

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	ปัญหาและการกำหนดกลยุทธ์ของ ธุรกิจกระดาษรังผึ้ง
ชื่อนักศึกษา	กรณีศึกษาบริษัท รังผึ้ง จำกัด (นามสมมุติ) นางสาววิวรรณ รอดเปรี้ยว
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.สุทธาวรรณ จีระพันธุ์
ปีที่สำเร็จการศึกษา	2553

## บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง การศึกษาและการสร้างกลยุทธ์เพื่อแก้ไขปัญหา ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าของกระดาษรังผึ้งกรณีศึกษาบริษัท รังผึ้ง จำกัด (นามสมมุติ) มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อทราบถึงปัญหาที่แท้จริงที่ทำให้บริษัทประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ และนำปัญหามาวิเคราะห์ด้วยกระบวนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อให้บริษัทสามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและสามารถแก้ไขปัญหาในประเด็นเรื่องยอดขายที่ลดลงซึ่งเป็นสิ่งที่คาดว่าจะเกิดผลกระทบต่อบริษัท ถ้าไม่มีการแก้ไขปัญหา นอกจากนี้ผู้ศึกษายังได้ทำการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของบริษัท รังผึ้ง จำกัด (นามสมมุติ) และพนักงานขายจำนวน 5 คน โดยภาพรวมจะวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อบริษัท ด้านการแข่งขัน เพื่อที่จะนำผลจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามมากำหนดกลยุทธ์ในการปรับปรุงองค์กรให้มีประสิทธิภาพ

### วัตถุประสงค์

- เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมกระดาษรังผึ้ง
- เพื่อศึกษาวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ในระดับองค์กร และระดับหน่วยธุรกิจสำหรับธุรกิจกระดาษรังผึ้ง บริษัท รังผึ้ง จำกัด
- เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในการเพิ่มยอดขายทางธุรกิจ

จากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับบริษัท รังผึ้ง จำกัด (นามสมมุติ) ดังนี้

- กลยุทธ์ระดับองค์กร คือ กลยุทธ์การเติบโต (Growth Strategy) โดยมีแนวทาง ดังนี้ ใช้กลยุทธ์การเติบโตโดยใช้แบบเจาะตลาด (Market – penetration Strategy)

2.กลยุทธ์ระดับธุรกิจ คือ เลือกกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Different Strategy)

3.กลยุทธ์ระดับหน้าที่ คือ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ทางด้านต่างๆ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)