



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม



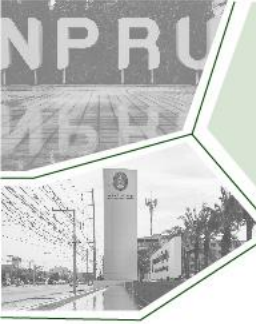
NPRU



# บทที่ 10

## การบริหารความพยายามทางการตลาดโดยรวม



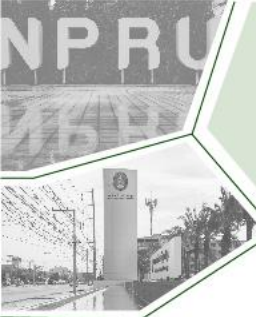


# การจัดองค์การตลาด (Marketing Organization)



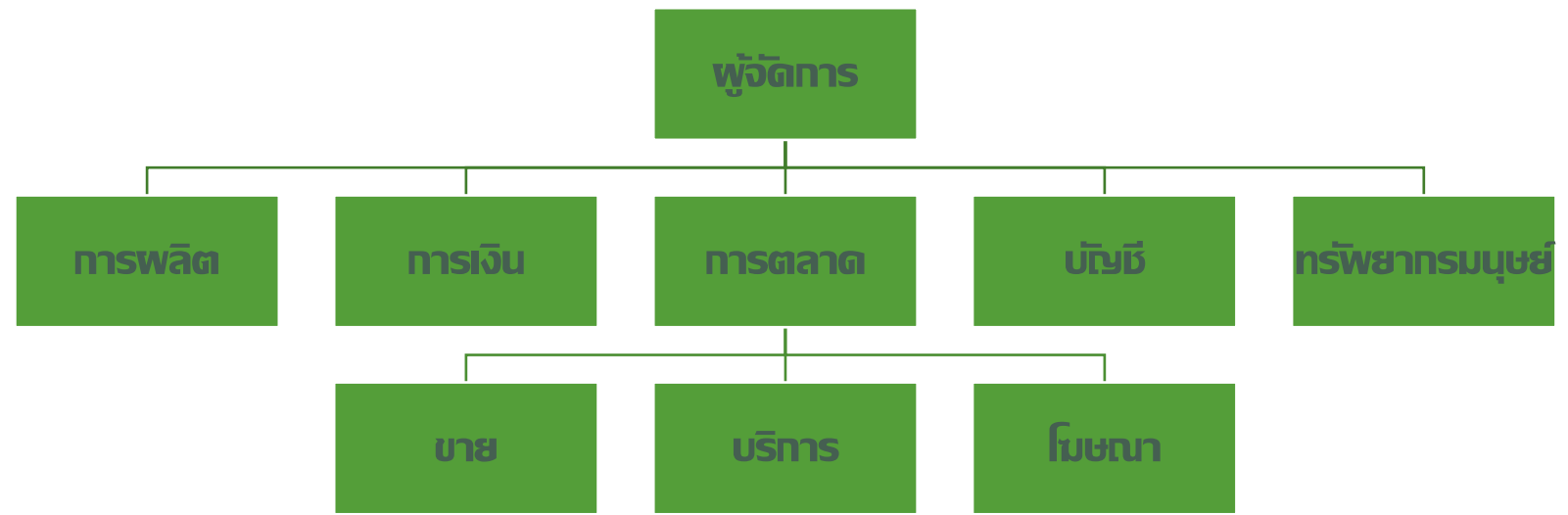
1. การจัดตั้งแผนกขายอย่างง่าย
2. การจัดตั้งแผนกขายกับหน้าที่การตลาดอื่นๆ
3. การจัดแผนกการตลาดแยกต่างหาก
4. การจัดแผนกการตลาดแบบใหม่
5. การจัดองค์การตลาดแบบใหม่
6. กิจกรรมมุ่งการจัดการที่กระบวนการและผลลัพธ์

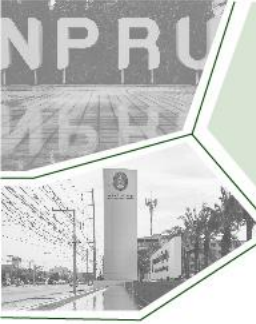




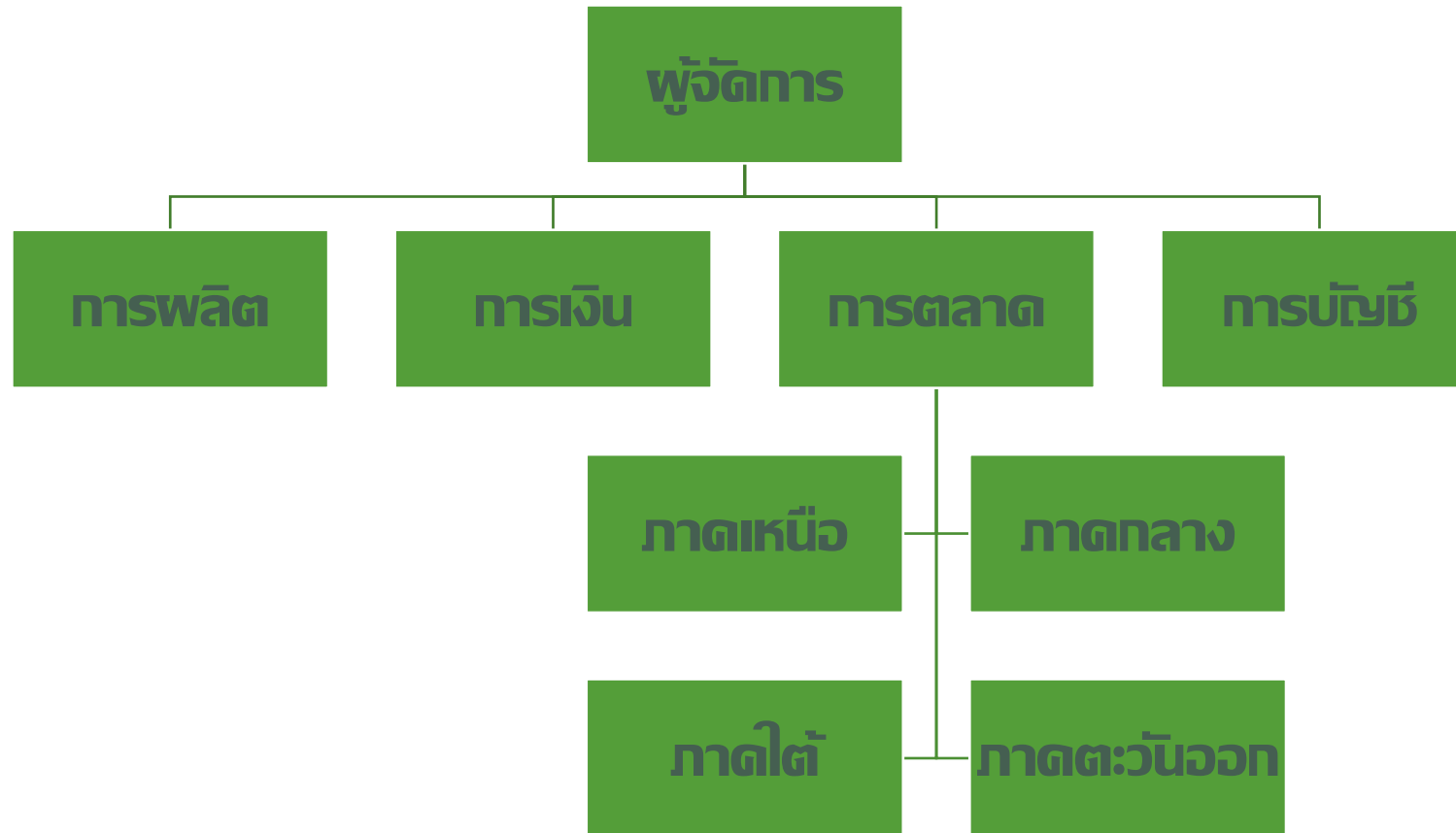
# วิธีการจัดโครงสร้างองค์การทางการตลาด

## 1. การจัดโครงสร้างองค์การตามหน้าที่ (Functional organization)

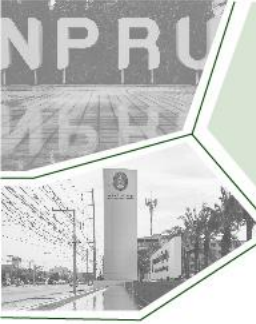




## 2. การจัดโครงสร้างองค์การตามภูมิศาสตร์ (Geographical organization)





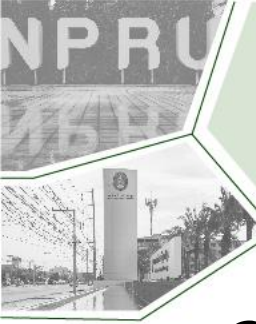


# วิธีการจัดโครงสร้างองค์การทางการตลาด



4. การจัดการตามการบริหารการตลาด  
(Market management organization)
5. การจัดโครงสร้างองค์การตามการบริหารผลิตภัณฑ์และการบริหารการตลาด  
(Product management and Market management organization)
6. การจัดโครงสร้างองค์การแบบบริษัท/แผนก  
(Corporate – division organization)





# ความสัมพันธ์ของหน่วยงานการตลาดกับหน่วยงานอื่น

## การปฏิบัติการตลาด

หมายถึงการนำแผนการตลาดมาปฏิบัติ

## การควบคุมกิจกรรมการตลาด

เป็นกระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายตามแผนการตลาด

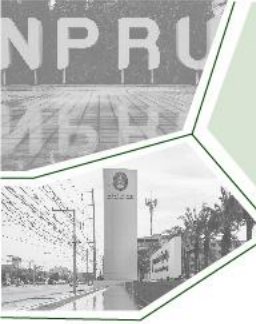
## กระบวนการควบคุมตลาด (Control process)

ที่วางไว้ หมายถึงลำดับขั้นตอนในการประเมินการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบกับมาตรฐาน

- ขั้นที่ 1 การกำหนดเป้าหมาย
- ขั้นที่ 2 การวัดผลการปฏิบัติงาน
- ขั้นที่ 3 การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน
- ขั้นที่ 4 การแก้ไขข้อบกพร่อง



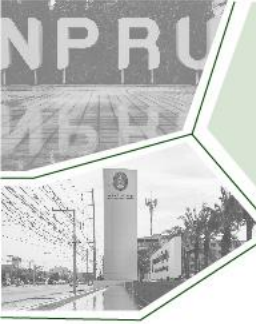




# ประเภทของการควบคุมการตลาด

1. การควบคุมแผนประจำปี
  - 1.1 วิเคราะห์ยอดขาย
  - 1.2 วิเคราะห์ส่วนครองตลาด
  - 1.3 วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่อยอดขาย
  - 1.4 วิเคราะห์ทางการเงิน
  - 1.5 การติดตามทัศนคติของลูกค้า
  
2. การควบคุมความสามารถในการทำกำไร
  
3. การควบคุมประสิทธิภาพ
  - 3.1 ประสิทธิภาพของหน่วยงานขาย
  - 3.2 ประสิทธิภาพของการโฆษณา
  - 3.3 ประสิทธิภาพของการส่งเสริมการขาย
  - 3.4 ประสิทธิภาพของการจัดจำหน่าย





# ประเภทของการควบคุมการตลาด

## 4. การควบคุมกลยุทธ์

4.1 การตรวจสอบสภาพแวดล้อมทางการตลาด

4.2 การตรวจสอบกลยุทธ์การตลาด

4.3 การตรวจสอบองค์การการตลาด

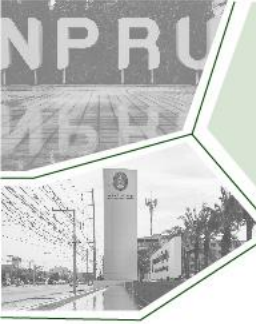
4.4 การตรวจสอบระบบการตลาด

4.5 การตรวจสอบผลิิตภาพทางการตลาด

4.6 การตรวจสอบพื้นที่ทางการตลาด

## 5. การทบทวนความรับผิดชอบด้านจรรยาบรรณและสังคม





# แบบฝึกหัด บทที่ 10

1. ให้นักศึกษาเปรียบเทียบโครงสร้างระหว่างโครงสร้างองค์การตามหน้าที่ กับตามภูมิศาสตร์มีความแตกต่างกันอย่างไร พร้อมอธิบาย
2. หน่วยงานด้านการตลาดต้องทำงานสัมพันธ์กับหน่วยงานใดในองค์กร เพราะเหตุใด
3. ในการดำเนินงานด้านการตลาด ผู้บริหารการตลาดควรมีความรู้และทักษะในด้านใดบ้าง อธิบายมาพอสังเขป
4. กระบวนการควบคุมทางการตลาดประกอบด้วยอะไรบ้าง และธุรกิจใช้การควบคุมการตอนใด
5. จงอธิบายวิวัฒนาการของการจัดองค์การทางการตลาด ทั้ง 6 ขั้นตอน มาพอสังเขป





มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม