

สมรรถนะที่3. กำหนดส่วนประสมการตลาดตามหลักการ

ตลาดหรือลูกค้าหรือผู้บริโภคสำหรับนักการตลาดแล้วมีความสำคัญอย่างมาก ดังคำกล่าวที่ว่า ผู้บริโภคคือพระราชา ที่ต้องให้ความสำคัญและให้ความสนใจเป็นอันดับแรก ฉะนั้นการดำเนินงานทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จนั้น และการตลาดจะต้องศึกษาเรียนรู้การตลาดเป้าหมายเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบและลักษณะของตลาดของตนเอง

ความหมายของการตลาด market

ตลาด หมายถึง ปริมาณความต้องการของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีต่อสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง มีความเต็มใจซื้อ และมีความสามารถในการซื้อ ขายสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ

ประเภทของตลาด

ตลาดสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

1. ตลาดผู้บริโภค consumer market หมายถึงตลาดที่ผู้ซื้อทำการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อนำไปใช้เองเป็นการส่วนตัวหรือใช้ในครอบครัว เรียกว่า ผู้บริโภคคนสุดท้าย Ultimate consumer หรือ End Users

1.1 ผู้ซื้อจำนวนมากเพราะหมายถึงประชาชนโดยทั่วไปที่อาศัยอยู่ในสังคมและมีความต้องการสินค้าหรือบริการไปตอบสนองความต้องการและอยู่กระจัดกระจายทั่วไปในพื้นที่ต่างๆ

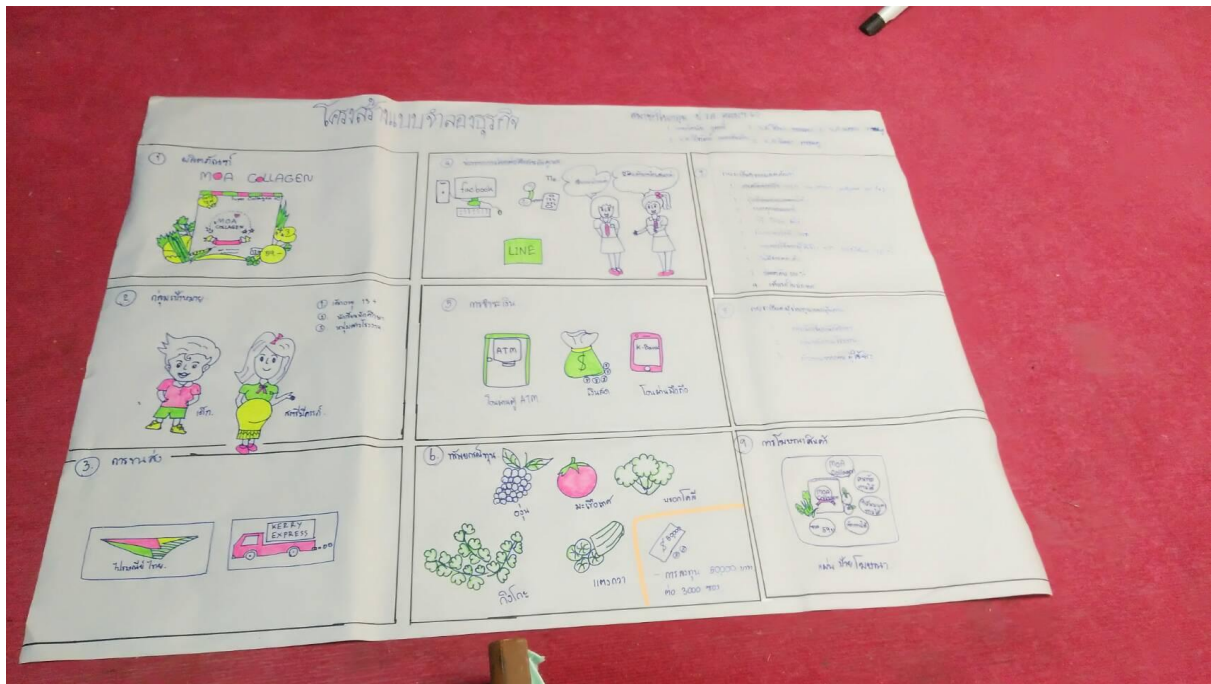
1.2 ปริมาณผู้ซื้อต่อครั้งมีจำนวนไม่มาก เพราะซื้อไปบริโภคเองหรือในครอบครัวแต่ความถี่ในการซื้อสูง เนื่องจากซื้อบ่อยหมดแล้วซื้อใหม่

