

A vibrant, wavy graphic element with a color gradient from pink to purple and teal. The waves are layered and have a glossy, 3D appearance. The word "Product" is overlaid on the lower left portion of the graphic.

Product

Product

The meaning of product: A product refers to anything that marketers offer to the market to attract attention, to gain ownership, or to be consumed, which can satisfy market needs (Kotler 1997: 430).

It is anything offered to the market to generate interest, a desire to own, to use, or to consume, which satisfies the needs or necessities of the buyer. Products can be both tangible and intangible.



Product



Goods are tangible things that can be touched, such as smartphones, gadgets, IoT devices, online fashion items, and ready-to-eat/delivery food.

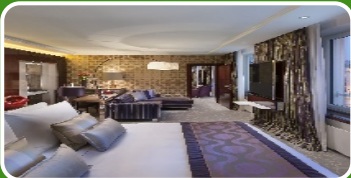


Goods are tangible things that can be touched, such as smartphones, gadgets, IoT devices, online fashion items, and ready-to-eat/delivery food.

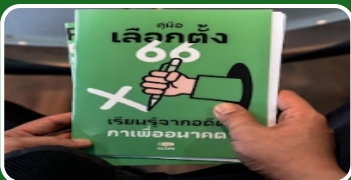


People include famous athletes, actors, singers, influencers, YouTubers, and TikTokers.

K-pop artists, actors, and eSports athletes are also examples.



Place refers to marketing that uses "place" as a selling point, such as creative tourism cities (Chiang Mai Creative City), Metaverse platforms or virtual spaces, co-working spaces, and lifestyle cafes.



Ideas are concepts that are acceptable to consumers (the public), such as the eco-friendly trend (Go Green, Circular Economy), health and wellness trends (Plant-Based, Zero Sugar), and digital transformation & AI adoption.

ประเภทของผลิตภัณฑ์

1. สินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Goods)

1.1 สินค้าสะดวกซื้อ (Convenience Goods)

ได้แก่ สินค้าประเภทสบู่ ยาสีฟัน แชมพู กระดาษชำระ นิตยสาร ลูกอมลูกกวาด



1.1.1 สินค้าซื้อประจำ (Staple Goods)

- ของใช้ประจำวันในบ้าน เครื่องอุปโภคต่าง ๆ ที่ใช้ในชีวิตรประจำวัน ซื้อครั้งละไม่มาก แต่ซื้อบ่อยครั้ง เช่น ข้าวสาร สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก น้ำมันพืช กระดาษชำระ



1.1.2 สินค้าที่ซื้อโดยสิ่งกระตุ้น (Impulse Goods)

- หาสินค้าใน ชุบเปอร์มาเกิด โดยตั้งใจจะไปซื้อผงซักฟอกขณะเดินผ่านที่วางเครื่องมือถูกพื้นเดินผ่าน ชั้นวางอุปกรณ์ทำความสะอาดเห็น บ้ายลดราคาแผ่นใหญ่คิดว่าสบู่ชั้น ไลต์ลดราคา



1.1.3 สินค้าซื้อกรณีมีเหตุฉุกเฉิน (Emergency Goods)

- เซเว่นอีเลฟเว่น เอเอ็มพี เอ็ม ร้านปะยางฯลฯ ที่เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง

ประเภทของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าสะดวกซื้อ

1. ผู้ผลิตควรผลิตและเสนอขายสินค้าหลายตราหือ หลายขนาด หลายรูปแบบ เพราะ สินค้าสามารถใช้ทดแทนกันได้ เมื่อผู้ซื้อมีโอกาสเห็นมาก จะทำให้สะดุดใจมากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณขายเพิ่มขึ้น ตามไปด้วย
2. ราคาขายมักต่ำ ผู้ขายได้กำไรต่อหน่วยต่ำ และมักมีการขายแบบรวมห่อ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อคราวละ มากๆ แต่ ยกเว้นกรณีที่เป็นสินค้าประเภทที่ซื้อในกรณีฉุกเฉิน
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย ควรใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยผ่านคนกลางหลายระดับ และแต่ละระดับมีจำนวน มาก โดยเฉพาะร้านค้าปลีก และควรมีการส่งเสริมการตลาดที่มุ่งกับคนกลางดังกล่าวด้วย เพื่อกระตุ้นให้มีความ พยายามในการขายสินค้ามากขึ้น
4. การส่งเสริมการตลาด ส่วนมากจะใช้การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย เช่น การ รวมห่อ การขายควบ การลดราคา การจัดขึ้นสินค้าให้สะดุดตา ใกล้เคียงเดิน ฯลฯ



สินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Goods)

1.2 สินค้าเปรียบเทียบซื้อ

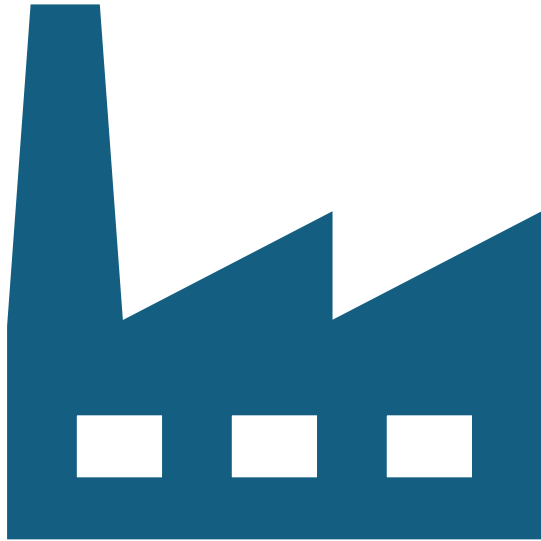
(Shopping Goods)

เป็นสินค้าประเภทที่ผู้ซื้อต้องมีการเปรียบเทียบด้วย
ราคา คุณภาพ หรือรูปแบบของสินค้าต่าง ๆ ผู้ซื้อจะใช้
ความพยายามในการเดินดูสินค้า หลาย ๆ แหล่ง เพื่อ
หาข้อมูลต่าง ๆ มาเปรียบเทียบจนกว่าจะได้สินค้าที่ตน
พอใจมากที่สุด

บริการ สมรรถนะ รูปแบบ ราคา คุณภาพ
 ฯลฯ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ตู้เย็น โทรทัศน์ เครื่องป
รับอากาศ ฯลฯ



ประเภทของผลิตภัณฑ์



2. สินค้าอุตสาหกรรม (**Industrial Goods**)

1. วัตถุดิบ (**Raw Materials**)
2. วัสดุและชิ้นส่วนประกอบ
(**Fabricating Materials and Parts**)
3. สิ่งติดตั้ง (**Installations**)
4. อุปกรณ์ประกอบ (**Accessory Equipments**)
5. วัสดุสิ้นเปลือง (**Operating Supplies**)
6. บริการ (**Service**)

ประเภทของผลิตภัณฑ์

2. สินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Goods)

1. วัตถุดิบ (Raw Materials)

สินค้าอุตสาหกรรมชนิดนี้เป็นสินค้าที่เกิดจากธรรมชาติหรือการเกษตรกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบในการอุตสาหกรรมต่อไปเพื่อให้ได้ผลผลิตมาเป็นสินค้าสำเร็จรูป สินค้าอุตสาหกรรมประเภทนี้จึงเป็นสินค้าตั้งต้นในกระบวนการผลิตต่างๆ อาทิเช่น พลาสติกใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตน้ำปลา ผลต้นปาล์มใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตน้ำมันปาล์ม กุ้งสดใช้ในอุตสาหกรรมการส่งออกอาหารทะเลแปรรูป เป็นต้น

2. วัสดุและชิ้นส่วนประกอบ

(Fabricating Materials and Parts)

สินค้าที่ใช้ในการลงทุน มีราคาสูง คงทนถาวร และมีอายุการใช้งานที่ค่อนข้างยาวนาน อาทิเช่น สิ่งปลูกสร้าง อาคารโรงงาน เครื่องฉีดพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมพลาสติก เครื่องกำเนิดไอน้ำสำหรับอุตสาหกรรมผลิตโรงไฟฟ้า โรงน้ำตาล หรือเครื่องผสมอาหาร สายพานลำเลียง เครื่องจักรบรรจุสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น



ประเภทของผลิตภัณฑ์

2. สินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Goods)

3. สิ่งติดตั้ง (Installations)

สินค้าอุตสาหกรรมชนิดนี้เป็นสินค้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกในกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว เช่น แม่แรงยกขอ เครื่องมือช่าง เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น



4. อุปกรณ์ประกอบ

(Accessory Equipments)

สินค้าที่ผ่านขั้นตอนกระบวนการผลิตมาเรียบร้อยแล้วหรือเป็นสินค้าสำเร็จรูป เพื่อเตรียมเข้าสู่กระบวนการผลิตเป็นชิ้นงาน อาทิเช่น ชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อเตรียมประกอบเป็นรถยนต์ในอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น



