



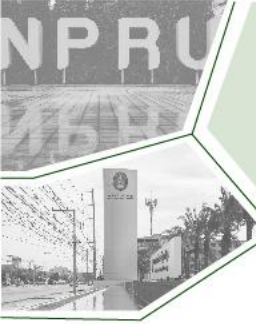
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม



บทที่ 11

การวางแผนกลยุทธ์การตลาด

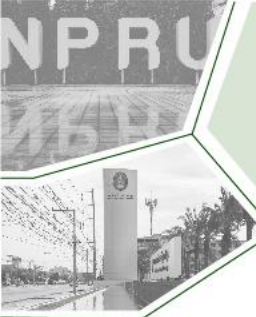




ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์

- กระบวนการในการกำหนดแผนงานขององค์การภายใต้สภาพแวดล้อมทางการตลาด และความสามารถในการจัดการทรัพยากรขององค์การให้บรรลุเป้าหมาย





ระดับแผนกลยุทธ์

1.

- แผนระดับบริษัท (Corporate strategic planning)

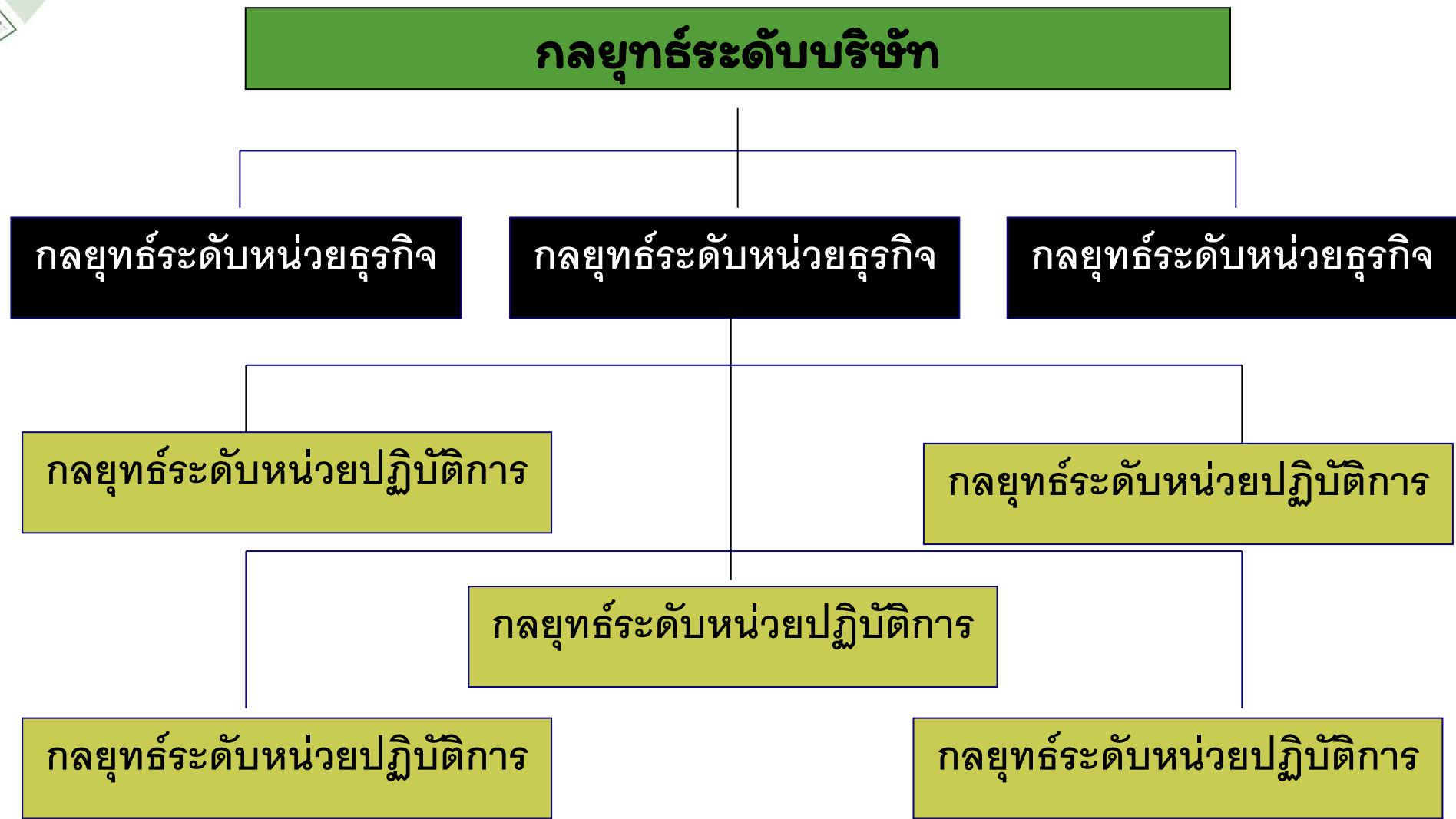
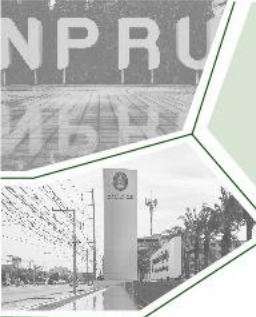
2.

- แผนกลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ (Business unit strategic planning)

3.

- แผนกลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional strategic planning)



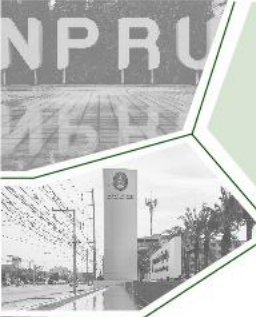




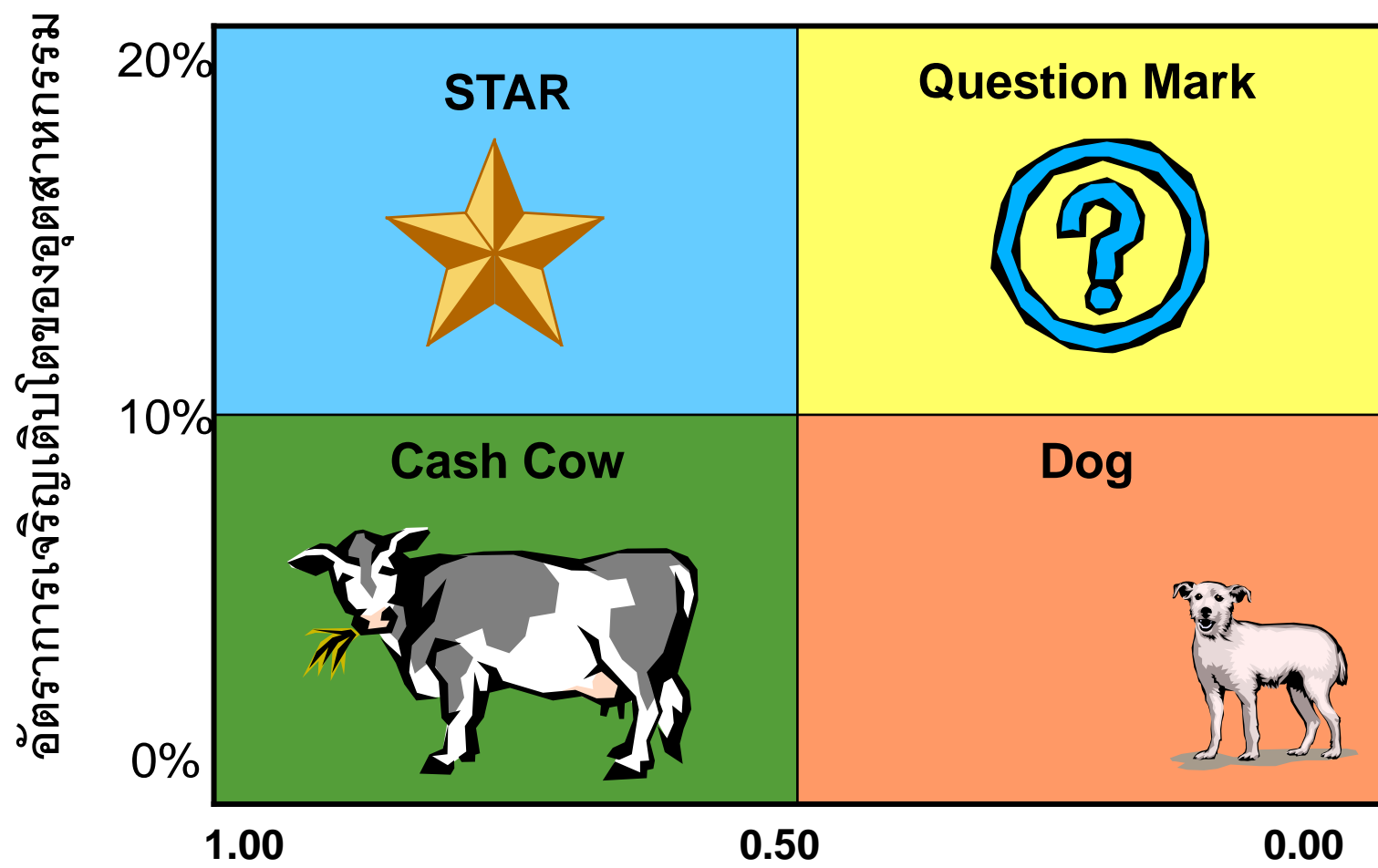
กระบวนการวางแผนระดับบริษัท

- การวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation analysis)
 - การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน
 - การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก
- การกำหนดวิสัยทัศน์ (vision) ภารกิจ (Mission) เป้าหมาย (Goal) และวัตถุประสงค์ (Objective)
- การกำหนดหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์



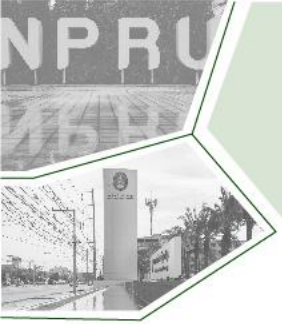


1. การกำหนดกลยุทธ์รูปแบบบอสตัน (Boston consulting group:BCG)



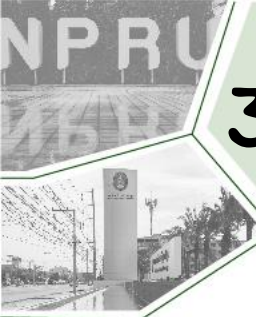
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน



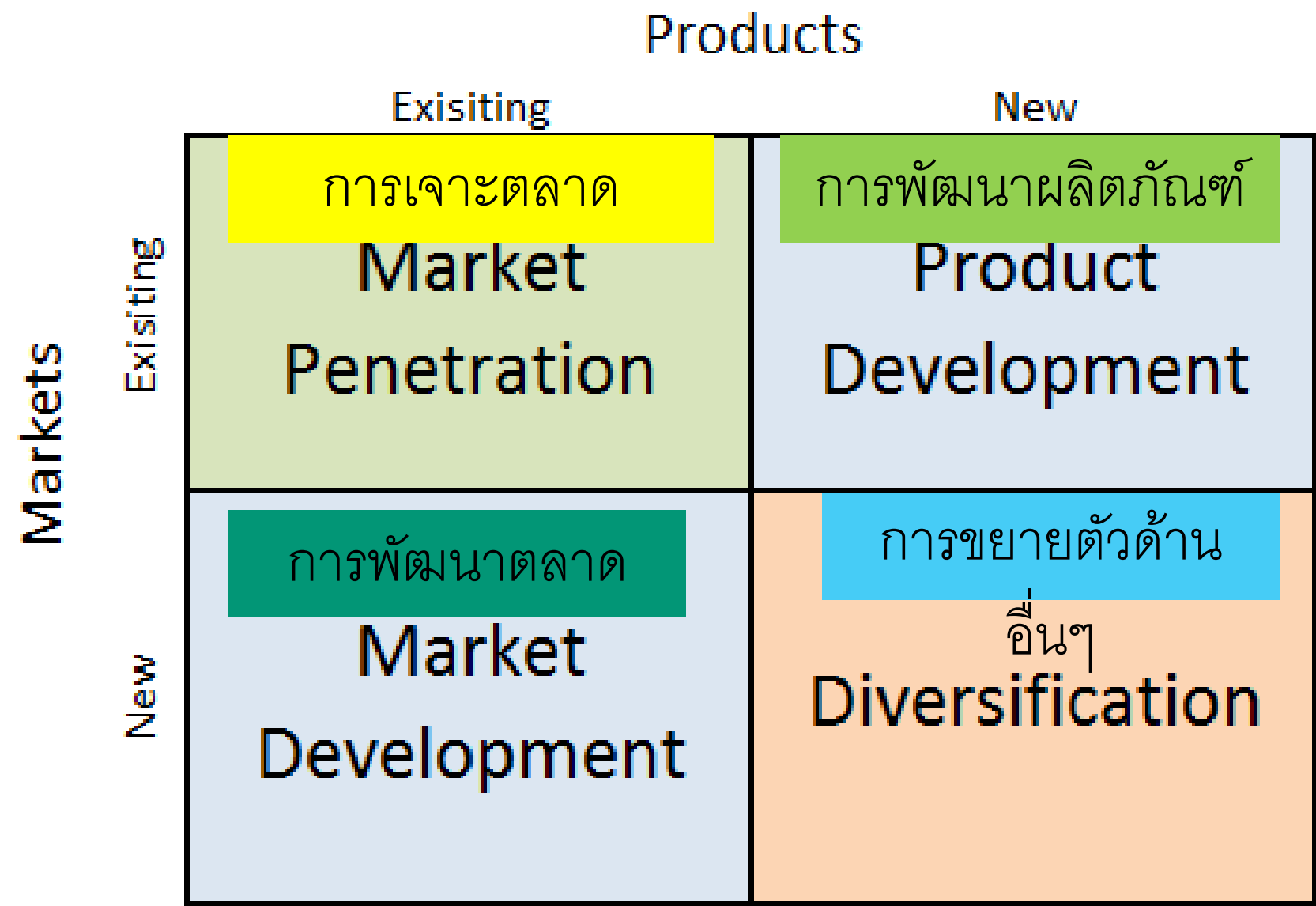


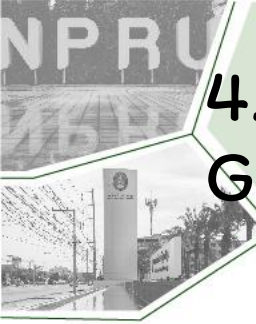
2. การกำหนดกลยุทธ์รูปแบบของพอร์เตอร์ (Porter generic strategy model)





3. การกำหนดกลยุทธ์การตลาดรูปแบบแอนซอฟท์



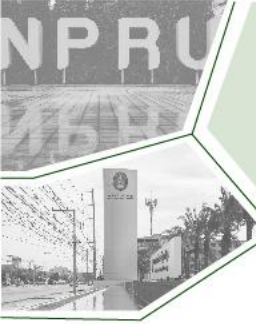


4. การกำหนดกลยุทธ์การตลาดรูปแบบของบริษัทเจเนอรัลอิเล็กทริก(The General Electric)



		Business Unit Strength		
		High	Medium	Low
Market Attractiveness	High	Grow	Grow	Hold
	Medium	Grow	Hold	Harvest
	Low	Hold	Harvest	Harvest





แบบฝึกหัด บทที่ 11



1. ให้นักศึกษาเปรียบเทียบแผนกลยุทธ์ระดับบริษัท กับ หน่วยธุรกิจมีความแตกต่างกันอย่างไร
2. ในการกำหนดกระบวนการแผนกลยุทธ์ระดับบริษัท ต้องคำนึงถึงเรื่องอะไรบ้าง อธิบายมาพอสังเขป
3. จงบอกความแตกต่างระหว่าง กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ ในรูปแบบ **BCG Model**กับรูปแบบของพอร์ตเตอร์
4. ถ้านักศึกษาดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับ ร้านสะดวกซื้อ **7-eleven** นักศึกษาควรใช้กลยุทธ์ระดับใด เพราะเหตุใด
5. กลยุทธ์การตลาดรูปแบบบริษัทเจเนอรัลอิเล็กทริก มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การตลาดรูปแบบใด เพราะเหตุใด





มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม