



## หน่วยการเรียนรู้ที่ 6

### สภาพแวดล้อมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน

วิดิทัศน์ประกอบการเรียนการสอน รายวิชา การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน  
(Business Community Entrepreneurship) รหัสวิชา บธ 0205  
หลักสูตรอนุปริญญาบริหารธุรกิจ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2556)  
สาขาวิชาการจัดการทั่วไป วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร

สอนโดย ดร.ทิวากร เหล่าลือชา

**B.A./M.B.A./D.B.A.**

ครูชำนาญการพิเศษ

วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร สถาบันวิทยาลัยชุมชน



Scan QR code website  
Business Community  
Entrepreneurship

## หน่วยที่ 6

### สภาพแวดล้อมทางการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชน



#### สาระสำคัญหน่วยที่ 6

การศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนถือว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลผลต่อธุรกิจชุมชน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดของธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย แนวคิดสภาพแวดล้อมทางการตลาด สภาพแวดล้อมภายในสภาพแวดล้อมภายนอก และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจชุมชนเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ออกแบบส่วนประสมทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมให้กับธุรกิจชุมชน

#### สาระการเรียนรู้หน่วยที่ 6

1. แนวคิดสภาพแวดล้อมทางการตลาด
2. สภาพแวดล้อมภายในทางการตลาด
3. สภาพแวดล้อมภายนอกทางการตลาด
4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจชุมชน

## จุดประสงค์การเรียนรู้หน่วยที่ 6



1. อธิบายแนวคิดสภาพแวดล้อมทางการตลาดได้
2. อธิบายสภาพแวดล้อมภายในทางการตลาดได้
3. อธิบายสภาพแวดล้อมภายนอกทางการตลาดได้
4. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจชุมชนได้
5. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนได้
6. มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ได้แก่ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ และความสนใจใฝ่รู้

