

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	การจัดการเชิงกลยุทธ์ และกลยุทธ์การตลาด ธุรกิจซีเมนต์ กรณีศึกษาบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)
ชื่อผู้ศึกษา	นายโยธิน ตันวิเชียรศรี
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ยุพิน พิทยาวัฒน์ชัย
ปีการศึกษา	2554

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ และกลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษา บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการจัดดำเนินการตลาดของบริษัทฯ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์การตลาด ความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเพิ่มผลประกอบการ ยอดขาย และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร โดยมีระเบียบวิธีการศึกษาแบบผสมผสาน คือ การศึกษาเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) และการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิโดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาพบว่า 1) กลยุทธ์ระดับบริษัท (Corporate Strategy) ที่เหมาะสมกับบริษัท คือ กลยุทธ์เติบโต เพราะด้วยตลาดในอนาคตผู้คนให้ความสนใจในเรื่องของการทำ CSR เป็นอย่างมากทำให้แนวโน้มมีมูลค่าการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่วนกลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) คือ กลยุทธ์สร้างความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในทางการตลาด และเป็นแนวทางในการสนับสนุนการเติบโตอย่างมั่นคง และกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional Strategy) ให้ความสำคัญกับการนำการสื่อสารทางการตลาด เข้ามาใช้ผสมผสานกับการนำกลยุทธ์ E-Commerce เพื่อให้ลูกค้าในประเทศ เกิดการรับรู้ เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ในเรื่อง ของขั้นตอนกระบวนการผลิตสินค้าที่รักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อขอจัดความสูญเสียเปล่าที่ทำให้บริษัทต้องเสียไปโดยเปล่าประโยชน์ และยังเป็นแนวทางในการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ เพื่อสร้างรายได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด และทำให้บริษัทสามารถเติบโตได้อย่างอย่างยั่งยืน ทั้งตลาดในประเทศ และต่างประเทศในอนาคต