

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	แผนกลยุทธ์ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ ผลิตจำหน่ายชุดชั้นใน กรณีศึกษา บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตแฟชั่น จำกัด (มหาชน)
ชื่อผู้เขียน	นางสาวอรรรณ เจียงศิริศุภวงศ์
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร.สุรัตน์ โคอินทรางกูร
ปีการศึกษา	2558

บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตแฟชั่น จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ 2507 เป็นบริษัทหนึ่งในเครือสหพัฒน์ ดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยมี “วาโก้” เป็นแบรนด์ชั้นนำของบริษัทที่เป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในตลาดชุดชั้นใน

ในปัจจุบันด้วยสภาพการแข่งขันในตลาดชุดชั้นในที่มีความรุนแรงเพิ่มขึ้นจากคู่แข่งทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ บริษัทต่างๆ ได้มีความพยายามนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อชิงความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบกับพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นบริษัทจึงมีความจำเป็นในการจัดทำแผนกลยุทธ์สารสนเทศ เพื่อเตรียมรับสถานการณ์ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันแบบยั่งยืน เพื่อเป็นผู้นำอันดับหนึ่งในตลาดชุดชั้นในตลอดไป

จากการกำหนดแผนกลยุทธ์ของบริษัท ทำให้สามารถกำหนดระบบสารสนเทศได้ 4 ระบบ คือ ระบบการจัดการและบริหารองค์ความรู้ (Knowledge Management) ระบบ Training Record ระบบบันทึกข้อมูลสินค้า (Product Information) ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ปรับปรุงเพิ่มเติม (Extended CRM System) โดยใช้งบประมาณในการลงทุนทั้งหมด 3,239,000 บาท

คำสำคัญ: วาโก้ ยั่งยืน แผนกลยุทธ์

Independent Study Title	STRATEGIC PLANNING FOR COMPETITIVE ADVANTAGE IN LINGERIE INDUSTRY A CASE STUDY FROM I.C.C. INTERNATIONAL PLC.
Author	Miss Orawan Chiengsirisupawong
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 Years	2015

ABSTRACT

I.C.C. International Public Company, Ltd., formerly known as International Cosmetics Public Co., Ltd., was founded in 1964, selling cosmetic products at first, and later fashion products, foods, and household items. As part of the Saha Group, its Wacoal line is a leading distributor of lingerie. A strategic plan was developed as an information system with a knowledge management training approach to teach best practices and share the latest trends. Customer relationship management (CRM) would interpret data about customer history to improve business relationships, retain customers, and increase sales. An extended CRM system for product information would cost the company 3,239,000 Thai baht (\$90,893.790 USD). By using this strategy, ICC would strengthen the company and create a sustainable competitive advantage in the Thai lingerie industry.

Keywords: Wacoal, sustainable, information strategy plan