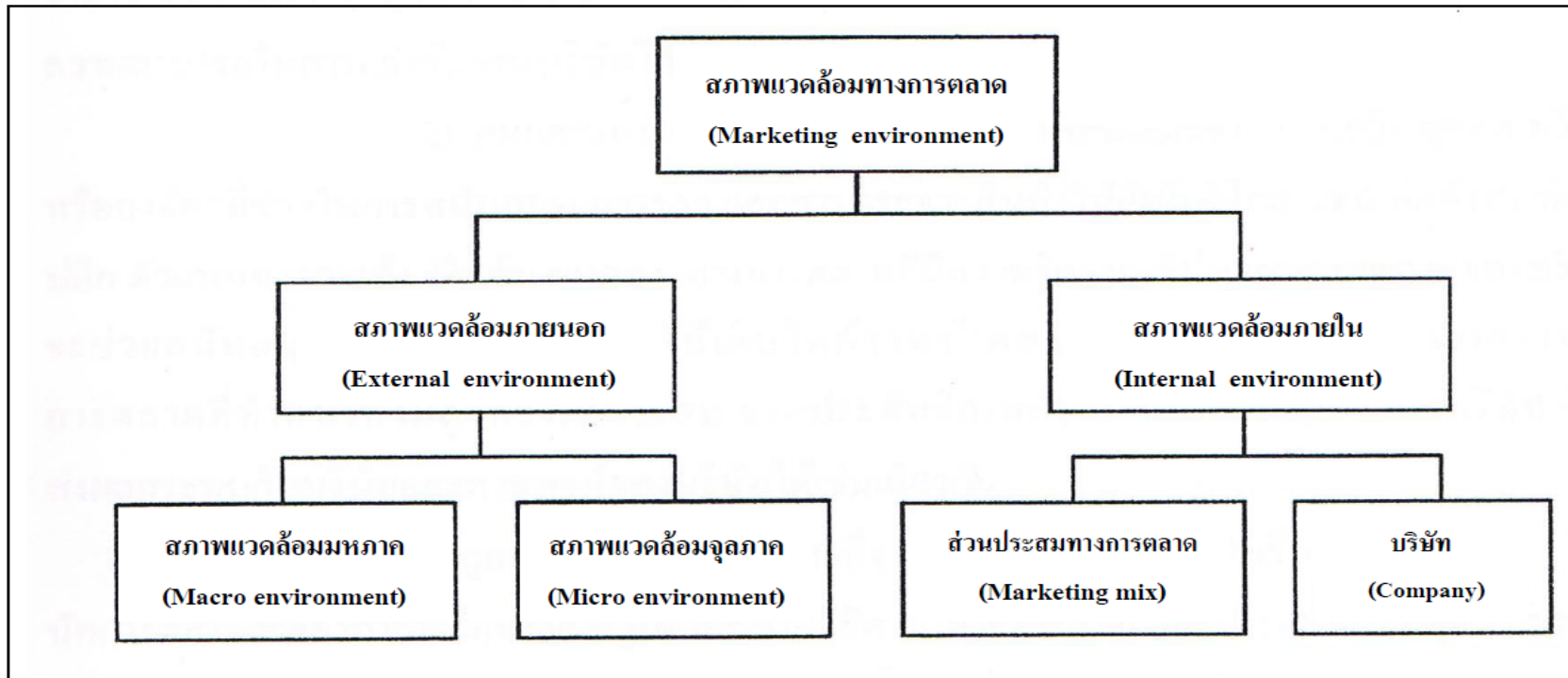
## กิจกรรมการเรียนการสอนหน่วยที่ 6

1. แนะนำชี้แจงเกี่ยวกับจุดประสงค์การเรียนรู้ และสาระการเรียนรู้ในหน่วยที่ 6
2. ทำแบบทดสอบก่อนเรียน ตามแผนจัดการเรียนรู้หน่วยที่ 6
3. ทำกิจกรรมการเรียนการสอน โดยใช้เอกสารประกอบการสอนหน่วยที่ 6
4. ทำกิจกรรมฝึกปฏิบัติที่ 3 โดยใช้เอกสารประกอบการสอนหน่วยที่ 6
5. ทำแบบฝึกหัดที่ 6.1 และ 6.2
6. ทำแบบทดสอบหลังการเรียนรู้ ตามแผนจัดการเรียนรู้หน่วยที่ 6

# 1. แนวคิดสภาพแวดล้อมทางการตลาด

## 1.2 สภาพแวดล้อมทางการตลาด

แนวคิดของสภาพแวดล้อมทางการตลาด (Marketing environment) แบ่งออกเป็น สภาพแวดล้อมภายในทางการตลาด (Internal environment) และสภาพแวดล้อมภายนอกทางการตลาด (External environment) โดยมีองค์ประกอบและรายละเอียด ดังภาพที่ 6.1



ภาพที่ 6.1 องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมทางการตลาด

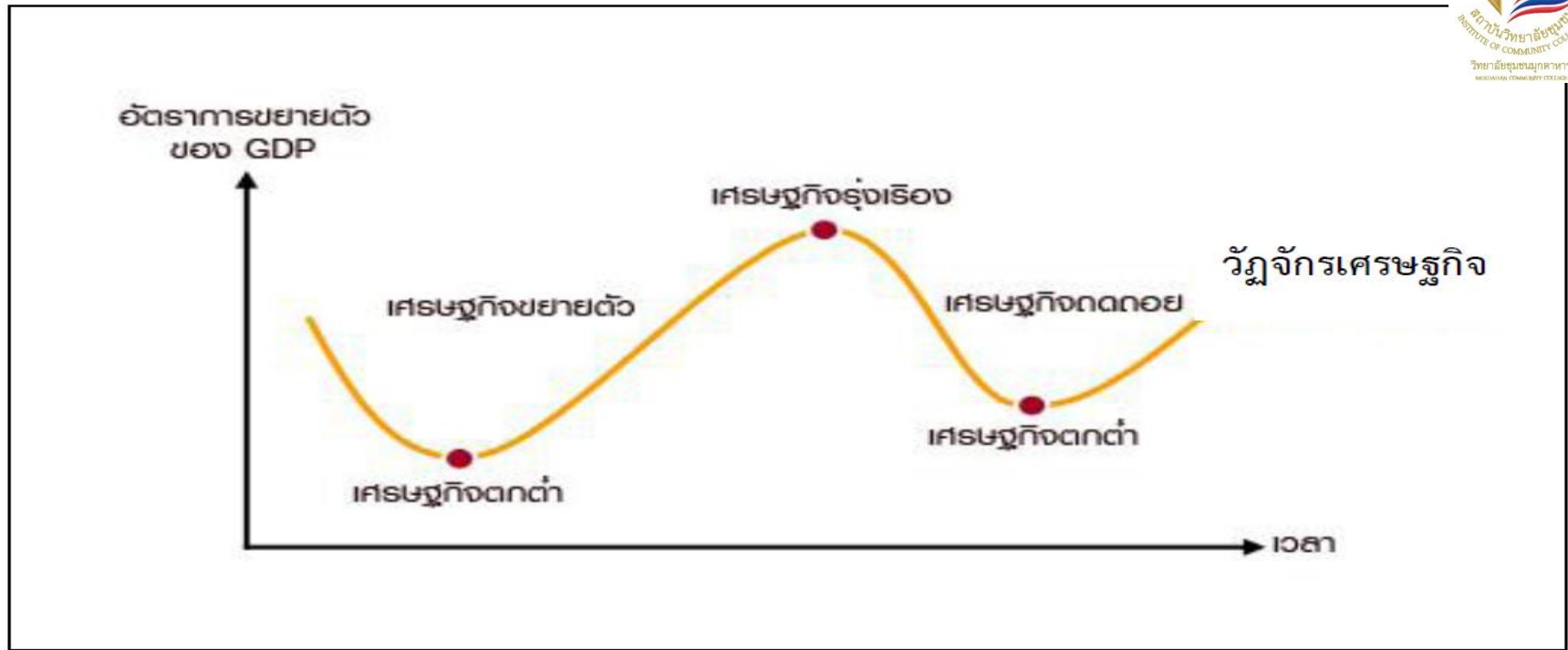
ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ (2553 : 40)

จากภาพที่ 6.1 เป็นการแสดงองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมทางการตลาด ประกอบด้วย

1) สภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด และบริษัท และ 2) สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ สภาพแวดล้อมมหภาค และสภาพแวดล้อมจุลภาค โดยมีรายละเอียดดังนี้



# สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท



ภาพที่ 6.2 วัฏจักรเศรษฐกิจ (Economic cycle)

ที่มา : <http://www.tsi-thailand.org>

สืบค้น : วันที่ 5 พฤศจิกายน 2558

จากภาพที่ 6.2 วัฏจักรเศรษฐกิจ (Economic cycle) เป็นการเคลื่อนไหวขึ้นลงเป็นช่วงเป็นแบบแผนอยู่ 4 ภาวะ คือ ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ (Depression or bust) ภาวะเศรษฐกิจขยายตัว (Recovery or upswing) ภาวะเศรษฐกิจรุ่งเรือง (Prosperity or boom) และภาวะเศรษฐกิจถดถอย (Recession or slowdown) เราเรียกภาวะเศรษฐกิจนี้ว่า วัฏจักรเศรษฐกิจ (Economic cycle) หรือวงจรทางธุรกิจ (Business cycle) การเปลี่ยนแปลงเร็วหรือช้าขึ้นอยู่กับความแตกต่างของลักษณะธุรกิจแต่ละประเภทและตัวแปรที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของวัฏจักรเศรษฐกิจ (Economic cycle) มีรายละเอียดดังนี้

# โครงสร้างของตลาดทางการแข่งขัน (Competitive market structure)

ลักษณะของตลาด	ตลาดแข่งขันอย่างสมบูรณ์ (Pure competition market)	ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic competition market)	ตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย (Oligopoly market)	ตลาดผูกขาด (Monopoly market)
จำนวนคู่แข่ง	มากที่สุด	มาก	น้อย	หนึ่งราย
ลักษณะผลิตภัณฑ์	สินค้าเหมือนกัน	สินค้าแตกต่างกัน	สินค้าเหมือนกันหรือแตกต่างกันแต่ใช้แทนกันได้	ไม่มีสินค้าที่จะใช้ทดแทนได้
ตัวอย่างผลิตภัณฑ์	สินค้าทางการเกษตร	ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน น้ำปลา	น้ำมัน ปูนซีเมนต์ อลูมิเนียม รถยนต์ โทรศัพท์บ้าน เหล็ก	ไฟฟ้า ปรุป่า โทรศัพท์ รถไฟฟ้า หรือ รถไฟ
บทบาทในการกำหนดราคา	ไม่มีบทบาทในการกำหนดราคา	มีบทบาทในการกำหนดราคา	มีบทบาทในการกำหนดราคาร่วมกัน	มีบทบาทในการกำหนดราคาสูงได้ ยกเว้นรัฐบาลจะเข้ามาควบคุมราคา

ตารางที่ 6.1 แสดงสรุปรายละเอียดการเปรียบเทียบลักษณะของตลาด 4 แบบ

จากตารางที่ 6.1 แสดงสรุปรายละเอียดการเปรียบเทียบลักษณะของตลาด 4 แบบ ดังนี้ 1) ตลาดแข่งขันอย่างสมบูรณ์ (Pure competition market) 2) ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic competition market) มี 3) ตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย (Oligopoly market) และ 4) ตลาดผูกขาด (Monopoly market)

## 4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจชุมชน

ครรชิต พุทธิโกษา (2554:86-87) ได้กำหนดแนวทางการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก หรือที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายว่า SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ที่มักจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานภาพของชุมชน เพื่อให้สามารถกำหนดเป้าหมายการพัฒนาชุมชนได้อย่างสอดคล้องกับความเป็นจริง ตรงจุด และสามารถปรับเปลี่ยนหรือปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงได้ทันที SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมาย ดังนี้

1. ตัวย่อ S มาจาก Strengths หมายถึง จุดแข็ง และจุดเด่น ความสามารถและสถานการณ์ภายในชุมชน ที่ควรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาชุมชน หรือควรดำรงไว้เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน
2. ตัวย่อ W มาจาก Weaknesses หมายถึง จุดอ่อน และจุดด้อย ความสามารถและสถานการณ์ภายในชุมชนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไป
3. ตัวย่อ O มาจาก Opportunities หมายถึง โอกาสข้อได้เปรียบ ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกชุมชน ที่เอื้ออำนวยให้การพัฒนาชุมชนบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาของชุมชน ชุมชนสามารถฉกฉวยสถานการณ์เหล่านั้นมาเสริมสร้างความเข้มแข็งได้
4. ตัวย่อ T มาจาก Threats หมายถึง อุปสรรค และความเสี่ยง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการพัฒนาชุมชนไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป็นปัญหาต่อการพัฒนาชุมชน ซึ่งชุมชนจำต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพให้แข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญสภาพการณ์ ในการวิเคราะห์ SWOT นิยมใช้การประชุมปฏิบัติการเพื่อระดมความคิดจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ในที่นี้อาจดำเนินการโดยกรรมการชุมชน โดยมีหน่วยงานของรัฐเป็นผู้สังเกตการณ์

<p><b><u>S:Strengths (จุดแข็ง)</u></b></p> <p>S 1. เกษตรกรมีความรู้และทักษะในการปลูกถั่วลิสง</p> <p>S2. ถั่วลิสงเป็นพืชที่มีประโยชน์ในการบำรุงดิน</p> <p>S3. มีแม่น้ำโขงสามารถปลูกถั่วลิสงจำหน่ายได้ทั้งปี</p>	<p><b><u>W : Weaknesses (จุดอ่อน)</u></b></p> <p>W1.ขาดพันธุ์ถั่วลิสงที่มีคุณภาพที่เป็นความต้องการของตลาด</p> <p>W2.ขาดความรู้ในการเพิ่มผลผลิตถั่วลิสงที่มีปริมาณเพียงพอและมีคุณภาพ</p> <p>W3. ขาดการพัฒนาความรู้ทางการตลาดถั่วลิสงอย่างเป็นระบบตั้งแต่ การปลูก การแปรรูป และการจำหน่าย</p> <p>W4. ขาดการพัฒนาการเรียนรู้จากเกษตรกรรุ่นเก่าไปสู่เกษตรกรรุ่นใหม่</p>
<p><b><u>O:Opportunities (โอกาส)</u></b></p> <p>O1. รัฐบาลให้การสนับสนุนสินค้าทางการเกษตร</p> <p>O2. สมาชิกชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดของชุมชน</p> <p>O3. แนวโน้มคนรักสุขภาพหันมาบริโภคสินค้าปลอดสารพิษมากขึ้น</p>	<p><b><u>T : Threats (อุปสรรค)</u></b></p> <p>T1.ขาดการบูรณาการพัฒนาและการจัดการเรียนรู้ทางการตลาดของชุมชนถั่วลิสงของหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา กลุ่มเกษตรกร และหน่วยงานภาคเอกชน</p>

ที่มา: ข้อมูลสภาพและปัญหาการจัดการเรียนรู้จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group)  
กลุ่มเกษตรกรและกลุ่มภาครัฐ ในวันที่ 11,12,13 มีนาคม 2557 จำนวน 2 ชุมชนฯ





ภาพที่ 6.4 ประชุมระดมความคิดเห็นกลุ่มเกษตรกรผลิตสินค้า โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ณ บ้านนามหาราช หมู่ 10 ตำบลอนตาลผาสุก อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร

## บทสรุป

### หน่วยที่ 6 สภาพแวดล้อมทางการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชน

จากเนื้อหาในหน่วยที่ 6 สามารถสรุปรายละเอียดสำคัญๆ ได้ดังนี้

สภาพแวดล้อมทางการตลาด (Marketing environment) เป็นสภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายในที่มีอิทธิพลต่อโปรแกรมการตลาดของบริษัท สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเป็นสภาพแวดล้อมที่ธุรกิจควบคุมไม่ได้ แต่สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจสามารถควบคุมได้โดยเกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของทางการตลาด แบ่งออกเป็น สภาพแวดล้อมภายในทางการตลาด (Internal environment) และสภาพแวดล้อมภายนอกทางการตลาด (External environment)

สภาพแวดล้อมภายในทางการตลาด (Internal environment) เป็นปัจจัยทางการตลาดที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ (Controllable Factors) ถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดโปรแกรมการตลาดของทางการตลาด เพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดบรรลุวัตถุประสงค์ตามต้องการ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) และบริษัท (The company)

สภาพแวดล้อมภายนอกทางการตลาด (External environment) เป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ มีผลกระทบต่อโครงสร้างการทำงาน และประสิทธิภาพของการกำหนดโปรแกรมทางการตลาด แต่ทางการตลาดก็พยายามควบคุมโดยอาศัยการจัดการส่วนผสมทางการตลาด จากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกทางการตลาดเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนจะต้องให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อจะได้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมนั้นๆ



# สอบถามข้อมูลได้ที่

**Tel./ LINE ID : 0821121590**

**Facebook: ดร.ทิวากร เหล่าลือชา**

**E-mail : Kornmaha@gmail.com**



Scan QR code website  
Business Community  
Entrepreneurship