

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Systems) ได้เข้ามา มีบทบาทสำคัญของการดำรงชีวิตของมนุษย์มากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีต่าง ๆ ได้ถูกประยุกต์ไปใช้ใน ด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านบริหารราชการแผ่นดิน หรือด้านการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มความได้เปรียบใน การแข่งขันด้านสินค้า และบริการ โดยในยุคปัจจุบันที่ได้ชื่อว่าเป็น ยุคแห่งการแข่งขันในด้านข้อมูล และข่าวสาร (Information Age) ทำให้ระบบสารสนเทศจึงมีความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ โดย ระบบนี้เป็นส่วนที่ทำให้การสนับสนุนในการบริหารจัดการภายในองค์กร ทั้งในภาครัฐและภาคธุรกิจ ให้ประสบความสำเร็จ

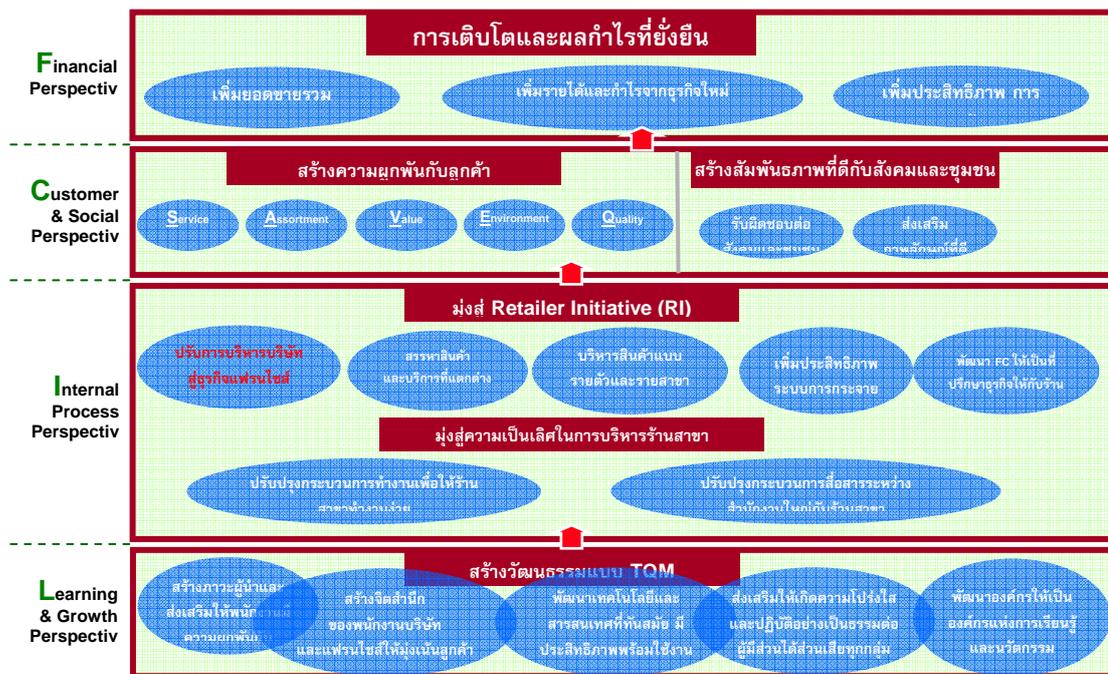
การจัดหาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Systems) เพื่อเข้า มาช่วยด้านการจัดการเข้ามาใช้ภายในองค์กรนั้น ผู้บริหารต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายด้าน เช่น ความ สอดคล้องระหว่างการค้าดำเนินธุรกิจ เทคโนโลยีและการตัดสินใจที่ต้องกระทำอย่างสอดคล้องกัน โดยจะต้องประยุกต์ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการองค์กร และการตัดสินใจทางธุรกิจให้ เกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุด ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศถูกพัฒนาขึ้นเพื่อสนับสนุนให้การ ดำเนินงานของธุรกิจให้ดำเนินการอย่างเป็นระบบ ซึ่งระบบส่วนใหญ่ถูกออกแบบและพัฒนาให้ ปฏิบัติงานตามหน้าที่ทางธุรกิจ ตลอดจนช่วยส่งเสริมให้ทั้งองค์กรสามารถติดต่อประสานงาน และ ใช้ข้อมูลร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในระดับปฏิบัติงานและระดับบริหาร

