



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม



บทที่ 6

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ความหมายผลิตภัณฑ์ (Product)



นักการตลาดนำมาเสนอกับตลาด เพื่อเรียกร้องความสนใจ
ให้มีการอุปโภค บริโภคซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของตลาด

ระดับของผลิตภัณฑ์



ระดับของผลิตภัณฑ์

ตัวอย่าง --> โรงแรม

1. ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product)

ประโยชน์หลัก/ประโยชน์พื้นฐานที่ผู้ซื้อจะได้รับ

ที่พัก

2. ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Basic Product)

นำประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการให้เป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสได้

มีเตียง / โต๊ะ / ห้องน้ำ / ผ้าเช็ดตัว
/ เครื่องอำนวยความสะดวก

3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product)

ลักษณะทางกายภาพ/รูปธรรมที่ผู้ซื้อคาดว่าจะได้รับเพื่อความ
สมบูรณ์และตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้ครบถ้วนมากขึ้น

คุณภาพ / ขนาด / การออกแบบ
/ สี / ความสะอาด

4. ผลิตภัณฑ์ส่วนเพิ่ม/ควบ (Augmented Product)

ประโยชน์เพิ่มเติมที่ทำให้เหนือกว่าความคาดหวัง

ภาพลักษณ์ดี/
ตราเป็นที่ยอมรับ

5. ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ (Potential Product)

เป็นประโยชน์ที่มากกว่าความคาดหวังปกติซึ่งลูกค้าไม่คาดคิดว่าจะได้รับ

ความหวังด้านพัฒนาการ

ประเภทของผลิตภัณฑ์



1. แบ่งตามความคงทน/ความสามารถในการจับต้อง

- สินค้าคงทนถาวร (durable goods)
- สินค้าไม่คงทนถาวร (nondurable goods)
- บริการ (services)

2. แบ่งตามลักษณะการใช้/กลุ่มผู้ใช้

- สินค้าบริโภค (consumer goods)
- สินค้าอุตสาหกรรม (industrial goods)

สินค้าบริโภค (Consumer goods) มี 4 ประเภท



1.

สินค้าสะดวกซื้อ

สินค้าหลัก

สินค้าซื้อทันที

สินค้าฉุกเฉิน

2.

สินค้าเปรียบเทียบซื้อ

สินค้า
เหมือนกัน

สินค้านี้
ความแตกต่าง

3.

สินค้าเจาะจงซื้อ

มีลักษณะพิเศษ

ต้องการอย่าง
เจาะจง

4.

สินค้าไม่แสวงซื้อ

สินค้าใหม่

สินค้าที่ไม่มีความ
จำเป็น

สินค้าอุตสาหกรรม (Industrial goods)



สินค้าที่ซื้อไปเพื่อ

- ใช้เป็นปัจจัยในการผลิต (ผู้แปรรูป/ผู้ผลิต)
- ใช้เพื่อการขายต่อ (พ่อค้าคนกลาง)
- ใช้เพื่อการดำเนินงาน

ผู้ซื้อกลุ่มนี้เรียกเรียกว่า “ผู้ซื้อทางอุตสาหกรรม”

สินค้าอุตสาหกรรม



1. วัตถุดิบ (raw material)

สินค้าที่ใช้ในการผลิตซึ่งจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าชนิดใหม่

- ผลผลิตที่เกิดจากฟาร์ม
- ผลผลิตจากธรรมชาติ

2. ชิ้นส่วนและวัสดุประกอบ (component parts and material)

สินค้าที่ใช้ในการผลิตและกลายเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าสำเร็จรูป ที่มักผ่านการแปรรูปขั้นต้นมาแล้ว

- ชิ้นส่วนประกอบ
- วัสดุประกอบ

3. สิ่งติดตั้ง (installations)

สินค้าทุน อายุการใช้งานนาน คงทน ราคาแพงและมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อกระบวนการผลิตสินค้าใหม่

สินค้าอุตสาหกรรม (ต่อ)



4. อุปกรณ์ประกอบ (accessory equipment)

สินค้านี้เป็นสินค้าคงทนใช้เพื่อการผลิตหรือใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นก็ได้ ถ้าใช้ในกระบวนการผลิต จะช่วยให้กระบวนการผลิตรวดเร็ว สะดวกและดูน่าเชื่อถือมากขึ้น

5. วัสดุสิ้นเปลือง (operating supplies)

สินค้าไม่ถาวรที่ใช้เพื่อการผลิต เพื่อขาย เพื่อให้บริการหรือใช้เพื่อการดำเนินงาน ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิต

- ใช้ในการดูแลรักษา
- ใช้เพื่อการซ่อม
- ใช้ในการดำเนินงาน

6. บริการ (service)

บริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการผลิตและดำเนินการของธุรกิจ

การกำหนดตราสินค้า



ตราสินค้า (brand) หมายถึง ชื่อ คำ ตัวเลข ข้อความ ตัวอักษร การออกแบบ สัญลักษณ์ หรือทุกส่วนเพื่อระบุให้เห็นถึงความแตกต่างกับสินค้าของคู่แข่ง



นโยบายการกำหนดตราสินค้า



ชื่อตราสินค้า (brand name)

ตราสินค้าที่สามารถอ่านออกเสียงได้

เครื่องหมายตราสินค้า (brand mark)

ไม่สามารถอ่านออกเสียงได้ แต่สามารถจดจำได้และสื่อสารให้เข้าใจง่าย

โลโกและสัญลักษณ์ (logo/ symbol)

เครื่องบอกถึงบุคลิกของสินค้า

คำขวัญ (mottos/ slogans)

กลุ่มคำ วลีหรือข้อความที่แสดงถึงบุคลิกหรือคุณภาพของสินค้า

นโยบายการกำหนดตราสินค้า (ต่อ)



เครื่องหมายการค้า (trade mark)

เครื่องหมายที่ใช้ เพื่อแสดงว่าแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น

เครื่องหมายบริการ (service mark)

เครื่องหมายที่แสดงว่าบริการที่ใช้เครื่องหมายชนิดหนึ่งแตกต่างจากบริการที่ใช้เครื่องหมายอื่น

เครื่องหมายรับรอง (certification mark)

เครื่องหมายที่ใช้เพื่อรับรองแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้า



® คือ เครื่องหมายการค้าจดทะเบียน (REGISTERED)

TM คือ เครื่องหมายการค้า (TRADEMARK)

© คือ สงวนลิขสิทธิ์

ตัวอย่าง

TM และ ® ใช้กับชื่อเฉพาะ เช่น Intel หรือ Microsoft Excel

ส่วน © ลิขสิทธิ์หมายถึงความคุ้มครองในงานประเภทวรรณกรรม งานศิลปะและ software

**ในประเทศไทยก็มีการใช้เครื่องหมาย R ในวงกลม และ TM ในวงกลมร่วมกับ เครื่องหมายการค้าได้เช่นเดียวกัน

นโยบายการกำหนดตราสินค้า (ต่อ)



ลิขสิทธิ์ (copy right)

สิทธิแต่เพียงผู้เดียวเกี่ยวกับงานสร้างสรรค์ได้แก่ งานวรรณกรรม งานศิลปกรรม งานดนตรีกรรม ภาพยนตร์ เป็นต้น

สิทธิบัตร (patent)

การรับรองสิทธิทางกฎหมาย ของการประดิษฐ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องมีประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และสามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม

กลยุทธ์การตัดสินใจเรื่องตรา



1. การใช้ตราของผู้ผลิต (Manufacturer's brands)
2. การใช้ตราคนกลาง (Dealer's brands)
3. ตราภายใต้ลิขสิทธิ์ (Licensed brand) หมายถึง ตราสินค้าของธุรกิจหนึ่งที่ได้รับค
อนิยมในตลาดหนึ่งแล้ว นำไปใช้สำหรับสินค้าชนิดอื่น โดยมีทางเลือกในการใช้ชื่อตราดังนี้
 - ครอบครัว (Family brands)
 - ตราเฉพาะ (Individual brands)

ตราสินค้าที่ดี



- เหมาะสมกับสินค้าหรือภาพลักษณ์
- อ่านง่าย จำง่าย สั้น ออกเสียงซ้ำกันให้ความรู้สึกดี บอกประโยชน์ และคุณภาพของสินค้า
- หลีกเลียงชื่อที่แปลความหมายแล้วเป็นลบ

การบรรจุภัณฑ์ (Packaging)



หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์หรือสิ่งห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ในลักษณะกล่อง ลัง ขวด กระป๋อง ถัง หลอด และช่วยรักษาสินค้า

ประเภทบรรจุภัณฑ์

1) บรรจุภัณฑ์ชั้นแรก = บรรจุภัณฑ์ชั้นในที่สัมผัสกับผลิตภัณฑ์



2) บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง = บรรจุภัณฑ์ที่บรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีบรรจุภัณฑ์แล้วชั้นแรก/รวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรก

3) บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามหรือชั้นนอก = บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกเพื่อปกป้องสินค้าระหว่างการขนส่ง



การบรรจุภัณฑ์ (Packaging)



The best
SUMMER
ENJOY IT!



การบรรจุภัณฑ์ (Packaging)



ตราสีนคำ

ชื่อผลิตภัณฑ์

ภาพถ่ายสินค้ำ

ข้อความประชาสัมพันธ์

ชื่อผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย

การติดต่อ

(สถานที่/เบอร์โทรศัพท์/Email/FB/IG/Line)

ข้อมูลโภชนาการ

ข้อบ่งใช้/ส่วนประกอบ

วันผลิต/วันหมดอายุ

ขนาดบรรจุ

เครื่องหมาย อย.

ตรารับรองมาตรฐาน

บาร์โค้ด

LOGO

baby shampoo

BEST BEER FOR REMOVING "MUP" FROM YOUR VOCABULARY FOR THE NEW YEAR

Don't miss the Facts

ISO

HARAL ORIGINAL 200g

facebook

Don't miss the Facts

MFG 260312
EXP 260312
SOE220312



ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix)

1

สายผลิตภัณฑ์

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความใกล้เคียงกันในด้านต่างๆ

2

รายการผลิตภัณฑ์

ส่วนหนึ่งของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะแตกต่างกันตามคุณสมบัติ

3

ความกว้างของส่วนประสมผลิตภัณฑ์

จำนวนกลุ่มที่ธุรกิจนำเสนอกับตลาด

4

ความลึกของส่วนประสมผลิตภัณฑ์

จำนวนผลิตภัณฑ์ในแต่ละกลุ่ม

5

ความยาวของส่วนประสมผลิตภัณฑ์

จำนวนรายการผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่เสนอกับตลาด

LG



สายผลิตภัณฑ์ LG คือ เครื่องใช้ไฟฟ้า

เครื่องซักผ้า	ตู้เย็น	แอร์	โทรทัศน์
K11	R-1	Con1	T001
K12	R-2	Con2	T002
K13	R-3	Con3	T003
K14	R-4	Con4	
	R-5	Con5	
	R-6		
	R-7		
4 รายการ	7 รายการ	5 รายการ	3 รายการ

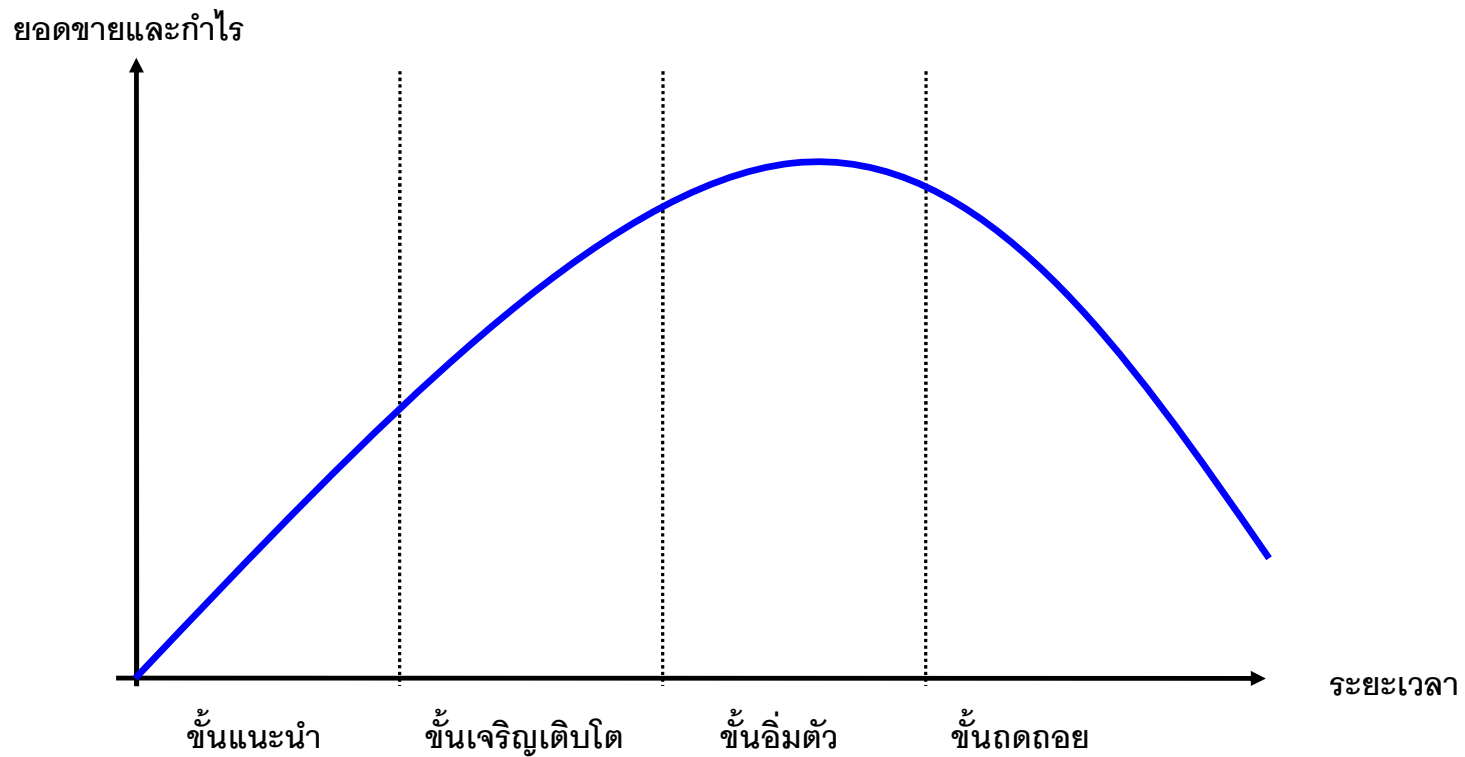
ความกว้างของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ LG เท่ากับ 4 กลุ่ม

ความลึกของส่วนประสมผลิตภัณฑ์
โทรทัศน์ เท่ากับ 3 รายการ

รายการผลิตภัณฑ์แอร์รายการที่ 5

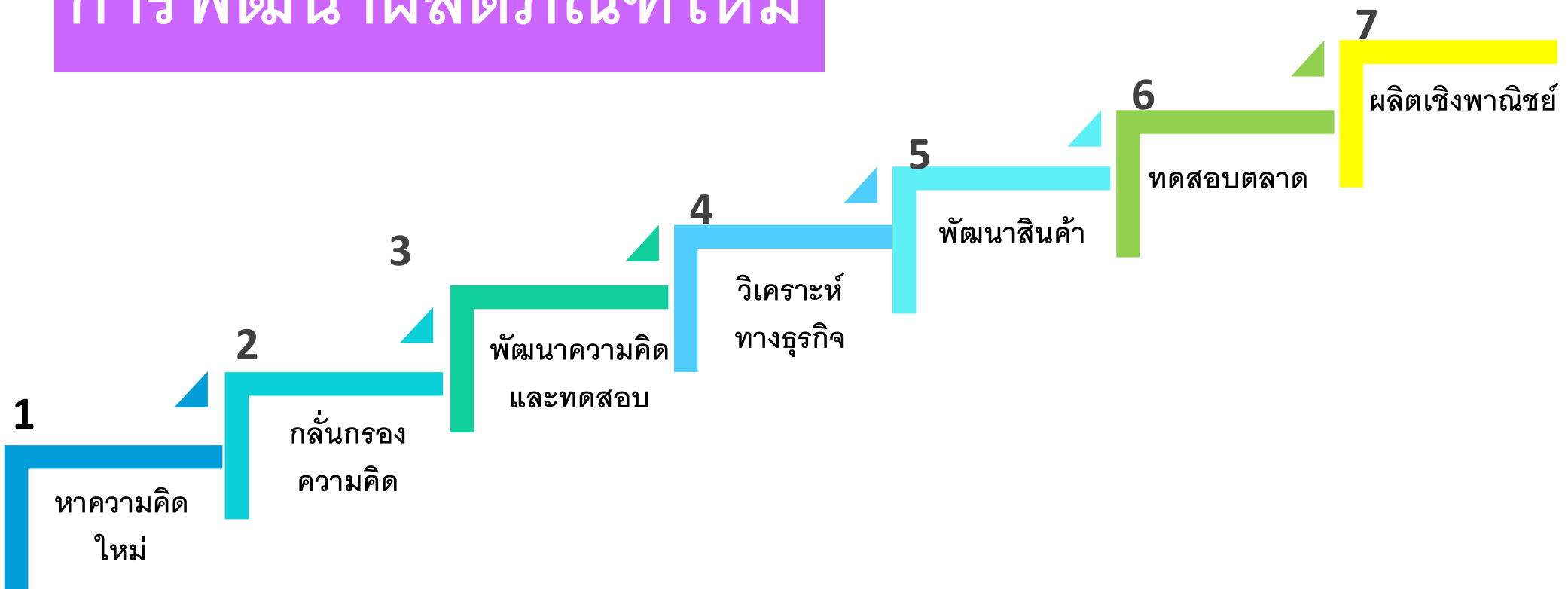
ความยาวของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ LG = $4+7+5+3 = 19$ รายการ

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life cycle)





การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่



แบบฝึกหัด บทที่ 6



1. จงอธิบายความหมายของผลิตภัณฑ์ให้เข้าใจ อธิบายพอสังเขป
2. ให้นักศึกษายกตัวอย่างเครื่องหมายตรามา 5 ผลิตภัณฑ์
3. สีน้าบริโภคแบ่งออกเป็นกี่ประเภท มีอะไรบ้าง อธิบายมาพอสังเขป
4. ส่วนประสมประสมผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยอะไรบ้าง ให้อธิบายอย่างละเอียด
5. จงอธิบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เข้าใจ พอสังเขป



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม