



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม



บทที่ 7

ราคา
(Price)

ความหมายราคา



มูลค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แสดงค่าออกในรูปแบบของ
ตัวเงินและเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการกำหนดราคา



1. วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของธุรกิจ
2. ลักษณะและประเภทสินค้าที่ขาย
3. ต้นทุนการผลิตและต้นทุนการตลาด
4. ส่วนประสมการตลาด
5. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการกำหนดราคา (ต่อ)



6. ตำแหน่งผลิตภัณฑ์
7. สภาพเศรษฐกิจ
8. ราคาสินค้าของธุรกิจคู่แข่ง
9. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา



หลักการกำหนดราคา

1

ตั้งสูงกว่าคู่แข่ง

สินค้าดี มีคุณภาพกว่า ไม่เหมือนใคร เป็นสินค้าใหม่ มีลิขสิทธิ์

2

ตั้งเท่ากับคู่แข่ง

สินค้าเหมือนคู่แข่ง แต่ไม่ได้ขายใกล้คู่แข่ง

3

ตั้งต่ำกว่าคู่แข่ง

สินค้าเราสู้คู่แข่งไม่ได้ ต้องการยอดขายหรือเข้าตลาดใหม่

ขั้นตอนการกำหนดราคา



1

กำหนด
วัตถุประสงค์ใน
การกำหนดราคา

2

วัดปริมาณ
ความต้องการซื้อ

3

วิเคราะห์เพื่อ
กำหนดต้นทุน

4

วิเคราะห์ต้นทุน
ราคาและข้อเสนอ
ของธุรกิจคู่แข่ง

5

เลือกวิธี
การกำหนดราคา

6

การเลือกและ
ปรับราคาขั้นสุดท้าย



1. กำหนดวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา

- เพื่อความอยู่รอด
- เพื่อสร้างกำไรสูงสุด
- เพื่อให้มีส่วนร่วมในตลาดสูงสุด
- เพื่อความเป็นผู้นำด้านคุณภาพ
- เพื่อรักษาส่วนร่วมตลาดหรือเผชิญการแข่งขัน



2. วัดปริมาณความต้องการซื้อ

อุปสงค์ (demand) = ปริมาณความต้องการซื้อสินค้า ณ ระดับราคาหนึ่ง ในระยะเวลาหนึ่ง

โดยราคาจะเปลี่ยนแปลงไปตามอุปสงค์

- สินค้าปกติถ้าราคาลดลง --> ความต้องการเพิ่ม
- สินค้าปกติถ้าขายราคาปกติ (ไม่มีส่วนลด) --> ความต้องการลดลง
- ส่วนสินค้ามีลักษณะพิเศษ --> ราคาสูงทำให้รู้สึกว่าสินค้ามีภาพลักษณ์ที่ดี

3. วิเคราะห์เพื่อกำหนดต้นทุน



ต้นทุนคงที่ (Fix Cost : FC)

เป็นต้นทุนที่**ไม่**เปลี่ยนแปลง/**ไม่**ผันแปรไปตามปริมาณการผลิตหรือการขาย เช่น ค่าเช่าอาคาร ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา เงินเดือนพนักงาน เป็นต้น

ต้นทุนผันแปร (Variable Cost : VC)

เป็นต้นทุนที่เปลี่ยนแปลง/ผันแปรไปตามปริมาณการผลิตหรือการขาย เช่น ค่าโฆษณา ค่าประชาสัมพันธ์ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น

ต้นทุนรวม (Total Cost = TC)

ต้นทุนคงที่ + ต้นทุนผันแปร เท่ากับต้นทุนรวม

3. วิเคราะห์เพื่อกำหนดต้นทุน (ต่อ)



ต้นทุนส่วนเพิ่มต่อหน่วย (Marginal Cost)

ผลต่างของต้นทุนรวมจากการเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นทีละ 1 หน่วย

ต้นทุนคงที่เฉลี่ย (Average Fix Cost = AFC)

ต้นทุนคงที่ / ปริมาณการผลิต

ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (Average Variable Cost = AVC)

ต้นทุนผันแปร / ปริมาณการผลิต

ต้นทุนเฉลี่ยหรือต้นทุนรวมเฉลี่ย (Average Cost = AC)

ต้นทุนรวม / ปริมาณการผลิต

ต้นทุนคงที่เฉลี่ย + ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย

3. วิเคราะห์เพื่อกำหนดต้นทุน (ต่อ)



①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
ปริมาณ การผลิต (Q)	ต้นทุนคงที่ (FC)	ต้นทุนผันแปร (VC)	ต้นทุนรวม (TC) ② + ③	ต้นทุนส่วน เพิ่ม (MC)	ต้นทุน คงที่เฉลี่ย (AFC) ② / ①	ต้นทุนผันแปร เฉลี่ย (AVC) ③ / ①	ต้นทุนเฉลี่ย (AC) ④ / ① ⑥ + ⑦
0	400	0	400	-	∞	0	∞
1	400	50	450	50	400	50	450
2	400	100	500	50	200	50	250
3	400	150	550	50	133.33	50	183.33
4	400	250	650	100	100	62.5	162.5
5	400	300	700	50	80	60	140
6	400	350	750	50	66.66	58.33	124.99
7	400	400	800	50	57.14	57.14	114.28
8	400	500	900	100	50	62.5	112.5
9	400	550	950	50	44.44	61.11	105.55
10	400	600	1000	50	40	60	100

4. วิเคราะห์ต้นทุน ราคาและข้อเสนอของคู่แข่งชั้นที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ



- ต้องกำหนดให้สอดคล้องกับคุณสมบัติ
- การบรรจุภัณฑ์
- คุณภาพ
- การบริการลูกค้า
- ข้อเสนอ (offers)
- การส่งเสริมการตลาดที่ธุรกิจคู่แข่งชั้นเสนอให้กับลูกค้า



5. เลือกวิธีการกำหนดราคา

1) การตั้งราคาโดยยึดต้นทุนเป็นหลัก

คือการกำหนดราคา โดยยึดถือต้นทุนของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก

2) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break event point)

จุดคุ้มทุนคือจุดที่กำไรมีค่าเท่ากับศูนย์หรือจุดที่รายรับทั้งหมดเท่ากับรายจ่ายทั้งหมด

$$\text{ราคาขาย} = \text{รายรับทั้งหมด} - \text{รายจ่ายทั้งหมด} = 0$$

$$\text{จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}}$$

6. การเลือกราคาขั้นสุดท้าย



การปรับราคา

- ส่วนลดปริมาณ
- ส่วนลดตามหน้าที่
- ส่วนลดเงินสด เช่น $2/10, n/30$
- ส่วนลดตามฤดูกาล
- ส่วนลดที่ให้กับลูกค้าที่ซื้อสินค้าใหม่โดยนำสินค้าเก่ามาแลก
- ปรับราคาโดยพิจารณาส่วนยอมให้เพื่อการส่งเสริมการตลาด



แบบฝึกหัด บทที่ 7

1. จงอธิบายความหมายของราคา ให้เข้าใจ พอสังเขป
2. ขั้นตอนในการกำหนดราคามีอะไรบ้าง
3. ปัจจัยที่ต้องพิจารณาเมื่อกำหนดราคาสินค้ามีอะไรบ้าง
4. จงอธิบายความหมายของจุดคุ้มทุนมาพอสังเขป
5. จงอธิบายส่วนลดเงินสดให้เข้าใจ พอสังเขป



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม