

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	แผนกลยุทธ์ระบบสารสนเทศ บริษัท ไอ.ซี. แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด
ชื่อผู้เขียน	นางสาวอมรรัตน์ ศรีประจิดติชัย
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร.สุรัตน์ โคอินทรางกูร
ปีการศึกษา	2559

### บทคัดย่อ

บริษัท ไอ.ซี. แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด เป็นบริษัทผลิตอลูมิเนียมในประเทศไทย มีสินค้าหลักคือ อลูมิเนียมเส้น บันไดอลูมิเนียม บานเกล็ด และ อุปกรณ์อื่น ๆ ที่ทำจากอลูมิเนียม ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปีในอุตสาหกรรมอลูมิเนียม บริษัทมีกระบวนการผลิตที่ครอบคลุมตั้งแต่ การหลอม การรีด การพ่นสี (Powder Coating) และการประกอบเป็นสินค้าสำเร็จรูปต่าง ๆ โดยมีจุดแข็งในด้านคุณภาพ ด้านราคาที่สามารถแข่งขันได้ ด้านการรับรู้ของแบรนด์ และมีฐานลูกค้าที่กว้างขวาง แต่แบรนด์นั้นยังขาดการสร้างความแตกต่าง ทั้งด้านการนำเสนอและตัวสินค้า บริษัทยังขาดการจัดสรรงบประมาณด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ขาดทิศทางด้านกลยุทธ์ที่ชัดเจน และขาดการรับรองด้านคุณภาพ (มอก.) ซึ่งหากได้มาจะทำให้บริษัทได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีได้ทำให้มีสินค้าทดแทนและคู่แข่งรายใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดมากขึ้น สินค้าที่ไม่มีเครื่องหมายการค้า และเน้นราคาถูกจากจีนได้เข้ามาตีตลาดในประเทศไทย ทำให้บริษัทต้องเผชิญกับสงครามราคาในขณะที่ยังต้องรักษาคุณภาพสินค้าไว้ ทว่าโอกาสในการเติบโตของธุรกิจในปัจจุบัน มาจากการสื่อสารที่รวดเร็วของการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้น และความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นบริษัทควรพิจารณาโอกาสเหล่านี้ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

จากการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของบริษัท ทำให้ได้แผนกลยุทธ์ระยะยาว 3 กลยุทธ์และกลยุทธ์ระยะสั้น 2 กลยุทธ์ ซึ่งกลยุทธ์ระยะยาว ได้แก่ 1) การลงทุนใน R & D 2) การปรับปรุงภาพลักษณ์ของแบรนด์ 3) การจัดการความรู้ กลยุทธ์ระยะสั้น ได้แก่ 1) การพัฒนาตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) รื้อปรับกระบวนการ ตามมาตรฐานอุตสาหกรรม และเพื่อให้สามารถดำเนินกลยุทธ์ได้สำเร็จจึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบสารสนเทศดังต่อไปนี้ 1) ระบบการดำเนินงานภายใน 2) ระบบบัญชีการเงิน

และบริหารวัตถุดิบคงคลัง 3) ระบบสนับสนุนการขาย 4) ระบบจัดการความรู้ ซึ่งเมื่อรวมทั้งค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบ (ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์) เป็นระยะเวลา 3 ปีเท่ากับ 2,399,047 บาท และเมื่อคำนวณต้นทุนการเป็นเจ้าของ (Total Cost of Ownership) ในระยะเวลา 5 ปี สามารถประมาณ ได้ 3,095,785 บาท

**คำสำคัญ:** แผนกลยุทธ์ระบบสารสนเทศ อุตสาหกรรมอลูมิเนียม อลูมิเนียมเส้น



Independent Study Title	STRATEGIC INFORMATION SYSTEM PLAN I.C. MANUFACTURING Co., Ltd.
Author	Miss. Amornrat Sriprajittichai
Degree	Master of Science Program (Management Information Systems)
Department/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Dr.Surat Kointarangkul
Academic Year	2016

### ABSTRACT

I.C. Manufacturing Co., Ltd. is an aluminum manufacturer in Thailand, offering aluminum profiles, aluminum ladders, louvers, and miscellaneous aluminum parts. With more than 20 years of experience in the aluminum industry, the company covers processes ranging from smelting, extrusion, powder coating, to assembling parts into various finished goods. The company prides on its quality, competitive pricing, high brand awareness with an extensive customer base, however; lacking brand differentiation, effective marketing budget allocation, clear strategic direction, and quality certification, one of which could provide sustainable competitive advantage. In addition, recent technology advancements have made substitutes and new entrants more common in the market. Similarly, as Chinese unbranded goods have heavily penetrated the market in Thailand, the company is facing difficulty to cope with price war, while maintaining its product quality. Given rising internet usage, urbanization, and increasing preference for quality goods, it is suggested that the company should consider these opportunities to grow sustainably.

Regarding analysis of the corporate environment and factors associated, 3 long-term strategies and 2 short-term strategies have been devised. Long term strategies include 1) investment in R&D, 2) brand image improvement, and 3) knowledge

management; short- term strategies include 1) market development and product development and 2) process reengineering in accordance with Thailand's quality certification clauses. To successfully execute the strategies, the following information systems are to be developed, namely; 1) Internal Operation System, 2) Financial Accounting and Warehouse Systems, 3) Sales Support System and 4) Knowledge Management System. Total spending on a three-year development period (both software and hardware) is 2,399,047 baht and the total cost of ownership in a five-year period can be estimated at 3,095,785 baht.

**Keywords:** Strategic Information System Plan, Aluminum Industry, Aluminum Profiles

