

บทที่ 2

แนวความคิด ทางการตลาด

ความหมายของการตลาด

การตลาด หมายถึง “กระบวนการสร้าง แลกเปลี่ยน และส่งมอบคุณค่า (**Value**) ให้แก่ลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ทั้งต่อลูกค้าและองค์กร”

****การตลาดไม่ใช่แค่การขายสินค้า****

แต่คือ “การตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีคุณค่า”

ความสำคัญของการตลาด

1. ช่วยให้ธุรกิจเข้าใจลูกค้า
2. สร้างรายได้และความยั่งยืน
3. เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
4. ส่งเสริมเศรษฐกิจโดยรวม
5. ช่วยให้เกิดนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

แนวคิดทางการตลาด (Marketing Concepts)

แนวคิดหลักที่เป็นรากฐานของการตลาดมี 5 แนวคิด ได้แก่

1. แนวคิดการผลิต (**Production Concept**)
2. แนวคิดผลิตภัณฑ์ (**Product Concept**)
3. แนวคิดการขาย (**Selling Concept**)
4. แนวคิดการตลาด (**Marketing Concept**)
5. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม (**Societal Marketing Concept**)

1. แนวคิดการผลิต (Production Concept)

เชื่อว่า “ลูกค้าจะซื้อสินค้าที่มีราคาไม่แพงและหาซื้อได้ง่าย”

1. เน้นการผลิตจำนวนมาก
2. ลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำที่สุด



ตัวอย่าง: โทรศัพท์ราคาประหยัด, สินค้าทั่วไปในตลาด

2. แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Product Concept)

เชื่อว่า “ลูกค้าชอบสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุด”

1. เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม
2. มักจะเลยความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า



ตัวอย่าง: กล้องถ่ายรูปคุณภาพสูงที่ใช้งานยาก

3. แนวคิดการขาย (Selling Concept)

เชื่อว่า “ลูกค้าต้องถูกชักจูงให้ซื้อ”

1. เน้น การส่งเสริมการขายและการโฆษณา
2. ใช้ในสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องซื้อซ้ำ เช่น ประกันชีวิต, สินค้าฟุ่มเฟือย

4. แนวคิดการตลาด (Marketing Concept)

เชื่อว่า “ลูกค้าคือหัวใจของธุรกิจ”

1. ศึกษาความต้องการของลูกค้า
2. สร้างสินค้าและบริการให้ตรงใจ
3. เน้นความพึงพอใจระยะยาวมากกว่ากำไรระยะสั้น



คำขวัญสำคัญ: “สร้างสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ไม่ใช่ขายสิ่งที่เราผลิต”

5. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม (Societal Marketing Concept)

เชื่อว่า “การตลาดควรคำนึงถึงผลประโยชน์ของสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย”

1. พัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน
2. ส่งเสริมพฤติกรรมที่ดีต่อชุมชนและโลก



ตัวอย่าง: โครงการลดใช้ถุงพลาสติก, ผลิตภัณฑ์รักษ์โลก

ตัวอย่างจริงของแนวคิด การตลาดเพื่อสังคม

- โครงการ “งดเหล้าเข้าพรรษา”
- แคมเปญ “ลดใช้ถุงพลาสติก”
- โครงการ “คนไทยไร้พุง”



ใช้แนวคิดการตลาดเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมคนให้ดีขึ้น

สรุปแนวคิดทางการตลาด

- การตลาดพัฒนาอย่างต่อเนื่องจาก “ขายสินค้า” → “ตอบสนองความต้องการลูกค้า” → “ดูแลสังคม”
- การตลาดยุคใหม่ = สร้างคุณค่าแก่ลูกค้า + สังคมอย่างยั่งยืน