ชื่อ นางสาวจิรัสยา	**นามสกุล** ร่มโพธิ์
รหัสนักศึกษา 611147472140	**ห้อง** 3

Assignment Week 4

3341101 หลักเบื้องต้นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ

คำชี้แจง

ข้อที่ 1 ระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์เหมาะสำหรับบุคลากรระดับใดในโครงสร้างองค์กร

ข้อที่ 2 ให้นักศึกษายกตัวอย่างหรือกรณีศึกษาเกี่ยวกับการใช้ระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ มาคนละ 1 ตัวอย่าง (ตัวอย่างที่ยกมาต้องไม่เป็นบริษัทเดียวกันกับในเอกสารประกอบการสอน)

<u>ข้อที่ 1</u> ระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์เหมาะสำหรับบุคลากรระดับใดในโครงสร้างองค์กร

ระดับของกลยุทธ์

กลยุทธ์ คือ แผนรวมขององค์การที่นำเอาข้อได้เปรียบ และจุดเด่นในด้านต่างๆมาใช้ประโยชน์และปรับลดจุดด้อย หรือเอาชนะข้อจำกัด ที่มีอยู่เพื่อแสวงหาโอกาส และหลีกเลี่ยงอุปสรรค ทำให้องค์การสามารถเอาชนะคู่แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์การที่มีหน่วยธุรกิจหลายหน่วย จะมีกลยุทธ์อยู่ 3 ระดับ คือ

1. กลยุทธ์ระดับบริษัท กำหนดโดยผู้บริหารระดับสูง ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานระยะยาว
2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ ให้ความสำคัญกับการแข่งขันของหน่วยธุรกิจ
3. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ จะสนับสนุนและสอดคล้องกับกลยุทธ์ระดับธุรกิจและระดับองค์การ

<u>ข้อที่ 2</u> ให้นักศึกษายกตัวอย่างหรือกรณีศึกษาเกี่ยวกับการใช้ระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ มาคนละ 1 ตัวอย่าง (ตัวอย่างที่ยกมาต้องไม่เป็นบริษัทเดียวกันกับในเอกสารประกอบการสอน)

ชื่อบริษัท บริษัทไฟเซอร์ (Pfizer Pharmaceutical)

ประเภทธุรกิจ ด้านดูแลสุขภาพ

ระบบสารสนเทศที่นำมาใช้

บริษัทไฟเซอร์ (Pfizer) ได้เพิ่มคุณภาพในการบริการลูกค้าในการได้นำระบบการขาย (Sales – force Automation) มาใช้โดยระบบงานการขายนี้ ช่วยให้ตัวแทนในการสามารถให้ข้อมูลกับแพทย์เกี่ยวกับราคา และผลข้างเดียว และประสิทธิภาพของยาและยังสามารถเชื่ยมโยงผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ตกับซัพพลายเออร์ และคู่ค้าของบริษัทอีกด้วย

ความหมายของระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์

ระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ คือ ระบบสารสนเทศใดๆที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสภาพการแข่งขันขององค์การให้ดีขึ้น

ระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ คือ ระบบที่สนับสนุนหรือกำหนดแนวทางกลยุทธ์ในการแข่งขันของหน่วยธุรกิจ

ระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ คือ ระบบสารสนเทศที่ช่วยให้องค์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ลดความเสียเปรียบ ช่วยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ขององค์การ

โมเดลแรงผลักดันในการแข่งขันของพอร์เตอร์ (Portes's Competitive Force Model)

ไมเคิล อี.พอร์เตอร์ ได้พัฒนาโมเดลเพื่อวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน โดยองค์การจะประสบแรงผลักดันในการแข่งขัน (Competitive Forces) ดังนี้

1. อุปสรรคจากผู้แข่งขันรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาด (Threat of Entry of New Competitors
2. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Suppliers)
3. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ หรือ ลูกค้า (Bargaining Power of Buyers/Customers)
4. การแข่งขันระหว่างกิจการต่างๆในอุตสาหกรรม (Rivaly Among Existing Competitors)
5. อุปสรรคที่เกิดจากสินค้า หรือ บริการทดแทน (Threat of Substitute Products/Services)

พอร์เตอร์ ได้เสนอกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนี้

1. กลยุทธ์ในการเป็นผู้นำด้านราคา (Cost Leadership Strategy) องค์การจะต้องค้นหาให้ได้ว่าสินค้าหรือบริการที่ดีในความรู้สึกของลูกค้ามีลักษณะพื้นฐานอย่างไร และจะต้องบริหารกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการนั้นให้มีต้นทุนต่ำที่สุดในอุตสาหกรรม

2. กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) การสร้างบริการขององค์การให้มีลักษณะที่โดดเด่น แตกต่างจากคู่แข่งขัน ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ทำให้ลูกค้ายึดติดในสินค้า และบริการนั้น

3. กลยุทธ์เน้นกลุ่มเป้าหมาย (Focus Strategy) การเลือกตลาดเป้าหมายสำหรับสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะแคบลง หรือ มีตลาดเฉพาะด้าน ซึ่งจะมีคู่แข่งน้อยลง แต่มีช่องว่างทางการตลาด กลยุทธ์นี้จะใช้ความพิเศษเหนือกว่าคู่แข่งขันทั้งในด้านสินค้า และ บริการ เช่น กระเป๋ายี่ห้อดัง (Brand Name) รถยนต์ที่เน้นความปลอดภัยขอผู้ขับขี่และผู้โดยสาร นาฬิกา " สวิซส์ " สุดยอดแห่งความเที่ยงตรง คงทนและงดงาม