

ชื่อเรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

สาระสำคัญ

ผลิตภัณฑ์ คือ องค์ประกอบที่ใช้ในการเสนอสำหรับตลาด (ผู้บริโภค) ถือว่าเป็นสิ่งที่มีจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาด ที่บริษัทหรือธุรกิจจำเป็นต้องมีการวางแผนโดยการเริ่มต้นค้นหาความต้องการของสินค้า หรือนำสิ่งที่มีความคุ้มค่าของสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งถือว่าการนำเสนอสินค้าที่มีความคุ้มค่าเป็นพื้นฐานในการสร้างความสามารถในการทำกำไรให้กับบริษัทหรือธุรกิจ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค ซึ่งจะให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด

สาระการเรียนรู้

1. ความหมายของผลิตภัณฑ์
2. ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
4. ประเภทของผลิตภัณฑ์
5. ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์
6. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
7. ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
8. แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. อธิบายความหมายของผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้อง
2. อธิบายความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้อง
3. อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้อง
4. ยกตัวอย่างประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน
5. อธิบายส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้อง
6. อธิบายองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้อง
7. อธิบายประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน
8. ยกตัวอย่างแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน

คำสั่ง จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงอธิบายความหมายของผลิตภัณฑ์ ว่าหมายถึงอะไร และแบ่งออกเป็นกี่ประเภทมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ มีกี่ระดับ อะไรบ้าง จงยกตัวอย่างประกอบ พร้อมอธิบายให้ชัดเจน

.....

.....

.....

.....

.....

3. อธิบายถึงส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ว่าประกอบด้วยอะไรบ้าง พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

.....

.....

.....

.....

.....

4. อธิบายความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มาพอสังเขป

.....

.....

.....

.....

.....



บทที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์



บทนำ

การนำเสนอการขายเป็นสิ่งที่พนักงานขายต้องมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ และข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าอย่างละเอียด เพื่อพนักงานขายจะได้ตอบคำถามลูกค้าอย่างถูกต้องถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อสินค้า อีกทั้งยังช่วยพนักงานขายในการตอบคำถามและจัดซื้อโต้แย้งได้เป็นอย่างดีสามารถช่วยให้พนักงานขายมีความเชื่อมั่นในตนเองและตัวผลิตภัณฑ์ด้วย

ความหมายของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

สินค้า หรือผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง การนำผลิตผล (Produce)หรือวัตถุดิบ (Raw Material) ที่ได้จากธรรมชาติ เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อ ปลา แร่ธาตุ ฯลฯ มาผ่านกรรมวิธีในการผลิต อาจจะใช้เครื่องจักรผลิต ออกมาเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ที่มา: “ บทเรียนออนไลน์ ” (2553) . (ออนไลน์) . เข้าถึงได้จากhttp://www.praveetelearning.com/elearning_content.php

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้า หรือบริการ ที่ผู้ประกอบการสามารถผลิต หรือ จัดหา เพื่อตอบสนองความต้องการของ ตลาดได้

ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ตัวสินค้านั้นกับความพึงพอใจ และผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการซื้อสินค้านั้น รวมถึงการบรรจุหีบห่อ และยี่ห้อผลิตภัณฑ์ที่นำออกสู่ตลาด ต้องมีคุณภาพดีเป็นที่ยอมรับ ของผู้บริโภค ที่มา : “ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์. ” . (ม.ป.ป) . (ออนไลน์) . เข้าถึงได้จาก http://www.praveetelearning.com/elearning_content.php

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง องค์ประกอบหลาย ๆ ประการที่นำมารวมกันเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อให้ได้รับความพึงพอใจ เช่น รถยนต์ จะมีส่วนประกอบ อาทิ เครื่องจักร อุปกรณ์ และชิ้นส่วนต่าง ๆ ที่นำมารวมกันเป็นยานพาหนะ และสามารถเคลื่อนย้ายคนหรือสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งได้ หรือปากกาซึ่งประกอบไปด้วย น้ำหมึก พลาสติก เหล็ก ซึ่งนำมา รวมกันแล้วสามารถใช้ประโยชน์ในการเขียนได้ หรือ โรงแรมซึ่งประกอบด้วย อาคารซึ่งมีห้อง หลาย ๆ ห้อง แต่ละห้องมีการนำเอาสิ่งอำนวยความสะดวกมาเพื่อรองรับการพักอาศัยของแขกผู้มาเยือนได้ ไม่ว่าจะเป็น รถยนต์ ปากกา หรือโรงแรม ล้วนแต่เป็นผลิตภัณฑ์เหมือนกัน ที่มา : “ผลิตภัณฑ์. ” . (2554) . (ออนไลน์) . เข้าถึงได้จาก <http://mit.pbru.ac.th/knowledge/>

เป้าหมายสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์

เป้าหมายสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือการได้งานออกแบบที่ดี งานออกแบบที่ดี เมื่อนำเข้าสู่กระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงมีความสำคัญดังนี้

1. ความสำคัญ ในด้านคุณค่าทาง ศิลปะ งานออกแบบที่ดีทำให้ผลิตภัณฑ์ มีความงามดึงดูดใจ สามารถตอบสนอง รสนิยมของผู้บริโภคได้
2. มีประสิทธิภาพทางอุตสาหกรรม มีการเลือกวัสดุที่ดีเพื่อนำเข้าสู่ กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพลงทุนน้อย แต่มีปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้น
3. มีคุณภาพทางการบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบที่ดี มีการใช้วัสดุที่ดีมีกระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความคงทนและ มีความปลอดภัยในการใช้สอย
4. มีศักยภาพในการแข่งขันทางพาณิชย์ ผลิตภัณฑ์ที่มีความงาม ความ คงทนและความปลอดภัยจะเป็นที่ต้องการของตลาดทำให้มียอดขายสูงสามารถแข่งขัน ทางการค้ากับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันของบริษัทอื่น
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เมื่อบริษัทมีกำไรจากการขายผลิตภัณฑ์ ที่มีการออกแบบที่ดี บริษัทจะนำผลกำไรมาลงทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมหรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่คล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์เดิม
6. มีศักยภาพในการรักษาลูกค้าเดิม การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมหรือการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกันขึ้นด้วยการออกแบบที่ดีจะช่วยให้บริษัทสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ ในขณะที่เดียวกัน บริษัทยังสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ที่มีรสนิยมอย่างเดียวกันได้ด้วย
7. มีการพยากรณ์ที่ดี เป็นที่คาดหมายกันว่าสินค้าที่มีการออกแบบไม่ดี จะไม่ค่อยได้รับการยอมรับของประชาชนในทางตรงกันข้ามสินค้าที่มีการออกแบบ ที่ดีจะได้รับการยอมรับ ทำให้การพยากรณ์เป็นไปในทางที่พึงประสงค์
8. มีการรับรองคุณภาพตามระบบ ISO 9000 ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ได้รับ ประกันคุณภาพ มีการควบคุมการออกแบบกระบวนการผลิตการตรวจและการทดสอบลักษณะและคุณลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์และแสดงให้เห็นได้ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ
9. มีการคิดค้นสิ่งใหม่ เมื่อมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกและแตกต่างไปจากเดิมตั้งแต่ระดับเล็กน้อยจนถึงระดับมาก เป็นต้นว่า บริษัทผลิตรถยนต์จะมีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยกับรถยนต์รุ่นเดิมอยู่เสมอ เพื่อให้กลายเป็นรถยนต์รุ่นใหม่พร้อมกับราคาที่เพิ่มสูงขึ้น
10. มีการพัฒนาทีมงานในการออกแบบ เป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง นักออกแบบด้วยกัน และทำงานร่วมกับบุคลากรฝ่ายการตลาด วิศวกร ฝ่ายผลิต คนงานรวมทั้งผู้บริหารองค์กร ซึ่งทำให้มีการระดมความคิดนำไปสู่การคิดค้น สิ่งใหม่

11. ผลลัพธ์ที่มีคุณภาพและมีการออกแบบที่ดี เป็นการสร้างภาพพจน์ ที่ดีให้กับบริษัทซึ่ง จะได้รับการยกย่อง ได้รับความไว้วางใจและเป็นที่ต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ

12. การผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้ได้สินค้าที่มีทั้งปริมาณ คุณภาพและมียอดขายสูง เนื่องมาจากการออกแบบที่ดี มีส่วนช่วยให้องค์การบรรลุเป้าหมายทั้งทางด้านอุตสาหกรรมและ ธุรกิจ

ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

การที่พนักงานขายจะขายผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งได้เป็นอย่างดีนั้นพนักงานขายจะต้อง มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างละเอียดถูกต้องซึ่งจะส่งผลให้การขายผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพที่ดี ขึ้นเพราะพนักงานขายจะได้นำความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไปถ่ายทอดให้กับผู้บริโภคสามารถเข้าใจ ได้เป็นอย่างดีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายจำเป็นจะต้องศึกษาเนื่องจากสาเหตุดังนี้

1. สามารถตอบคำถามของลูกค้าได้ พนักงานขายคนใดที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ ตนเองจะขายอย่างละเอียดถูกต้องสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าเป็นอย่างดี และสามารถที่จะตอบคำถามทุกคำถามของลูกค้าได้พร้อมทั้งการจัดซื้อได้แย่งที่จะ เกิดจากการซักถามของลูกค้าซึ่งสรุปได้ว่าพนักงานขายที่ดีจะต้องศึกษา เตรียมหา ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความถูกต้องเพื่อการนำเสนอขายให้กับลูกค้าได้รับฟังเพื่อ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความน่าเชื่อถือและเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายเสนอขาย พร้อมทั้งเชื่อมั่นในตัวพนักงานขายเอง
2. เกิดความเชื่อมั่นและสร้างความกระตือรือร้นพนักงานขายที่มีความพร้อมทางด้าน ความรู้ความสามารถประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีเท่ากับเป็นการสร้าง ความเชื่อมั่นให้กับตนเองและลูกค้าเป็นอย่างดี ซึ่งจะส่งผลให้กับพนักงานขายมีความ กระตือรือร้นในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์
3. สร้างให้การขายมีชีวิตชีวามากขึ้น พนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ย่อมมี ความพร้อมที่จะนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าด้วยความมั่นใจไม่ก่อให้เกิดความ ลังเลและยังช่วยให้การขายผลิตภัณฑ์แต่ละครั้งเต็มไปด้วยความมีชีวิตชีวามากขึ้น โดยเฉพาะพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์สูงจะทำให้การขาย ผลิตภัณฑ์นั้นง่ายขึ้นและสามารถทำให้เกิดการขายสินค้าได้อย่างรวดเร็ว
4. ทำให้การเสนองานขายผลิตภัณฑ์เกิดความสมบูรณ์เนื่องจากพนักงานขายจะรู้ข้อมูล ต่าง ๆ จากประสบการณ์ที่ได้รับรู้ว่าจะต้องเตรียมคำพูดใดสำหรับการเสนอขายแล้ว ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสินค้าพร้อมทั้งสามารถตอบคำถามที่ลูกค้าถามได้เป็นอย่างดีจึงทำ ให้การเสนอขายผลิตภัณฑ์นั้นเกิดความสมบูรณ์เพราะพนักงานขายเตรียมตัวหาความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี

5. ทำให้การทำงานสนุกสนาน เนื่องจากพนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีจะทำงานการขายได้อย่างราบรื่นไม่ว่าจะทำการขายกี่ครั้งก็จะประสบความสำเร็จทุกครั้งซึ่งจะทำให้การทำงานของพนักงานขายนั้นเต็มไปด้วยความสนุกสนานกับงานที่ตนเองกำลังทำอยู่ในขณะนั้นซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าก็จะได้รับความรู้สึกเดียวกับพนักงานขายทำให้การขายแต่ละครั้งมีบรรยากาศที่ดีต่อบุคคลทั้งสองฝ่ายและลูกค้าก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีกับพนักงานขายและผลิตภัณฑ์
6. ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนในการทำงาน การที่พนักงานขายได้เป็นอย่างดีส่งผลเกิดกับเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้สิ่งที่พนักงานขายจะได้รับเป็นการตอบแทนดังกล่าวคือการได้รับการยกย่องส่งเสริมสนับสนุนในด้านต่าง ๆ จากกิจการไม่ว่าจะเป็นการเลื่อนขั้นเงินเดือน เลื่อนตำแหน่ง ในหน้าที่การงานให้สูงขึ้น

ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ใหม่

1. ช่วยรักษายอดขายให้คงที่
2. ช่วยกระจายความเสี่ยงให้กับธุรกิจ
3. ทำให้การจัดจำหน่ายมีประสิทธิภาพมากขึ้น และลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งลงได้
4. ทำให้สามารถใช้วัสดุที่มีอยู่หรือเหลือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. ช่วยสร้างภาพพจน์ให้กับกิจการได้

รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ (Product Details)

รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ (Product Details) หมายถึง คุณลักษณะที่เป็นตัวของผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์พร้อมที่จะขายเพราะในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดมีอยู่มากมายหลายหลายยี่ห้อที่มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีมีความทันสมัยสูงซึ่งได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดและค่อนข้างจะล้ำสมัยเร็ว ดังนั้นพนักงานขายจะต้องศึกษาข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างรอบคอบดังนี้

1. ประวัติของผลิตภัณฑ์

พนักงานขายที่ทำหน้าที่ในการขายผลิตภัณฑ์จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีเพราะพนักงานขายจะต้องนำรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับประวัติของผลิตภัณฑ์นำเสนอขายเพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจสร้างความเชื่อถือ ความภาคภูมิใจหลังจากลูกค้าได้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไปครอบครอง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ บางประเภทจะมีลักษณะเฉพาะตัวที่สร้างความสนใจและมีประวัติที่ดีที่สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้เช่น รถยนต์ยี่ห้อฮอนด้ามีประวัติที่ยาวนานเป็นที่ยอมรับของลูกค้าตลอดมา

2. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์หมายถึง สิ่งของ ชิ้นส่วนหรือวัตถุดิบที่เรานำมาใช้ในการผลิต ประกอบรวมกันในแต่ละชิ้นส่วนซึ่งมากไปด้วยคุณภาพประกอบแล้วสำเร็จออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสามารถสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าได้ เช่น ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าซึ่งบริษัทได้ให้การรับประกันว่าชิ้นส่วนอะไหล่ของรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าจะเป็นของแท้ทั้งหมดไม่สามารถหาซื้ออะไหล่ปลอมมาใช้ทดแทนกันได้

3. กรรมวิธีการผลิตหรือกระบวนการผลิต

สิ่งที่พนักงานขายจะต้องศึกษาก่อนการขายผลิตภัณฑ์ได้แก่กรรมวิธีการผลิตหรือกระบวนการผลิตเพราะจะทำให้พนักงานขายเกิดความไว้วางใจ เชื่อถือ เชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ สามารถพูดโน้มน้าวชักจูงใจให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ได้ผ่านขั้นตอนกรรมวิธีการผลิต ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นออกมาจะต้องมีคุณภาพดีทุกชิ้นซึ่งกรรมวิธีการผลิตนั้นพนักงานขายสามารถศึกษาได้จากวิธีการต่าง ๆ ที่จะนำมาซึ่งความรู้ เช่น การเข้าชมกรรมวิธีการผลิตในโรงงานเพื่อนำความรู้จากการศึกษาดังกล่าวที่มีความสำคัญไปสร้างเป็นจุดขายให้กับลูกค้าได้

4. รูปร่างของผลิตภัณฑ์

ปัจจุบันลูกค้าจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เป็นครั้งแรก ซึ่งรูปร่างประกอบไปด้วย ลักษณะ ขนาด สี สันของตัวผลิตภัณฑ์ถ้าสิ่งเหล่านั้นสร้างจุดเด่นที่สามารถดึงดูดความสนใจให้ลูกค้ามาสนใจได้มากเท่าใดการตัดสินใจซื้อจะรวดเร็วด้วยเช่นกันดังนั้นพนักงานขาย

จะต้องหาจุดเด่นในรูปร่างของผลิตภัณฑ์เพื่อศึกษารายละเอียดเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้าอย่างมั่นใจ เช่น รถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า รุ่นใหม่มีรูปร่างโฉบเฉี่ยวน่าสนใจ

5. คุณภาพของผลิตภัณฑ์

การตัดสินใจซื้อของลูกค้าในปัจจุบันนี้ลูกค้าจะเน้นความสำคัญไปที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ พนักงานขายควรให้ความสนใจศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับประโยชน์และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะได้รับหลังจากการตัดสินใจซื้อ ซึ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้นสามารถศึกษาได้จากคู่มือหรือฝ่ายการผลิตของบริษัทเมื่อพนักงานขายจะนำข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มาชี้แจงให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

6. วิธีการใช้และการบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์

พนักงานขายจะต้องศึกษาวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์และการบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์ เพื่อจะได้ถ่ายทอดไปยังลูกค้าให้เข้าใจเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ถึงวิธีการใช้และการบำรุงรักษาซึ่งมีความสำคัญอย่างมากที่ลูกค้าจะต้องทราบข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจซื้อและสามารถใช้ผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดนั้นจะมีวิธีการใช้ที่ยุ่งยากและคุณสมบัติที่แตกต่างกันพนักงานขายจะต้องศึกษาอย่างละเอียดตั้งแต่วิธีการใช้ และการบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์

7. ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

สาเหตุที่สำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าก็คือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ดังนั้นพนักงานขายควรศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุดเพื่อที่จะได้นำประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ไปเสนอให้กับลูกค้าได้รับทราบว่าหลังจากตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แล้วลูกค้าจะได้รับประโยชน์ใดบ้างเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แล้วประโยชน์สูงสุดที่ได้รับคือสิ่งใดเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อของลูกค้าเนื่องจากถ้าพนักงานขายไม่ได้บอกลูกค้าเกี่ยวกับประโยชน์ให้ลูกค้าศึกษาหาข้อมูลเองทำให้ลูกค้าอาจได้รับทราบข้อมูลไม่หมดก็ได้พนักงานขายอาจจะเสียโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์ได้

8. บริการที่ลูกค้าได้รับ

ปัจจุบันนี้การขายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นั้นจะแข่งขันกันตรงที่การบริการหลังการขาย เนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์ คุณภาพ ราคา แต่ละยี่ห้อและรุ่นไม่แตกต่างกันดังนั้นการแข่งขันกันจึงหันมาแข่งขันกันทางด้านการบริการหลังการขายของผลิตภัณฑ์ใดใครดีกว่ากันก็จะได้เปรียบมากกว่าผลิตภัณฑ์อื่น

ตัวอย่าง ตารางที่ 3-1 แสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์หลังคาโปร่งแสง

รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ Product Details	รุ่น Standard	รุ่น Fresh Series
ความยาวต่อแผ่น / Length Per Sheet	3.12 , 6.25 , 12.50 เมตร	
ความกว้าง / Width	1.05 เมตร	0.93 เมตร
ระยะพาดแปากลางสูงสุด / Max. Span for Mid Purlin	75 ซม.	100 ซม.
ระยะพาดแปปลายสูงสุด / Max. Span for End Purlin	75 ซม.	100 ซม.
ส่วนยื่นลำสูงสุด / Max. Overhang	15 ซม.	20 ซม.
ความลาดเอียง / Slope	3 องศาขึ้นไป	
รัศมีติดตั้ง / Radius of Arched Installation	1 เมตรขึ้นไป	2 เมตรขึ้นไป
การเคลือบฟิล์ม ป้องกันรังสี UV / UV Ray Coating	ถึง 2 ด้าน	
ความสูงของลอน / Height	8 มม.	10 มม.
น้ำหนัก / Weight	1,200 , 1,800 , 2,400 / gsm.	

ตารางที่ 3-2 แสดงรายละเอียดสีมาตรฐานของผลิตภัณฑ์หลังคาโปร่งแสง

สีมาตรฐาน รุ่น Standard	แสงส่องผ่าน (transmittance)	สีมาตรฐาน Fresh Series	แสงส่องผ่าน (transmittance)
1. Opal Maxx 	60%	1. Cool Ice 	54%
2. Opal Green 	54%	2. Blue Mint 	54%
3. Jade Green 	54%	3. Banana 	54%
4. Opal Pink 	54%	4. Blueberry 	60%
5. Sky Blue 	54%	5. Chocolate 	60%
6. Navy Blue 	70%	6. Glassy Blue 	70%
7. Sun Orange 	60%	7. Green Ivy 	70%

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ i WATER ผลิตภัณฑ์ เครื่องผลิตน้ำดื่มอัจฉริยะ



ภาพที่ 3-1 แสดงภาพ i WATER ผลิตภัณฑ์ เครื่องผลิตน้ำดื่มอัจฉริยะ

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ i WATER

เทคโนโลยีสุขภาพ

ขจัดสิ่งให้โทษ คงไว้ซึ่งสิ่งที่เป็นประโยชน์ ให้พลังงานธรรมชาติ
ประหยัดระยะยาว

ไม่ต้องใช้ไฟฟ้า ไม่ต้องต้ม ไม่חרุค

ปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ไม่มีระบบน้ำทิ้ง ไม่สร้างมลพิษ ไม่มีอันตราย

ใช้งานง่าย

ติดตั้งสะดวก คมได้ทันที ไม่ต้องรอนาน

น้ำหนักเบา

ติดตั้งได้อิสระ ไม่กินพื้นที่



แนะนำผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ เครื่องผลิตน้ำดื่มอัจฉริยะได้รับรางวัลเหรียญทองจาก WQA และการรับรองจาก องค์การอนามัยแห่งชาติ ประเทศสหรัฐอเมริกา NSF ผ่านมาตรฐาน 42 และ 53 เป็นน้ำดื่มคุณภาพ อันดับหนึ่ง สามารถกรองขจัดสารคลอรีน กลิ่น เชื้อโรคแบคทีเรีย อนุภาคที่ปนเปื้อนอยู่ในน้ำ ตลอดจน สารโลหะหนักที่เป็นโทษต่อร่างกาย (เช่น ตะกั่วปรอท ฯลฯ) อินทรีย์สารระเหย เป็นน้ำที่ได้มาตรฐานด้านสุขอนามัย ปลอดภัย และช่วยเสริมสร้างสุขภาพ

อัจฉริยภาพแห่งการออกแบบ - โครงสร้างภายนอก

คำนึงถึงความสะดวกสบายสูงสุด

โดดเด่นด้วยรูปลักษณ์ จัดวางสายเป็นระเบียบ ตัวเครื่องสีขาวนวลราวไข่มุก ผสมผสานระหว่าง เทคโนโลยีอัจฉริยะเข้ากับความสะดวก สบายงาม ประณีตได้อย่างลงตัว

น้ำหนักเบา

รูปทรงกะทัดรัด ติดตั้งง่าย

ฝาเครื่องปิดสนิทแบบดูดด้วยแม่เหล็ก

ช่วยรักษาความสะอาดภายใน ป้องกันไม่ให้ เป็นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตขนาดเล็ก ผลิตน้ำดื่มคุณภาพถูกสุขอนามัย

หน้ากากสีฟ้า

แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างภายใน เพื่อสะดวก ในการดูตัวเลขจากมาตรวัดน้ำดิจิทัล รับประกัน ได้ว่า น้ำที่ดื่มเต็มทุกหยดคือคุณภาพ

มีที่จับทั้งสองข้าง

ถอดทำความสะอาดได้ง่าย

ฐานรองเป็นส่วนโค้ง

ถอดเข้าออกง่าย สอดคล้องกับ ชีวิตประจำวัน ตั้งวางบนซิงค์ก็มั่นคง

พื้นหลังของเครื่องเสริมที่จับด้านข้าง

มั่นคงแข็งแรง เคลื่อนย้ายไปมาสะดวก

เกาะยึดฝาผนังได้แน่นไว้รอยต่อ

พลาสติกด้านหลังของเครื่องทำด้วยพลาสติกพิเศษ ที่เกาะติดกับฝาผนังได้สนิทแน่น

สายส่งน้ำที่กำหนดตำแหน่งได้

ด้านข้างของตัวเครื่องทั้งสองด้านมีรูสำหรับใส่ สายยางโดยเฉพาะ สามารถปรับทิศทางของสายยางได้ ตามความเคยชิน ความสุขของชีวิตที่ ไร้ขีดจำกัด เราจัดสรรให้ถึงบ้านด้วยเครื่อง ผลิตน้ำ

i- Water

พลังแห่งความสุข - โครงสร้างภายใน

กระบอกสเตนเลสรูปทรงกลม

ฝาหมุนเปิดปิดได้ไม่จำกัดทิศทาง ประกอบง่ายและนำไปใส่กรองออกมา ล้างสะดวก กระบอกสเตนเลสรับประกัน 15 ปี รับประกันการใช้งาน สำหรับผู้บริโภค

สเตนเลส

รับประกันคุณภาพและการใช้งาน ทำจากสเตนเลสเกรดเอ

สายยางบอกทิศทางไหลของน้ำ

สีแดงน้ำเข้า สีฟ้าน้ำออก สั่งเกตง่าย

ไส้กรองเซรามิกที่มีความละเอียดสูงจากประเทศอังกฤษ

ทำจากหินสหาย่อยเปลือกแข็งจากธรรมชาติ สามารถกรองขจัดเชื้อโรค แบคทีเรียพาหะของโรคและสิ่งปนเปื้อนต่างๆ ในน้ำ เป็นหลักประกันด้าน ความสะอาดถูกสุขอนามัยให้กับคุณและครอบครัว

ไส้กรองคาร์บอนกัมมันต์แรงดันสูงพิเศษจากสหรัฐอเมริกา

สามารถดูดซับสารโลหะหนักที่ให้โทษต่อร่างกาย แต่ยังคงไว้ซึ่งแร่ธาตุที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย เป็นหลักประกันด้านความปลอดภัย ให้กับคุณและครอบครัว

อุปกรณ์แม่เหล็กพลังฟิสิกส์ที่จดสิทธิบัตร

มีการจดสิทธิบัตรรับรองจากหลายประเทศ สามารถเปลี่ยนแปลง โครงสร้างกลุ่มโมเลกุล น้ำให้เล็กลงและมีคลื่นพลังชนิดดีที่ร่างกาย ตอบสนอง ช่วยให้ร่างกายแข็งแรง ให้การดื่มน้ำเป็นการดูแล สุขภาพและอ่อนกว่าวัย

i-Meter มาตรฐานน้ำอัจฉริยะ

ช่วยให้ตรวจสอบปริมาณการใช้น้ำได้สะดวกทุกเวลาเพียงแค่ ดูจากตัวเลขบนหน้าปัด เป็นหลักประกันว่าทุกหยดคือคุณภาพ

ประเภทของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์หมายถึงสินค้าหรือบริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการ ได้สินค้าหรือบริการจะต้องเป็นสิ่งที่มีความหมาย ซึ่งสินค้าแบ่งเป็น 2 ประเภท ใหญ่ ๆ คือ

1. สินค้าอุปโภคบริโภค(Consumer Goods)
2. สินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Goods)

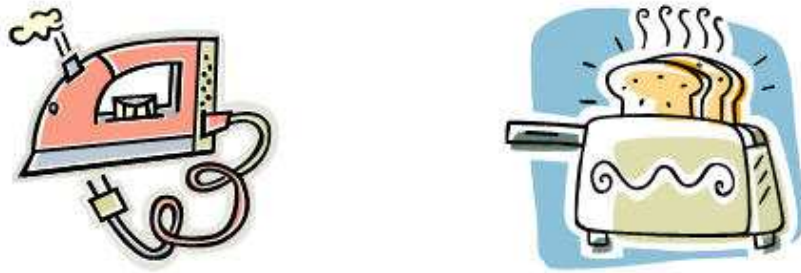
1. สินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Goods) คือ สินค้าที่ผู้บริโภคคนสุดท้ายซื้อไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองหรือซื้อไปฝากบุคคลอื่นโดยมิได้มีจุดประสงค์ในการขายซึ่งสินค้าอุปโภคบริโภค แบ่งตามลักษณะการซื้อของผู้บริโภคได้ 4 ชนิด คือ

1.1 สินค้าสะดวกซื้อ (Convenience Goods) ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่เป็นของกินของใช้ประจำวันทีราคาราคาไม่แพงใช้เป็นประจำ และเคยชินกับยี่ห้อ ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นขั้นพื้นฐานหาซื้อได้ง่ายสะดวก มีจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไปซื้อจากที่ไหนก็มีคุณสมบัติเหมือนกัน เช่น ผงซักฟอก สบู่ ผ้าอนามัย ยาสิฟัน ไม้ขีด นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น



ภาพท 3-2 แสดงภาพสินค้าสะดวกซื้อ

1.2 สินค้าเปรียบเทียบซื้อ (Shopping Goods) เป็นสินค้าที่มีราคาสูง มีความทนทาน การซื้อจะไม่เกิดขึ้นบ่อยนักส่วนใหญ่ลูกค้า จะเลือกซื้อยี่ห้อที่เหมาะสมสำหรับตนเอง การซื้อจะต้องมีการเปรียบเทียบหลาย ๆ ร้าน หลาย ๆ ยี่ห้อเปรียบเทียบการบริการ สมรรถนะ รูปแบบ ราคา คุณภาพก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า ฯลฯ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ตู้เย็น โทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ ฯลฯ



ภาพที่ 3-3 แสดงภาพสินค้าเปรียบเทียบซื้อ

1.3 สินค้าเจาะจงซื้อ (Specialty Goods) สินค้าประเภทนี้ลูกค้าจะมีความพอใจเป็นพิเศษก่อนตกลงใจก่อนการซื้อแล้ว จะซื้อยี่ห้อนี้เท่านั้น มีความภักดีในตรา ยี่ห้อสินค้าที่จะซื้อและลูกค้าจะต้องมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้เพียงพอในการตัดสินใจซื้อสูง เช่น เครื่องสำอาง น้ำหอม คอมพิวเตอร์ รถยนต์ ฯลฯ



ภาพที่ 3-4 แสดงภาพสินค้าเจาะจงซื้อ

1.4 สินค้าไม่แสวงซื้อ (Unsought Goods) สินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าประเภทที่ลูกค้าไม่ได้มีความคิดที่จะตัดสินใจซื้อไม่ได้มีความจำเป็นไม่เห็นถึงประโยชน์ของสินค้านั้นจะมีประโยชน์หรือ เป็นสินค้าใหม่ที่เพิ่งวางตลาด หรือเป็นสินค้าที่มีราคาสูงเกินอำนาจซื้อ ไม่เห็นความสำคัญ หรือ ความจำเป็น ผู้ขายต้องใช้ความพยายาม และต้องเป็นการขายตรงถึงจะได้ผล เพราะเป็นสินค้าที่ขายยากมาก เช่น ประกันภัย สารานุกรม วิตามินบำรุง เครื่องออกกำลังกาย เครื่องนุ่งห่มราคาแพงมากๆ เป็นต้น



ภาพที่ 3-5 แสดงภาพสินค้าไม่แสวงซื้อ

14. สินค้าซื้อเพราะแรงกระตุ้น (Impulse goods) สินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าที่ลูกค้าไม่ได้มีความตั้งใจที่จะซื้อแต่เมื่อพบเห็นสินค้าที่มีความสวยงามสะดุดตาสะดุดใจก็มีความรู้สึกต้องการที่จะซื้อสินค้าชิ้นนั้นเหมือนกับว่าตนเองพบวิธีการหรืองานที่กำลังต้องการใช้สินค้าชิ้นมาในทันทีทันใด

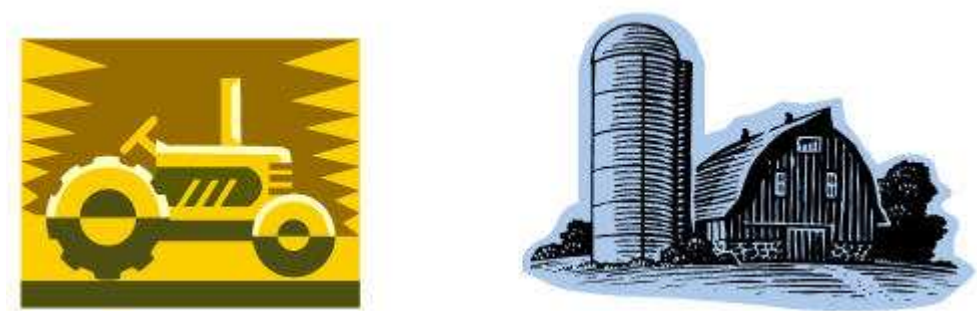
2. สินค้าอุตสาหกรรม(Industrial Goods) คือ สินค้าที่บริษัทโรงงานอุตสาหกรรมซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าออกมาจำหน่าย หรือใช้สำหรับการดำเนินงานภายในอุตสาหกรรมโดยจะแบ่งสินค้าอุตสาหกรรม แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

2.1 **วัตถุดิบและชิ้นส่วน (Material and Parts)** คือ สินค้าที่อุตสาหกรรมซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตภายในโรงงานผ่านกระบวนการผลิต แล้วได้สินค้าสำเร็จรูปออกมา เช่น มันสำปะหลัง และอ้อย เป็นวัตถุดิบของการทำผงชูรส เป็นต้น



ภาพที่ 3-6 แสดงภาพหอยนางรมเป็นวัตถุดิบหนึ่งในการทำซอสหอยนางรม

2.2 **สินค้านทุน (Capital Goods)** เป็นสินค้าประเภทเครื่องจักรกล วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ที่ช่วยสำหรับการผลิต เช่น เครื่องจักรที่ใช้ขับเคลื่อนลำปะหลังกับอ้อย แล้วนำมาผ่านกรรมวิธีทางเคมีให้แปรสภาพเป็นผงชูรส เป็นต้น



ภาพที่ 3-7 แสดงภาพเครื่องจักรและโรงงานที่ช่วยในการผลิต

2.3 **วัสดุใช้สอยและบริการ (Supplies and Service)** เป็นสินค้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการผลิตสินค้าและบริการให้เกิดความสะดวก รวดเร็วคล่องตัว เช่น วัสดุในการซ่อมแซมและบำรุงเครื่องจักร วัสดุสำนักงาน แรงงาน เป็นต้น



ภาพที่ 3-8 แสดงภาพวัสดุใช้สอยและบริการ

ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix)

ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) หมายถึง กลุ่มของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดขององค์กรที่นำเสนอขาย ให้ลูกค้าในตลาดเดียวกัน (Etzel,walker and Stanton, 2001 : G – 10) หรือหมายถึงกลุ่มของสายผลิตภัณฑ์และรายการของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ผู้ขายต้องการขายให้แก่ผู้ซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2547 : 694) ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 6 ส่วน ดังนี้

- (1) สายผลิตภัณฑ์ (Product line)

- (2) รายการผลิตภัณฑ์ (Product item)
- (3) ความกว้างของผลิตภัณฑ์ (Product width)
- (4) ความลึกของผลิตภัณฑ์ (Product depth)
- (5) ความยาวของผลิตภัณฑ์ (Product length)
- (6) ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์ (Product line consistency)

ยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของบริษัทดัชมิลล์ จำกัด

ตารางที่ 3-3 แสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบริษัทดัชมิลล์ จำกัด

นมเปรี้ยว	โยเกิร์ต	นมสด-นมถั่วเหลือง	ไอศกรีมหวานเย็น
1. รสส้ม 2. รสผลไม้รวม 3. รสบลูเบอร์รี่ 4. รสสตอเบอรี่ 5. รสธรรมชาติ 6. รสไวลด์เบอร์รี่	1. รสวันมะพร้าว 2. รสธัญญาหาร 3. รสผลไม้รวม 4. รสสตอเบอรี่ 5. รสส้ม 6. รสลิ้นจี่ 7. รสธรรมชาติ 8. โยเกิร์ตพร้อมแผ่น 9. โยเกิร์ตพร้อมข้าวพองอบกรอบ	1. รสจืด 2. รสหวาน 3. รสโกโก้ 4. รสกาแฟ 5. รสสตอเบอรี่ 6. รสพว่องมันเนย 7. นมถั่วเหลือง	1. รสส้ม 2. รสสละไซเคอร์ 3. รสลิ้นจี่ 4. รสเบอร์รี่รวม 5. รสโคล่า 6. รสมะนาว 7. รสสตอเบอรี่
6 รายการ	9 รายการ	7 รายการ	7 รายการ

(1) สายผลิตภัณฑ์ (Product line)

สายผลิตภัณฑ์ (Product line) หมายถึง กลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กันโดยมีกระบวนการผลิต และใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายเดียวกัน รวมถึงมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายประเภทเดียวกัน

ตัวอย่าง บริษัทดัชมิลล์ จำกัด ประกอบด้วย 4 สายผลิตภัณฑ์ คือ นมเปรี้ยว โยเกิร์ต นมสด-นมถั่วเหลือง และ ไอศกรีมหวานเย็น

(2) รายการผลิตภัณฑ์ (Product item)

รายการผลิตภัณฑ์ (Product item) หมายถึง กลุ่มรายการของผลิตภัณฑ์จะมีความแตกต่างกันในเรื่อง ขนาด ราคา คุณภาพ รูปแบบ และประกอบด้วยคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง

ตัวอย่าง บริษัทดัชมิลล์ จำกัด ประกอบด้วย นมเปรี้ยว มีจำนวน 6 รายการ โยเกิร์ต มีจำนวน 9 รายการ นมสด-นมถั่วเหลือง มีจำนวน 7 รายการ และ ไอศกรีมหวานเย็น มีจำนวน 7 รายการ

(3) ความกว้างของผลิตภัณฑ์ (Product width)

ความกว้างของผลิตภัณฑ์ (Product width) หมายถึง จำนวนสายผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกันในการผลิตและการจำหน่าย

ตัวอย่าง บริษัทดัชมิลล์ จำกัด ประกอบด้วย 4 สายผลิตภัณฑ์

(4) ความลึกของผลิตภัณฑ์ (Product depth)

ความลึกของผลิตภัณฑ์ (Product depth) หมายถึง จำนวนรายการผลิตภัณฑ์ หรือผลรวมของรายการผลิตภัณฑ์ในแต่ละสายผลิตภัณฑ์

ตัวอย่าง บริษัทดัชมิลล์ จำกัด ประกอบด้วย นมเปรี้ยว มีจำนวน 6 รายการ โยเกิร์ต มีจำนวน 9 รายการ นมสด-นมถั่วเหลือง มีจำนวน 7 รายการ และ ไอศกรีมหวานเย็น มีจำนวน 7 รายการ

(5) ความยาวของผลิตภัณฑ์ (Product length)

ความยาวของผลิตภัณฑ์ (Product length) หมายถึง รายการของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทดัชมิลล์ จำกัด หรือผลรวมของรายการผลิตภัณฑ์ในแต่ละสายผลิตภัณฑ์ ซึ่งความยาวของผลิตภัณฑ์ของบริษัทดัชมิลล์ จำกัด จะเท่ากับ $6+9+7+7=29$ รายการ

(6) ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์ (Product line consistency)

ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์ (Product line consistency) หมายถึง ความสัมพันธ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทดัชมิลล์ จำกัด ที่เกี่ยวข้องในด้านการผลิตวัตถุดิบ เครื่องจักร ช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงมีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตราสินค้า (Brand)

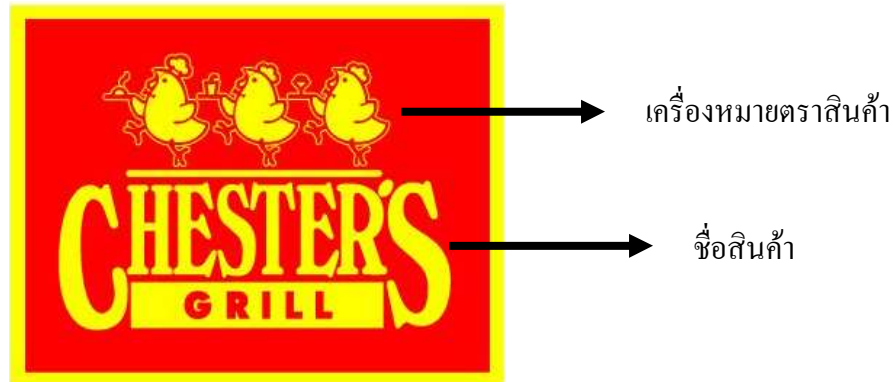
นักการตลาดที่มีความชำนาญมีทักษะก็คือ มีความสามารถในการสร้างและบริหารตราสินค้า ซึ่งตราสินค้าจะช่วยให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคระบุถึงสินค้า ประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้านั้น นอกจากนั้น ผู้ซื้อสามารถบอกลักษณะเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า รูปลักษณ์ของสินค้าในการซื้อแต่ละครั้ง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตราสินค้า (Brand) หมายถึง ชื่อ (name) คำ (term) เครื่องหมาย (sign) สัญลักษณ์ (symbol) หรือ รูปแบบ (design) หรือการรวมกันที่ระบุถึงสินค้าและบริการของผู้ขาย หรือกลุ่มผู้ขายที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง (Kotler and Gary, 2006 : 229)

ชื่อตราสินค้า (Brand Name) หมายถึง ส่วนหนึ่งของตราสินค้าที่สามารถอ่านออกเสียงได้ ได้แก่ คำ (Words) ตัวอักษร (Letters) และหรือ ตัวเลข (Numbers) ตัวอย่าง ได้แก่ อักษร CHESTER'S GRILL

เครื่องหมายตราสินค้า (Brand Mark) หมายถึง ส่วนหนึ่งของตราสินค้าไม่สามารถอ่านออกเสียงได้ โดยปรากฏในรูปสัญลักษณ์ (Symbol) การออกแบบ (Design) หรือเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะเด่นพิเศษ เช่น สี หรือลักษณะของตัวอักษร ตัวอย่าง ได้แก่ รูป (ลูกไก่)

เครื่องหมายการค้า (Trademark) หมายถึง ชื่อตราสินค้าที่ผู้ขายนำมาใช้และได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย ได้แก่ สัญลักษณ์รูป (ลูกไก่) ตัวอักษร CHESTER'S GRILL รวมถึงโลโก้ทั้งหมดของสินค้าซึ่งบริษัทผู้ผลิตสามารถใช้เพื่อการโฆษณา



ภาพที่ 3-9 แสดงภาพชื่อตราสินค้า เครื่องหมายตราสินค้า เครื่องหมายการค้า

ประเภทของตราสินค้า (Type of Brand)

ตราสินค้าสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ตราของผู้ผลิต (Manufacturer Brand) มีดังนี้

1.1 ตราเฉพาะ (Individual Brands) หมายถึง การใช้ชื่อตราสินค้าของบริษัทเดียวกันให้มีความแตกต่างกัน เช่น บริษัทยูนิลีเวอร์ ไทย เทคคิง จำกัด ผลิตสบู่ ใช้ชื่อตราสินค้าแตกต่างกัน ได้แก่ ลักซ์ โดฟ ยาสระผม ได้แก่ ชันซิล โดฟ เป็นต้น



ภาพที่ 3-10 แสดงภาพกลุ่มสินค้าตราเฉพาะ

1.2 ตราครอบครัว (Family Brand) หมายถึง การใช้ชื่อตราสินค้าของบริษัทเดียวกันกับผลิตภัณฑ์ทุกชนิดที่บริษัทฯ ผลิต เช่น บริษัท จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน เนสท์เล่



ภาพที่ 3-11 แสดงภาพกลุ่มสินค้าตราครอบครัว

1.3 ตราครอบครัวแยกกันสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่ม (Separate Family Names for Product) หมายถึง บริษัทฯ จะใช้ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่ม เช่น บริษัท เนสท์เล่ ใช้ตราสินค้าประเภทนม ได้แก่ ตรานม ใช้ตราสินค้าประเภทชอสปรุงรส ได้แก่ แม็กกี้ ใช้ตราสินค้าประเภทอาหารสุนัข ได้แก่ ALPO เป็นต้น

สินค้าประเภทนม

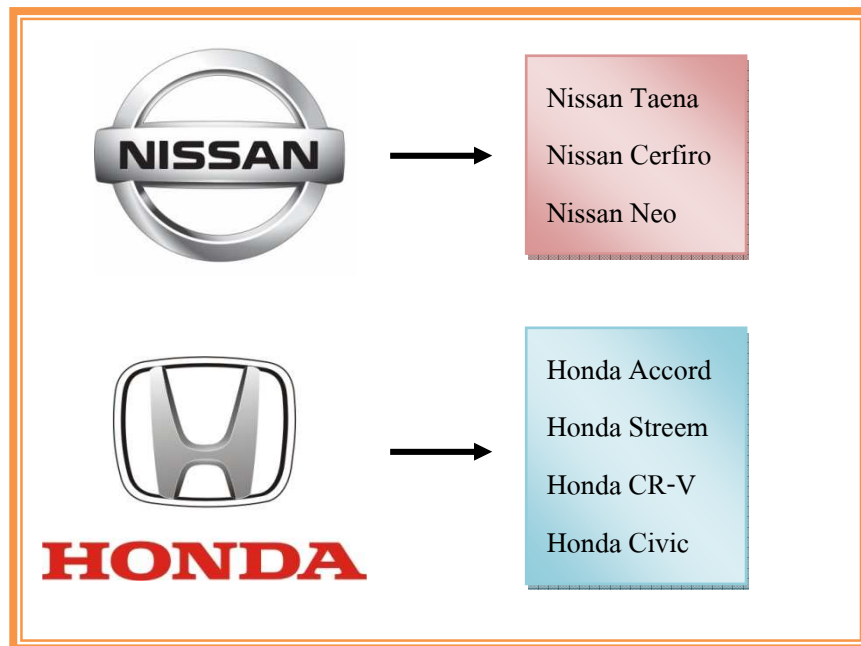
สินค้าประเภทชอสปรุงรส

สินค้าประเภทอาหารสุนัข



ภาพที่ 3-12 แสดงภาพกลุ่มสินค้าตราครอบครัวแยกกันสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่ม

1.4 การใช้ชื่อบริษัทร่วมกับชื่อเฉพาะของผลิตภัณฑ์ (Company Trade Name Combined with Individual Product Name) หมายถึง บริษัทใช้ชื่อบริษัทร่วมกับชื่อเฉพาะของผลิตภัณฑ์ เช่น บริษัท ฮอนด้า ใช้ชื่อบริษัท ร่วมกับชื่อเฉพาะรุ่นต่าง ๆ ได้แก่ Honda Accord Honda CR-V เป็นต้น



ภาพที่ 3-13 แสดงภาพกลุ่มสินค้าการใช้ชื่อบริษัทร่วมกับชื่อเฉพาะของผลิตภัณฑ์

2. **ตราของคนกลาง (Middleman's Brand)** หมายถึง คนกลาง ได้แก่ พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก ขนาดใหญ่ ที่จ้างบริษัทฯ ผลิตสินค้าให้กับคนกลาง โดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกจำหน่ายจะใช้ชื่อของคนกลาง เช่น แม็คโค ใช้ชื่อ อาโร เทสโก้โด้ตัส ใช้ชื่อ เทสโก้ บิ๊กซี ใช้ชื่อ ลีดเดอร์ไฟร์ เป็นต้น



ภาพที่ 3-14 แสดงภาพตราของคนกลาง

ป้ายฉลาก (Label)

ป้ายฉลาก (Label) หมายถึง ส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของผู้ขาย ป้ายฉลากอาจเป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ หรืออาจจะเป็นเป้าหมายที่เห็นได้ชัดเจน โดยติดอยู่กับบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

ประเภทของฉลาก แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. **ป้ายฉลากแสดงตราสินค้า (Brand Label)** หมายถึง ป้ายที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ เช่น ป้ายที่ติดอยู่กับขวดน้ำมันพืช
2. **ป้ายฉลากแสดงรายละเอียดของสินค้า (Descriptive Label)** หมายถึง ป้ายที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ วิธีการดูแลรักษา ประโยชน์ในการใช้งาน และหรือลักษณะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บนป้ายฉลากของกระป๋องบรรจุข้าวโพด ก็จะมีข้อมูลเกี่ยวกับประเภทข้าวโพด (ว่าเป็นข้าวโพดสวีททอง) มีรูปแบบเป็นครีม หรือเมล็ดข้าวโพด เป็นต้น
3. **ป้ายฉลากแสดงคุณภาพ (Grade Label)** หมายถึง ป้ายที่ระบุคุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้วยตัวอักษร ตัวเลข หรือคำ เช่น ปลากระป๋องอะซัม เป็นปลาสดเนื้อดี ที่มีคุณค่าทางสารอาหารครบถ้วน

การบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

การบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดของการออกแบบ การผลิตในรูปภาชนะ หรือสิ่งที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์

จุดมุ่งหมายและความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์ มีดังนี้

1. ช่วยปกป้องผลิตภัณฑ์ในการขนส่งไปยังผู้บริโภค โดยมีให้ผลิตภัณฑ์เสียหายระหว่างการขนส่ง
2. เมื่อผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์หลาย ๆ รายการ การบรรจุภัณฑ์จะช่วยรวมผลิตภัณฑ์เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อความสะดวกในการขนส่ง โดยมีให้ผลิตภัณฑ์นั้นสูญหาย เช่น บรรจุในกล่อง/ลัง เป็นต้น
3. ทำให้ได้รับการยอมรับจากคนกลาง (พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก) โดยที่ขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม มีความสวยงาม และวางอยู่บนชั้นในร้านที่มีลักษณะโดดเด่น จะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นขายได้ง่ายขึ้น

ลักษณะของการบรรจุภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ

1. การบรรจุภัณฑ์ขั้นแรก (Primary Packaging) หมายถึง สิ่งห่อหุ้มที่ติดอยู่กับตัวผลิตภัณฑ์ โดยทำหน้าที่ช่วยปกป้องผลิตภัณฑ์มิให้เกิดความเสียหาย เช่น หลอดยาสีฟัน ขวดน้ำหอม หลอดครีมบำรุงผิว เป็นต้น



ภาพที่ 3-15 แสดงภาพบรรจุภัณฑ์ขั้นแรก

2. การบรรจุภัณฑ์ขั้นที่สอง (Secondary Packaging) หมายถึง สิ่งห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ที่ัดออกมาอีกชั้นหนึ่ง เช่น กล่องยาสีฟัน กล่องน้ำหอม กล่องครีมบำรุงผิว กระดาษห่อสบู่ เป็นต้น



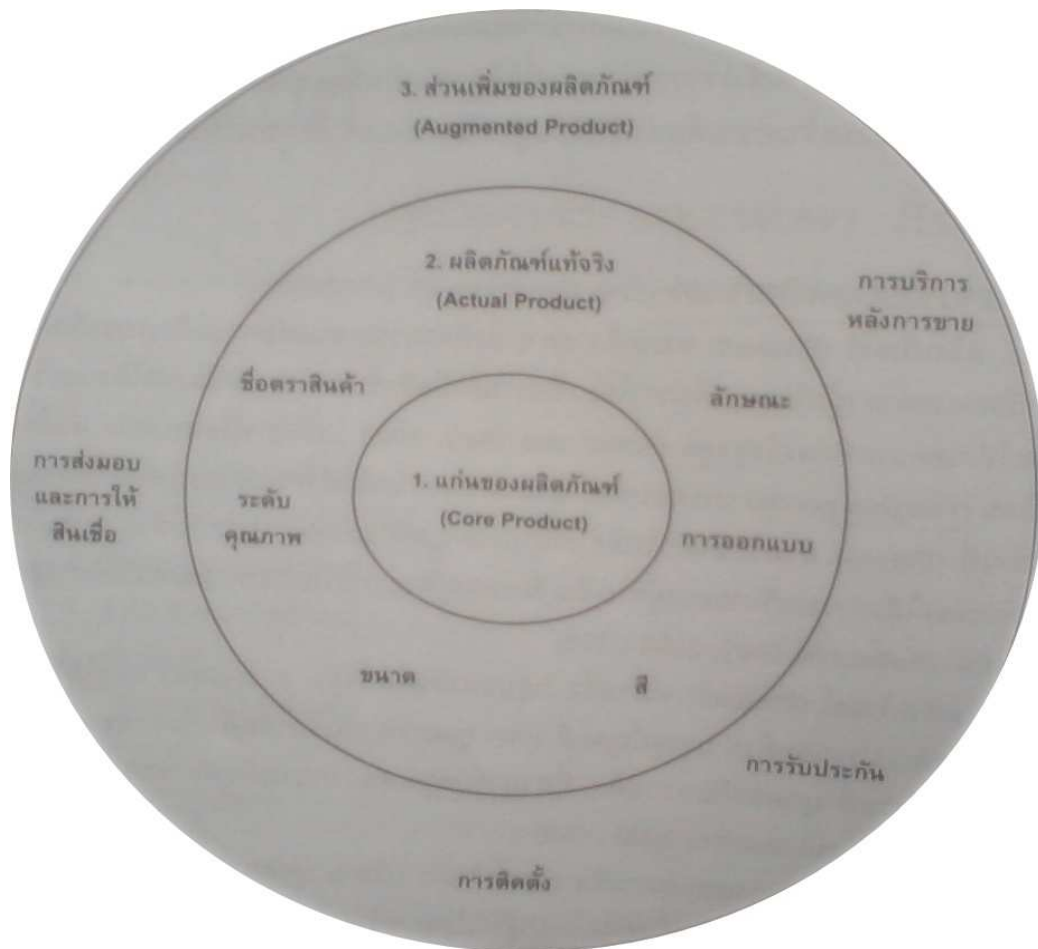
ภาพที่ 3-16 แสดงภาพบรรจุภัณฑ์ขั้นที่สอง

3. การบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping packaging) หมายถึง การบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการขนส่ง เพื่อมิให้ผลิตภัณฑ์ชำรุด เสียหาย ระหว่างการขนส่ง เช่น กล่อง ลัง เป็นต้น



ภาพที่ 3-17 แสดงภาพบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component)



ภาพที่ 3-18 แสดงภาพองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component)

จากภาพ 3-18 สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. แก่นของผลิตภัณฑ์ (Core Product) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติการ และประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะได้รับโดยตรงจากการซื้อสินค้า เช่น พัดลม ให้ความเย็น ร่ม ใช้กันแดดกันฝน อาหารทำให้อิ่มท้อง ลิฟต์ ทำให้สะดวกสบาย เป็นต้น

2. ผลิตภัณฑ์แท้จริง (Actual Product) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสของมนุษย์ ตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์ที่แท้จริงของรถยนต์มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ลักษณะ (Features) ได้แก่ ลักษณะของรถยนต์ เช่น รถเก๋ง รถกระบะ รถตู้ รถบรรทุก เป็นต้น

2.2 การออกแบบ (Design) ได้แก่ รูปลักษณ์ของรถยนต์ จะมีความแตกต่างกัน เช่น ไฟหน้ารถ กระจกข้าง กันชน ฯลฯ เป็นต้น

2.3 สี (Color) ได้แก่ สีของรถยนต์ เช่น สีแดง สีขาว สีดำ สีน้ำเงิน ฯลฯ เป็นต้น

2.4 ขนาด (Size) ได้แก่ ขนาดของเครื่องยนต์ เช่น 1,300 ซี.ซี. 1,600 ซี.ซี.

2.5 ระดับคุณภาพ (Quality level) ได้แก่ ความคงทน สมรรถนะของเครื่องยนต์

2.6 ชื่อตราสินค้า (Brand name) ได้แก่ ชื่อตราสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ว่าเป็นตราสินค้าของบริษัทใด เช่น Benz Toyota Ford Isuzu Nissan ฯลฯ เป็นต้น

3. ส่วนเพิ่มของผลิตภัณฑ์ (Augmented Product) หมายถึง ประโยชน์และบริการที่ผู้บริโภคได้มาจากการซื้อสินค้านั้น ตัวอย่าง ซ็อร์รถยนต์ ซึ่งผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์จากการซื้อรถยนต์ ดังนี้

3.1 การบริการหลังการขาย (After sales services) หมายถึง การที่ผู้บริโภคได้รับบริการหลังการขาย เมื่อมีข้อบกพร่องซ็อร์รถยนต์ เช่น บริการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ทุก ๆ 5,000 ก.ม.

3.2 การรับประกัน (Warranty) หมายถึง การที่บริษัทรับประกันให้แก่ผู้บริโภค หรือผู้ซื้อเนื่องจากเป็นข้อบกพร่องซึ่งเกิดจากบริษัทผู้ผลิต เช่น บริษัท Goodyear เรียกเก็บยางรถยนต์ที่เสื่อมคุณภาพ และผลิตไม่ได้มาตรฐาน กลับคืนเข้าบริษัท เป็นต้น

3.3 การติดตั้ง (Installation) หมายถึง การให้บริการติดตั้งผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้มาจากการซื้อสินค้า เช่น ผู้บริโภคซื้อเครื่องทำน้ำอุ่น บริษัทจะไปทำการติดตั้งให้ฟรี โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

3.4 การส่งมอบ (Delivery) หมายถึง การส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปให้ผู้บริโภค หรือผู้ซื้อถึงบ้าน เช่น ส่งรถยนต์ไปให้ผู้ซื้อถึงบ้าน

3.5 การให้สินเชื่อ (Credit) หมายถึง เป็นการให้บริการสินเชื่อแก่ผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ โดยให้ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ได้ ตามสัญญาข้อตกลง เช่น ให้ผ่อนชำระ 24 งวด หรือ 36 งวด เป็นต้น

ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นอย่างมากในการช่วยให้ขายสินค้านั้นได้และพนักงานขายทุกคนจะต้องศึกษาถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี เพราะการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าแต่ละครั้งจะตัดสินใจจากประโยชน์ที่จะได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นว่าได้ประโยชน์มากพอกับจำนวนเงินที่ได้จ่ายไปหรือไม่ถ้าลูกค้าเห็นว่าการจ่ายเงินในการซื้อผลิตภัณฑ์คุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับจะทำให้พนักงานขายสามารถขายผลิตภัณฑ์นั้นได้และการซื้อขายก็จะเกิดจากความเต็มใจของลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดังนั้นการที่พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก็จะมีประโยชน์ดังนี้

1. เพื่อนำเสนอต่อลูกค้า การซื้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้งการตัดสินใจซื้อสินค้าลูกค้าขึ้นอยู่กับความคุ้มค่าที่ลูกค้าจะได้รับหากพนักงานขายได้ให้ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าพนักงานขายก็จะนำเสนอสิ่งที่ดีและประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับทำให้ลูกค้าสามารถพิจารณา

ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของสินค้าที่ได้รับจากพนักงานขายไปพิจารณาว่าคุ้มค่าพอที่จะตัดสินใจซื้อหรือไม่ ดังนั้นการนำเสนอเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้าจำเป็นมากที่สุด

2. เพื่อให้เกิดความรักในงานอาชีพขาย การที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าเป็นสิ่งที่พนักงานขายมีความรู้สึกที่ดีกว่าสินค้าที่ตนเองขายนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งทำให้พนักงานขายมีความภูมิใจและรักในอาชีพขายซึ่งผล

ที่จะได้รับต่อไปก็คือ ความสุขในอาชีพและผลตอบแทนที่จะเป็นรายได้สำหรับผู้ประกอบอาชีพการขาย

3. เพื่อใช้ต่อสู้กับคู่แข่งการขายคือการแข่งขันดังนั้นพนักงานขายจะต้องเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับการต่อสู้กับคู่แข่งเพราะการที่พนักงานขายจะขายสินค้าชนะคู่แข่งได้ก็ต้องเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดีเพื่อใช้ในการเสนอขายสินค้า

4. เพื่อสร้างความมั่นใจ การที่พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าจะช่วยให้พนักงานขายมีความเชื่อมั่นและจะเพิ่มความมั่นใจในการทำหน้าที่การขายสินค้าหรือบริการที่ตนเองรับผิดชอบโดยการเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าเริ่มต้นตั้งแต่การผลิตไปจนถึงวิธีการใช้ การบำรุงดูแลรักษาเป็นอย่างดีทำให้พนักงานขายมีความพร้อมมั่นใจในการนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้าด้วยความมั่นใจในตัวสินค้าโดยไม่กลัวต่อคำโต้แย้งที่จะได้รับจากลูกค้าซึ่งมีผลทำให้การขายมีความสำเร็จ

5. สามารถทำให้การทำงานมีความสุขกับงานขาย การที่พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ตนเองขายเป็นอย่างดีมีความสุขและสนุกเนื่องจากการพบลูกค้าแต่ละครั้งก็จะสามารถตอบคำถามลูกค้าได้ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและตัดสินใจซื้อสินค้าทุกครั้ง มีผลทำให้พนักงานขายมีความสุขในการทำงาน

6. ช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของสังคม ซึ่งในปัจจุบันสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาซึ่งลูกค้าที่อยู่ในสังคมนั้นจะเกิดการเรียนรู้ความเป็นอยู่ในสังคมรวมถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าว่าสินค้าใดมีประโยชน์มากสำหรับการยกระดับของชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมพนักงานขายจำเป็นจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการเพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าและสิ่งที่ดีที่สุดกับความเป็นอยู่ในสังคมปัจจุบัน

7. เพื่อใช้ในการตอบคำถามของลูกค้า สำหรับพนักงานขายที่ประกอบอาชีพการขายนั้นจะต้องเตรียมตัวเสนอขายสินค้าแต่ละครั้งจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีเนื่องจากการเสนอขายสินค้าลูกค้าจะต้องมีการถามคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ซึ่งพนักงานขายก็สามารถตอบคำถามของลูกค้าได้ถ้าพนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการเป็นอย่างดี

8. เพื่อความก้าวหน้าในอาชีพขาย พนักงานขายจะได้รับการยอมรับจากลูกค้าก็ต่อเมื่อพนักงานขายสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการกับลูกค้าได้เป็นอย่างดีพนักงานขายก็จะได้รับผลตอบแทนในการทำงานทำให้มีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานขายประสบความสำเร็จและมีความก้าวหน้าในอาชีพขาย โอกาสที่พนักงานขายก็จะได้เลื่อนตำแหน่งหน้าที่การงานเพิ่มมากขึ้น

9. ช่วยแก้ปัญหาของลูกค้าโดยการจัดสรรสินค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า พนักงานขายที่มีความสามารถและมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการสามารถจะนำความรู้นั้นไปใช้ประโยชน์โดยการช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าและลูกค้าได้รับสินค้าตรงกับความต้องการ

ตัวอย่างประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

พนักงานขายจะสามารถรับรู้รายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าจะช่วยให้สามารถหาข้อดีเด่นด้านต่าง ๆ ของสินค้ามาเป็นจุดขายที่ดีได้ และสามารถเปรียบเทียบความแตกต่างกับสินค้าคู่แข่งทั้งข้อได้เปรียบและเสียเปรียบ ซึ่งจะเป็ประโยชน์ในการเสนอขายได้เป็นอย่างดี

ในการขายสินค้า พนักงานขายต้องจำไว้ว่าอย่างหนึ่งว่า ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพราะ ประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าประเภทต่าง ๆ แต่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวสินค้าหรือประโยชน์ของสินค้า เช่น



ภาพที่ 3-19 แสดงภาพเครื่องดูดฝุ่น

เครื่องดูดฝุ่นใช้มอเตอร์ที่มีความเร็วสูง (คุณสมบัติ) จึงสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วเป็นสองเท่า (ประโยชน์ของสินค้า) โดยใช้แรงงานน้อยกว่า (ประโยชน์ของสินค้า) สามารถประหยัดเวลาในการทำมาสะอาดได้ถึง 15 – 30 นาที (ประโยชน์ของผู้บริโภค) ช่วยให้เหนื่อยน้อยลง (ประโยชน์ของผู้บริโภค) ”

นอกจากนี้ พนักงานขายควรรู้ว่ากิจการมีบริการหลังการขายอย่างไร การรับประกันหลังการขาย ศูนย์บริการอยู่ที่ใด ขึ้นส่วนอะไหล่หาง่ายหรือไม่

สินค้าที่เกี่ยวข้อง พนักงานขายก็ต้องศึกษาและให้คำแนะนำลูกค้าได้ เช่น ขายรถยนต์ก็ต้องมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องยนต์ของรถ รู้วิธีการดูแลรักษา อุปกรณ์ตกแต่ง บริษัทประกัน แหล่งเงินกู้ซื้อ เป็นต้น

สินค้าที่เป็นสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) ของกิจการ พนักงานขายต้องรู้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า เพราะลูกค้าอาจต้องการซื้อสินค้าอย่างอื่นของบริษัทด้วย เป็นการช่วยเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น เช่น พนักงานขายอาหารไก่ตามฟาร์มไก่ ก็ควรที่จะให้มีความรู้ ว่ากิจการจากขายอาหารไก่แล้วยังมีการขายผลิตภัณฑ์จากไก่ เช่น เนื้อไก่สด ลูกชิ้นไก่ ไส้กรอกไก่ เป็นเพราะเจ้าของฟาร์ม

ต้องการซื้อสินค้าเหล่านี้ เพราะจะเปิดร้านขายอาหาร เป็นต้น การรู้จักสินค้าจะช่วยให้พนักงานขายสามารถเชื่อมโยงคุณสมบัติและประโยชน์ของสินค้า กับประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการจากสินค้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งจะนำไปสู่การซื้อสินค้าที่หลากหลาย

ตัวอย่างสินค้าที่เป็นสายผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 3-20 แสดงภาพสินค้าที่เป็นสายผลิตภัณฑ์

แหล่งความรู้เกี่ยวกับสินค้า

1. พนักงานขายควรที่จะไปศึกษาดูงานโรงงานผู้ผลิต เพื่อจะได้ทราบถึงการที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต เพื่อจะได้้นำประสบการณ์จริงมาเล่าให้ลูกค้าฟังได้อย่างมั่นใจ เนื่องจากพนักงานขายได้ไปศึกษามาจากแหล่งความรู้และแหล่งผลิตของสินค้าอย่างแท้จริง



ภาพที่ 3-21 แสดงภาพพนักงานขายศึกษาดูงาน

2. คู่มือขายเป็นเอกสาร ที่กิจการจัดทำขึ้น ซึ่งจะบอกรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติของกิจการ ประวัติของผู้บริหาร รายละเอียดของสินค้าทุกประเภท มีภาพประกอบสวยงาม ผลประโยชน์ของพนักงานขาย และวิธีติดต่อกับบริษัทซึ่งลูกค้าสามารถศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าจากคู่มือขายเป็นอย่างดี

3. เพิ่มขาย จัดทำขึ้นเพื่อช่วยในการเสนอขายสินค้าของพนักงานขายกับลูกค้า เป็นรูปภาพเกี่ยวกับสินค้า บอกราคาขาย รางวัลที่กิจการได้รับ ใบรับรองคุณภาพ ใบสั่งซื้อ เป็นเอกสารที่กิจการจัดทำขึ้นเพื่อให้พนักงานขายไว้ศึกษาสำหรับการเสนอขายสินค้าให้กับลูกค้า

4. การฝึกอบรมพนักงานขาย ก่อนเริ่มดำเนินงาน กิจการจะฝึกอบรมพนักงานขายให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับสินค้า กิจการ วิธีดำเนินการขาย เพื่อให้พนักงานขายจะได้มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า



ภาพที่ 3-22 แสดงภาพพนักงานขายควรได้รับการฝึกอบรม

5. ทักษะวัสดุช่วยศึกษาพนักงานขายมีสื่อที่สามารถช่วยในการเสนอขายสินค้า เช่น วีดีโอ ซีดี เทป สิ่งเหล่านี้เป็นแหล่งความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ช่วยให้พนักงานขายสามารถได้ศึกษาเกี่ยวกับสินค้าเพิ่มเติมได้มากขึ้น

6. ประโยชน์ของสินค้า และการเก็บดูแลรักษา พนักงานขายต้องรู้และศึกษาให้ได้ เพื่อตอบคำถามของลูกค้า

7. คู่แข่งขัน พนักงานขายต้องศึกษาสินค้าของคู่แข่ง เพื่อหาข้อเปรียบเทียบและตอบคำถามของลูกค้าได้ว่า สินค้าของผู้ผลิตดีกว่าอย่างไร แต่ทั้งนี้ ต้องไม่โจมตีสินค้าคู่แข่งเป็นอันขาด เพราะถือเป็นผิดจรรยาบรรณอย่างหนึ่ง

สรุป

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง กลุ่มของสิ่งที่มีตัวตน และไม่มีตัวตน ประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ และตราสินค้า ซึ่งอาจจะเป็นสินค้าบริการ สถานที่ บุคคลหรือความคิดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ โดยมีองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์อยู่ 3 ระดับ ดังนี้ 1. แก่นของผลิตภัณฑ์ 2. ผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง 3. ส่วนเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ป้ายฉลาก เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือผู้ขาย ป้ายฉลาก อาจเป็นส่วนหนึ่งของการบรรจุหีบห่อ ป้ายฉลาก แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1. ป้ายฉลากแสดงตราสินค้า 2. ป้ายฉลากแสดงคุณภาพ 3.

ป้ายฉลากแสดงรายละเอียดของสินค้า การบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในการออกแบบ และการผลิตสิ่งบรรจุภัณฑ์ หรือสิ่งห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ ลักษณะของการบรรจุภัณฑ์มี 3 ลักษณะคือ 1. การบรรจุภัณฑ์ขั้นแรก 2. การบรรจุภัณฑ์ขั้นที่สอง 3. การบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง

ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ หมายถึง กลุ่มของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดขององค์กรที่นำเสนอขายให้ ถูกค้าในตลาดเดียว ประกอบด้วย 6 ส่วน ดังนี้ 1 สายผลิตภัณฑ์ 2 รายการผลิตภัณฑ์ 3 ความกว้าง ของผลิตภัณฑ์ 4 ความลึกของผลิตภัณฑ์ 5 ความยาวของผลิตภัณฑ์ และ 6 ความสอดคล้องของ ผลิตภัณฑ์

คำศัพท์ท้ายบท

Product	ผลิตภัณฑ์
Raw Material	วัตถุดิบ
Product Details	รายละเอียดของผลิตภัณฑ์
Consumer Goods	สินค้าอุปโภคบริโภค
Industrial Goods	สินค้าอุตสาหกรรม
Convenience Goods	สินค้าสะดวกซื้อ
Shopping Goods	สินค้าเปรียบเทียบซื้อ
Specialty Goods	สินค้าเจาะจงซื้อ
Unsought Goods	สินค้าไม่แสวงซื้อ
Material and Parts	วัตถุดิบและชิ้นส่วน
Capital Goods	สินค้าทุน
Supplies and Service	วัสดุใช้สอยและบริการ
Product Mix	ส่วนประสมผลิตภัณฑ์
Product line	สายผลิตภัณฑ์
Product item	รายการผลิตภัณฑ์
Product width	ความกว้างของผลิตภัณฑ์
Product depth	ความลึกของผลิตภัณฑ์
Product length	ความยาวของผลิตภัณฑ์
Product line consistency	ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์
Product Component	องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
Core Product	แก่นของผลิตภัณฑ์
Actual Product	ผลิตภัณฑ์แท้จริง
Features	ลักษณะ
Augmented Product	ส่วนเพิ่มของผลิตภัณฑ์
After sales services	การบริการหลังการขาย
Warranty	การรับประกัน
Installation	การติดตั้ง
Delivery	การส่งมอบ
Design	การออกแบบ

แบบฝึกหัด

1. จงบอกสินค้าตามหัวข้อ ว่าแต่ละประเภทมีอะไรบ้างประเภทละ3 อย่าง

- | | |
|----------------------|---------------------------|
| (1) สินค้าสะดวกซื้อ | (2) สินค้าเปรียบเทียบซื้อ |
| (3) สินค้าเจาะจงซื้อ | (4) สินค้าไม่แสวงซื้อ |

2. ให้นักเรียนบันทึกความเสียหายของสินค้าชนิดต่าง ๆ จำนวน 5 ชนิด ที่ใช้อยู่เป็นประจำ โดยการให้เหตุผลว่า เมื่อผลิตภัณฑ์เหล่านั้น เมื่อนำออกมาจากภาชนะบรรจุที่บรรจุไว้ และทิ้งไว้เป็นเวลานานจะเกิดความเสียหาย หรือไม่ เพราะเหตุใด

ตารางที่ 1 การเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์เมื่ออยู่นอกภาชนะบรรจุ

ชนิดของสินค้า	อยู่ในภาชนะบรรจุ	นำออกมาจากภาชนะบรรจุ	เมื่อทิ้งไว้เป็นเวลานาน
1. ปลากระป๋อง	กระป๋องโลหะที่ปิดสนิท	เปิดกระป๋องทิ้งไว้	
2. ผักกาดกระป๋อง	กระป๋องโลหะที่ปิดสนิท	เปิดกระป๋องทิ้งไว้	
3. มันฝรั่งทอดกรอบ	กระป๋องกระดาษและฟรอยด์ที่ปิดสนิท	เปิดกระป๋องทิ้งไว้	
4. เครื่องดื่มรสชา	ขวดแก้วที่ปิดฝาจีบสนิท	เปิดขวดทิ้งไว้	
5. นมกล่อง	กล่องกระดาษลามิเนต	เปิดกล่องทิ้งไว้	

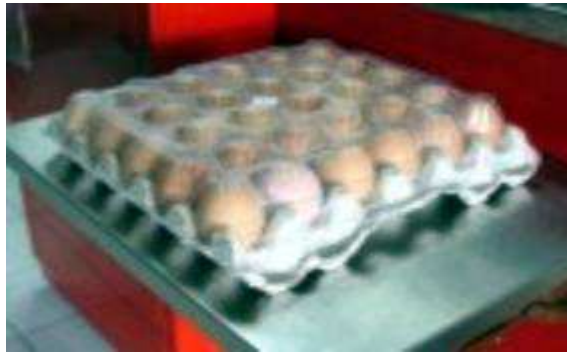
3. ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้

3.1 กลิ่นหอมของชา หรือกาแฟจะลดลงหรือไม่ ถ้าเปิดขวดบรรจุ หรือภาชนะบรรจุทิ้งไว้นาน ๆ

3.2 การซื้อไข่ไก่คราวละ 1-2 โหล กลับบ้านร้านค้าส่วนมากมักใช้ภาชนะบรรจุอย่างไร

3.3 บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์อย่างไร

4. ให้นักเรียนดูภาพต่อไปนี้แล้วอภิปรายในหัวข้อที่กำหนดให้ต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แสดงภาพไข่สดแพ็คเกจพลาสติก

- 1.1 เมื่อถึงผลิตภัณฑ์ไว้นาน ๆ ดังในภาพ คุณภาพของตัวสินค้าจะเป็นอย่างไร
- 1.2 ความสะดวกสบายในการขนส่ง เหมาะสมหรือไม่
- 1.3 เมื่อเห็นฉลากบนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นสินค้าชนิดเดียวกันนำมาเปรียบเทียบกัน ท่านจะเลือกซื้อฉลากด้านซ้าย หรือทางด้านขวามือของท่าน เพราะอะไร



ภาพที่ 2 แสดงภาพฉลากบรรจุภัณฑ์บิสมีโรตี

แบบทดสอบหลังการเรียนรู้

คำสั่ง จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. นักเรียนมีความรู้มากน้อยแค่ไหนในเรื่องผลิตภัณฑ์ และสามารถนำความรู้ที่ได้รับนั้นไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันอย่างไร จงอธิบายมาโดยละเอียด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. นักเรียนได้รับประโยชน์จากการออกแบบผลิตภัณฑ์ อย่างไรบ้าง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้หรือไม่ อย่างไร อธิบายอย่างละเอียด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

[illegible]

บรรณานุกรม

“ ความหมาย ความสำคัญ และลักษณะของการบรรจุภัณฑ์” . (2547-2554) . (ออนไลน์) .

เข้าถึงได้จาก <http://www.crnfe.ac.th/packaging/unit1.htm>

“ ความรู้เกี่ยวกับสินค้า” . (2554) . (ออนไลน์) . เข้าถึงได้จาก

http://www.praveetelearning.com/elearning_content.php?subject_id=1&chapter_id=9

“ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์” . (ม.ป.ป.) . (ออนไลน์) . เข้าถึงได้จาก

http://nenfe.nfe.go.th/elearning/courses/67/chap6_1.htm

“ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์” . (2554) . (ออนไลน์) . เข้าถึงได้จาก

<http://mit.pbru.ac.th/knowledge/>

[index.php?option=com_content&view=article&id=41&Itemid=36](http://mit.pbru.ac.th/knowledge/index.php?option=com_content&view=article&id=41&Itemid=36)

“ ความหมาย ความสำคัญ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์” . (2555) . (ออนไลน์) . เข้าถึงได้จาก

<http://writer.dek-d.com/yupparaj22/story/view.php?id=788743>

“ผลิตภัณฑ์ คืออะไร” . (ม.ป.ป.) . (ออนไลน์) . เข้าถึงได้จาก

<http://classroom.hu.ac.th/courseware/marketing/index23.html>

“รายละเอียดของผลิตภัณฑ์” . (2550-2555) . (ออนไลน์) . เข้าถึงได้จาก

<http://www.akesteel.com/index.php?mo=28&id=368>

“รายละเอียดสินค้า” . (2555) . (ออนไลน์) . เข้าถึงได้จาก

<http://www.japin.co.th/index.php?option=com>

[_content&view=article&id=37&Itemid=17&limitstart=1222](http://www.japin.co.th/index.php?option=com_content&view=article&id=37&Itemid=17&limitstart=1222)

คณาจารย์สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

หลักการตลาด. บริษัท ธนาเพรศ จำกัด, 2550.

**แบบประเมินผลประจำหน่วยการเรียนรู้/
แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้**

ชื่อ.....เลขที่.....ชั้น ปวช.....ห้อง.....

รายการประเมิน	ระดับคะแนน			
	4	3	2	1
1. เกณฑ์ประเมินผลการปฏิบัติกิจกรรม 1. ความร่วมมือในการปฏิบัติกิจกรรม 2. ความสะอาดเรียบร้อยของผลงาน 3. วิธีการนำเสนอข้อมูลหน้าชั้นเรียนของกลุ่ม 4. ความถูกต้องของเนื้อหาในการนำเสนอ				
คะแนนรวม				
2. เกณฑ์ประเมินคุณธรรมและจริยธรรม 1.การทำงานร่วมกับผู้อื่น 2. การตรงต่อเวลา 3. แต่งกายถูกต้องตามระเบียบ 4. ความตั้งใจในการปฏิบัติงาน 5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมการรักษาความสะอาด				
คะแนนรวม				

เกณฑ์การวัดการประเมิน

คะแนน	0-10	ต้องปรับปรุง	คะแนน	11-14	พอใช้
คะแนน	5-17	ดี	คะแนน	18-20	ดีมาก

เกณฑ์การตัดสินคะแนน 11-20 คะแนน ถือว่าผ่าน

ผลการประเมินการปฏิบัติงาน

ผ่าน	ไม่ผ่าน

ผลการประเมินพฤติกรรม

ผ่าน	ไม่ผ่าน

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน
(.....)

หมายเหตุ ผู้เรียนต้องผ่านการประเมินทั้ง 2 ด้านจึงถือว่าผ่าน

