

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อผู้ศึกษา

ปริญญา

สาขาวิชา

อาจารย์ที่ปรึกษา

ปีการศึกษา

พฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การตลาด
และการจัดการเชิงกลยุทธ์ ของธุรกิจ
ผลิตจำหน่ายชุดชั้นในสตรีในเขต
กทม. - กรณีศึกษา บริษัท ซาบีน่า
จำกัด (มหาชน)

นางสาวสุธิมา ชิวเกษมสุข

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

การตลาด

อาจารย์ ดร.พีรพงษ์ พุศิริ

2554

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจผลิตจำหน่ายชุดชั้นในสตรีในเขต กทม. - กรณีศึกษา บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน) วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและวิเคราะห์หาสาเหตุในเรื่องการรักษาอัตราการเติบโตให้เป็น หนึ่งในผู้นำตลาดชุดชั้นในสตรีในประเทศไทย และเพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยได้ออกแบบการวิจัยเป็นแบบเชิงคุณภาพ มีการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ จากข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดย นอกจากนี้ยังใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ ได้แก่ SWOT Analysis, TOWS Matrix, Five Forces Analysis, PEST Analysis, Marketing Mix ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เป็นการสัมภาษณ์ Brand Manager 3 จำนวน 1 คน และใช้แบบสอบถามกับลูกค้าอีก 200 คน จากการศึกษาพบว่า บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน) จะทำการขยายธุรกิจ โดยการส่งออกสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทไปยังต่างประเทศให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในเขตการค้าเสรีอาเซียน หรือ AFTA และ มุ่งเน้นหนักในการวิจัย และพัฒนา (Research and Development) การศึกษาถึงพฤติกรรม, เทรนด์แฟชั่น และความต้องการของวัยรุ่น โดยกลุ่มลูกค้าวัยเด็ก - วัยรุ่น ได้ให้ความสำคัญกับความสวยงามและความหลากหลาย

ของสินค้า โดยปัจจัยทางด้านราคาไม่มีผลต่อความต้องการซื้อ เพราะ บริษัทไม่มีนโยบายทางด้านราคาและตั้งราคาเป็นกลางและเหมาะสมกับคุณภาพ ทั้งนี้ด้านการจัดจำหน่ายมีที่ตั้งที่เหมาะสมและง่ายต่อการค้นหา โดยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความชัดเจนในด้านการร่วมโปรโมชันกับห้างสรรพสินค้าและการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ทั้งนี้ทำให้ลูกค้ายังคงที่จะซื้อสินค้าของบริษัทต่อไป ทั้งนี้ได้มีการจัดทำ CRM เพื่อการสื่อสารและออกสินค้าให้ตอบสนองความกับต้องการ และพฤติกรรมของวัยรุ่น ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา