตลอดจนประสบการณ์ของผู้บริหารในการตัดสินใจ

2. การจัดการด้านการเงิน (financial management) เกี่ยวข้องกับเรื่องการบริหารเงินให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น รายรับและรายจ่าย การหาแหล่งเงินทุนจากภายนอก เพื่อที่จะเพิ่มทุนขององค์การ โดยวิธีการทางการเงิน เช่น การกู้ยืม การออกหุ้นหรือตราสารทางการเงินอื่น เป็นต้น



หน้าที่การจัดการทางการเงิน (ต่อ)

3. การควบคุมทางการเงิน (financial control) เพื่อติดตามผล ตรวจสอบ และประเมินความเหมาะสมในการดำเนินงานว่าเป็นไปตามแผนที่กำหนดหรือไม่ ตลอดจนวางแนวทางแก้ไขหรือปรับปรุงให้การดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจมีประสิทธิภาพ โดยที่การตรวจสอบและการควบคุมการทางการเงินของธุรกิจสามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภทดังต่อไปนี้

- การควบคุมภายใน (internal control)
- การควบคุมภายนอก (external control)



ระบบสารสนเทศด้านการเงิน (financial information system)

เป็นระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้น สำหรับสนับสนุนกิจกรรมทางด้านการเงินขององค์กร การตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมทางด้านการเงิน เพื่อให้การจัดการทางการเงินเกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยที่แหล่งข้อมูลสำคัญในการบริหารเงินขององค์กรมีดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลจากการดำเนินงาน (operations data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการปฏิบัติงานของธุรกิจ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการควบคุม ตรวจสอบ และปรับปรุงแผนการเงินขององค์กร
2. ข้อมูลจากการพยากรณ์ (forecasting data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมและประมวลผล เช่น การประมาณค่าใช้จ่ายและยอดขายที่ได้รับจากแผนการตลาด โดยใช้เทคนิคและแบบจำลองการพยากรณ์ โดยที่ข้อมูลจากการพยากรณ์ถูกใช้ประกอบการวางแผน การศึกษาความเป็นไปได้ และการตัดสินใจลงทุน

ระบบสารสนเทศด้านการเงิน (financial information system) (ต่อ)

3. กลยุทธ์องค์กร (corporate strategy) เป็นเครื่องกำหนดและแสดงวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ แนวทางการประกอบธุรกิจในอนาคต เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ โดยที่กลยุทธ์จะเป็นแผนหลักที่แผนปฏิบัติการอื่น ต้องถูกจัดให้สอดคล้องและส่งเสริมความสำเร็จของกลยุทธ์

4. ข้อมูลจากภายนอก (external data) ข้อมูลทางเศรษฐกิจและการเงิน สังคม การเมือง และปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อธุรกิจ เช่น อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เป็นต้น โดยข้อมูลจากภายนอกจะแสดงแนวโน้มในอนาคตที่ธุรกิจต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์

ระบบสารสนเทศด้านการตลาด

ระบบสารสนเทศทางการตลาด (marketing) เป็นหน้าที่สำคัญทางธุรกิจ เนื่องจากหน่วยงานด้านการตลาดจะรับผิดชอบในการกระจายสินค้าและบริการไปสู่ลูกค้า ตั้งแต่การศึกษา และวิเคราะห์ความต้องการ การวางแผนและการสร้างความต้องการ ตลอดจนส่งเสริมการขายจนกระทั่งสินค้าถึงมือลูกค้า ปกติการตัดสินใจทางการตลาดจะเกี่ยวข้องกับการจัดส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) หรือส่วนประกอบที่ทำให้การดำเนินงานทางการตลาดประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) สถานที่ (place) และการโฆษณา (promotion) หรือที่เรียกว่า 4Ps โดยสารสนเทศที่นักการตลาดต้องการในการวิเคราะห์วางแผน ตรวจสอบ และควบคุมให้แผนการตลาดเป็นไปตามที่ต้องการ



หน้าที่การจัดการทางการตลาด

1. การปฏิบัติงาน (operations) เป็นข้อมูลที่แสดงถึงยอดขายและการดำเนินงานด้านการตลาด ตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา โดยข้อมูลการปฏิบัติงานจะเป็นข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานที่ช่วยในการตรวจสอบ ควบคุม และวางแนวทางปฏิบัติให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นในอนาคต
2. การวิจัยตลาด (marketing research) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด โดยเฉพาะพฤติกรรมและความสัมพันธ์ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจ โดยนักการตลาดจะทำการวิจัยบนสมมติฐานและการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ปกติข้อมูลในการวิจัยตลาดจะได้มาจากการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์ และการใช้แบบสอบถาม การวิจัยตลาดช่วยผู้บริหารในการวางแผนและการตัดสินใจทางการตลาด แต่อาจมีข้อจำกัดของความถูกต้องและความน่าเชื่อถือในการอธิบายพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย



หน้าที่การจัดการทางการตลาด (ต่อ)

3. คู่แข่ง (competitor) คำกล่าวที่ว่า “รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้งชนะทั้งร้อยครั้ง” แสดงความสำคัญที่ธุรกิจต้องมีความเข้าใจในคู่แข่งขั้นทั้งด้านจำนวนและศักยภาพ โดยข้อมูลจากการดำเนินงาน ของคู่แข่งขั้นช่วยให้ธุรกิจสามารถวางแผนการตลาดอย่างเหมาะสม ปกติข้อมูลจากคู่แข่งขั้นจะมีลักษณะไม่มีโครงสร้าง ไม่เป็นทางการ และมีแหล่งที่มาไม่ชัดเจน เช่น การทดลองใช้สินค้าหรือบริการ การสัมภาษณ์ลูกค้าและตัวแทนจำหน่าย การติดตามข้อมูลในตลาด และข้อมูลจากสื่อสารมวลชน เป็นต้น

4. กลยุทธ์ขององค์กร (corporate strategy) เป็นข้อมูลสำคัญทางการตลาด เนื่องจากกลยุทธ์จะเป็นเครื่องกำหนดแนวทางปฏิบัติของธุรกิจ และเป็นฐานในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร



หน้าที่การจัดการทางการตลาด (ต่อ)

5. ข้อมูลภายนอก (external data) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และเทคโนโลยี ซึ่งจะส่งผลต่อโอกาสหรืออุปสรรคของธุรกิจ โดยทำให้ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของลูกค้าขยายหรือหดตัว **ตลอดจนสร้างคู่แข่งขึ้นใหม่หรือ เปลี่ยนขั้นตอนและรูปแบบในการดำเนินงานสารสนเทศด้านการตลาดอาจจะมี ความแตกต่าง** **ต่างกันตามประเภทของธุรกิจ**ซึ่ง เราสามารถจำแนกระบบย่อยของระบบสารสนเทศด้านการตลาดได้ดังต่อไปนี้



ระบบย่อยของระบบสารสนเทศทางการตลาด

ระบบสารสนเทศทางการตลาดโดยทั่วไปแล้วอาจจะมีแตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจสามารถจำแนกระบบย่อยได้ดังนี้

1. ระบบสารสนเทศสำหรับการขาย

1.1 ระบบสารสนเทศสำหรับวิเคราะห์การขาย จะรวบรวมสารสนเทศในเรื่องของกำไรหรือขาดทุนของผลิตภัณฑ์ ความสามารถของพนักงานขายสินค้า ยอดขายของแต่ละเขตการขาย รวมทั้งแนวโน้มการเติบโตของสินค้า ซึ่งสามารถหาข้อมูลได้จากรายงานต่างๆ เช่น รายงานการขาย รายงานของต้นทุนสินค้าและวัตถุดิบ เป็นต้น

1.2 ระบบสารสนเทศสำหรับการวิเคราะห์ลูกค้า จะช่วยในการวิเคราะห์ลูกค้าเพื่อให้ทราบถึงรูปแบบของการซื้อและประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ เพื่อที่ธุรกิจจะสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ



ระบบย่อยของระบบสารสนเทศทางการตลาด (ต่อ)

2. ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยตลาด สามารถแบ่งออกเป็นระบบย่อยตามหน้าที่ได้ 2 ระบบ ดังต่อไปนี้

2.1 ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยลูกค้า การวิจัยลูกค้าจะต่างกับการวิเคราะห์ลูกค้าตรงที่ว่าการวิจัยลูกค้าจะมีขอบเขต ของการใช้สารสนเทศกว้างกว่าการวิเคราะห์ลูกค้า โดยการวิจัยลูกค้าจะต้องการทราบสารสนเทศ ที่เกี่ยวกับลูกค้าในด้านสถานะทางการเงิน การดำเนินธุรกิจ ความพอใจ รสนิยมและพฤติกรรมการบริโภค

2.2 ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยตลาด การวิจัยตลาดจะให้ความสำคัญกับการหาขนาดของตลาดของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่จะนำออกจำหน่าย ซึ่งอาจครอบคลุมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว หลังจากนั้นก็จะกำหนดส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อทำการวางแผนกำหนดเป้าหมาย กำหนดกลยุทธ์และวางแผนกลยุทธ์ สารสนเทศที่เป็นที่ต้องการของการวิจัยตลาดคือสถานะและแนวโน้มทาง เศรษฐกิจ ยอดขายในอดีตของอุตสาหกรรมหรือผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันในตลาด รวมทั้งสถานะการแข่งขันของผลิตภัณฑ์นี้ด้วย



ระบบย่อยของระบบสารสนเทศทางการตลาด (ต่อ)

3. ระบบสารสนเทศสำหรับการส่งเสริมการขายและโฆษณา เป็นระบบที่ให้ความสำคัญกับแผนงานทางด้านการโฆษณาและส่งเสริมการขาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขาย เพิ่มยอดขายสินค้า และเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้สูงขึ้น สารสนเทศที่เป็นที่ต้องการคือยอดขายของสินค้าทุกชนิดในบริษัท เพื่อให้รู้ว่าสินค้าใดต้องการแผนการส่งเสริมการขาย และสารสนเทศที่เกี่ยวกับผลกำไรหรือขาดทุนของสินค้าแต่ละชนิด เพื่อให้มีความสำคัญกับสินค้าตัวที่ทำกำไร

4. ระบบสารสนเทศสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นระบบสารสนเทศที่วิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ลักษณะและความต้องการของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าแต่ยังไม่มีตลาด โดยสารสนเทศที่เป็นที่ต้องการของระบบได้แก่ ยอดขายของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในอดีต เพื่อให้ทราบถึงขนาดและลักษณะของตลาด และการประมาณการต้นทุน เพื่อตอบคำถามให้ได้ว่าสมควรที่จะออกผลิตภัณฑ์ใหม่หรือไม่



ระบบย่อยของระบบสารสนเทศทางการตลาด (ต่อ)

5. ระบบสารสนเทศสำหรับพยากรณ์การขาย เป็นระบบที่ใช้ในการวางแผนการขาย แผนการทำกำไรจากสินค้าหรือบริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งของบริษัท ซึ่งจะส่งผลไปถึงการวางแผนการผลิต การวางกำลังคน และงบประมาณที่จะใช้เกี่ยวกับการขาย โดยสารสนเทศที่เป็นที่ต้องการคือ ยอดขายในอดีต สถานะของคู่แข่งชั้น สภาพการณ์ของตลาด และแผนการโฆษณา

6. ระบบสารสนเทศสำหรับการวางแผนกำไร เป็นระบบสารสนเทศที่ให้ความสำคัญกับการวางแผนทำกำไรทั้งในระยะสั้นและระยะยาวของธุรกิจ โดยสารสนเทศที่เป็นที่ต้องการคือสารสนเทศจากการวิจัยตลาด ยอดขายในอดีต สารสนเทศของคู่แข่งชั้น การพยากรณ์การขาย และการโฆษณา



ระบบย่อยของระบบสารสนเทศทางการตลาด (ต่อ)

7. ระบบสารสนเทศสำหรับการกำหนดราคา การกำหนดราคาของสินค้านับว่าเป็นจิตวิทยาอย่างหนึ่งทางการตลาด เพราะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า คู่แข่งขัน กำลังซื้อของลูกค้า โดยปกติแล้วราคาสินค้าจะตั้งจากราคาต้นทุนรวมกับร้อยละของกำไรที่ต้องการ โดยสารสนเทศที่ต้องการได้แก่ ตัวเลขกำไรของผลิตภัณฑ์ในอดีต เพื่อทำการปรับปรุงราคาให้ได้สัดส่วนของกำไรคงเดิม ในกรณีที่ต้นทุนมีการเปลี่ยนแปลง

8. ระบบสารสนเทศสำหรับการควบคุมค่าใช้จ่าย บุคคลที่เป็นผู้ควบคุมค่าใช้จ่ายสามารถควบคุมได้โดยดูจากรายงานของผลการทำกำไร กับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงหรือสาเหตุของการคลาดเคลื่อนของค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขาย รวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น เงินเดือน ค่าโฆษณา ค่าส่วนแบ่งการขาย เป็นต้น



ระบบสารสนเทศทางการผลิต

ฝ่ายการผลิตมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการผลิตสินค้าเพื่อส่งขายตามความต้องการท้องตลาด สินค้าที่ผลิตออกมาจะต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี มีความน่าเชื่อถือ และต้องมีคุณภาพและต้นทุนที่เหมาะสมดังนั้นการผลิตจะต้องมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ข้อมูลจากการผลิต เป็นข้อมูลที่มาจากระบบการผลิต
2. ข้อมูลจากสินค้าคงคลัง เป็นข้อมูลสินค้าสำเร็จรูปและวัตถุดิบซึ่งมีความสำคัญต่อกระบวนการผลิต
3. ข้อมูลจากผู้ขายสินค้า ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับราคาของวัตถุดิบ ผู้ขายวัตถุดิบ วัตถุดิบใหม่ๆ
4. ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลากร ข้อมูลพนักงาน บุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์
5. ข้อมูลเกี่ยวกับแรงงาน ข้อมูลแหล่งจัดหางาน เพื่อนำมาทดแทนแรงงานไม่ให้ขาดแรงงานในการผลิต



ระบบสารสนเทศทางด้านทรัพยากรบุคคล

ระบบสารสนเทศทางด้านทรัพยากรบุคคล เป็นระบบสารสนเทศที่ใช้สำหรับการบริหารงาน เกี่ยวกับบุคคลภายในองค์กร ระบบมีหน้าที่ในการวางแผน การทำกิจกรรมต่างๆ การจัดงาน การฝึกอบรม การทำแฟ้มประวัติพนักงาน กฎระเบียบต่างๆ ของพนักงานข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งและเงินเดือนของพนักงาน การบริหารทรัพยากรบุคคลเกิดประสิทธิภาพ โดยที่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรบุคคลจะมีดังนี้

1. ข้อมูลบุคลากรเป็นข้อมูลของสมาชิกแต่ละคนขององค์การ ซึ่งประกอบด้วยประวัติเงินเดือนและ สวัสดิการ เป็นต้น
2. ฝ่ายองค์การ แสดงโครงสร้างองค์การ การจัดหน่วยงานและแผนกำลังคน ซึ่งแสดงทั้งปริมาณและการจัดสรรทรัพยากรบุคคล
3. ข้อมูลจากภายนอก ระบบบริหารทรัพยากรบุคคลมีใช้ระบบปิดที่ควบคุมและดูแลสมาชิกภายในองค์การเท่านั้น แต่จะเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองซึ่งต้องการข้อมูลจากภายนอกองค์การ เช่น การสำรวจเงินเดือน อัตราการว่างงาน อัตราเงินเฟ้อ เป็นต้น



ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาระบบคือ

1. ความสามารถ (capability) หมายถึงความพร้อมขององค์การและบุคคลในการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยต้องพิจารณาความสามารถของบุคลากร 3 กลุ่มคือ

1. ผู้บริหารระดับสูงต้องพร้อมที่จะสนับสนุนด้านนโยบาย กำลังคน กำลังเงิน และวัสดุอุปกรณ์ในการพัฒนาระบบสารสนเทศขององค์การ
2. ฝ่ายทรัพยากรบุคคลต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และตื่นตัวในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ เพื่อให้การทำงานในหน่วยงานมีความคล่องตัวขึ้น
3. ฝ่ายสารสนเทศที่ต้องทำความเข้าใจและออกแบบระบบงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ในแต่ละกลุ่ม



ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาระบบคือ (ต่อ)

2. การควบคุม (control) การพัฒนา HRIS จะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของสารสนเทศโดยเฉพาะการเข้าถึงและความถูกต้องของข้อมูล เนื่องจากข้อมูลด้านทรัพยากรบุคคลจะเกี่ยวข้องกับความเป็นส่วนตัวของสมาชิกแต่ละคน ซึ่งจะมีผลต่อชื่อเสียงและผลได้-ผลเสียของบุคคล จึงต้องมีการจัดระบบการเข้าถึงและจัดการข้อมูลที่รัดกุม โดยอนุญาตให้ผู้มีหน้าที่และความรับผิดชอบในแต่ละหน่วยงานสามารถ เข้าถึงและปรับปรุงสารสนเทศในส่วนงานของตนเท่านั้น

3. ต้นทุน (Cost) การพัฒนาระบบสารสนเทศทางด้านทรัพยากรบุคคลจะต้องใช้เงินทุนที่สูง จะไม่เห็นผลเป็นรูปธรรมแต่จะช่วยให้สามารถทำงานได้สะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น



ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาระบบคือ (ต่อ)

4. การติดต่อสื่อสาร (communication) หมายถึงการพัฒนาระบบสารสนเทศ ต้องศึกษาการไหลเวียนของสารสนเทศ (information flow) ภายในองค์กรและความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนเตรียมการในการสื่อสารข้อมูล เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องรับทราบ เกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีกับการนำระบบสารสนเทศมาประยุกต์ใช้

5. ความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive advantage) ปัจจุบันการพัฒนา HRIS ไม่เพียงแต่ช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพขึ้น แต่ยังมีส่วนสำคัญในการสร้างศักยภาพและความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจ สามารถช่วยนำเสนอข้อมูลการตัดสินใจทางด้านทรัพยากรบุคคลได้อย่างถูกต้องมากขึ้น



The End

แบบฝึกหัดท้ายบท

ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทโดยให้เลือกทำมา 3 ข้อ ส่งท้ายชั่วโมง

