



## บทที่ 9

# ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ

---

# 9.1 ภาพรวมของขอบเขตหน้าที่ในธุรกิจ



- ทุกวันนี้ธุรกิจทุกประเภทจะต้องมีการกำหนดขอบเขตหน้าที่ของธุรกิจให้ชัดเจน ดังตัวอย่าง

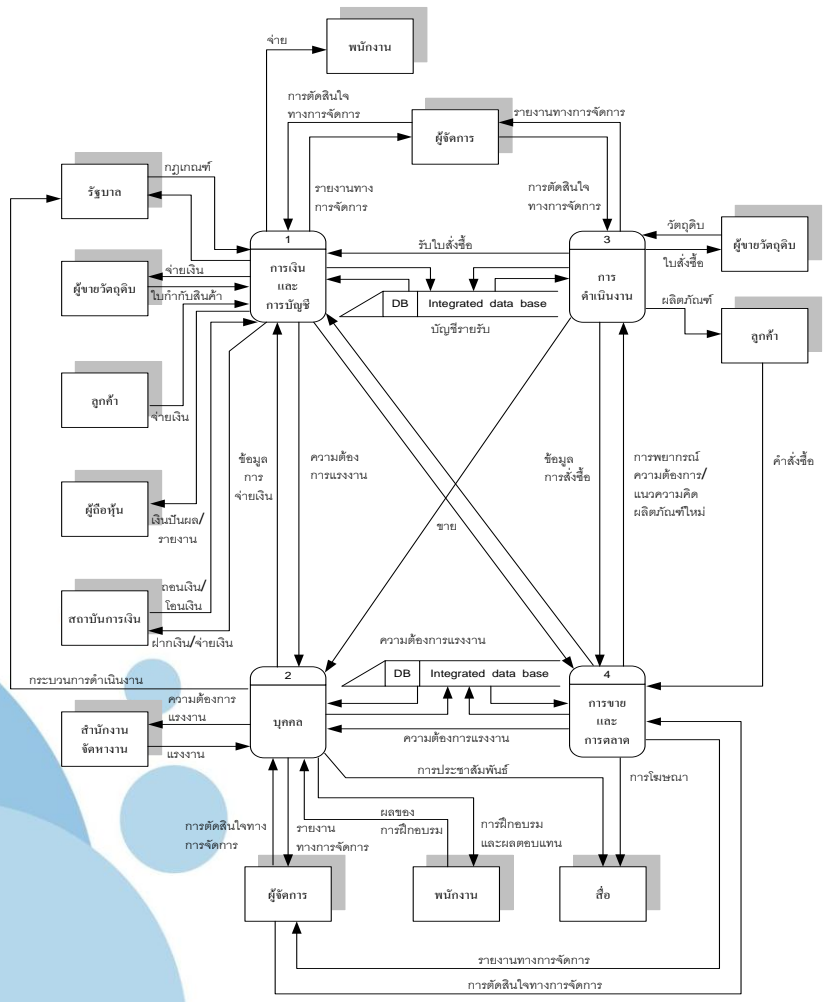
ขอบเขตของงาน	ตัวอย่างงานคอมพิวเตอร์	ขอบเขตของงาน	ตัวอย่างงานคอมพิวเตอร์
การเงิน/บัญชี	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ บัญชีเจ้าหนี้</li> <li>▪ บัญชีลูกหนี้</li> <li>▪ งบประมาณ</li> <li>▪ รายการรับการเงิน</li> <li>▪ การจ่ายเงินเดือน</li> <li>▪ การวิเคราะห์การลงทุน</li> </ul>	การผลิต	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การควบคุมสินค้าคงคลัง</li> <li>▪ การจัดตารางเวลาการผลิต</li> <li>▪ การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการผลิต</li> <li>▪ การวางแผนกำลังผลิต</li> <li>▪ การควบคุมคุณภาพ</li> </ul>
การตลาด	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การวิเคราะห์การตลาด</li> <li>▪ การป้อนใบสั่งซื้อ</li> <li>▪ การวิเคราะห์ลูกค้า</li> <li>▪ การวิเคราะห์คู่แข่ง</li> </ul>	การวิจัยและการพัฒนา	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการออกแบบ</li> <li>▪ การวิจัยและพัฒนาเทคนิคใหม่ ๆ ในการผลิต</li> </ul>
การบริหารทรัพยากรมนุษย์	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การประเมินผลงานของพนักงาน</li> <li>▪ การสรรหาพนักงาน</li> <li>▪ การเก็บประวัติของพนักงาน</li> </ul>		

## 9.2 ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ



- เราสามารถจำแนกระบบสารสนเทศตามหน้าที่ทางธุรกิจตามหน้าที่ดังต่อไปนี้
  - ระบบสารสนเทศด้านการบัญชี (Accounting Information System)
  - ระบบสารสนเทศด้านการเงิน (Financial Information System)
  - ระบบสารสนเทศด้านการตลาด (Marketing Information System)
  - ระบบสารสนเทศด้านการผลิตและการดำเนินงาน (Production and Operations Information System)
  - ระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล (Human Resource Information System)

# 9.2 ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ



## 9.3 ระบบสารสนเทศทางด้านบัญชี



- ระบบสารสนเทศด้านบัญชี (Accounting Information Systems) หรือที่เรียกว่า **AIS** จะเป็นระบบที่รวบรวม จัดระบบ และนำเสนอสารสนเทศด้านการบัญชีที่ช่วยในการตัดสินใจแก่ผู้ใช้สารสนเทศ
- มีส่วนประกอบ 2 ส่วน คือ
  - ระบบบัญชีการเงิน (Financial Accounting System)
  - ระบบบัญชีบริหาร (Managerial Accounting System)

## 9.3 ระบบสารสนเทศทางด้านบัญชี



- ระบบบัญชีการเงิน (Financial Accounting System)
  - เป็นการบันทึกรายการค้าที่เกิดขึ้นในรูปตัวเงิน จัดหมวดหมู่รายการต่าง ๆ สรุปผลและตีความหมายในงบการเงิน ได้แก่ งบกำไรขาดทุน งบดุล และงบกระแสเงินสด
  - โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ นำเสนอสารสนเทศแก่ผู้ใช้และผู้ที่เกี่ยวข้องข้อมูลทางการเงินขององค์การ เช่น นักลงทุนและเจ้าหนี้
  - นอกจากนี้ยังจัดเตรียมสารสนเทศในการตัดสินใจของผู้บริหาร ซึ่งนักบัญชีสามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประมวลผลข้อมูล โดยจัดบันทึกลงในสื่อต่าง ๆ เช่น เทปหรือจานแม่เหล็ก เพื่อรอเวลาสำหรับการประมวลและแสดงผลข้อมูลตามต้องการ

## 9.3 ระบบสารสนเทศทางด้านบัญชี



- ระบบบัญชีบริหาร (Managerial Accounting System)
  - เป็นการนำเสนอข้อมูลทางการเงินแก่ผู้บริหารเพื่อใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ
  - ระบบบัญชีจะประกอบด้วย บัญชีต้นทุน การงบประมาณ และการศึกษาระบบ
  - โดยมีลักษณะสำคัญ คือ
    - » ให้ความสำคัญกับการจัดการสารสนเทศทางการบัญชีแก่ผู้ใช้ภายในองค์การ
    - » ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในอนาคตทางธุรกิจ
    - » ไม่ต้องจัดทำสารสนเทศตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป
    - » มีข้อมูลทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน
    - » มีความยืดหยุ่นและสามารถปรับให้สอดคล้องกับความต้องการใช้งาน

# 9.4 ระบบสารสนเทศด้านการเงิน



- **หน้าที่ด้านการเงินถือว่าเป็นหน้าที่ที่มีความสำคัญอย่างมากต่อบริษัท**
- **ซึ่งระบบการเงินจะเกี่ยวข้องกับสภาพคล่องในการดำเนินงาน เกี่ยวข้องกับการจัดการเงินสดหมุนเวียน**
- **ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนทางการเงิน การจัดหาเงินและการจัดสรรเงินให้ถูกต้อง รวดเร็วและแม่นยำ โดยการจัดการทางการเงินจะมีหน้าที่สำคัญ 3 ประการ**
  - การพยากรณ์ (Forecast)
  - การจัดการด้านการเงิน (Financial Management)
  - การควบคุมทางการเงิน (Financial Control)



# 9.4 ระบบสารสนเทศด้านการเงิน



- การพยากรณ์ (Forecast)
  - การศึกษา วิเคราะห์ การคาดการณ์ การกำหนดทางเลือก และการวางแผนทางการเงินของธุรกิจ เพื่อใช้ทรัพยากรทางการเงินให้เกิดประโยชน์สูงสุด
  - การพยากรณ์ทางการเงินจะอาศัยข้อมูลจากทั้งภายในและภายนอกองค์การ ตลอดจนประสบการณ์ของผู้บริหารในการตัดสินใจ
- การจัดการด้านการเงิน (Financial Management)
  - เกี่ยวข้องกับเรื่องการบริหารเงินให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น รายรับและรายจ่าย
  - การหาแหล่งเงินทุนจากภายนอก เช่น การกู้ยืม การออกหุ้นหรือตราสารทางการเงินอื่น

# 9.4 ระบบสารสนเทศด้านการเงิน



- การควบคุมทางการเงิน (Financial Control)
  - เพื่อติดตามผล ตรวจสอบ และประเมินความเหมาะสมในการดำเนินการว่าเป็นไปตามแผนที่กำหนดหรือไม่
  - โดยที่การตรวจสอบและการควบคุมทางการเงินของธุรกิจสามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภท
    - » การควบคุมภายใน (Internal Control) ทำหน้าที่ในการตรวจสอบภายใน โดยอาศัยเจ้าหน้าที่บัญชีควบคู่กับผู้จัดการแผนกคอมพิวเตอร์ (Electronic data Processing)
    - » การควบคุมภายนอก (External Control) โดยทั่วไปจะต้องมีการว่าจ้างนักบัญชีที่ได้รับใบอนุญาตในการตรวจสอบบัญชี (Certified Public Accountants, CPA) เพื่อตรวจสอบงบการเงินของบริษัทก่อนยื่นเสียภาษีให้รัฐ

# 9.4 ระบบสารสนเทศด้านการเงิน



- แหล่งข้อมูลสำคัญในการบริหารเงินขององค์กรมีดังต่อไปนี้
  - ข้อมูลจากการดำเนินงาน (Operations Data)
    - » เป็นข้อมูลที่ได้จากการปฏิบัติงานของธุรกิจซึ่งเป็นประโยชน์ในการควบคุม ตรวจสอบ และปรับปรุงแผนการเงินขององค์กร
  - ข้อมูลจากการพยากรณ์ (Forecasting Data)
    - » เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมและประมวลผล เช่น การประมาณค่าใช้จ่าย และยอดขายที่ได้รับจากแผนการตลาด โดยใช้เทคนิคและแบบจำลองการพยากรณ์ โดยที่ข้อมูลจากการพยากรณ์ถูกใช้ประกอบการวางแผน การศึกษาความเป็นไปได้ และการตัดสินใจลงทุน
  - กลยุทธ์องค์กร (Corporate Strategy ) เป็นเครื่องกำหนดและแสดงวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ แนวทางการประกอบธุรกิจในอนาคต เพื่อให้้องค์การบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ
  - ข้อมูลจากภายนอก (External Data) ข้อมูลทางเศรษฐกิจและการเงิน สังคม การเมือง และปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อธุรกิจ เช่น สภาพทางเศรษฐกิจ การส่งออก การนำเข้า การออกพันธบัตร เป็นต้น โดยข้อมูลจากภายนอกจะแสดงแนวโน้มในอนาคตที่ธุรกิจต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์

# 9.5 ระบบสารสนเทศด้านการตลาด



- การตลาด (Marketing) เป็นหน้าที่สำคัญทางธุรกิจ เนื่องจากหน่วยงานด้านการตลาดจะรับผิดชอบในการกระจายสินค้าและบริการไปสู่ลูกค้า
- ปกติการตัดสินใจทางการตลาดจะเกี่ยวข้องกับการจัดส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่
  - ผลิตภัณฑ์ (Product)
  - ราคา (Price)
  - สถานที่ (Place)
  - การโฆษณา (Promotion)

# 9.5 ระบบสารสนเทศด้านการตลาด



- การวางแผน ตรวจสอบ และควบคุมให้แผนการตลาดเป็นไปตามที่ความต้องการมาจากแหล่งข้อมูลดังต่อไปนี้
  - การปฏิบัติ (Operations)
    - » เป็นข้อมูลที่แสดงถึงยอดขายและการดำเนินงานด้านการตลาดตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา
  - การวิจัยการตลาด (Marketing Research)
    - » เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด โดยเฉพาะพฤติกรรมและความสัมพันธ์ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์
  - คู่แข่ง (Competitor)
    - » โดยข้อมูลจากการดำเนินการของคู่แข่งช่วยให้ธุรกิจสามารถวางแผนการตลาดอย่างเหมาะสม
  - กลยุทธ์องค์การ (Corporate Strategy)
    - » กลยุทธ์จะเป็นเครื่องกำหนดแนวทางปฏิบัติของธุรกิจ และเป็นฐานในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดขององค์การ
  - ข้อมูลจากภายนอก (External Data)
    - » การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และเทคโนโลยี ซึ่งจะส่งผลต่อโอกาสหรืออุปสรรคของธุรกิจ

# 9.5 ระบบสารสนเทศด้านการตลาด



- ระบบย่อยของระบบสารสนเทศด้านการตลาดมีดังนี้
  - ระบบสารสนเทศสำหรับการขาย
  - ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยตลาด
  - ระบบสารสนเทศสำหรับการส่งเสริมการขาย
  - ระบบสารสนเทศสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ
  - ระบบสารสนเทศสำหรับพยากรณ์การขาย
  - ระบบสารสนเทศสำหรับการวางแผนกำไร
  - ระบบสารสนเทศสำหรับการกำหนดราคา
  - ระบบสารสนเทศสำหรับการควบคุมค่าใช้จ่าย



# 9.5 ระบบสารสนเทศด้านการตลาด



- ระบบย่อยของระบบสารสนเทศด้านการตลาดมีดังนี้
  - ระบบสารสนเทศสำหรับการขาย
    - » ระบบสารสนเทศสำหรับสนับสนุนการขาย จะรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของฝ่ายขาย
    - » ระบบสารสนเทศสำหรับวิเคราะห์การขาย จะรวบรวมสารสนเทศในเรื่องของกำไรหรือขาดทุนของผลิตภัณฑ์ ความสามารถของพนักงานขายสินค้า ยอดขายของแต่ละเขตการขาย
    - » ระบบสารสนเทศสำหรับการวิเคราะห์ลูกค้า จะช่วยในการวิเคราะห์ลูกค้าเพื่อให้ทราบถึงรูปแบบของการซื้อและประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

# 9.5 ระบบสารสนเทศด้านการตลาด



- ระบบย่อยของระบบสารสนเทศด้านการตลาดมีดังนี้
  - ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยตลาด
    - » ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยลูกค้า
      - ซึ่งจะแตกต่าง กับการวิเคราะห์ลูกค้าตรงที่ว่า การวิจัยลูกค้าจะมีขอบเขตของการใช้สารสนเทศกว้างกว่าการวิเคราะห์ลูกค้า โดยการวิจัยลูกค้าจะต้องการทราบสารสนเทศที่เกี่ยวกับลูกค้าในด้านสถานะทางการเงิน การดำเนินธุรกิจ ความพอใจ รสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภค
    - » ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยตลาด การวิจัยตลาดจะให้ความสำคัญกับการหาขนาดของตลาดของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่จะนำออกจำหน่าย





# 9.5 ระบบสารสนเทศด้านการตลาด



- ระบบย่อยของระบบสารสนเทศด้านการตลาดมีดังนี้
  - ระบบสารสนเทศสำหรับการส่งเสริมการขาย
    - » เป็นระบบที่ให้ความสำคัญกับแผนงาน ทางด้านการโฆษณาและส่งเสริมการขาย
    - » โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขาย เพิ่มยอดขายสินค้า และเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้สูงขึ้น
    - » สารสนเทศที่เป็นที่ต้องการคือ **ยอดขายของสินค้าทุกชนิดในบริษัท** เพื่อให้รู้ว่าสินค้าตัวใดต้องการแผนการส่งเสริมการขาย และสารสนเทศที่เกี่ยวกับ **ผลกำไรหรือขาดทุนของสินค้าแต่ละชนิด**

# 9.5 ระบบสารสนเทศด้านการตลาด



- ระบบย่อยของระบบสารสนเทศด้านการตลาดมีดังนี้
  - ระบบสารสนเทศสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ
    - » เป็นระบบสารสนเทศที่วิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าแต่ยังไม่มีตลาด
    - » สารสนเทศที่ต้องการคือ
      - ยอดขายของผลิตภัณฑ์เดียวกันในอดีต เพื่อให้ทราบถึงขนาดและลักษณะของตลาด
      - การประมาณการต้นทุน เพื่อตอบคำถามให้ได้ว่าสมควรที่จะออกผลิตภัณฑ์ใหม่หรือไม่

# 9.5 ระบบสารสนเทศด้านการตลาด



- ระบบย่อยของระบบสารสนเทศด้านการตลาดมีดังนี้
  - ระบบสารสนเทศสำหรับพยากรณ์การขาย
    - » เป็นระบบที่ใช้ในการวางแผนการขายแผนการทำกำไรจากสินค้าหรือบริการช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งของบริษัท
    - » สารสนเทศที่เป็นที่ต้องการคือ
      - ยอดขายในอดีต
      - สถานะของกลุ่มแข่งขัน
      - สภาพการณ์ของตลาด
      - และแผนการโฆษณา

# 9.5 ระบบสารสนเทศด้านการตลาด



● ระบบย่อยของระบบสารสนเทศด้านการตลาดมีดังนี้

— ระบบสารสนเทศสำหรับการวางแผนกำไร

- » เป็นระบบสารสนเทศที่ให้ความสำคัญกับการวางแผนกำไรทั้งในระยะสั้นและระยะยาวของธุรกิจ
- » สารสนเทศที่เป็นที่ต้องการคือ
  - สารสนเทศการจัดวิจัยตลาด เพราะต้องคำนึงถึงความต้องการคือสารสนเทศจากการวิจัยตลาด
  - ยอดขายในอดีต
  - สารสนเทศของกลุ่มแข่ง
  - การพยากรณ์การขาย และการโฆษณา

# 9.5 ระบบสารสนเทศด้านการตลาด



- ระบบย่อยของระบบสารสนเทศด้านการตลาดมีดังนี้
  - ระบบสารสนเทศสำหรับการกำหนดราคา
    - » การกำหนดราคาของสินค้าจำเป็นว่าเป็นจิตวิทยาอย่างหนึ่งทางการตลาด เพราะต้องคำนึงความต้องการของลูกค้า คู่แข่งขัน กำลังซื้อของลูกค้าโดยปกติแล้วราคาสินค้าจะตั้งจากราคาต้นทุนรวมกับร้อยละของกำไรที่ต้องการ
    - » สารสนเทศที่ต้องการได้แก่
      - ตัวเลขกำไรของผลิตภัณฑ์ในอดีต เพื่อทำการปรับปรุงราคาให้ได้สัดส่วนของกำไรคงเดิมในกรณีที่ต้นทุนมีการเปลี่ยนแปลง

# 9.5 ระบบสารสนเทศด้านการตลาด

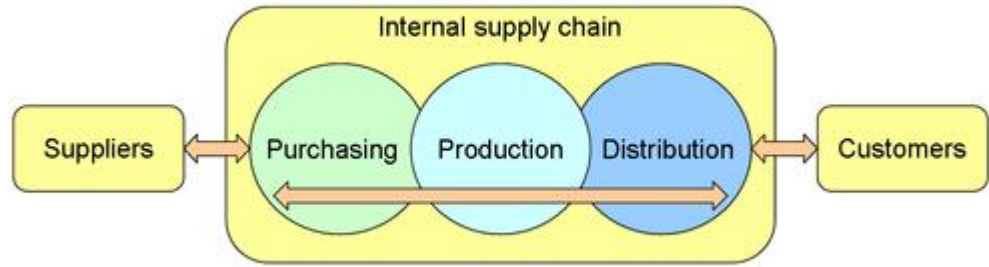


- ระบบย่อยของระบบสารสนเทศด้านการตลาดมีดังนี้
  - ระบบสารสนเทศสำหรับการควบคุมค่าใช้จ่าย
    - » บุคคลที่เป็นผู้ควบคุมค่าใช้จ่ายสามารถควบคุมได้โดยดูจาก
      - รายงานของผลการทำกำไรกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง
      - หรือสาเหตุของการคลาดเคลื่อนของค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการขาย
      - รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น เงินเดือน ค่าโฆษณา ค่าส่วนแบ่งการขาย เป็นต้น

# 9.7 การวางแผนควบคุมความต้องการวัตถุดิบ



- ระบบควบคุมความต้องการวัตถุดิบ เกิดจากมีการนำระบบสนับสนุนการตัดสินใจ มาใช้สนับสนุนห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management :SCM)
  - ห่วงโซ่อุปทานจะเป็นระบบการทำงานตั้งแต่ การจัดการสินค้าคงคลัง ตารางการผลิต และขั้นตอนการชำระเงิน
- ดังนั้น ระบบควบคุมความต้องการวัตถุดิบ (Material Requirements Planning :MRP) จึงใช้ควบคู่กันกับ SCM



ที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki>

# 9.7 การวางแผนควบคุมความต้องการวัตถุดิบ



- **MRP** จะต้องให้ความสำคัญกับสิ่งต่อไปนี้
  - ไม่เก็บวัตถุดิบเพื่อรอการใช้งานไว้นานเกินไป ซึ่งก่อนให้เกิดค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา และความเสี่ยงในการสูญหายหรือสูญเสียชีวิต
  - รายงานผลการผลิตและความเสียหายที่เกิดขึ้นตามระยะเวลาที่กำหนด
  - ควบคุมสินค้าคงคลังอย่างเป็นระบบ
  - มีการตรวจสอบ แก้ไข และติดตามผลข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น
- **MRP** มีข้อดีดังนี้
  - ลดการขาดแคลนวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง
  - ลดค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง
  - ช่วยให้บุคลากรมีเวลาในการปฏิบัติงานอื่นมากขึ้น
  - ประหยัดแรงงาน เวลา และค่าใช้จ่ายในการติดตามวัตถุดิบ
  - ช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวอย่างรวดเร็วตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น





# 9.8 ระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล

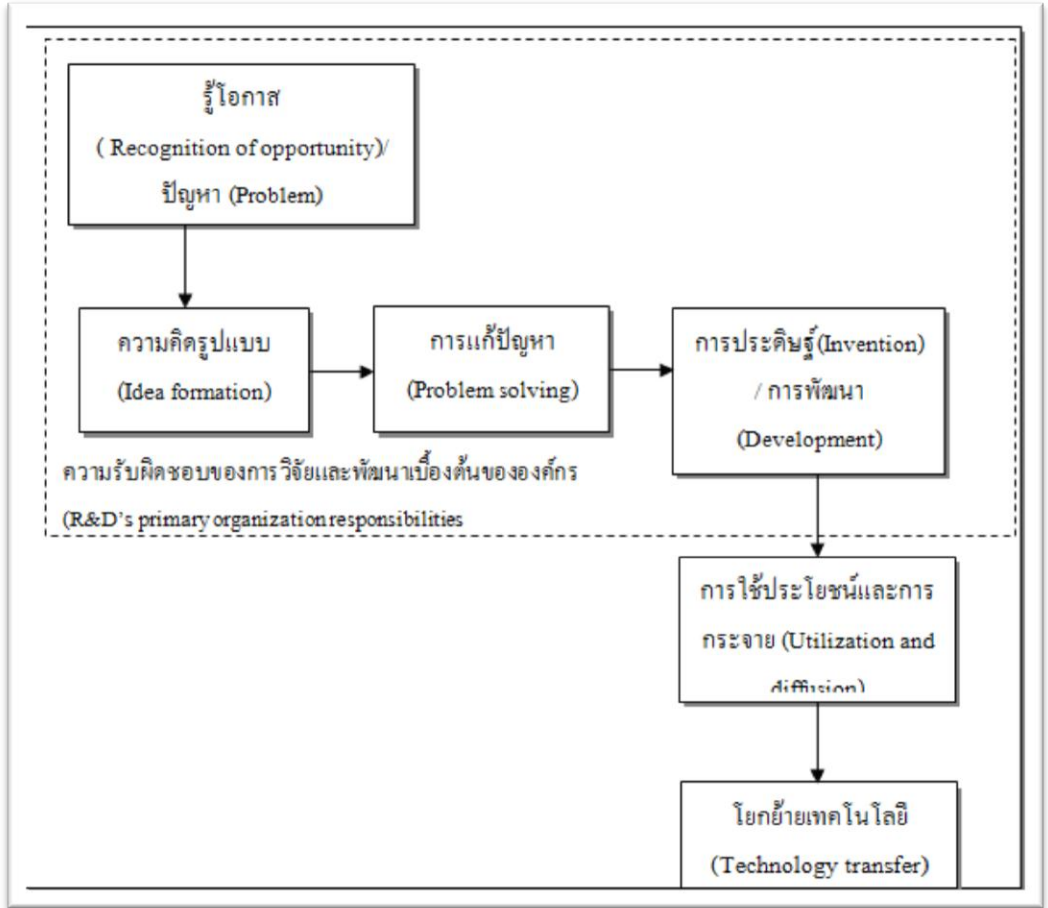


- ระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล (**Human Resource Information System**) หรือ **HRIS**
- หรือระบบสารสนเทศสำหรับบริหารงานบุคคล (**Personal Information System**) หรือ **PIS**
  - เป็นระบบสนับสนุนการดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่การวางแผน การจ้างงาน การพัฒนาและการฝึกอบรม ค่าจ้างเงินเดือน การดำเนินการทางวินัย
    - » การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคลต้องพิจารณาปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ต่อไปนี้
      - ความสามารถ (**Capability**) → ในการใช้ประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศ
      - การควบคุม (**Control**) → ความปลอดภัยในการเข้าถึงและความถูกต้องของข้อมูล
      - ต้นทุน (**Cost**) → ผลตอบแทนจากการลงทุนคุ้มหรือไม่
      - การติดต่อสื่อสาร (**Communication**) → การไหลเวียนของสารสนเทศ
      - ความได้เปรียบในการแข่งขัน (**Competitive Advantage**)

# 9.9 ระบบสารสนเทศเพื่อการวิจัยและพัฒนา



- ความรับผิดชอบเบื้องต้น ของการวิจัยและพัฒนา
- เพื่อใช้ข้อมูล R&D ในการผลิตและพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ตามนวัตกรรมที่คิดค้นขึ้นจึงทำให้เกิด **ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือกระบวนการผลิตแบบใหม่สำหรับองค์กร**



# 9.10 บทสรุป



- ระบบสารสนเทศธุรกิจสามารถจำแนกตามหน้าที่ทางธุรกิจได้ดังต่อไปนี้
  - (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)
  - (6) ระบบสารสนเทศเพื่อการวิจัยและพัฒนา
- ซึ่งระบบสารสนเทศดังกล่าวทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และทันสมัยกับยุคปัจจุบัน

MIS

4132101

## คำถามทบทวน



- ระบบสารสนเทศทางด้านบัญชี มีกี่ประเภท อะไรบ้าง
- สารสนเทศที่นักการตลาดต้องการมีอะไรบ้าง จงอธิบาย
- ระบบย่อยของระบบสารสนเทศทางการตลาดมีอะไรบ้าง จงอธิบายพร้อมยกตัวอย่างประกอบ
- การวางแผนควบคุมความต้องการวัตถุดิบ (MRP) คืออะไร เหมือนหรือต่างจากระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างไร จงอธิบาย
- การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคลต้องพิจารณาปัจจัยอะไรบ้าง จงอธิบาย
- จงยกตัวอย่างระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคลในระดับปฏิบัติว่ามีระบบอะไรบ้าง พร้อมยกตัวอย่างประกอบคำอธิบาย
- เราสามารถใช้ระบบสารสนเทศด้านการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับงานใดได้บ้าง