

# ความเบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด และแนวคิดการจัดการตลาด

## ความหมายของการตลาด

การตลาดเป็นกระบวนการวางแผนและการบริหารแนวความคิด ราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่ายเกี่ยวกับความคิด สินค้าและบริการเพื่อสร้างสรรค์ และเปลี่ยนให้เกิดความพึงพอใจและองค์การบรรลุวัตถุประสงค์

การตลาดเป็นกระบวนการที่บริษัทสร้างสรรค์คุณค่าสำหรับลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นกับลูกค้า เพื่อให้มีการสั่งซื้อและซื้อซ้ำจากลูกค้า

## ความหมายของการตลาด

การตลาดเป็นกิจกรรม กลุ่มของสถาบันและกระบวนการสร้างสรรค์ การสื่อสาร การส่งมอบและการแลกเปลี่ยนข้อเสนอที่มีคุณค่าสำหรับลูกค้าลูกค้าประจำ คู่ค้า และสังคม (American Marketing Association [AMA], 2011)

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สามารถกล่าวสรุปได้ว่า

1. บริษัทหรือองค์กรมีข้อเสนอต่าง ๆ แก่ลูกค้า

2. การตลาดเริ่มต้นจากความจำเป็น และความต้องการ  
ของลูกค้า

3. การตลาดเป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

4. การสร้างความสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของ  
ลูกค้า และซื้อซ้ำ

## ความสำคัญของการตลาด

1. การตลาดมีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของทุกคนในสังคม
2. การตลาดช่วยให้บุคคลมีอาชีพ
3. การตลาดทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ของสินค้าและบริการ
4. การตลาดช่วยให้บริษัทสามารถแสดงศักยภาพของตนเอง
5. แนวคิดการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงตามสิ่งแวดล้อม

## กระบวนการทางการตลาด

1. การเข้าใจความต้องการของตลาด
2. การออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่เน้นลูกค้า
3. โปรแกรมการตลาดแบบบูรณาการ
4. สร้างความสัมพันธ์และความพึงพอใจ
5. การรับรู้คุณค่าจากลูกค้าสร้างผลกำไรให้องค์กร

## การเข้าใจความต้องการของตลาด

1. ความจำเป็น ความต้องการ และอุปสงค์ของลูกค้า
2. ข้อเสนอทางการตลาด
3. คุณค่าและความพึงพอใจของลูกค้า
4. การแลกเปลี่ยนและความสัมพันธ์
5. ตลาด

## การออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่เน้นลูกค้า

1. การเลือกกลุ่มลูกค้า
2. การเลือกคุณค่าให้ลูกค้า
3. จัดการส่วนประสมการตลาด

## การวิเคราะห์

โอกาสทาง  
การตลาด



## การวางแผน

วัตถุประสงค์  
ของบริษัท



กลยุทธ์  
การตลาด



โปรแกรม  
การตลาด



## การดำเนินงาน

การจัด  
องค์กร



การดำเนิน  
ตามแผน



## การควบคุม

การควบคุม



## แนวคิดการจัดการตลาด

1. แนวคิดด้านการผลิต
2. แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์
3. แนวคิดด้านการขาย
4. แนวคิดด้านการตลาด
5. แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม

# โปรแกรมการตลาดแบบบูรณาการ

การใช้ส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมกับ  
ตลาดกลุ่มเป้าหมาย

## สร้างความสัมพันธ์และความพึงพอใจ

การตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าเพื่อให้เกิด  
ความพึงพอใจเพื่อการซื้อซ้ำ และบอกต่อ

## การรับรู้คุณค่าจากลูกค้าสร้างผลกำไรให้องค์กร

1. การสร้างความจงรักภักดี และรักษาลูกค้าเดิม
2. ส่วนแบ่งลูกค้าเพิ่มขึ้น
3. การสร้างมูลค่าลูกค้า

# สถานการณ์การตลาดยุคใหม่

1. การเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมทางการตลาด
2. ยุคดิจิทัล
3. การตลาดอย่างยั่งยืน