

บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

1

- การวางแผนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ (Business Strategic Planning)
- กระบวนการบริหารการตลาด (Marketing Management Process)
- การวางแผนการตลาด (Marketing Planning)



บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

2

- การวางแผนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ (Business Strategic Planning)
 - **กลยุทธ์คืออะไร (What is A Strategy?)**
 - กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategies)
 - กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business-Level Strategies)
 - กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategies)



บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

3

- การวางแผนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ (Business Strategic Planning)

- การวางแผนระดับธุรกิจ (Business Level) ผู้บริหารระดับสูงและระดับกลางร่วมมือกันกำหนดวิสัยทัศน์ (vision) ภารกิจ (mission) นโยบาย (policy) และเป้าประสงค์รวม (goal) ของธุรกิจเพื่อเป็นกรอบในการบริหารงานภายในองค์กรไว้
- การกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ นโยบาย และเป้าประสงค์ และทำการสื่อสาร (communication) ภายในองค์กร
- การจัดตั้งหน่วยธุรกิจ หรือ SBUs (Strategic Business Units)
- การจัดสรรทรัพยากรไปยังหน่วยธุรกิจ (Resources Allocation to Each SBUs)

*

Asst.Prof.Dr.Pattana Sirichotpundit, Ph.D.



บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

4

- การวางแผนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ (Business Strategic Planning)
 - การจัดสรรทรัพยากรไปยังหน่วยธุรกิจ (Resources Allocation to Each SBUs)
 - ตัวแบบผัง BCG (The Boston Consulting Group's Growth-Share Matrix)
 - ตัวแบบของ GE (The General Electric Model)
 - การวางแผนธุรกิจใหม่และการลดขนาดธุรกิจลง (Planning New Business, Downsizing Older Business)



บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

5

- การวิเคราะห์ผัง BCG (BCG's Market Growth and Share

Analysis)



บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

6

□ การวิเคราะห์ผัง BCG (BCG's Market Growth and Share



Asst.Prof.Dr.Pattana Sirichotpundit, Ph.D.

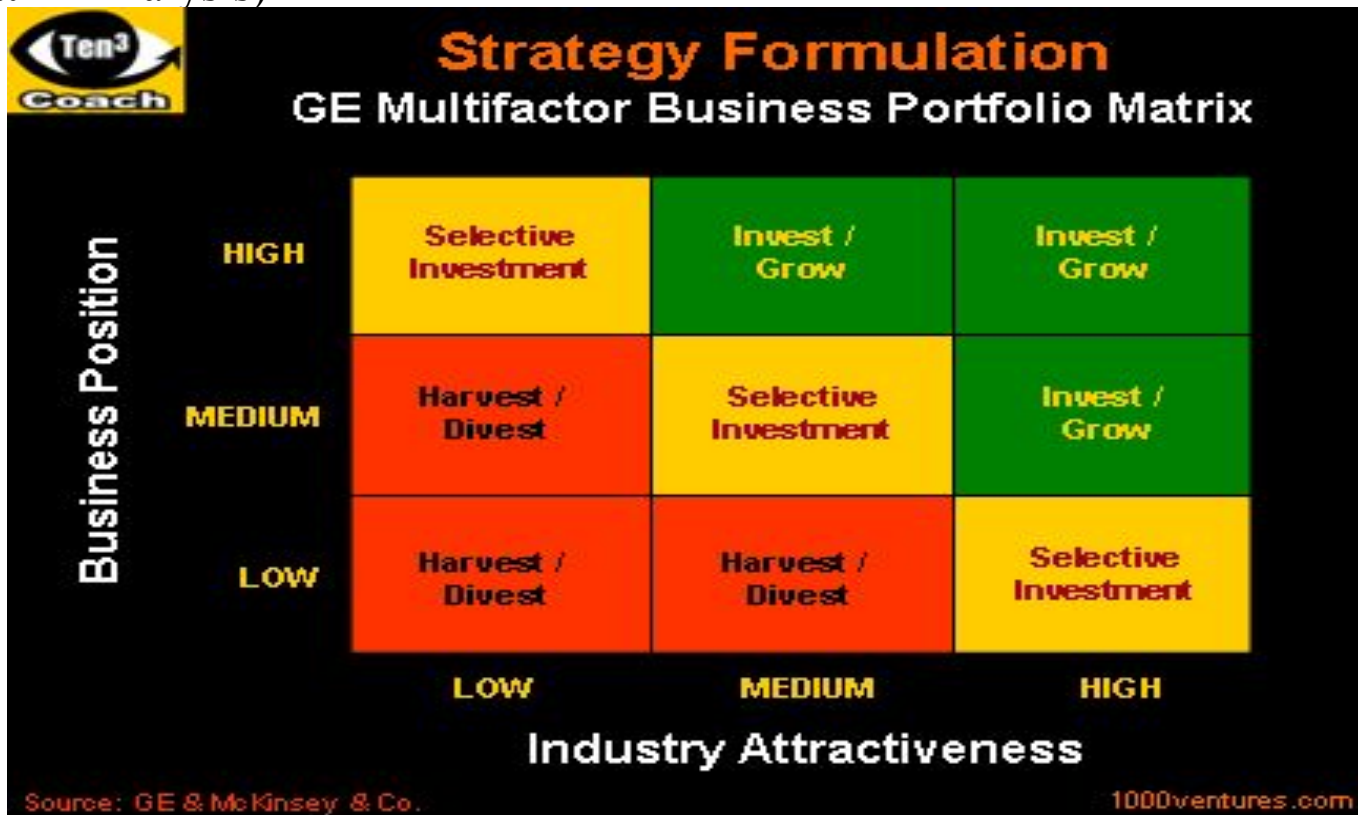
*

บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

7

- การวิเคราะห์ตัวแบบ GE (General Electric Portfolio Matrix Analysis)



บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

8

□ การวิเคราะห์ตัวแบบ GE (General Electric Portfolio Matrix Analysis)



Asst.Prof.Dr.Pattana Sirichotpundit, Ph.D.

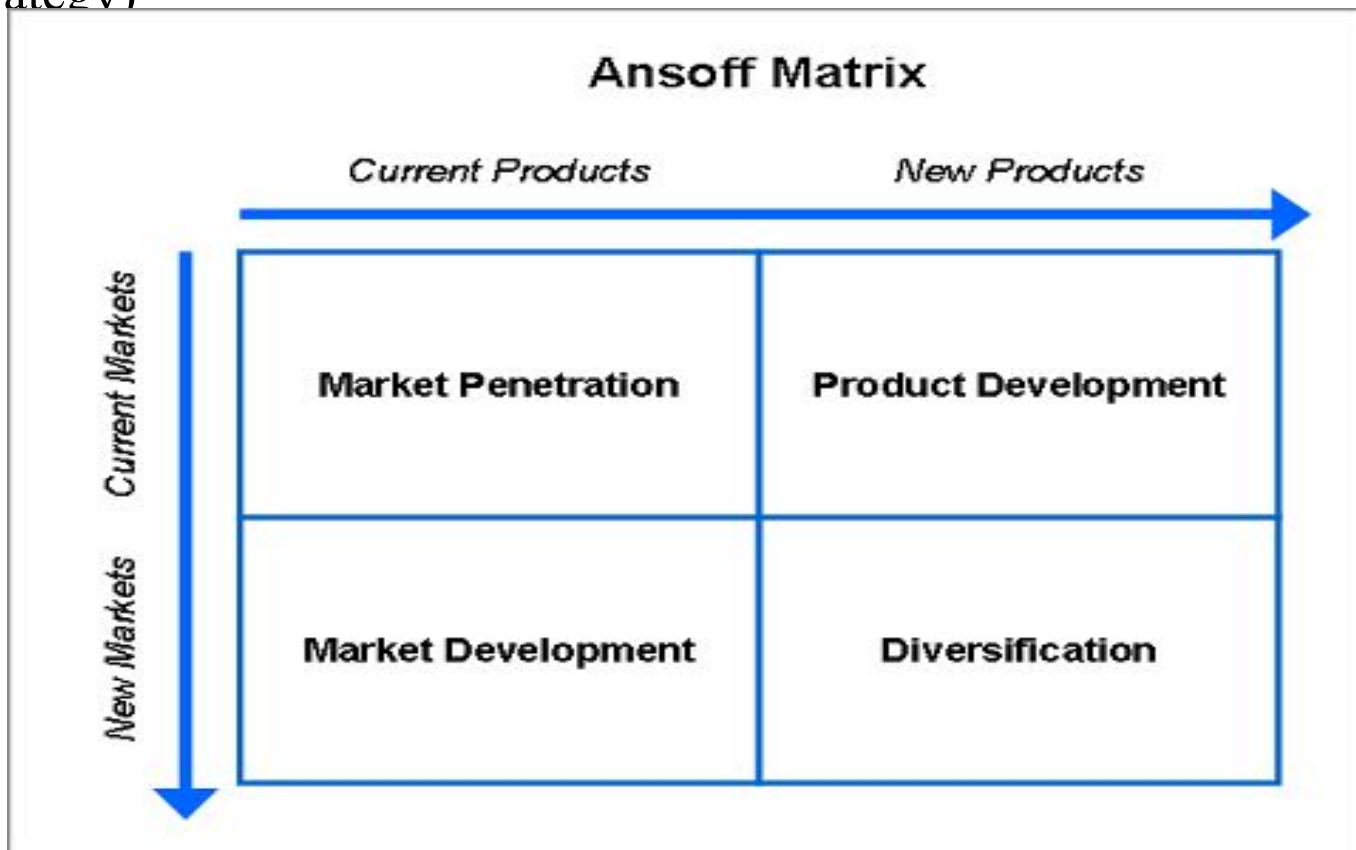
*

บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

9

- การวิเคราะห์กลยุทธ์การมุ่งการเติบโต (Intensive Growth Strategy)



บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

10

- การวิเคราะห์กลยุทธ์การมุ่งการเติบโต (Intensive Growth Str

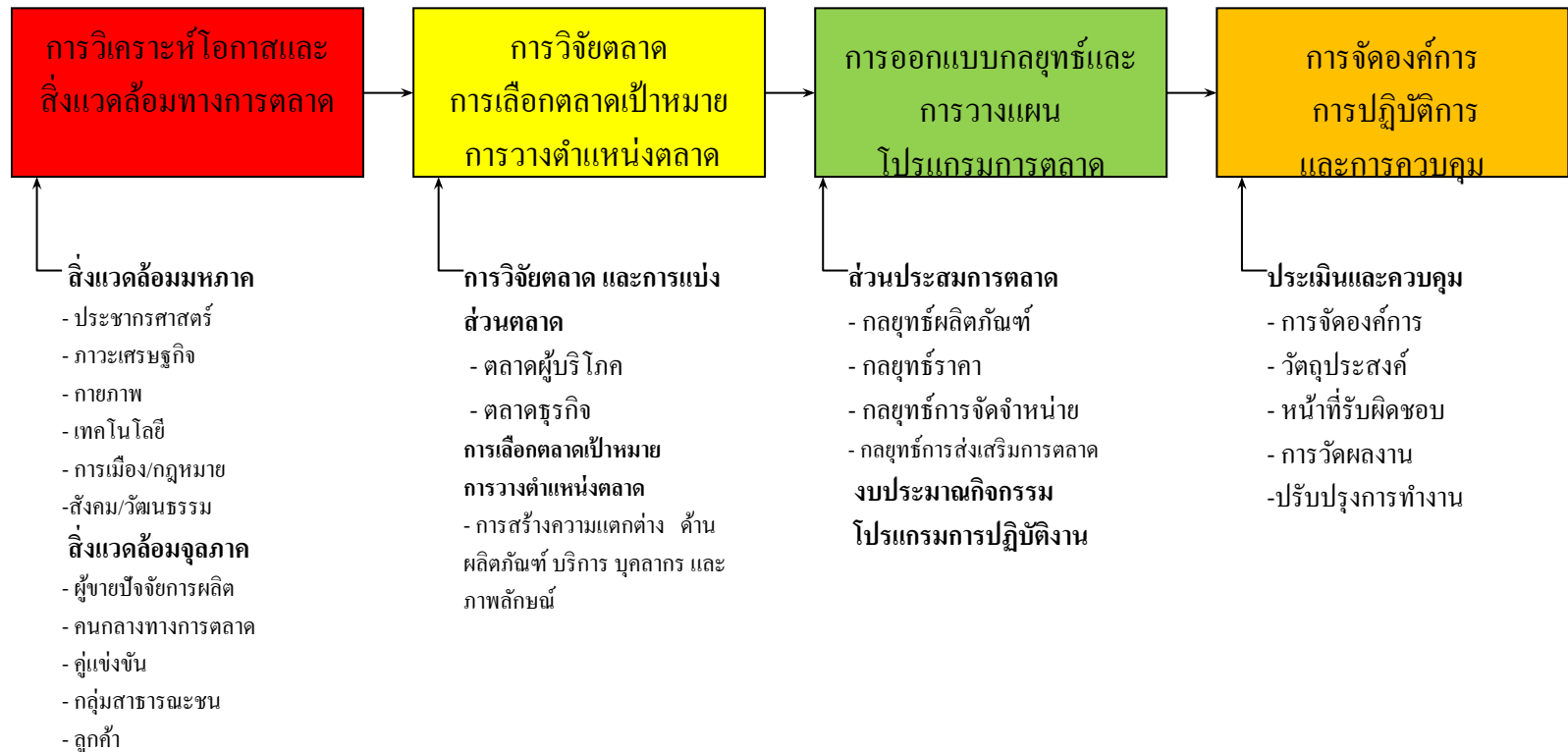


บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

11

◆ การบริหารการตลาดเชิงธุรกิจ (General Frameworks of Marketing in Business)



บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

12

- ◆ การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดปัจจุบัน (The Current Marketing Analysis)
 - สถานการณ์ด้านตลาด (Market Situations)
 - สถานการณ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Situations)
 - สถานการณ์ด้านการแข่งขัน (Competitive Situations)
 - สถานการณ์ด้านการจัดจำหน่าย (Distribution Situations)
 - สถานการณ์สิ่งแวดล้อม (Environment S



บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

13

- ◆ การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดปัจจุบัน (The Current Marketing Analysis)

- สถานการณ์ด้านตลาด (Market Situations)

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายการ
- พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า
- วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
- ส่วนแบ่งการตลาด
- การแข่งขันในตลาด



บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

14

- ◆ การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดปัจจุบัน (The Current Marketing Analysis)
 - สถานการณ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Situations)
 - สินค้าหรือบริการ
 - สินค้าตลาดผู้บริโภคหรือตลาด
 - ยอดขายรวม (จำนวนขาย X
 - ต้นทุนสินค้าหรือบริการ
 - กำไรส่วนเกิน
 - ค่าใช้จ่ายการตลาดและขาย



THE REAL COST 

บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

15

- ◆ การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดปัจจุบัน (The Current Marketing Analysis)
 - สถานการณ์ด้านการแข่งขัน (Competitive Situations)
 - จำนวนคู่แข่งในตลาด
 - รูปแบบและกลยุทธ์การแข่งขัน
 - ความสามารถเชิงการแข่งขัน

The logo for True Move H, featuring the word "true" in red, "move" in orange, and "H" in a black square.

บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

16

- ◆ การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดปัจจุบัน (The Current Marketing Analysis)
 - สถานการณ์ด้านการจัดจำหน่าย (Distribution Situations)
 - รูปแบบและกลยุทธ์การช่องทางการตลาด
 - จำนวนการใช้ช่องทางการจำหน่าย
 - การให้ส่วนลด



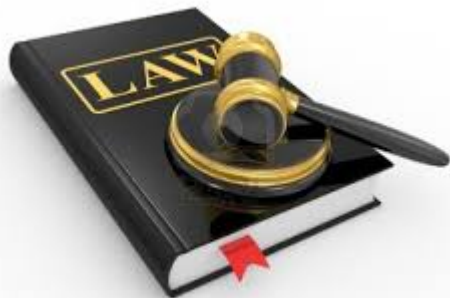
บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

17

- ◆ การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดปัจจุบัน (The Current Marketing Analysis)

- สถานการณ์สิ่งแวดล้อมมหภาค (Macro Environment Situations)
 - ประชากรศาสตร์และเศรษฐกิจ
 - สังคมและวัฒนธรรม
 - กฎหมายและการเมือง



Asst.Prof.Dr.Pattana Sirichotpundit, Ph.D.

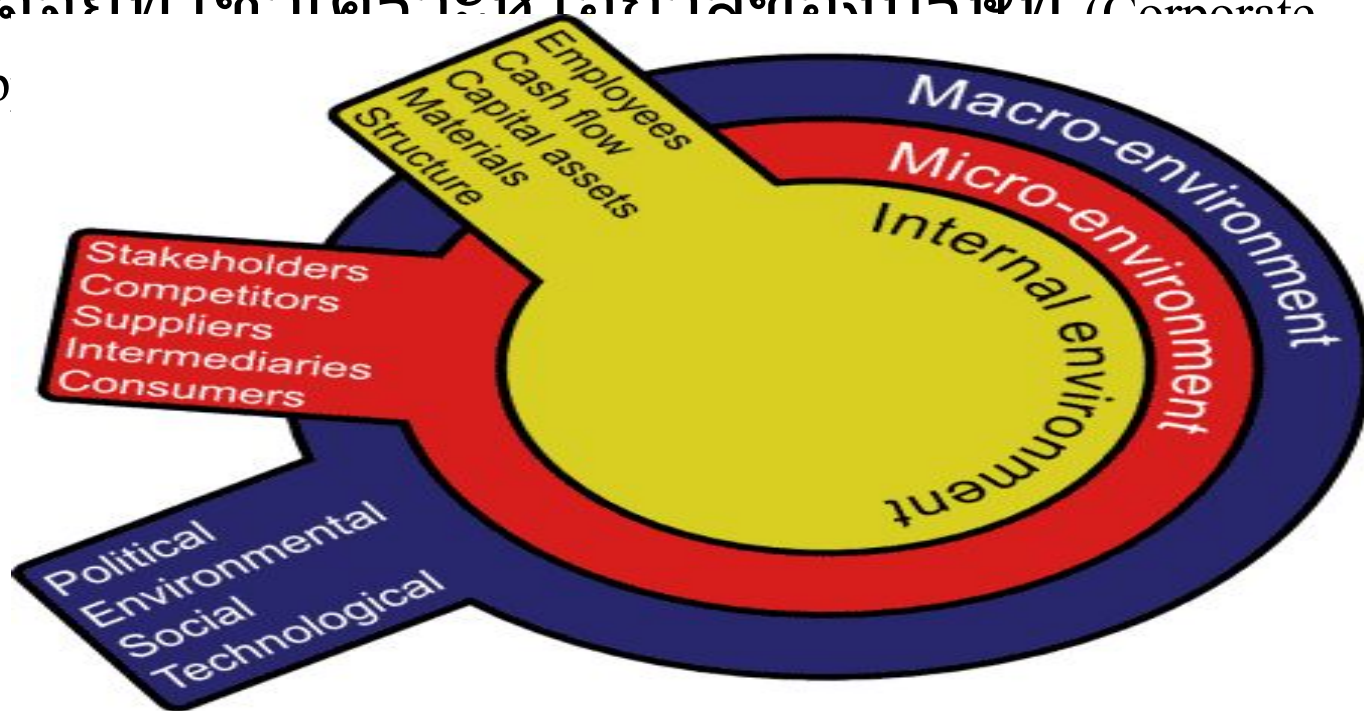


บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

18

- ปัจจัยที่ใช้วิเคราะห์โอกาสโดยทั่วไป (General Opportunity Factors)
- ปัจจัยที่ใช้วิเคราะห์โอกาสลงมือจริง (Corporate Opportunity)



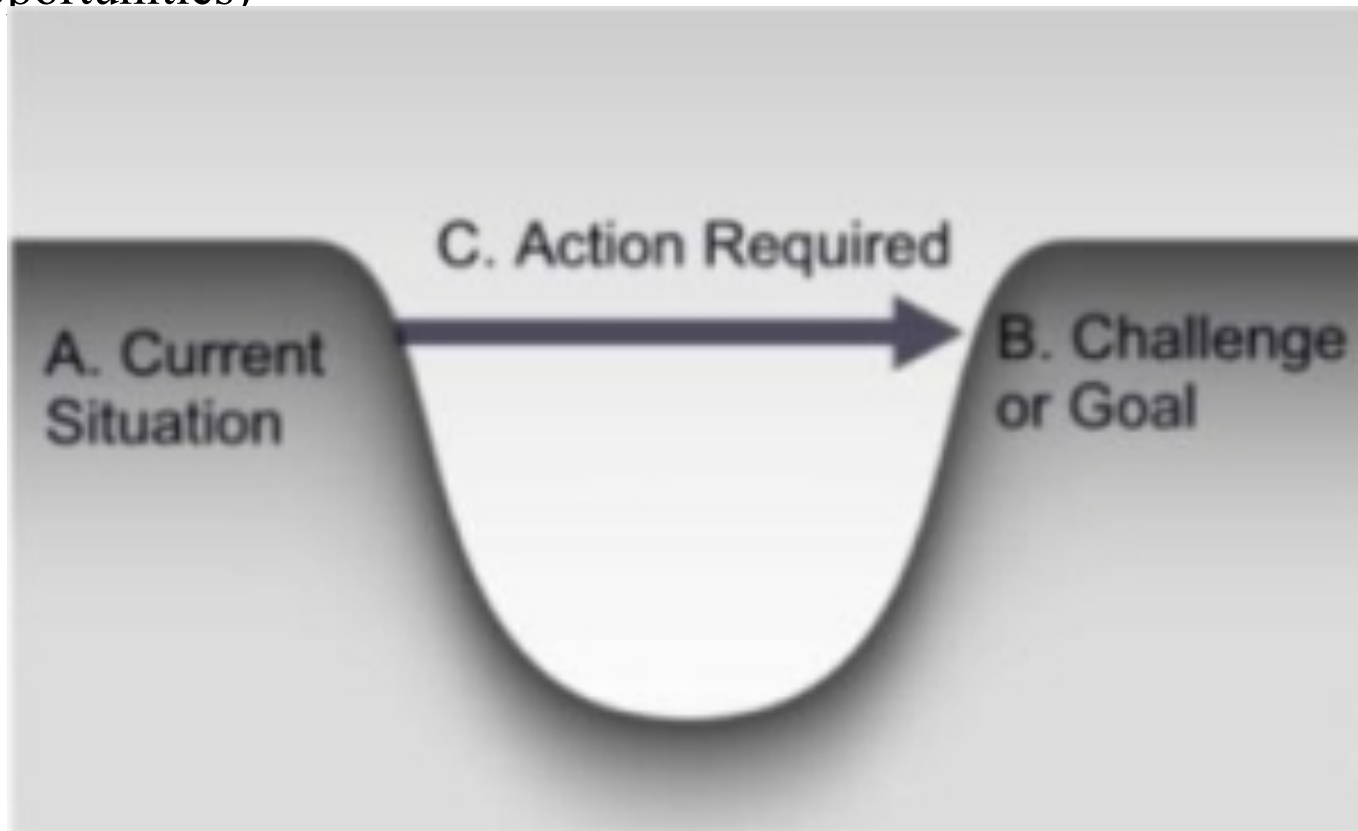
Marketing-made-simple.com

บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

19

- **วิเคราะห์ช่องว่างการตลาด** (Gap Analyzing for Marketing Opportunities)



บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

20

◆ การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคการตลาด (The Marketing Opportunity and Issue Analysis)

1. **จุดแข็ง (Strengths)** = สิ่งแวดล้อมภายในองค์กร+ดีกว่า
2. **จุดอ่อน (Weaknesses)** = สิ่งแวดล้อมภายในองค์กร+แย่กว่า
3. **โอกาส (Opportunities)** = สิ่งแวดล้อมภายนอก
ที่องค์กรสามารถใช้ได้

4.



5.

1.1

*

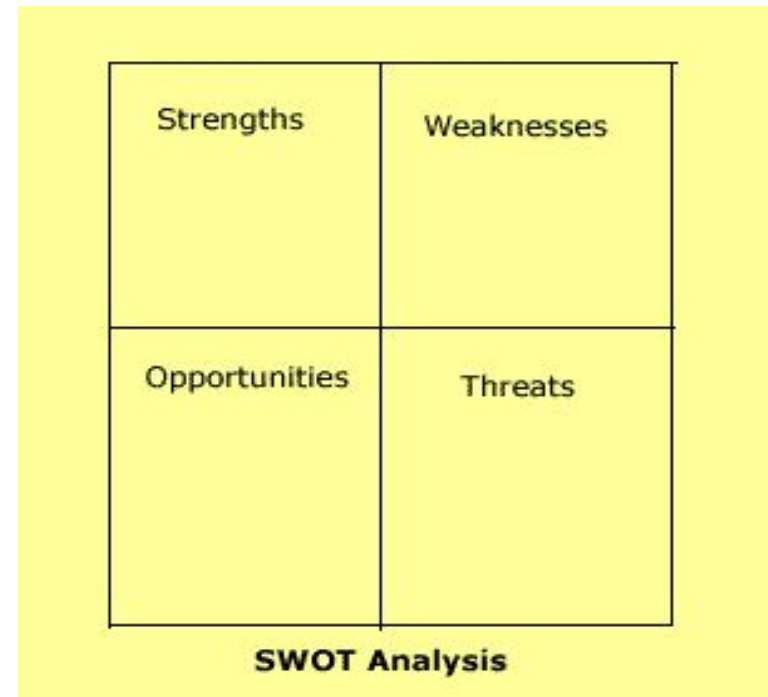
บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

21

◆ การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคการตลาด (The Marketing Opportunity and Issue Analysis)

1. จุดแข็ง (Strengths)
2. จุดอ่อน (Weaknesses)
3. โอกาส (Opportunities)
4. อุปสรรค (Threats)
5. ประเด็น (Issues)



บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

22

◆ การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคการตลาด (The Marketing Opportunity and Issue Analysis)

ประเด็น (Issues)

- ควรลดต้นทุนสินค้าที่ขายลงอีก ดีไหม ?
- ควรเพิ่มงบการส่งเสริมการตลาดด้วยการโฆษณามากกว่าเดิม ดีไหม ?
- ควรมีการอบรมพนักงานขายให้มีเทคนิคการขายเพิ่มขึ้น ดีไหม ?
- ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกทั่วไป ดีหรือไม่ ?
- ควรทำการป้องกันความเสี่ยงในอัตราแลกเปลี่ยนที่ขึ้นลงอย่างมากไว้ ดีหรือไม่ ?



- ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างการดึงดูดต่อการซื้อของลูกค้า ดีไหม ?

Asst. Prof. Dr. Vattana Vinichayapundit, Ph.D.

บทบาทและหน้าที่ผู้บริหารการตลาด

(ROLES AND RESPONSIBILITIES OF MARKETING MANAGER)

23

Q&A

