

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

สภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ประกอบด้วยปัจจัยภายในและภายนอก ซึ่งอาจจะเป็นการสร้างโอกาสหรือ  
ข้อได้เปรียบ และข้อจำกัดหรือสร้างปัญหาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา

การวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อหาโอกาสทางการตลาด เป็นงานขั้นตอนแรกของการบริหารการตลาด ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์นำไปใช้ในการวางแผน และปฏิบัติการทางการตลาด โอกาสทางการตลาด (marketing opportunities) หรือทำที่ความเป็นไปได้ของความน่าสำเร็จในการเสนอสินค้าหรือบริการอย่างหนึ่ง สู่ตลาดภายใต้สภาพแวดล้อมหนึ่งของบริษัทหนึ่ง

การวิเคราะห์สถานการณ์เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก หรือสภาพแวดล้อมจุลภาคและมหภาค เพื่อหาโอกาสการตลาดหรือความเป็นไปได้ของความน่าสำเร็จในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ของบริษัท โอกาสทางการตลาดจะแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น ตัวอย่างเช่น ในภาวะเศรษฐกิจเจริญรุ่งเรือง โอกาสในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีมากขึ้น จึงขยายสายผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ โอกาสขายของบริษัทลดต่ำลง จึงระงับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือในสภาพการแข่งขันทางการตลาดสูง โอกาสสร้างยอดขายของบริษัทลดต่ำลง จึงจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง เป็นต้น

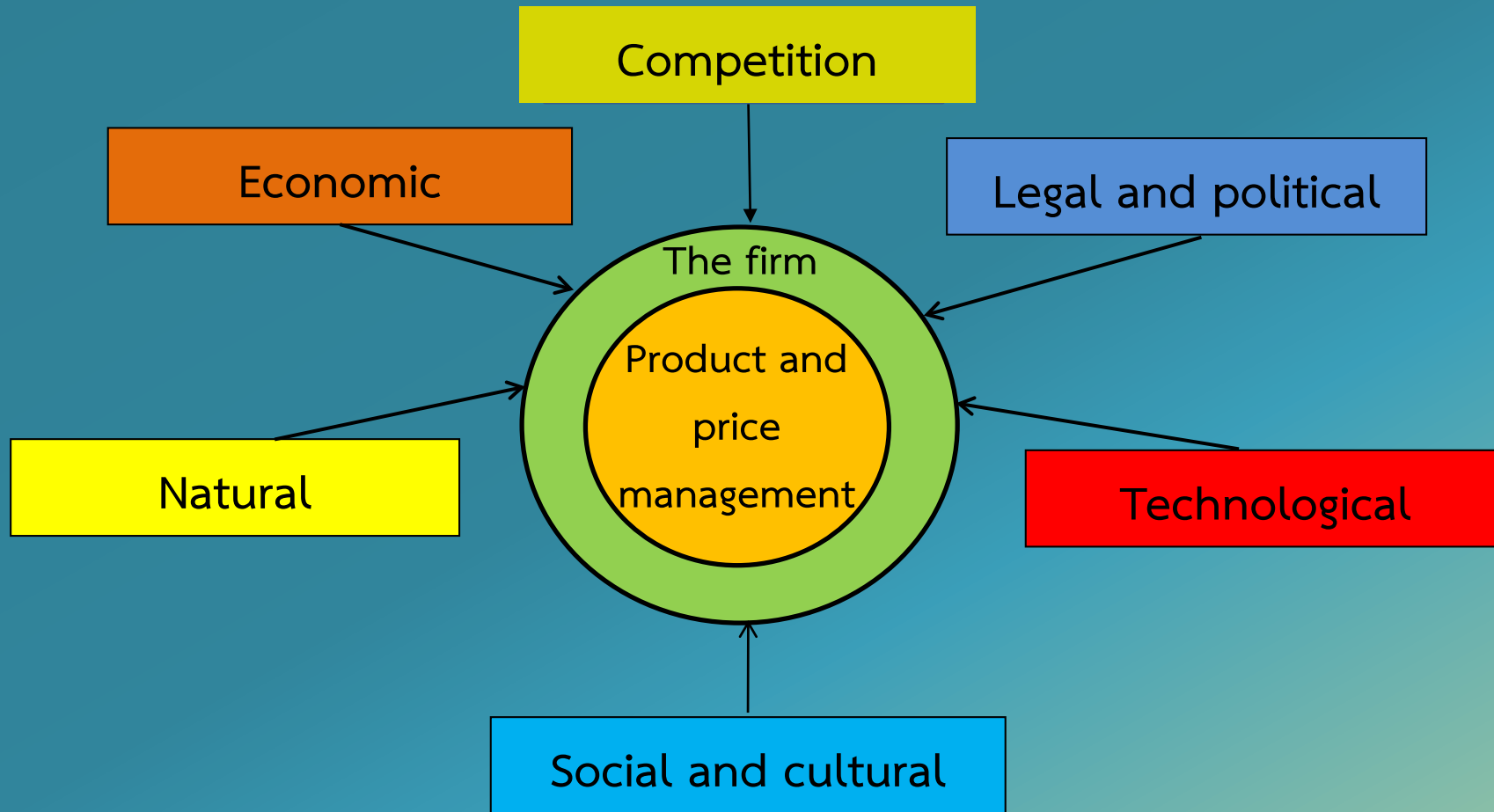
# ผลกระทบของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการจัดการ ผลิตภัณฑ์และราคา

1. สภาพแวดล้อมมีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์และโปรแกรมการปฏิบัติด้านการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา
2. สภาพแวดล้อมผันแปรและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวในการดำเนินการกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา

3. การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมส่งผลต่อการสร้างโอกาสทางการตลาด  
เพื่อขายผลิตภัณฑ์

4. การผันแปรของสภาพแวดล้อมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโปรแกรมหรือ  
กิจกรรมทางการตลาดเพื่อจัดการผลิตภัณฑ์และราคา

# สภาพแวดล้อมภายนอก



## *Economic*

1. GDP
2. Disposable income
3. Distribution channels

## *Natural*

1. Resource availability
2. Environment impact

### *Social and cultural*

1. Changing population demographics
2. Cultural diversity
3. Ethical values

### *Technological*

1. New product technologies
2. Changing information
3. Communication technology

### *Legal and political*

1. Antitrust laws
2. Consumer protection laws

## *Competition*

1. Budget competition
2. Generic competition
3. Product category
4. Product form competition



# สภาพแวดล้อมภายใน

