



หน่วยการเรียนรู้ที่ 7

การพัฒนาแนวคิดทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน

วิทัศน์ผู้ประกอบการเรียนการสอน รายวิชา การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน
(Business Community Entrepreneurship) รหัสวิชา บร 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 7

การพัฒนาแนวคิดทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน



สาระสำคัญหน่วยที่ 7

การนำแนวคิดทางการตลาดมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน จึงถือว่ามีความจำเป็นมากในปัจจุบัน โดยการศึกษาแบบตลาดธุรกิจชุมชน โดยมีแนวคิดทางการตลาดที่สำคัญๆ ได้แก่ แนวคิดระบบการตลาด ระบบการตลาด หน้าที่ทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ควรนำแนวคิดการพัฒนาทางการตลาดมาใช้สำหรับธุรกิจชุมชน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

สาระการเรียนรู้หน่วยที่ 7

1. แนวคิดระบบการตลาด
2. ระบบการตลาด
3. หน้าที่ทางการตลาด
4. ส่วนประสมทางการตลาด

จุดประสงค์การเรียนรู้หน่วยที่ 7

1. อธิบายแนวคิดระบบการตลาดได้
2. อธิบายระบบการตลาดได้
3. อธิบายหน้าที่ทางการตลาดได้
4. วิเคราะห์ระบบและส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนได้
5. มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ได้แก่ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ และความสนใจใฝ่รู้



กิจกรรมการเรียนการสอนหน่วยที่ 7

1. แนะนำชี้แจงเกี่ยวกับจุดประสงค์การเรียนรู้ และสาระการเรียนรู้ในหน่วยที่ 7
2. ทำแบบทดสอบก่อนเรียน ตามแผนจัดการเรียนรู้หน่วยที่ 7
3. ทำกิจกรรมการเรียนการสอน โดยใช้เอกสารประกอบการสอนหน่วยที่ 7
4. ทำกิจกรรมฝึกปฏิบัติที่ 7 โดยใช้เอกสารประกอบการสอนหน่วยที่ 7
5. ทำแบบฝึกหัดที่ 7.1 และ 7.2
6. ทำแบบทดสอบหลังการเรียนรู้ ตามแผนจัดการเรียนรู้หน่วยที่ 7

1. แนวคิดระบบการตลาด

มีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับแนวคิดระบบตลาดไว้ดังนี้

จิตติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ (2556:8-12) ได้ให้ความหมายของ ระบบการตลาด (Marketing system) หมายถึง กลุ่มของสถาบันหรือกลุ่มทำงานที่เชื่อมโยงระหว่างองค์กรกับตลาด องค์ประกอบของระบบตลาดที่มีผลต่อการจัดทำโปรแกรมการตลาดของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

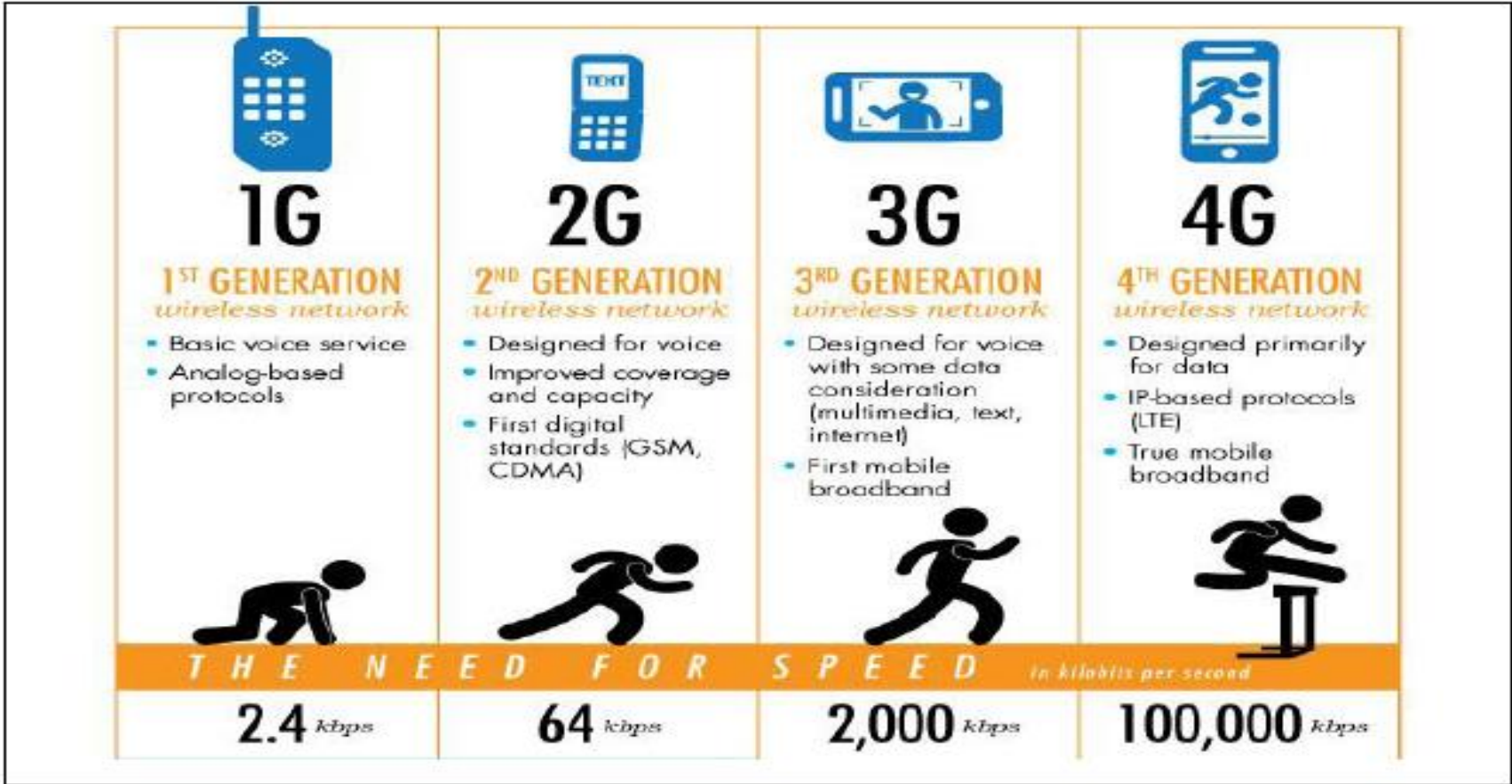
พิมพา หิรัญกิตติ (2556:7-10) ได้ให้ความหมายของ ระบบการตลาด ว่าหมายถึง กลุ่มของสถาบันที่สำคัญ และการทำงานที่เชื่อมโยงระหว่างองค์การกับตลาดสมมุติว่า บริษัทแห่งหนึ่ง ผลิตสินค้าชนิดเดียว สำหรับตลาดแห่งหนึ่ง องค์ประกอบสำคัญในระบบตลาดคือ บริษัทและตลาด องค์ประกอบทั้งสองนั้น เชื่อมต่อกันด้วยการเคลื่อนย้ายของสิ่งสำคัญ 4 ประการคือ 1) สินค้าและบริการ 2) การสื่อสารไปสู่ตลาด 3) จำนวนเงินของบริษัท และ 4) ข้อมูลที่บริษัทได้รับกลับมา

เสาวภา ถาวรกุล (2558:1-10) ได้ให้ความหมายของ ระบบการตลาด (Marketing system) หมายถึง ภาพรวมของการติดต่อเกี่ยวข้องกับงานการตลาดของบุคคลฝ่ายต่างๆ รวมถึงสถาบัน สภาพแวดล้อม และสิ่งที่มีอิทธิพลหลายอย่างที่มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดหรือความอยู่รอดของกิจการในตลาด

จากความหมายของระบบการตลาด (Marketing system) ที่เหมาะสมสำหรับการประกอบการธุรกิจชุมชน ที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่าระบบการตลาดหมายถึง ภาพรวมของการติดต่อเกี่ยวข้องกับงานการตลาดของบุคคลฝ่ายต่างๆ เชื่อมโยงระหว่างองค์กรกับตลาด องค์ประกอบของระบบตลาดที่มีผลต่อการจัดทำโปรแกรมการตลาดของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

2. ระบบการตลาด

จากระบบการตลาด ที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่าระบบการตลาดที่เหมาะสมสำหรับการประกอบการธุรกิจชุมชนคือ ภาพรวมของการติดต่อเกี่ยวข้องกับงานการตลาดของบุคคลฝ่ายต่างๆ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลหลายอย่างที่มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดหรือความอยู่รอดของกิจการในตลาดได้แก่ ตลาดเป้าหมาย การจัดจำหน่าย คู่แข่งขัน กลุ่มสาธารณชนหรือพลังมวลชน และสภาพแวดล้อม



ภาพที่ 7.1 การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในยุคต่างๆ
ที่มา : <http://www.l3nr.org/posts/531758> สืบค้น : วันที่ 28 กรกฎาคม 2556

3. หน้าที่ทางการตลาด

หน้าที่ทางการตลาดธุรกิจชุมชน (**Business community marketing function**) ที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่าหน้าที่ทางการตลาด หมายถึงกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจที่จะทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและการโอนเปลี่ยนมือสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค อันจะทำให้เป้าหมายทางการตลาดของกิจการประสบความสำเร็จได้ด้วยดี

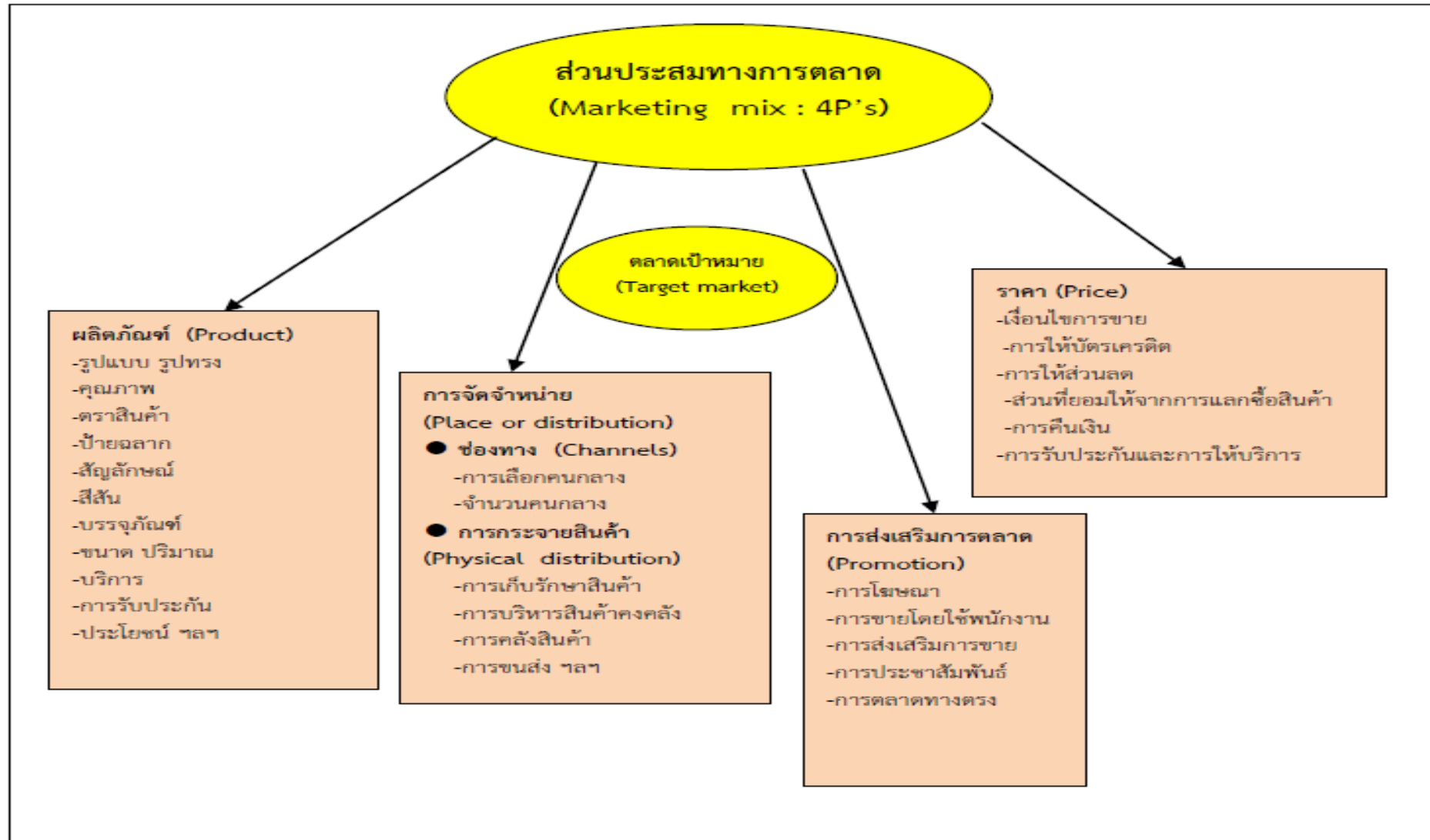
หน้าที่ทางการตลาด

หน้าที่ทางการตลาด แบ่งได้เป็น 3 หน้าที่หลักดังนี้ 1) หน้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้า 2) หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการกระจายสินค้า และ 3) หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกต่างๆ

จากหน้าที่ทางการตลาดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่าเป็นหน้าที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนและหน้าที่การซื้อขาย ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้า คือ การขนส่ง การเก็บรักษา และการคลังสินค้า และเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ก็มีหน้าที่ด้านอื่นๆ เข้ามาสนับสนุน คือ หน้าที่การเงิน การหาข้อมูลทางการตลาด และการจัดการให้คำแนะนำปรึกษาซึ่งผู้ประกอบการอาจดำเนินหน้าที่ทางการตลาดบางหน้าที่ได้ หรืออาจให้ผู้อื่นดำเนินการแทนได้ หากผลการดำเนินงานเป็นไปตามความต้องการของผู้ประกอบการ

4. ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) คือชุดเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรธุรกิจนำมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมาย แบ่งได้ 4 กลุ่ม ซึ่งอาจเรียกว่า 4P's ก็ได้ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place or distribution) และการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) รายละเอียดดังภาพที่ 7.2



ตารางที่ 7.1 แสดงรายละเอียดวิธีการต่างๆ ในการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีดังนี้

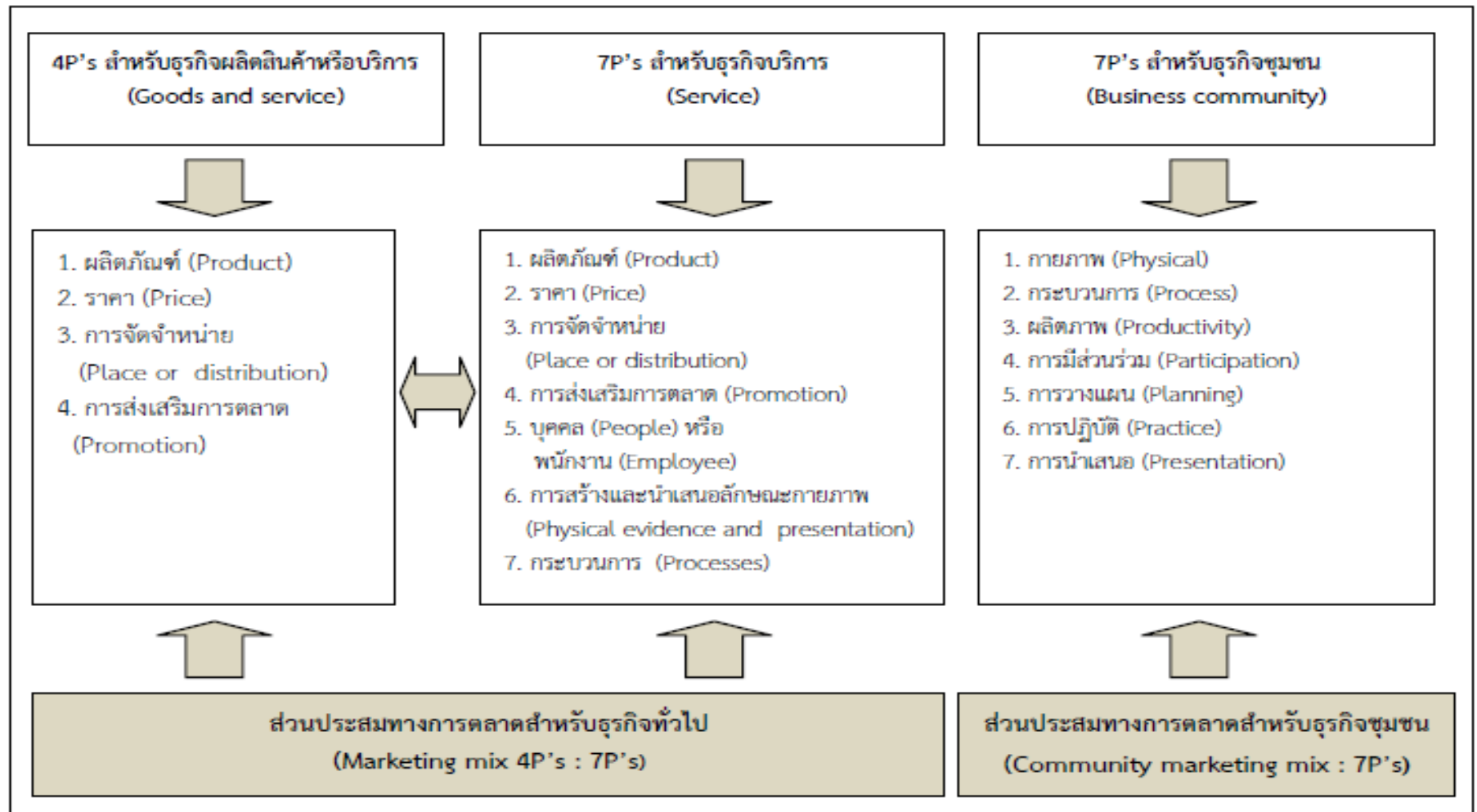
การโฆษณา (Advertising)	การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling)	การส่งเสริมการขาย (Sales promotion)	การเผยแพร่ข่าวสารและ ประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations)	การตลาดทางตรง (Direct marketing)
1. สิ่งตีพิมพ์และสื่อกระจายเสียง	1. การเสนอขาย	1. การแข่งขัน เกม ชิงโชค	1.การให้สัมภาษณ์	1.แคตตาล็อก
2. โฆษณาที่ติดอยู่ภายนอก บรรจุภัณฑ์	2. การประชุม	2. ลีดเดอร์	2. สุนทรพจน์	2. จดหมายตรง
3. โฆษณาที่ติดอยู่ภายใน บรรจุภัณฑ์	3. โปรแกรมให้สิ่งจูงใจ พนักงานขาย	3. ของแถมและของรางวัล	3. การสัมภาษณ์	3. อิเล็กทรอนิกส์
4. โปรโมชั่น	4. ตัวอย่างสินค้าที่ขาย	4. การแจกของตัวอย่าง	4. รายงานประจำปี	4. การซื้อทางโทรศัพท์
5. แคตตาล็อก		5. การแสดงสินค้า/ นิทรรศการ	5. การบริจาคเพื่อการกุศล	5. การใช้สื่อวิทยุ
6. ภาพยนตร์		6. การสาธิตสินค้า	6. การเป็นสปอนเซอร์	6. การใช้สื่อหนังสือพิมพ์
7.นิตยสาร		7. การแจกคู่มือ	7. การตีพิมพ์เอกสาร	7. การใช้สื่อวิทยุ
8.แผ่นพับและรูปเล่ม		8. การคืนเงิน	8. การสร้างความสัมพันธ์อันดี กับชุมชน	8. การใช้เครื่องโทรสาร
9. โปสเตอร์และใบปลิว		9. สินเชื่ออัตรา ดอกเบี้ยต่ำ	9. การลอบบี้	9. โปรโมชั่น อิเล็กทรอนิกส์
10. สมุดรายการ		10. ส่วนยอมให้จากการ แลกซื้อสินค้า	10.สื่อเฉพาะ	10. เครื่องบันทึกเสียง
11. โฆษณาที่ตีพิมพ์ซ้ำ		11. แสตามปีการค้า	11. เหตุการณ์พิเศษ	11. อินเทอร์เน็ต
12. ป้ายโฆษณา		12. สิ่งผูกติดกับสินค้า		
13. เครื่องหมายที่ใช้ใน การจัดแสดงสินค้า		13. การให้ความบันเทิง		
14.การจัดแสดงสินค้า ณ จุด ซื้อ				
15. วัสดุโสตทัศนูปกรณ์				
16. สัญลักษณ์และโลโก้ และอื่นๆ				

ตารางที่ 7.2 แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่าง 4P's กับ 4C's

4P's ←	→ 4C's
1. ผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ราคา (Price) 3. การจัดจำหน่าย (Place or distribution) 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	1. ความต้องการของลูกค้า (Customer needs and wants) 2. ต้นทุนของลูกค้า (Customer costs) 3. ความสะดวก (Convenience) 4. การติดต่อสื่อสาร (Communication)

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ (2558 : 57)

Marketing mix 4P's : 7P's กับ Community marketing mix : 7P's



ภาพที่ 7.3 แสดงส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจทั่วไปกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชน
(Marketing mix 4P's : 7P's กับ Community marketing mix : 7P's)

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วลิสง

ตรา **ถั่วทิป ถั่วแดง** *Tuateep Tuadan*
“ได้ลิ้มมัน....ได้มีทุกเม็ด”

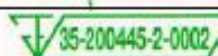


Tuateep Tuadan
ถั่วลิสงตัวทราจ

น้ำหนักสุทธิ 200 กรัม

จำหน่ายโดย ร้านถั่วทิปถั่วแดง (Tuateep Tuadan)
เลขที่ 44/36 หมู่ 4 ต.พนาพร อ.เมือง จ.พนาพร 49000
Facebook : ถั่วทิปถั่วแดง
E-mail : KORNMAHA@GMAIL.COM
โทรศัพท์ Line : 087-1084601, 082-1121590, 042-042235

วันผลิตสินค้า
วันหมดอายุ



เลขที่ อย.

ข้อมูลโภชนาการ

หนึ่งหน่วยบริโภค : 1/2 (ของน้ำหนักเนื้อ 140 กรัม)
จำนวนหน่วยบริโภคต่อ ประมาณ 2

คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค
พลังงานทั้งหมด 220 กิโลแคลอรี (พลังงานจากไขมัน 120 กิโลแคลอรี)

		ร้อยละของปริมาณที่แนะนำให้บริโภค*
ไขมันทั้งหมด	40 ก.	30 %
ไขมันอิ่มตัว	6 ก.	20 %
โคเลสเตอรอล	0 มก.	0 %
โปรตีน	20 ก.	
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด	16 ก.	5 %
ใยอาหาร	8 ก.	20 %
น้ำตาล	2 ก.	
โซเดียม	0 มก.	0 %

		ร้อยละของปริมาณที่แนะนำให้บริโภค*
วิตามินเอ	0 %	วิตามินบี 1 35 %
วิตามินบี 2	0 %	แคลเซียม 0 %
เหล็ก	0 %	

* ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี

ความต้องการพลังงานของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ผู้ที่ต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี ควรได้รับสารอาหารดังนี้

ไขมันทั้งหมด	น้อยกว่า	65 ก.
ไขมันอิ่มตัว	น้อยกว่า	20 ก.
โคเลสเตอรอล	น้อยกว่า	300 มก.
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด		300 ก.
ใยอาหาร		25 ก.
โซเดียม	น้อยกว่า	2,400 มก.

พลังงาน(กิโลแคลอรี) ต่อกรัม : ไขมัน -9 : โปรตีน -4 : คาร์โบไฮเดรต -4

ภาพที่ 7.4 เครื่องหมายแสดงคุณภาพมาตรฐานการผลิตสินค้าด้านอาหารและยา หรือ อย.

ที่มา : ทิวากร เหล่าลี้อา (2558:201)

บทสรุป

หน่วยที่ 7 การพัฒนาแนวคิดทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน

จากเนื้อหาในหน่วยที่ 7 สามารถสรุปรายละเอียดสำคัญๆ ได้ดังนี้

ระบบการตลาด เป็นการติดต่อเกี่ยวข้องกับงานการตลาดของบุคคลฝ่ายต่างๆ รวมถึงสถาบันสภาพแวดล้อม และสิ่งที่มีอิทธิพลหลายอย่างที่มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดหรือความอยู่รอดของกิจการ องค์ประกอบของระบบตลาด ได้แก่ ตลาดเป้าหมาย การจัดจำหน่าย คู่แข่งขัน กลุ่มสาธารณชนหรือพลเมือง และสภาพแวดล้อม

หน้าที่ทางการตลาด คือกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจ ที่จะทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและการโอนเปลี่ยนมือสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค อันจะทำให้เป้าหมายทางการตลาดของกิจการประสบความสำเร็จ

หน้าที่ทางการตลาด แบ่งได้เป็น 3 หน้าที่หลักดังนี้ 1) หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ได้แก่ การซื้อ การขาย การจัดทำมาตรฐานและระดับคุณภาพของสินค้า 2) หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การเก็บรักษา และการคลังสินค้า และ 3) หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกต่างๆ

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix : 4P's) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจผลิตสินค้าหรือบริการ

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix : 7P's) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place or distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ (Physical evidence and presentation) และกระบวนการ (Processes) เป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชน (Community marketing mix) มี 7P's เป็นเครื่องมือการทำธุรกิจที่เหมาะสมกับธุรกิจชุมชน (Business community) ประกอบด้วย กายภาพ (Physical) กระบวนการ (Process) ผลิตภาพ (Productivity) การมีส่วนร่วม (Participation) การวางแผน (Planning) การปฏิบัติ (Practice) และการนำเสนอ (Presentation)

สอบถามข้อมูลได้ที่

Tel./ LINE ID : 0821121590

Facebook: ดร.ทิวากร เหล่าลือชา

E-mail : Kornmaha@gmail.com



Scan QR code website
Business Community
Entrepreneurship