ปัจจุบันทางบริษัท ซี พี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดทิศทางในการดำเนินการ ของบริษัท ซี พี ออลล์ จำกัด (มหาชน) โดยมีเครื่องมือในการอธิบายกลยุทธ์ที่ชัดเจน นั่นคือ “แผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map)”

ภาพที่ 1.1

แผนที่ทางกลยุทธ์ขององค์กร พ.ศ. 2551-2555

## แผนที่ทางกลยุทธ์ขององค์กร พ.ศ. 2551-2555



จาก “แผนที่ทางกลยุทธ์ขององค์กร (Strategy Map) ปี พ.ศ. 2551-2555” ของบริษัท ซี พี ออลล์ จำกัด (มหาชน) แบ่งออกเป็น 4 มุมมองหลัก (Perspective) ในการบริหารธุรกิจ โดยมีพื้นฐานมาจากมุมมองของการเรียนรู้ (Learning & Growth) เพื่อพัฒนาให้บุคลากรและองค์กรมีความก้าวหน้าเจริญเติบโต ด้วยการสร้างภาวะผู้นำส่งเสริมให้พนักงานและบุคลากรมีความรักความผูกพันกับองค์กร เน้นให้พนักงานร้านสาขามีจิตสำนึกในการบริการลูกค้า ในขณะเดียวกันองค์กรจะดำเนินการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศให้ทันสมัย เพื่อประสิทธิภาพที่พร้อมใช้งานรองรับการขยายสาขาและเครือข่ายธุรกิจขององค์กรในอนาคต นอกเหนือจากการพัฒนาบุคลากรและเทคโนโลยี ทางบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ยังมุ่งที่จะเป็นองค์กรที่บริหารงานอย่างโปร่งใส และปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรมและมีจริยธรรม และยกระดับให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และผู้นำด้านนวัตกรรม ซึ่งจะเป็นฐานในมุมมองด้านกลยุทธ์ที่จะกล่าวในลำดับต่อไป

ในมุมมองต่อมาได้ให้ความสำคัญกับระบบการบริหารจัดการภายใน (Internal Process) โดยแบ่งออกเป็นส่วนการจัดการ 2 ส่วนหลัก คือ การมุ่งสู่ความเป็นเลิศในการบริหาร

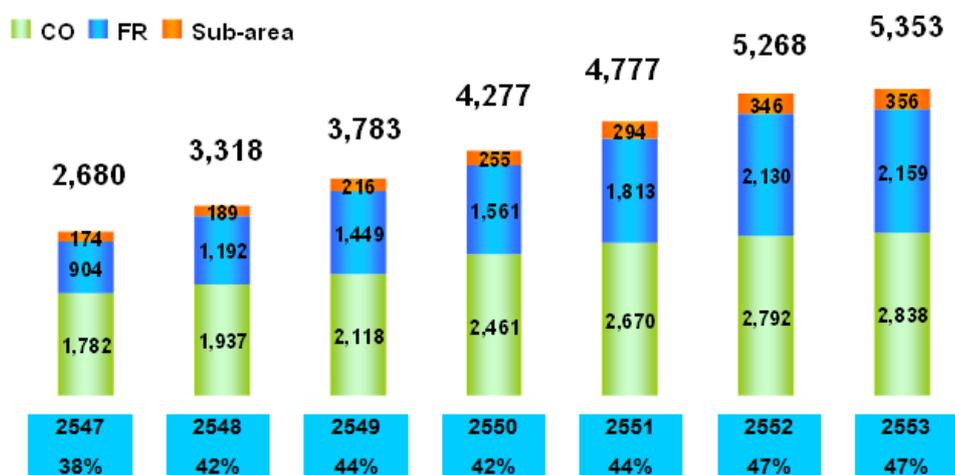
ร้านสาขา และอีกส่วนหนึ่ง คือ การมุ่งสู่กลยุทธ์การเป็น “Retailer Initiative” หรือ RI ในส่วนดังกล่าวนี้ถือเป็นหัวใจสำคัญของกลยุทธ์ที่จะขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จและสร้างความแตกต่างทางการดำเนินธุรกิจขององค์กรให้เกิดความโดดเด่นจากคู่แข่งในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน โดยมุ่งเน้นการปรับการบริหารบริษัทสู่ธุรกิจแฟรนไชส์ สรรหาสินค้าและบริการ บริหารสินค้าแบบรายตัว เพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้า และยกระดับความสามารถของบุคลากรสายงานปฏิบัติการ ตำแหน่ง FC (Field Consultant) ซึ่งทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาและเชื่อมประสานระหว่างบริษัทและร้านสาขาให้มีทักษะความเชี่ยวชาญเชิงธุรกิจค้าปลีก สอดคล้องกับการพัฒนาองค์กร ซึ่งกลยุทธ์ทั้งหมดนี้จะส่งผลถึงการกำหนดกลยุทธ์มุมมองด้านลูกค้าและสังคม (Customer & Social Perspective) และมุมมองเชิงผลกำไรในด้านการเงิน (Financial Perspective) ในลำดับท้ายสุด

