



# มองเท่าใจการตลาด...

## ก่อนลงมือทำการตลาด

ดร.สุทธิชัย ปิณฑโรจน์  
 อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก  
[www.dr.suthichai.com](http://www.dr.suthichai.com)

**นัก** การตลาดที่ดี ควรที่จะต้องทำการศึกษา ค้นคว้า หาความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องของการทำการตลาดก่อนที่จะลงมือทำการตลาดจริง เพราะถ้ามีความเข้าใจไม่ถ่องแท้ เวลานั้นศาสตร์ทางการตลาดไปใช้หรือนำไปปฏิบัติอาจเกิดปัญหาต่างๆ ตามมา เนื่องจากการตลาดยุคใหม่ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีการแข่งขันที่สูง มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ทำให้เกิดความรวดเร็วในการแข่งขัน ดังนั้นก่อนที่จะลงมือทำการตลาดควรทำความเข้าใจเรื่องของการตลาดเสียก่อน การทำการตลาดที่ควรทำความเข้าใจมีดังนี้

1. การตลาดเป็นเรื่องของการลงทุน บริษัท ห้างร้าน โรงงาน ในอดีตปิดกิจการไปก็เพราะมัวแต่เน้นเรื่องของการผลิต

กล่าวคือ ต้องผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ออกมาเป็นจำนวนมากๆ โดยไม่ยอมลงทุนทำการตลาด เช่น ลงทุนทำการวิจัยการตลาด ลงทุนสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ลงทุนโฆษณาประชาสัมพันธ์ ลงทุนทำกลยุทธ์ 4 P ฯลฯ จึงทำให้ขายไม่ได้แล้ว ในที่สุดก็ต้องปิดกิจการไป แต่ในยุคปัจจุบัน บริษัท ห้างร้าน ต่างๆ ให้ความสำคัญกับการลงทุนทางการตลาดมาเป็นอันดับต้นๆ

2. การตลาดไม่ใช่ขายได้ทุกคนหรือทุกๆ คนไม่ใช่ลูกค้า นักการตลาดต้องทราบก่อนว่า การที่เราจะขายสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ลูกค้าของเราคือกลุ่มไหน เพราะไม่ใช่ทุกๆ คนจะเป็น



ลูกค้าของเรา เช่น เราขายรอยยิ้มให้หนึ่ง เราต้องทราบก่อนว่า ใครจะซื้อรถของเรา ไม่ใช่ทุกๆ คนจะซื้อรถของเราไปใช้ เนื่องจากทุกๆ คนมีข้อจำกัดที่แตกต่างๆ กัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องรายได้ วัย อาชีพ อนุรักษ์นิยม ดังนั้น จึงมีรถหลากหลายให้ทุกๆ คนได้เลือกซื้อ และเลือกใช้

3. การตลาดต้องใช้เวลาในการทำการตลาด นักการตลาดต้องทราบเสียก่อนว่า กว่าจะสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตัวหนึ่งจะเป็นที่นิยมของตลาดหรือมีส่วนแบ่งการตลาดที่มาก ต้องใช้เวลาในการทำการตลาด เช่น โค้ก (เครื่องหมายการค้าจดทะเบียนของบริษัทโคคา-โคล่าในสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม ค.ศ.1944) ปัจจุบันมีอายุ 74 ปี ซึ่งกว่า โค้ก จะมียอดขายอันดับหนึ่งโดยมียอดขายรวมทั่วทั้งโลก โค้กต้องใช้เวลาในการทำการตลาด เช่น ลงทุนในการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม ฯลฯ

4. การตลาดไม่ใช่แค่ 4 P หรือไม่ใช่แค่การส่งเสริมการตลาด แต่การตลาดมีมากกว่านั้น เช่น จะต้องมีการวิจัยทางการตลาด จะต้องมีการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค จะต้องมีการศึกษา วิจัย วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา ของประเทศหรือของพื้นที่ที่เราจะทำการตลาด เป็นต้น

5. การตลาดไม่ใช่คำตอบสุดท้าย นักการตลาดหลายคนทำการตลาด ศึกษาการตลาด วางแผนกลยุทธ์การตลาดได้เป็นอย่างดี แต่ผลสุดท้ายก็ไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากการตลาด

ไม่ใช่คำตอบสุดท้าย เพราะการทำการตลาดในบางครั้ง จำเป็นจะต้องมีเรื่องของบุญ วาสนา จังหวะ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย นักการตลาดบางคนทำการตลาดถูกจังหวะ ผลปรากฏว่า สินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการขายได้มากจึงสร้างความร่ำรวยมหาศาลให้แก่กิจการ แต่ตรงกันข้ามกับนักการตลาดบางคนทำการตลาดผิดจังหวะ ผิดเวลา สินค้า บริการก็ไม่ได้ได้รับความสนใจจากลูกค้าหรือผู้บริโภคเท่าที่ควร เป็นต้น

ดังนั้น นักการตลาดที่ดีหรือประสบความสำเร็จจะต้องใส่ใจศึกษา ค้นคว้า หาความรู้เกี่ยวกับการทำการตลาดก่อนที่จะนำสินค้า บริการ หรือผลิตภัณฑ์ เข้าสู่การแข่งขัน อย่างน้อย ก็ควรนั่งเขียนแผนการตลาดทางธุรกิจก่อน เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น ว่าเราจะวางแผนการตลาดอย่างไร เราจะแก้ไข ปรับปรุงอย่างไร เพราะการเขียนแผนการตลาดจะเป็นเสมือนแผนที่ทางการตลาดให้เราได้เดินไปถูกทิศถูกทาง 