1.3 มุลเหตุจูงใจในการซื้อตั้งอยู่บนพื้นฐานและความจูงใจด้านอารมณ์มากกว่าการจูงใจด้านเหตุผล

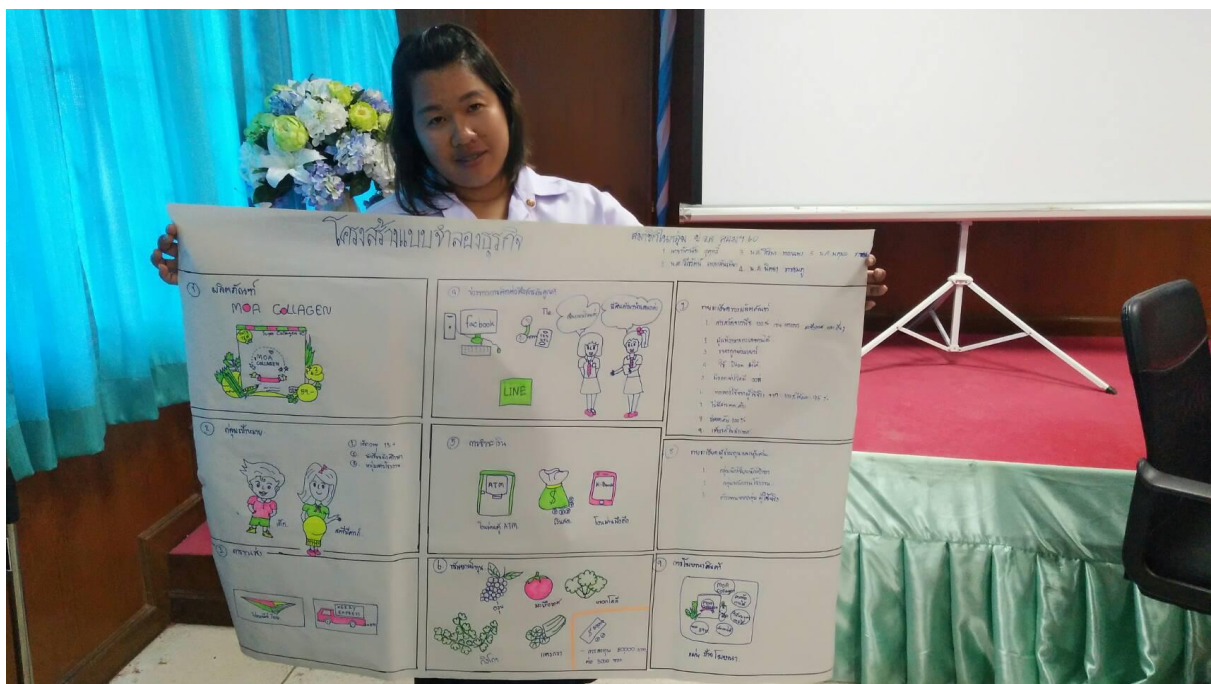
1.4 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ รายได้ เชื้อชาติ อาชีพ ศาสนา อายุ เพศ และการศึกษา เป็นต้น

1.5 วัตถุประสงค์ในการซื้อ เพื่อนำมาใช้ตอบสนองความต้องการของตนเองเป็นการส่วนตัวหรือนำไปใช้ตอบสนองความต้องการของคนในครอบครัว

1. ตลาดธุรกิจ business market หมายถึงตลาดที่ผู้ซื้อทำการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อนำไปประกอบธุรกิจใน 3 ลักษณะ การผลิตทางด้านอุตสาหกรรมและการเกษตร ลักษณะการจัดจำหน่ายทางการค้าปลีกและค้าส่ง คือ ซื้อมาอย่างไรขายไปอย่างนั้น และลักษณะการดำเนินธุรกิจบริการลักษณะอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไรหรือรายได้



รูปที่ 1. ทางกลุ่มได้ทำการร่างรายละเอียดต่างๆ ที่หาข้อมูลมาได้มาทำเป็นแผนเพื่อที่จะนำมาทำสินค้า



รูปที่2. ได้ทำการพรีเซนต์ เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์