ประเภทของผลิตภัณฑ์

2. สินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Goods)

5. วัสดุสิ้นเปลือง (Operating Supplies)

สินค้าที่เป็นวัสดุที่ไม่ได้รวมในผลิตภัณฑ์ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของสินค้า อาทิเช่น พลาสติกไม่สำหรับการจัดเก็บสินค้าในโรงงาน สายรัดแพ็คกิ้ง โฟมกันกระแทก เทปกาวยอุตสาหกรรม ในการบรรจุภัณฑ์สินค้าเพื่อการจัดส่ง เป็นต้น



6. บริการ (Service)

บริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการผลิตและดำเนินการของธุรกิจต่าง ๆ ได้แก่ สาธารณูปโภคทั้งหลาย ทั้งไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ถนน การศึกษา การสาธารณสุข การรักษา ความสงบปลอดภัย การคลังสินค้า การโฆษณา การขนส่ง การทำบริการทำความสะอาด การบริการรับส่ง เอกสารและบริการเรื่องคดีความ



กลยุทธ์ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix)

1. การขยายส่วนประสมผลิตภัณฑ์

2. การลดส่วนประสมผลิตภัณฑ์

3. การเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่

4. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

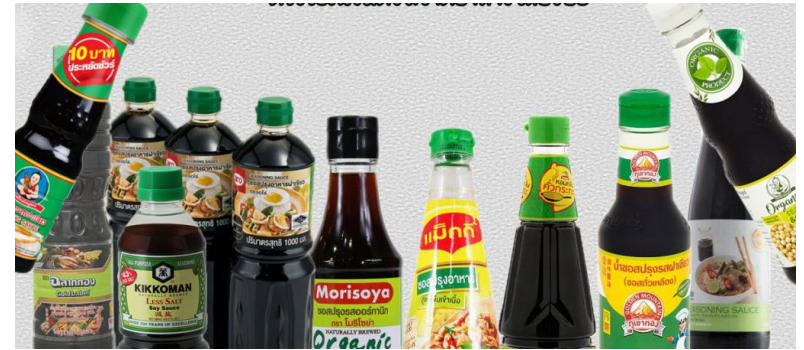
การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

1. การกำหนดตำแหน่งตามราคาและคุณภาพ เช่น ปลากระป๋องอ้าย้ม กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ว่า คุณภาพดี ราคาสูง
2. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามลักษณะผู้ใช้ ผลิตภัณฑ์เป็นการกำหนดตำแหน่งที่แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเหมาะกับผู้ใช้กลุ่มใด เช่น ยางรถยนต์อิตาลี ยางสำหรับรถใหญ่ บ้านเอื้ออาทร บ้านสำหรับผู้มีรายได้น้อย
3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามคุณสมบัติ หรือ ประโยชน์ของ ผลิตภัณฑ์ เป็นการกำหนดตำแหน่งโดยนำเอาคุณสมบัติ หรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ มาเป็นตัวกำหนด ยาดมเป็ยเซียน ใช้ดมใช้ทาในหลอดเดียวกัน



การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

4. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามการใช้หรือการนำไปใช้ เป็นการแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์นั้นนำไปใช้อย่างไร เช่น ซอสบางยี่ห้อระบุว่าสามารถใช้ได้ทั้งแกง นึ่ง ทอด



5. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามระดับชั้นผลิตภัณฑ์ เป็นการแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ยี่ห้อนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับใด เช่น การกำหนดตำแหน่งว่าผลิตภัณฑ์ของตนเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้นำ ซึ่งแสดงว่าเป็นผลิตภัณฑ์ชั้นดี

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

6. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงการแข่งขัน เป็นความพยายามบอกกับตลาดว่าผลิตภัณฑ์ของตนดีกว่าคู่แข่ง เช่น ผงซักฟอกบางยี่ห้อระบุว่า จ่ายแพงกว่าทำไม

7. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์แบบผสมผสานเป็นการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยยึดหลักเกณฑ์หลาย ๆ อย่างร่วมกัน เช่น การนำทั้งคุณสมบัติของสินค้าและการแข่งขันมาร่วมกำหนดเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์



ตราสินค้า (Brand)

ตราสินค้า (Brand) หมายถึง ชื่อ ข้อความ สัญลักษณ์หรือ รูปแบบหรือสิ่งเหล่านี้รวมกัน เพื่อบ่งชี้ให้เห็นถึงสินค้า หรือ บริการของผู้ขายหรือกลุ่มของผู้ขายที่แสดงความแตกต่าง จากคู่แข่งชั้นตราสินค้าหนึ่ง ๆ จะประกอบด้วยองค์ประกอบ หลายอย่างรวมกัน คือ

ชื่อตรา (Brand name) หรือ ยี่ห้อ (Brand)

ชื่อตรา (Brand name) หมายถึง ส่วนของตราที่เป็นชื่อ
หรือคำพูดหรือ ข้อความซึ่งออกเสียงได้



รูปแบบการตั้ง “ชื่อแบรนด์”

รูปแบบการตั้งชื่อแบรนด์ (Brand Naming)

- ชื่อแบรนด์ตามผู้ก่อตั้ง (Founder) 
- ชื่อแบรนด์ที่สื่อความหมายโดยตรง (Descriptive) 
- ชื่อแบรนด์ตามแหล่งที่มา (Geographical) 
- ชื่อแบรนด์ตามชื่อบุคคล (Person) 
- ชื่อแบรนด์ที่แสดงถึงความหมายสำหรับบางสิ่ง (Suggestive) 
- ชื่อแบรนด์ที่เน้นการสัมผัสอักษร หรือมีความคล้องจอง (Rhyme) 
- ชื่อแบรนด์แบบแปลกใหม่ (Misspelled / Tweaked) 
- ชื่อแบรนด์ที่สร้างขึ้นใหม่ (Invented) 
- ชื่อแบรนด์แบบอักษรย่อ (Acronym) 

เครื่องหมายตราสินค้า (Brand mark)

เครื่องหมายตราสินค้า เป็นส่วนหนึ่งของตราซึ่งสามารถจดจำได้ แต่ออกเสียงไม่ได้ ได้แก่ สัญลักษณ์ รูปแบบที่ประดิษฐ์ต่าง ๆ หรือรูปภาพตลอดจนสีสันทันที่ปรากฏอยู่ใน เครื่องหมายต่าง ๆ ดังนี้



กลยุทธ์การตั้งซื้อสินค้าที่ดี



1. ชวนให้นึกถึงคุณสมบัติที่ดีของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์หรือวิธีใช้ เช่น สบาย(น้ำยาปรับให้ผ่านนุ่ม) อีซีอ่อน (สเปรย์ฉีดทำให้ผ้ารีดง่าย)
2. ออกเสียงง่าย สะกดง่าย จดจำได้ง่าย ไม่ควรเลือกชื่อยาวจนเกินไป
3. เป็นชื่อเด่น ไม่คล้ายคลึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ จนเกินไป
4. ถ้าเป็นไปได้ ควรทำให้มีความหมายกว้างพอที่จะครอบคลุมผลิตภัณฑ์ที่จะออกใหม่ภายใต้ ส่วนผสมภัณฑ์เดียวกัน เช่น จุกนมเด็กพีเจน ขวดนม และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเด็กอื่นๆ ก็อยู่ภายใต้ชื่อเดียวกัน
5. เป็นถ้อยคำที่สามารถไปจดทะเบียนการค้าได้โดยไม่ผิดกฎหมาย กล่าวคือ ไม่ซ้ำกับผลิตภัณฑ์ที่มี อยู่แล้ว ไม่ใช่คำหยาบหรือมีความหมาย สองแง่สองมุม

เครื่องหมายการค้า (Trademark)

เครื่องหมายการค้าอาจมีกรก ากับด้วย TM
หมายถึงเครื่องหมายการค้าที่ได้จด ทะเบียน หรือ [®]
หมายถึงเครื่องหมายการค้าจดทะเบียน เป็นสัญลักษณ์
สากล

- © ตัวซีในวงกลม ย่อมาจากค าว่า Copyright แสดงว่างานชิ้นนั้นมีลิขสิทธิ์ ซึ่งหมายถึงงานที่เรา สร้างสรรค์ขึ้นมาเอง หรือถ้าน งานของคนอื่นมาก็ ต้องน ามาใช้ โดยได้รับอนุญาตอย่างถูกต้อง
- ® ตัวอาร์ในวงกลม ย่อมาจากค าว่า Registered Trademark หมายถึง เครื่องหมายการค้าจดทะเบียน อย่างถูกต้องแล้ว
- TM ตัวทีเอ็ม ย่อมาจากค าว่า Trade Mark หมายถึง เครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน

