



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม



# หลักการตลาด

# Principles of Marketing



วิชา หลักการตลาด

(Principles of Marketing)

รหัสวิชา 3541101 หน่วยกิต 3(3-0-6)

หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชา การตลาด คณะวิทยาการจัดการ

ชื่ออาจารย์ผู้สอน อาจารย์พิชามณูญ์ เลิศวัฒน์พรชัย



# คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด ทฤษฎีการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบข้อมูลการตลาด การแบ่งส่วนการตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และการปรับไปใช้ใน การดำเนินธุรกิจ



# บทที่ 1

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตลาด



# ความหมายของตลาดและการตลาด

ในบทนี้เราจะพูดถึงเรื่องความหมาย หน้าที่ของการตลาด การสร้างอรรถประโยชน์ แนวความคิดด้านการตลาด และส่วนประสมการตลาด

**ตลาด (Market)** หมายถึง สถานที่เพื่อซื้อและขายสินค้า ทั้งในรูปของวัตถุจับและสินค้าสำเร็จรูปโดยที่ตั้งของตลาดอาจมีเพียงที่เดียวหรือหลายที่ที่ตั้งอยู่ใกล้กันในบริเวณที่มีทำเลเหมาะสม



# ความหมายของตลาดและการตลาด

**ตลาด (Market)** หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือ องค์กรที่มีศักยภาพ (Potential Buyers) ในการซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ที่มีศักยภาพในการซื้อ คือ

- มีความจำเป็นหรือความต้องการซื้อ
- มีเงินเพียงพอที่จะซื้อ
- มีความยินดีที่จะซื้อ
- มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ

**การตลาด** คือกระบวนการทางสังคม ที่จะดำเนินการเพื่อได้รับตอบสนองความต้องการ และความจำเป็น โดยผ่านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีค่าไปแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น

**การตลาด หมายถึง** กิจกรรมทางธุรกิจในการวางแผน กำหนดราคา ส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าและบรรลุวัตถุประสงค์



# ความหมายของตลาดและการตลาด

## สรุป

1. มีความจำเป็นหรือความต้องการ
2. มีสองฝ่ายขึ้นไปคือ ผู้ซื้อและผู้ขาย
3. มีการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ
4. ผู้ซื้อและผู้ขายเกิดความพอใจการแลกเปลี่ยนสินค้า
5. มีการวางแผนผลิตภัณฑ์ กำหนดราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด



# หน้าที่ของการตลาด



# การสร้างอรรถประโยชน์ของการตลาด



การสร้างอรรถประโยชน์ทางการตลาดคือการเพิ่มคุณค่าให้แก่ผู้บริโภคและให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อเพิ่มขึ้น

1

อรรถประโยชน์ด้านรูปแบบ (form utility)

2

อรรถประโยชน์ด้านเวลา (time utility)

3

อรรถประโยชน์ด้านสถานที่ (place utility)

4

อรรถประโยชน์ด้านความเป็นเจ้าของ (Ownership utility)

5

อรรถประโยชน์ด้านภาพลักษณ์ (image utility)



# วิวัฒนาการของแนวคิดการตลาด

## แนวคิดด้านการผลิต

- เน้นด้านผลิตให้ได้จำนวนมาก ต้นทุนต่ำ ขายสินค้าราคาถูก

## แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์

- เน้นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

## แนวคิดด้านการขาย

- เน้นการขายสินค้าให้ได้จำนวนมาก โดยวิธีการส่งเสริมการตลาด

## แนวคิดด้านการตลาด

- เน้นการผลิตสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

## แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม

- เน้นประโยชน์ของลูกค้า สังคม และธุรกิจพร้อมๆกัน

# ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)



## Product

### ผลิตภัณฑ์

- ✓ ตราสินค้า
- ✓ บรรจุภัณฑ์
- ✓ ฉลาก
- ✓ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

## Price

### ราคา

- ✓ การกำหนดราคา
- ✓ การปรับราคา

## Place

### การจัดจำหน่าย

- ✓ ช่องทางการจัดจำหน่าย
- ✓ การขนส่ง
- ✓ การเก็บรักษา

## Promotion

### การส่งเสริมการตลาด

- ✓ การโฆษณา
- ✓ การใช้พนักงานขาย
- ✓ การส่งเสริมการขาย
- ✓ การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์
- ✓ การตลาดทางตรง

# แบบฝึกหัดบทที่ 1



1. จงอธิบายการตลาดคืออะไร พร้อมยกตัวอย่าง
2. หน้าที่การตลาดคืออะไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง และมีความสำคัญอย่างไรกับผู้บริโภค
3. จงอธิบายอรรถประโยชน์ด้านการผลิตภัณฑ์ พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
4. แนวคิดทางการตลาดมีทั้งหมดกี่ประเภท และมีประเภทอะไรบ้าง
5. การกำหนดส่วนประสมการตลาด ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอะไรบ้าง



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม