

# Product life cycle

## BCG Matrix

## Ansoff Matrix



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ รักบำรุง

[wilailuk.ra@ssru.ac.th](mailto:wilailuk.ra@ssru.ac.th)

# Contents



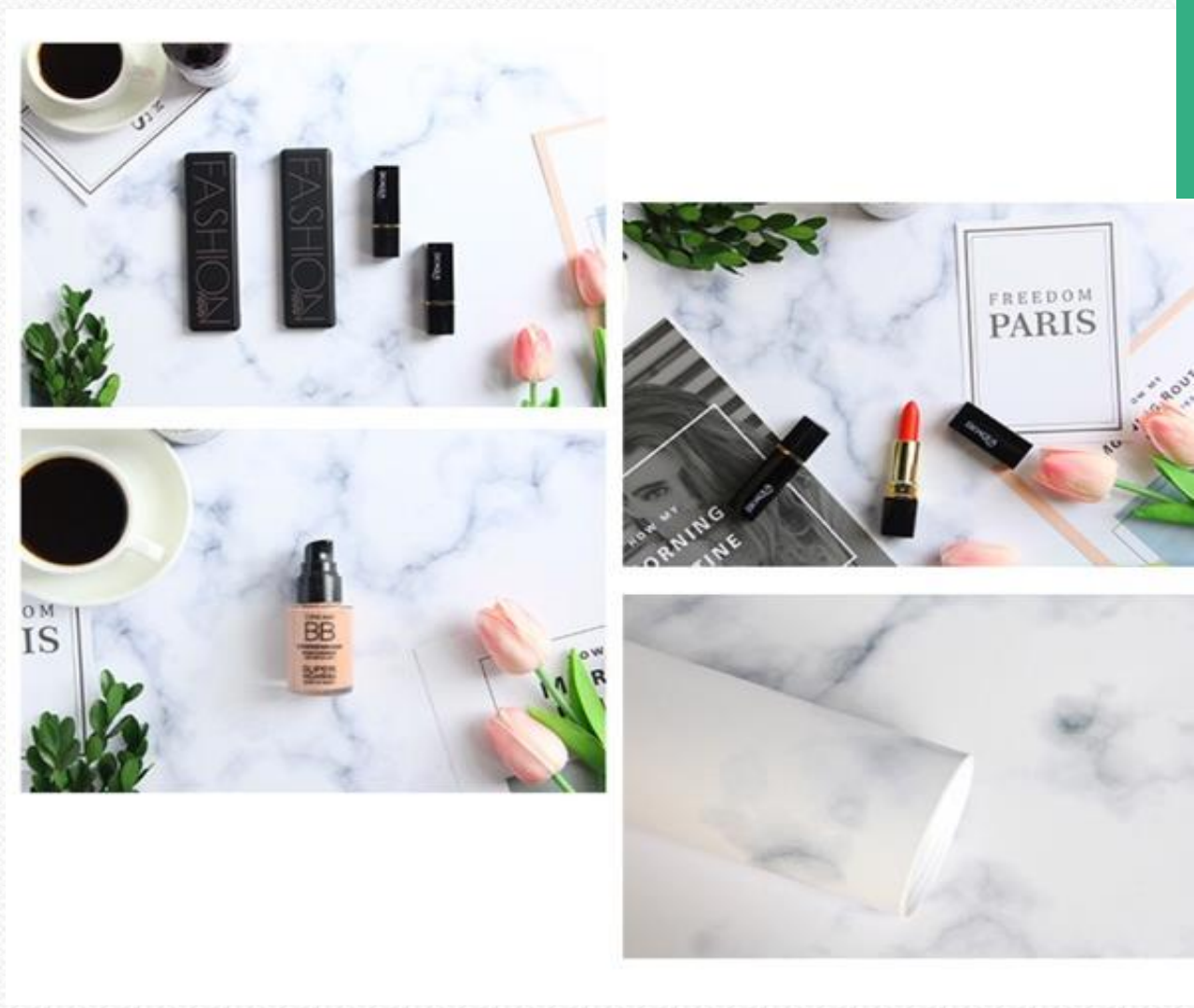
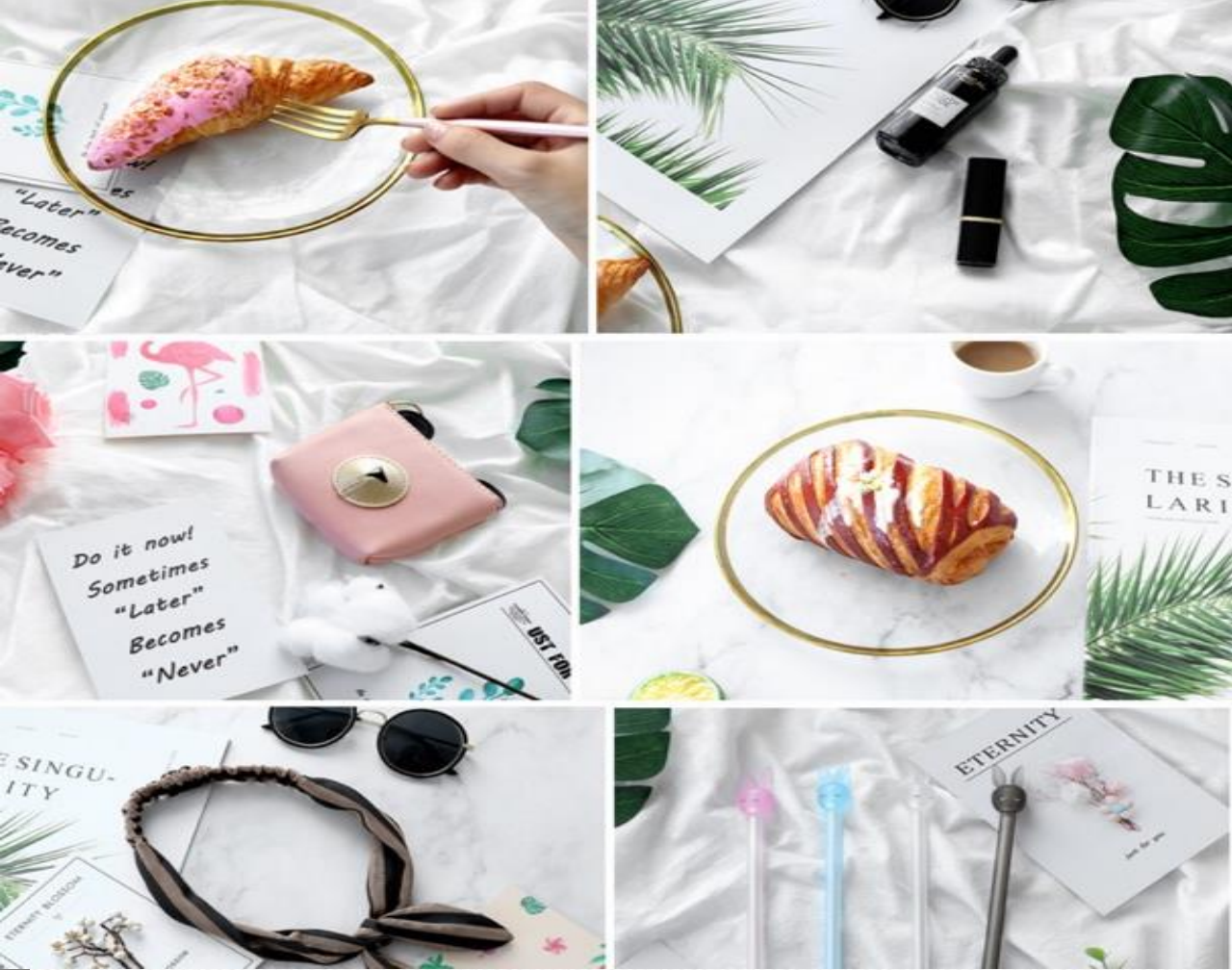
**1. Product life cycle**

**2. BCG Matrix**

**3. Ansoff Matrix**

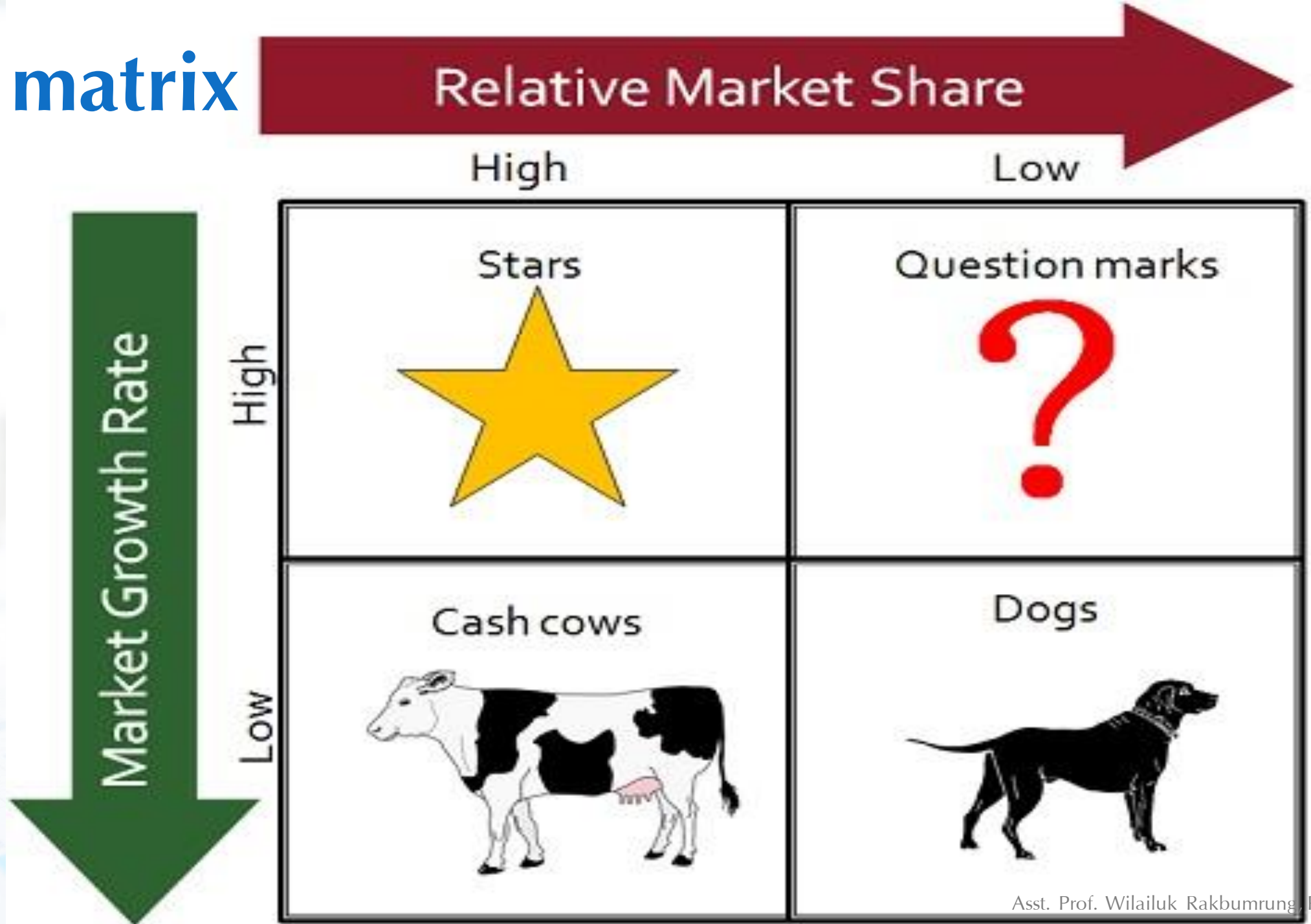
**4. Workshop**

# Service

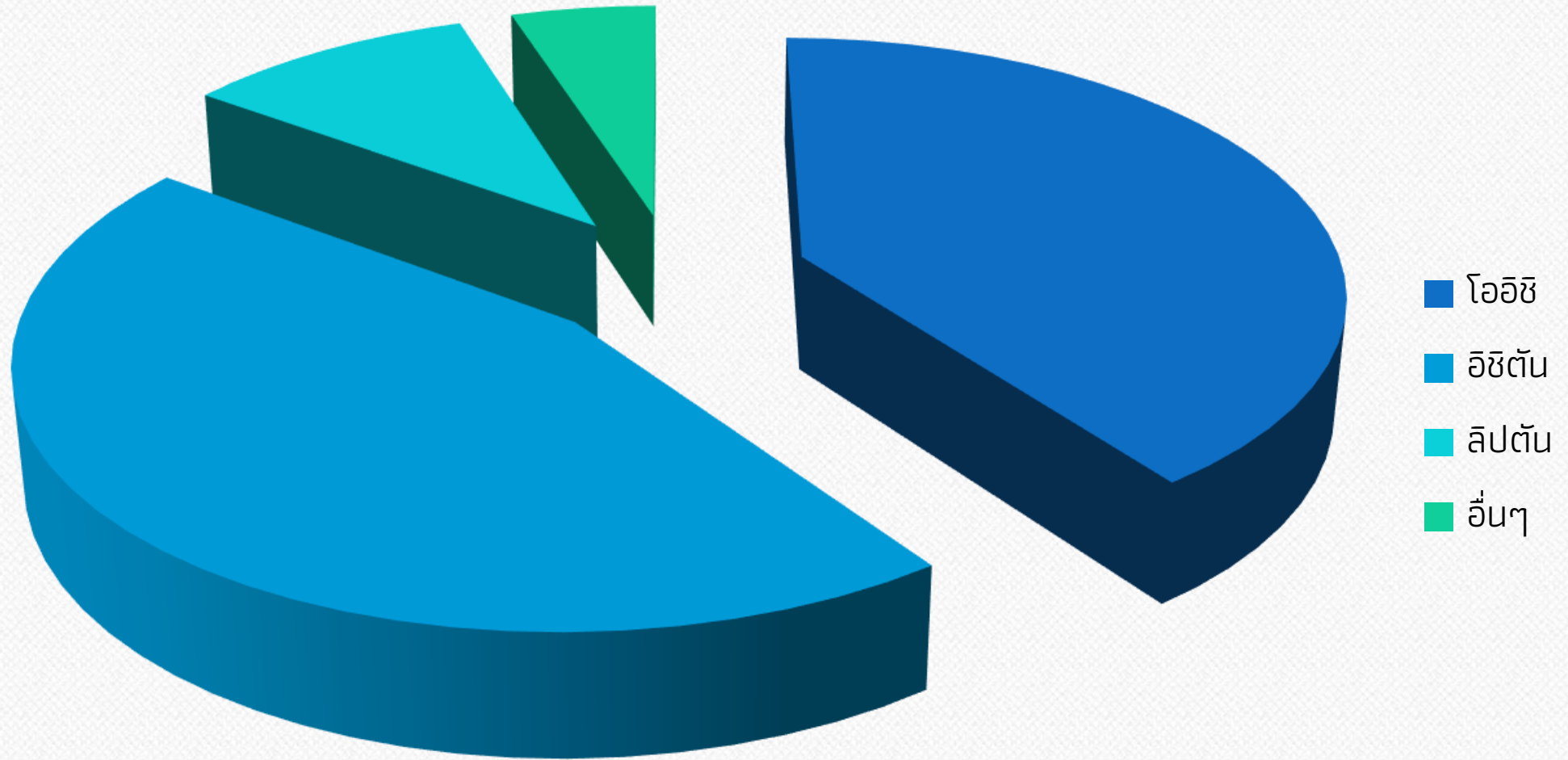


# Product

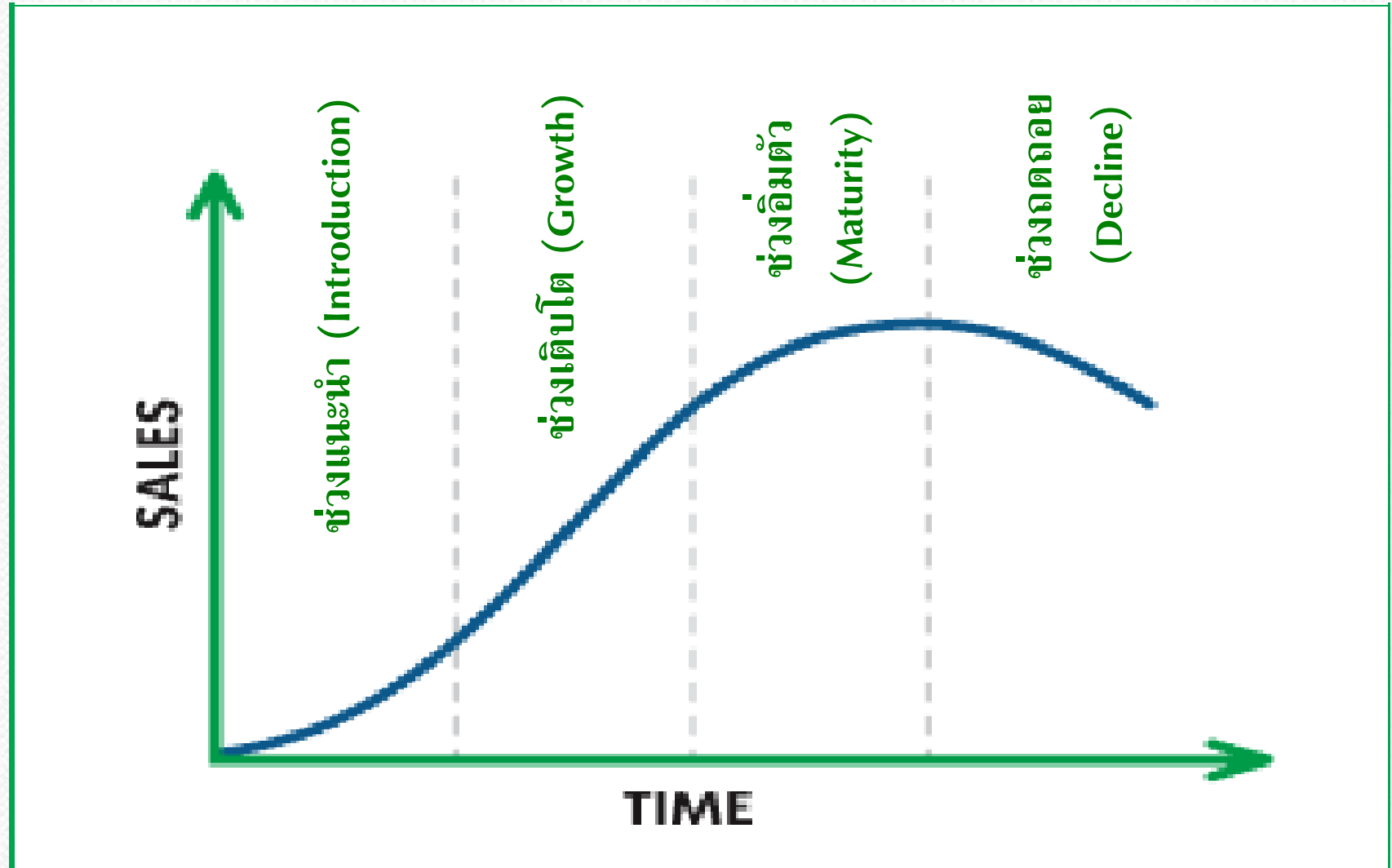
# BCG matrix



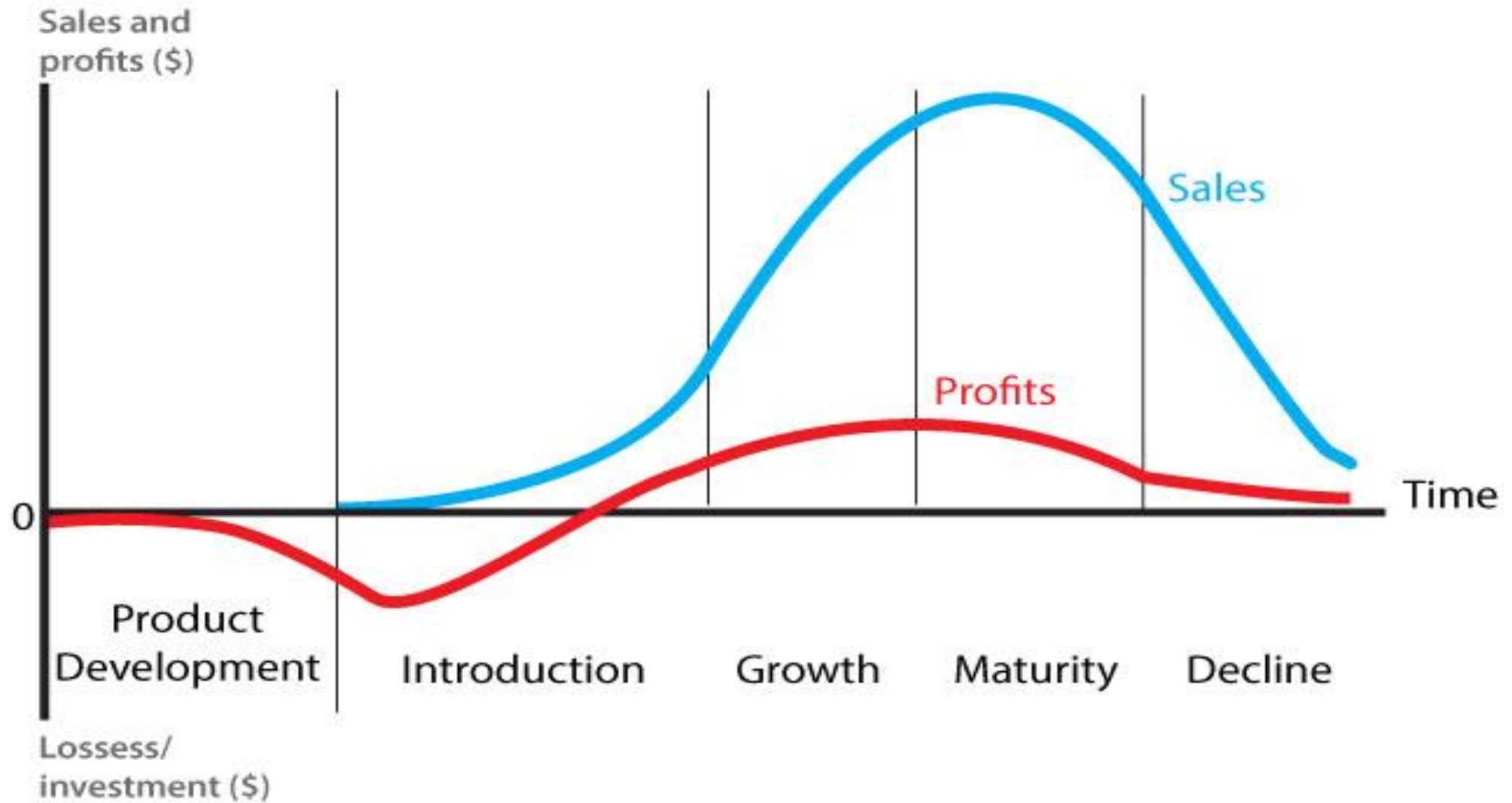
# Sales



# วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Curve)



# Product Life Cycle



Source: Philip Rohlik (2012)

# Product Life Cycle

Product Development	Introduction ขั้นแนะนำ	Growth เติบโต	Maturity เติบโตเต็มที่	Decline ตกต่ำ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- เริ่มต้นเมื่อบริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์</li> <li>- ยอดขายยังเป็นศูนย์</li> <li>- ยังไม่มีกำไร</li> <li>- ต้นทุนการลงทุนสูง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พึ่งออกสู่ตลาด</li> <li>- ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จัก</li> <li>- ยอดขายต่ำ</li> <li>- มีต้นทุนในการหาลูกค้า</li> <li>- การแข่งขันยังน้อย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยอดขายเพิ่มขึ้น</li> <li>- มีกำไรเพิ่มขึ้น</li> <li>- การแข่งขันเพิ่มขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยอดขายสูงที่สุด</li> <li>- มีกำไรสูง</li> <li>- มีคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้นเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยอดขายลดลง</li> <li>- กำไรลดลง</li> </ul>

# กลยุทธ์ปฏิบัติการในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

Introduction	Growth	Maturity	Decline
<ul style="list-style-type: none"> <li>- พึ่งออกสู่ตลาด</li> <li>- ผลิตภัณท์ยังไม่เป็นที่รู้จัก</li> <li>- ยอดขายต่ำ</li> <li>- มีต้นทุนในการหาลูกค้า</li> <li>- การแข่งขันยังน้อย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยอดขายเพิ่มขึ้น</li> <li>- มีกำไรเพิ่มขึ้น</li> <li>- การแข่งขันเพิ่มขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยอดขายสูงที่สุด</li> <li>- มีกำไรสูง</li> <li>- มีคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้นเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยอดขายลดลง</li> <li>- กำไรลดลง</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>กลยุทธ์</b></li> <li>1. การตลาด</li> <li>2. การผลิต</li> <li>3. ทรัพยากรมนุษย์</li> <li>4. R&amp;D</li> <li>5. การเงิน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>กลยุทธ์</b></li> <li>1. การตลาด</li> <li>2. การผลิต</li> <li>3. ทรัพยากรมนุษย์</li> <li>4. R&amp;D</li> <li>5. การเงิน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>กลยุทธ์</b></li> <li>1. การตลาด</li> <li>2. การผลิต</li> <li>3. ทรัพยากรมนุษย์</li> <li>4. R&amp;D</li> <li>5. การเงิน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>กลยุทธ์</b></li> <li>1. การตลาด</li> <li>2. การผลิต</li> <li>3. ทรัพยากรมนุษย์</li> <li>4. R&amp;D</li> <li>5. การเงิน</li> </ul>

# กลยุทธ์ปฏิบัติการในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

การตลาด การผลิต ทรัพยากรมนุษย์ R&D/วิศวกรรม และการเงิน

Introduction	Growth	Maturity	Decline
การตลาด			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- วางกลยุทธ์ตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ การยอมรับจากลูกค้า</li> <li>- หาช่องทางที่จะ กระจายสินค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก</li> <li>- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ ช่องทางการกระจายสินค้า</li> <li>- หาช่องทางกระจายเพื่อ ขยายตลาดเพิ่มขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์เชิงรุกเพื่อ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์</li> <li>- หาตลาดใหม่</li> <li>- ตั้งราคาที่ยืดหยุ่น</li> <li>- เพิ่มทักษะใน การสร้างความแตกต่าง ในผลิตภัณฑ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเมินประสิทธิภาพ และค่าใช้จ่ายใน ช่องทางการตลาด</li> <li>- สร้างความจงรักภักดี</li> <li>- สร้างภาพลักษณ์ที่ดี</li> </ul>

## กลยุทธ์ปฏิบัติการในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

Introduction	Growth	Maturity	Decline
<b>การผลิต</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- วางแผนกำลังการผลิตที่เหมาะสม</li> <li>- ออกแบบผลิตภัณฑ์</li> <li>- พัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างความแตกต่างหรือลดต้นทุน</li> <li>- พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์</li> <li>- มีการว่าจ้างผู้รับจ้างผลิตเพื่อขยายการผลิต</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาผลิตภัณฑ์และลดต้นทุน</li> <li>- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ลดกำลังการผลิต</li> <li>- ลดต้นทุน</li> <li>- ควบคุมสินค้าคงเหลือ</li> <li>- รับจ้างผลิต</li> </ul>

## กลยุทธ์ปฏิบัติการในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

Introduction	Growth	Maturity	Decline
<b>ทรัพยากรมนุษย์</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุพนักงานที่ยืดหยุ่น</li> <li>- มีการอบรมพนักงานให้มีทักษะที่จำเป็น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาทักษะของพนักงานอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- จูงใจพนักงานและสร้างความจงรักภักดีต่อองค์กร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มประสิทธิภาพของพนักงาน</li> <li>- ลดพนักงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ลดพนักงานและโยกย้ายพนักงาน</li> </ul>

# กลยุทธ์ปฏิบัติการในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตวงจรผลิตภัณฑ์

Introduction	Growth	Maturity	Decline
<b>R&amp;D และวิศวกรรม</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาวิศวกรรม</li> <li>การผลิตเพื่อ</li> <li>ลดปัญหาด้าน</li> <li>เทคนิค</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสามารถ</li> <li>การพัฒนาผลิตภัณฑ์</li> <li>ต่อเนื่องจากผลิตภัณฑ์</li> <li>เดิม</li> <li>- เพื่อคุณสมบัติ</li> <li>ผลิตภัณฑ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ลดต้นทุน</li> <li>- สร้างความแตกต่าง</li> <li>ในผลิตภัณฑ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สนับสนุนสายงาน</li> <li>ธุรกิจที่เติบโต</li> </ul>

# กลยุทธ์ปฏิบัติการในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตวงจรผลิตภัณฑ์

Introduction	Growth	Maturity	ตกต่ำ
<b>การเงิน</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- หาแหล่งเงินทุนที่สนับสนุนในช่วงที่มีกระแสเงินสดจ่ายมากกว่ารับ และการขาดทุนในช่วงแรก</li> <li>- ใช้แหล่งเงินทุนที่เหมาะสมระหว่างหนี้สินกับทุน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างความสามารถในการหาแหล่งเงินทุนที่จะมรลงทุนในช่วงการเติบโต มีเงินสดไหลเข้า สุทธิและกำไร แต่ต้องใช้ทรัพยากรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บริหารกระแสเงินสด</li> <li>- ควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่าย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขายสินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้งาน</li> <li>- ลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย</li> </ul>

# กลยุทธ์ปฏิบัติการในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตธุรกิจ หรือวงจรผลิตภัณฑ์

การตลาด การผลิต ทรัพยากรมนุษย์ R&D/วิศวกรรม และการเงิน

Introduction	Growth	Maturity	Decline
การตลาด			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- วางกลยุทธ์ตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ การยอมรับจากลูกค้า</li> <li>- หาช่องทางที่จะ กระจายสินค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างตราสินค้าให้เป็น ที่รู้จัก</li> <li>- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ ช่องทางการกระจายสินค้า</li> <li>- หาช่องทางกระจายเพื่อ ขยายตลาด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์เชิงรุกเพื่อ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์</li> <li>- หาตลาดใหม่</li> <li>- ตั้งราคาที่ยืดหยุ่น</li> <li>- เพิ่มทักษะใน การสร้างความแตกต่าง ในผลิตภัณฑ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเมินประสิทธิภาพ และค่าใช้จ่ายใน ช่องทางการตลาด</li> <li>- สร้างความจงรักภักดี</li> <li>- สร้างภาพลักษณ์ที่ดี</li> </ul>

# กลยุทธ์ปฏิบัติการในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตธุรกิจ หรือวงจรผลิตภัณฑ์

การตลาด การผลิต ทรัพยากรมนุษย์ R&D/วิศวกรรม และการเงิน

Introduction	Growth	Maturity	Decline
การตลาด			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- วางกลยุทธ์ตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ การยอมรับจากลูกค้า</li> <li>- หาช่องทางที่จะ กระจายสินค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างตราสินค้าให้เป็น ที่รู้จัก</li> <li>- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ ช่องทางการกระจายสินค้า</li> <li>- หาช่องทางกระจายเพื่อ ขยายตลาด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์เชิงรุกเพื่อ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์</li> <li>- หาตลาดใหม่</li> <li>- ตั้งราคาที่ยืดหยุ่น</li> <li>- เพิ่มทักษะใน การสร้างความแตกต่าง ในผลิตภัณฑ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเมินประสิทธิภาพ และค่าใช้จ่ายใน ช่องทางการตลาด</li> <li>- สร้างความจงรักภักดี</li> <li>- สร้างภาพลักษณ์ที่ดี</li> </ul>

# Ansoff Matrix

เก่า

ตลาด

ใหม่

เก่า

เจาะตลาด  
(Market penetration)

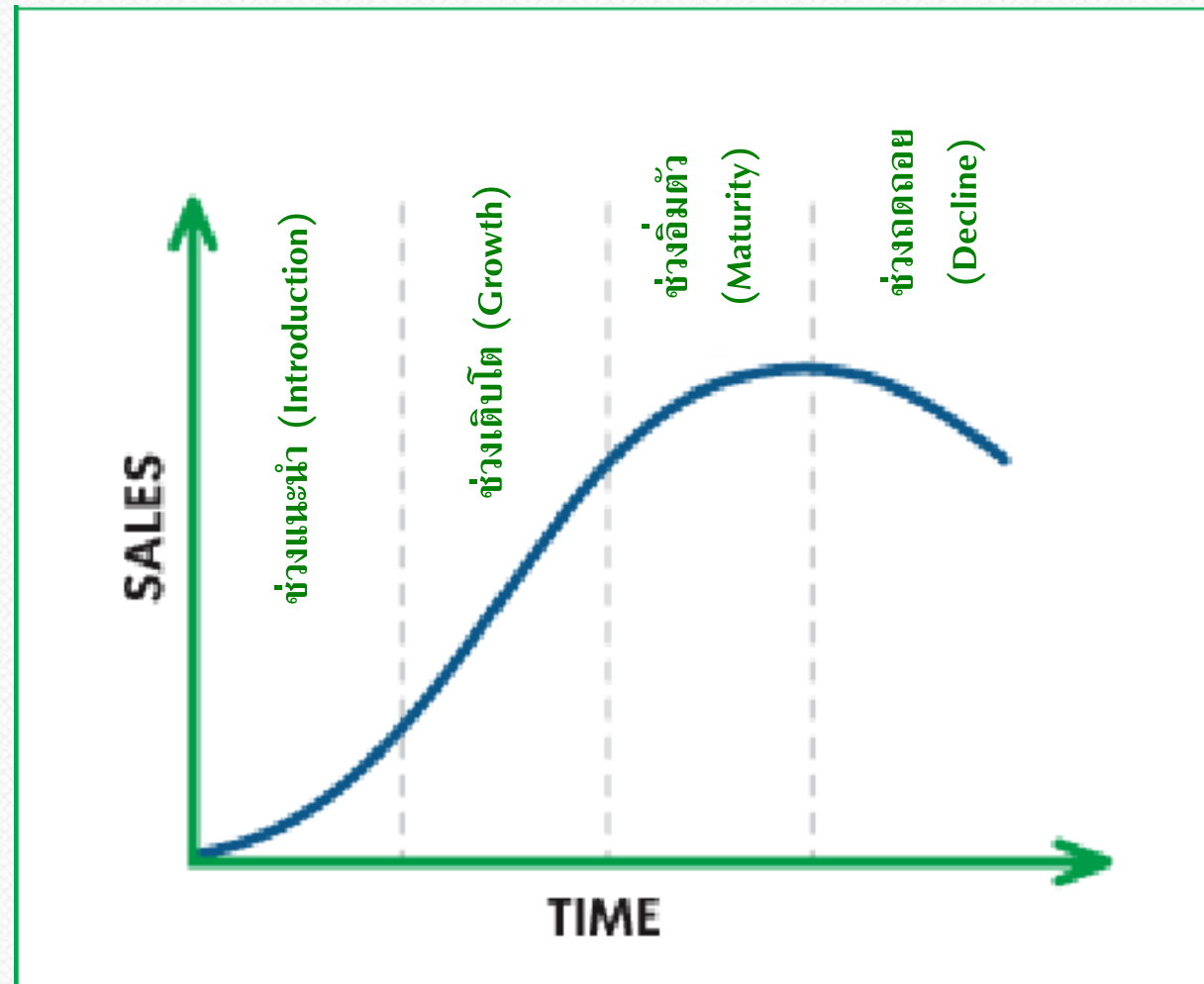
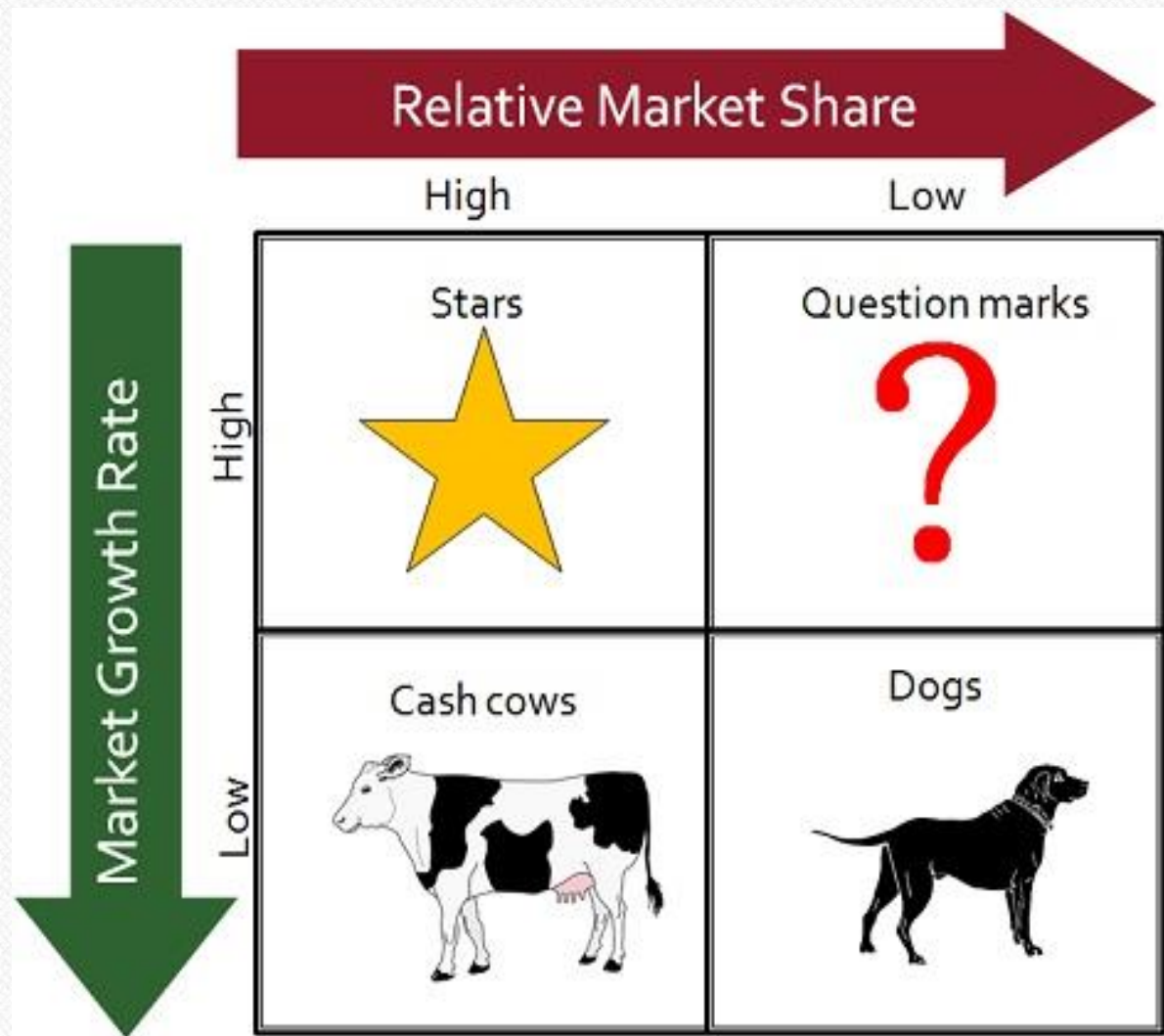
พัฒนาตลาด  
(Market Development)

สินค้า

พัฒนาผลิตภัณฑ์  
(Product Development)

ขยายไปสินค้าใหม่  
เข้าสู่ตลาดใหม่  
(Diversification)

ใหม่



# Workshop!



## Product life cycle curve



## BCG Matrix



# Product life cycle

## BCG Matrix

## Ansoff Matrix



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ รักบำรุง

[wilailuk.ra@ssru.ac.th](mailto:wilailuk.ra@ssru.ac.th)