

แบบรายงานการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

หน่วยงาน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๑. ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ-สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
กลุ่มบุคลากร สายวิชาการ

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชา
 สายสนับสนุนวิชาการ

๒. หัวข้อหรือเรื่องที่เกี่ยวข้องประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

Marketing for Entrepreneurs

๓. วิทยากรในการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กฤตินี พงษ์ธนเลิศ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

๔. สถานที่หรือหน่วยงานที่จัดประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

๕. ระยะเวลาที่เข้ารับการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

วันที่ ๕ กันยายน ๒๕๖๔

๖. งบประมาณที่ใช้ในการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

-

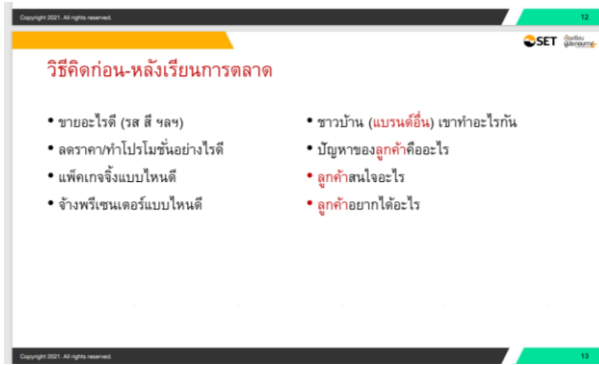
๗. วัตถุประสงค์ของการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

- รู้จักและเข้าใจวิถีคิดแบบนักการตลาด การตั้งโจทย์แบบนักการตลาด
- รู้จักกับความเข้าใจผิดในการทำการตลาด และเรียนรู้วิธีการวางกลยุทธ์ทางการตลาด
- เรียนรู้ส่วนผสมทางการตลาดที่ต้องระวังและผสมผสานให้ดี เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุด

๘. สรุปเนื้อหาสาระของการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ : การตลาดไม่ใช่เพียงการขายให้ได้มากๆ หรือการทำโปรโมชั่น รู้จักวิถีคิดแบบนักการตลาด การวางกลยุทธ์และองค์ประกอบของการตลาด เพื่อทำการตลาดให้ประสบความสำเร็จ

- การวางกลยุทธ์การตลาด
- ส่วนผสมทางการตลาด (4Ps)



วิธีคิดของผู้ประกอบการในก่อนและหลังจากการเรียนการตลาด คือ ในมุมมองของผู้ประกอบการจะมองว่า เราควรขายอะไร ลดราคาอย่างไร แพ็คเก็จจึงเป็นอย่างไร หรือควรจ้างใครเป็นฟรีเซนต์เตอร์ แต่สำหรับนักการตลาดจะมองในด้านของคู่แข่งว่าทำอะไร ปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าคืออะไร ลูกค้ามีความสนใจหรืออยากได้อะไร



ขนม Pocky ของประเทศญี่ปุ่น ผู้บริโภคส่วนใหญ่เรามักมองว่าเป็นเด็ก เพราะมองว่ามันคือขนม แต่สำหรับนักการตลาดแล้ว เราสามารถกระตุ้นการซื้อโดยปรับเปลี่ยนรูปแบบจากขนมเป็นของขวัญ โดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อเพื่อเป็นของฝาก เช่นรวมหลายรสชาติให้อยู่ในกล่องเดียวกันปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามเหมาะสมกับการเป็นของฝาก



ร้านทำฟินสำหรับเด็ก ใส่ใจรายละเอียดของร้านทำฟิน เพื่อมุ่งเน้นการรับรู้และประสบการณ์ของเด็กๆ ในการหาคุณหอมแบบเป็นมิตร โดยสร้างประสบการณ์ที่ดี เช่น จัดบรรยากาศโดยรวมเพื่อเอาใจเด็กๆ มีอุปกรณ์ของเล่นที่ส่งเสริมการเรียนรู้ และทำให้เด็กๆ มีความสุข สร้างความแตกต่างในการทำฟินโดยให้เด็กๆ ได้มีส่วนร่วมในการเลือกของเล่นที่จะร่วมทำฟินไปกับตัวเด็กด้วย



กล้วยหอมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีขายโดยทั่วไป ในฐานะผู้ประกอบการเราสามารถนำการตลาดมาปรับใช้ โดยสามารถสร้างเรื่องราวของการปลูกจากแหล่งปลูกที่มีกระบวนการในการใส่ใจในทุกขั้นตอน รวมถึงการกำหนดค่าที่สร้างจุดขาย เช่น จุดสีน้ำตาลที่อยู่บนกล้วยหอม ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่จะมองว่าไม่สวยงาม และไม่ซื้อ แต่สำหรับผลิตภัณฑ์นี้ได้ปรับการใช้คำที่น่าสนใจและสามารถทำให้จุดเหล่านั้นกลับเป็นจุดขายแทน



การออกผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาถึงคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ เช่น ผลิตภัณฑ์ถูกซื้อไปเป็นของฝาก ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาว่า แล้วผู้รับจะทราบได้อย่างไรเพราะสินค้าแต่ละชิ้นคืออะไร ในกรณีนี้ ผู้ประกอบการอาจมีคำอธิบายสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง โดยมีการอธิบาย เช่น กลิ่น รสชาติ หรือส่วนผสม เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบว่าสินค้าที่เขารับประทานนั้นคืออะไร

๙. ปัญหาอุปสรรคในการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

๑๐. ประโยชน์ที่ได้รับจากการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

-: -:ตนเอง การอบรมทำให้เราได้รับรู้แนวทางการพัฒนาตนเองในหลายๆด้าน ทำให้พัฒนาองค์ความรู้ด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ สามารถนำมาปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาหลักการตลาด และรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการและการพัฒนาธุรกิจ สามารถประยุกต์องค์ความรู้เพื่อใช้พัฒนาผลงานเพื่อการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการที่สูงขึ้น

-: -:ต่อหน่วยงาน/มหาวิทยาลัย การอบรมทำให้หน่วยงานหรือมหาวิทยาลัย สามารถนำความรู้เพื่อการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในทางหลักสูตร หรือมหาวิทยาลัย

๑๑. เอกสารหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ได้รับจากการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

๑๒. สำเนาประกาศนียบัตร/วุฒิบัตรฯ ที่ได้รับการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน



๑๓. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ อื่น ๆ

-



ลงชื่อ.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิริยา บุญมาเลิศ)
วันที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๖๔

ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชาชั้นต้น

.....
.....
.....



ลงชื่อ.....
(อาจารย์ธนวัฒน์ วิเศษสินธุ์)
วันที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๖๔