จากแผนที่กลยุทธ์ทางองค์กรที่นำเสนอข้างต้น มีข้อสังเกตว่า บริษัท ซี พี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นผลประกอบการเชิงการเงินเพียงประการเดียว องค์กรได้มุ่งเน้นถึงลูกค้าและมีความเอื้ออาทรต่อสังคม มุ่งเน้นที่จะเป็นผู้นำด้านการบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีก หรือที่เรียกว่า “RI : Retailer Initiative” และที่ขาดไม่ได้คือการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ทรัพยากรบุคคล และจิตสำนึกต่อการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลยุทธ์ที่สนับสนุนสู่การเป็น “RI : Retailer Initiative” นั้นเป็นที่น่าสนใจศึกษา แต่ที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากผู้ประกอบการธุรกิจขายเดียวกันอย่างชัดเจน คือ การปรับการบริหารบริษัทฯ สู่ธุรกิจแฟรนไชส์

ในอดีตเมื่อปี 2547 ทางบริษัท ซี พี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีร้านสาขาทั้งหมด 2,680 สาขา แบ่งออกเป็น ผู้ประกอบการรับสิทธิช่วงในอาณาเขต (Sub-Area License Stores) จำนวน 174 สาขา, ร้านสาขาบริษัท (Corporate Stores) 1,782 สาขา และร้านค้าแฟรนไชส์ (Franchise Stores) จำนวน 904 สาขา หลังจากนั้นจำนวนสาขาเพิ่มขึ้นทุกปี จนกระทั่ง 26 กุมภาพันธ์ 2553 มีร้านสาขาทั้งหมด 5,353 สาขา แบ่งออกเป็น ผู้ประกอบการรับสิทธิช่วงในอาณาเขต (Sub-Area License Stores) จำนวน 356 สาขา, ร้านสาขาบริษัท (Corporate Stores) 2,838 สาขา และร้านค้าแฟรนไชส์ (Franchise Stores) จำนวน 2,159 สาขา

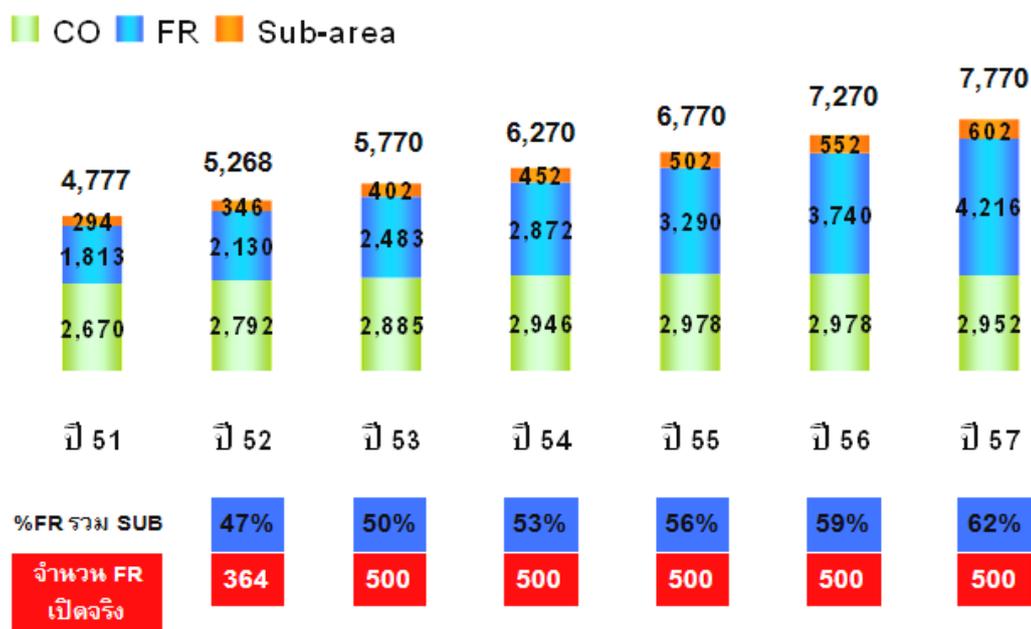
ภาพที่ 1.2

จำนวนร้านสาขาปี 2547 ถึง 26 กุมภาพันธ์ 2553



ตามนโยบายของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดแผนการขยายสัดส่วนร้านค้าแฟรนไชส์ใน 5 ปีข้างหน้า ตั้งแต่ปี 2553 - 2557 เริ่มตั้งแต่ปี 2553 จำนวนสาขาทั้งหมด 5,278 สาขา แบ่งออกเป็น ผู้ประกอบการรับสิทธิช่วงในอาณาเขต (Sub-Area License Stores) จำนวน 344 สาขา, ร้านสาขาบริษัท (Corporate Stores) 2,846 สาขา และร้านค้าแฟรนไชส์ (Franchise Stores) จำนวน 2,088 สาขา หลังจากนั้นจำนวนสาขาเพิ่มขึ้นทุกปี จนกระทั่งปี 2557 จำนวนสาขาทั้งหมด 7,778 สาขา แบ่งออกเป็น ผู้ประกอบการรับสิทธิช่วงในอาณาเขต (Sub-Area License Stores) จำนวน 594 สาขา, ร้านสาขาบริษัท (Corporate Stores) 3,000 สาขา และร้านค้าแฟรนไชส์ (Franchise Stores) จำนวน 4,184 สาขา

ภาพที่ 1.3  
ประมาณการสาขาแฟรนไชส์สะสม ปี 2552-2557



การเติบโตของจำนวนร้านสาขาที่เพิ่มขึ้นทุกปี ดังกราฟด้านบน ดังนั้นในการบริหารดูแลร้านสาขาที่จำนวนมาก การบริหารจัดการต้องยิ่งดีขึ้นตามไปด้วย โดยทางบริษัท ซี พี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System) ก็คือ CRM (Customer Relationship Management) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้าทั้งหมด เริ่มตั้งแต่ประวัติครอบครัวของแฟรนไชส์ซี, ประวัติการทำงาน, เริ่มเข้าสู่การคัดเลือกแฟรนไชส์ซีตั้งแต่เมื่อไร, เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ ฯลฯ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System) เริ่มใช้เมื่อปี 2550 จนถึงปัจจุบัน ผู้ใช้ที่ใช้ระบบนี้ คือ ทุกหน่วยงานที่ต้องติดต่อกับแฟรนไชส์ซี เช่น บัญชี, การตลาด, จัดซื้อ, ทีมงานปฏิบัติการ เป็นต้น แต่ในงานวิจัยนี้จะเน้นทีมงานปฏิบัติการ (Operations)

ทีมงานปฏิบัติการ (Operations) คือ ทีมงานที่ดูแลร้านสาขา 7-11 ทั้งหมด โดยมีหน้าที่ จะต้องดูแลความเรียบร้อยทางด้านการบริการลูกค้า การบริหารบุคคล การปฏิบัติตามกฎระเบียบของบริษัท ซี พี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งต้องดูแลร้านค้าแฟรนไชส์ซีด้วยการปฏิบัติหน้าที่ของทีมงานปฏิบัติการ เดิม ต้องใช้การจดจำรายละเอียดของแฟรนไชส์ซีทุกราย เช่น ชื่อ,

เบอริโทรศัพทติดต่อ เป็นต้น ถ้าหากจำไม่ได้จะต้องทำการขอดูรายละเอียดของแฟรนไชส์ซึ่งจากแฟ้มประวัติลูกค้าที่ฝ่ายกฎหมาย ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน เมื่อเริ่มมีการใช้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System) ที่ทีมงานปฏิบัติการสามารถเปิดดูรายละเอียดได้จากระบบนี้ ได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ รวดเร็ว กว่าเดิม

ดังที่ทราบกันเป็นอย่างดีแล้วว่า เทคโนโลยีจะเป็นส่วนที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร เช่นเดียวกันกับบริษัท ซี พี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่ได้พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการปฏิบัติงานมาตลอดการดำเนินธุรกิจ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจแฟรนไชส์ที่เกี่ยวข้องกับผู้บริหารสาขาซึ่งเป็นผู้ค้ารายสำคัญกว่า 1,000 คน นั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุก ๆ หน่วยงานที่ทำหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานร้านแฟรนไชส์จะต้องใช้ระบบเทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่อระบบและร้านสาขาเข้าด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรสายงานปฏิบัติการที่ทำหน้าที่สนับสนุนร้านสาขาโดยตรง ควรที่จะต้องมีความชำนาญในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System) ในการเป็นที่ปรึกษาทางธุรกิจให้กับร้าน 7-Eleven ที่แฟรนไชส์ซึ่งเป็นผู้บริหารร้าน จึงเป็นที่น่าสนใจ และศึกษาค้นคว้าถึงลักษณะการดำเนินงานของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System) และความคิดเห็นทัศนคติ ความพึงพอใจของทีมงานปฏิบัติการ ที่มีต่อการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System) ในองค์กร ทั้งนี้เพื่อการนำผลการศึกษามาพัฒนา ปรับปรุงให้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศดังกล่าว มีระบบการทำงานที่เหมาะสมกับผู้นำเทคโนโลยีไปใช้ ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน ตลอดจนการเป็นกำลังสำคัญที่ขับเคลื่อนให้องค์กรทะยานสู่ความสำเร็จในเชิงการแข่งขันในโลกธุรกิจปัจจุบัน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึง “ทัศนคติ ต่อการยอมรับระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System) บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)” ที่นำมาประยุกต์ใช้ในการให้ค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ของแฟรนไชส์ 7-Eleven สำหรับทีมงานปฏิบัติการในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล ซึ่งเป็นผู้ใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System)

### 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาทัศนคติ ต่อการยอมรับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System) บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ และเก็บข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มคนที่ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System) ก็คือ ทีมงานปฏิบัติการในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยแบ่งออกเป็น 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ (BN), ภาคใต้ (BS), ภาคตะวันออก (BE), ภาคตะวันตก (BW) และยังแบ่งตามตำแหน่งของทีมงานปฏิบัติงานด้วย ประกอบด้วย 3 ตำแหน่ง คือ ผู้จัดการฝ่าย, ผู้จัดการเขต, ผู้ช่วยผู้จัดการเขต (FC) เกี่ยวกับการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System) ซึ่งเป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตอบรับ การยอมรับ และปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System)

### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

บริษัทสามารถทราบถึง “ทัศนคติ ต่อการยอมรับระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System) บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)” ที่นำมาประยุกต์ใช้ในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ของแฟรนไชส์ที่ 7-Eleven สำหรับทีมงานปฏิบัติการในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งเป็นผู้ใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System)

เพื่อการนำผลการศึกษามาพัฒนา ปรับปรุงให้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System) ให้มีระบบการทำงานที่เหมาะสมกับผู้นำเทคโนโลยีไปใช้ ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน ตลอดจนการเป็นกำลังสำคัญที่ขับเคลื่อนให้องค์กรทะยานสู่ความสำเร็จในเชิงการแข่งขันในโลกธุรกิจปัจจุบัน

## 1.5 นิยามศัพท์

**เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือระบบสารสนเทศ (Information Technology)** หมายถึง การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดกระทำข้อมูล ประมวลผลข้อมูลอย่างเป็นระเบียบ แบบแผน อันนำมาซึ่งข้อมูลสารสนเทศเพื่อนำไปใช้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการซึ่งในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ หมายถึง ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ FMS (Franchise Management System) โดย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

**ทัศนคติ (Attitude)** หมายถึง ความรู้สึกหรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ความรู้สึกหรือท่าทีนี้จะนำไปในทำนองที่ พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์นั้น

**ความพึงพอใจ** หมายถึง เป็นความคิดที่แสดงออกต่อสิ่งใดก็ตาม ทั้งในด้านบวก และด้านลบโดยเสรี ซึ่งรวมไปถึงแนวทางที่บุคคลคิดว่าสิ่งนั้นความเป็นอย่างไร

**ร้านสาขาบริษัท (Corporate Stores)** หมายถึง เป็นร้านที่บริษัทเป็นเจ้าของและบริหารงานเองทั้งหมด บริษัทเป็นผู้ลงทุนในอุปกรณ์ค้าปลีกต่าง ๆ การตกแต่งร้าน และต้นทุนค่าสินค้า รวมทั้งเป็นผู้บริหารร้าน

**ร้านค้าแฟรนไชส์ (Franchise Stores)** หมายถึง เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้สนใจ รวมทั้งพนักงานสามารถเข้ามาบริหารร้าน 7-Eleven ภายใต้ระบบอันทันสมัย โดยบริษัทจะให้ความช่วยเหลือในการดำเนินธุรกิจอย่างใกล้ชิด ให้ความรู้ ความเข้าใจในการบริหารงาน หลักการคัดเลือกสินค้า ระบบการเงิน มีแผนส่งเสริมการขายและแผนการโฆษณาทั่วประเทศอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งจัดส่งเจ้าหน้าที่ไปช่วยแนะนำเทคนิคการจัดการใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยที่ผู้สนใจทำธุรกิจสามารถเลือกร้านสาขา 7-Eleven ที่กำลังจะเปิดดำเนินการหรือเปิดดำเนินการแล้วแต่ในกรณีที่ผู้สนใจทำธุรกิจมีทำเลเอง ทางบริษัทจะดำเนินการวิเคราะห์ทำเลโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น ระยะเวลาอนุญาตให้ดำเนินการร้านและผลประโยชน์ตอบแทนจะขึ้นอยู่กับประเภทของแฟรนไชส์

**ผู้ประกอบการรับสิทธิช่วงในอาณาเขต (Sub-Area License Stores)** หมายถึง ร้านที่บริษัททำสัญญาอนุญาตให้สิทธิช่วงแก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นในการเปิดร้าน 7-Eleven เฉพาะในอาณาเขตที่กำหนด ปัจจุบันมี 4 ราย ได้แก่ ภูเก็ต ยะลา เชียงใหม่ และอุบลราชธานี โดยผู้รับสิทธิช่วงจะรับผิดชอบการเปิดสาขาและบริหารร้าน 7-Eleven ในขณะที่บริษัทจะให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนด้านต่าง ๆ ตามเงื่อนไขที่ตกลงกัน

**ทีมงานปฏิบัติการ (Operations)** หมายถึง ทีมงานที่ดูแลร้านสาขา 7-11 ทั้งหมด โดยมีหน้าที่ จะต้องดูแลความเรียบร้อยทางด้านการบริการลูกค้า การบริหารบุคคล การปฏิบัติตามกฎระเบียบของบริษัท ซี พี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งต้องดูแลร้านค้าแฟรนไชส์ด้วย