



การสร้างสรรค และนวัตกรรมทางด้านการตลาด

ดร.สุทธิชัย ปัญญโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก

www.drsuthichai.com

โลก แห่งการแข่งขันในยุคปัจจุบัน ทำให้สิ่งต่างๆ ต้องเคลื่อนตัวไปข้างหน้าอย่างรวดเร็วไม่อยู่นิ่ง เพราะถ้าองค์กรใดบริษัทใด หน่วยงานใด อยู่หนึ่ง ไม่พัฒนา ไม่เปลี่ยนแปลง ก็ย่อมจะต้องพ่ายแพ้ต่อการแข่งขัน เพราะถ้าองค์กรของเรา บริษัทของเรา หน่วยงานของเรา อยู่หนึ่ง แต่ในขณะที่ องค์กรอื่น บริษัทอื่น หน่วยงานอื่น เคลื่อนตัวไปข้างหน้า ก้าวไปข้างหน้า ก็ย่อมจะทำให้เราล้าหลัง

การสร้างสรรค และนวัตกรรมทางด้านการตลาด มีความสำคัญ และมีความจำเป็นเป็นอย่างยิ่ง ต่อการแข่งขันทางด้านธุรกิจ เพราะการสร้างสรรค และนวัตกรรมทางด้านการตลาดจะก่อให้เกิดสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ขึ้นอยู่ตลอดเวลา

สินค้าที่ไม่พัฒนา และไม่เปลี่ยนแปลง ย่อมอยู่ไม่ได้ และออกนอกตลาดไป เช่น ฟิล์มสีโกดัก สมัยอดีตเคยเป็นผู้นำในธุรกิจฟิล์ม แต่เมื่อโลกเปลี่ยน ธุรกิจย่อมเปลี่ยน กล้องที่ใช้ฟิล์มไม่ได้รับความนิยมแต่มีการสร้างสรรค และนวัตกรรมใหม่ๆ โลกเกิดการสร้างหรือผลิตกล้องดิจิตอล แต่ในทางกลับกัน ฟิล์มสีโกดัก เปลี่ยนแปลงไปอย่างช้าๆ เลยทำให้พ่ายแพ้ และสูญเสียดตลาดให้กับคู่แข่ง

การสร้างสรรค และนวัตกรรมทางด้านการตลาด จึงเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ตัวของสินค้า หรือบริการ ทางด้านการตลาด เช่น สินค้าด้านการเกษตร ผลไม้สด เราสามารถนำเอามาใช้หรือสร้างสรรค

ให้เป็นสินค้าต่างๆ ได้อีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็น นำผลไม้ไปตากแห้ง นำผลไม้ปั่น ผลไม้เชื่อม เป็นต้น

แล้วคำว่า นวัตกรรมทางการตลาด หมายถึงอะไร นวัตกรรมทางการตลาดจึงหมายถึง การทำสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ขึ้น โดยวิธีการหรือกระบวนการใหม่ๆ หรือการเปลี่ยนแปลง การผลิต กระบวนการคิดอย่างสร้างสรรคเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดสินค้าที่มีความแปลกใหม่หรือบริการที่มีความแปลกใหม่ ทั้งนี้รวมถึงเรื่องของการตั้งราคา การสร้างสรรคช่องทางในการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาดอีกด้วย

ซึ่งนักการตลาดที่จะสามารถสร้างสรรค และสร้างนวัตกรรมทางด้านการตลาดได้ดี ควรจะต้องมีเครื่องมือที่จะช่วยในการสร้างสรรค และนวัตกรรมทางด้านการตลาด ซึ่งเครื่องมือใหญ่ๆ ที่ช่วยในการสร้างสรรคคือ 1. การฝึกความคิดในเชิงสร้างสรรคทางการตลาด และ 2. การฝึกหรือเรียนรู้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงานทางด้านการตลาด

1. การฝึกความคิดสร้างสรรคทางด้านการตลาด คือ การฝึกคิดสร้างสรรค ให้เกิดสิ่งใหม่ อาทิ ผลผลิตใหม่ๆ โดยใช้วิธีในการหาทางแก้ปัญหาในตัวของสินค้า การหาทางแก้ไขปัญหาก็แก้ลูกค้า หรือผู้บริโภค การสร้างนวัตกรรม เพื่อไปเพิ่มคุณค่าทางการตลาดให้

แก่สินค้าหรือบริการ โดยเน้นการคิดสร้างสรรค์ในเรื่องส่วนผสมทางด้านการตลาด คือ สร้างสรรค์ 4P, Product (สินค้าหรือบริการ), Price (ราคา), Place (ทำเลหรือช่องทางในการจัดจำหน่าย), Promotion (การส่งเสริมทางการตลาด)

ตัวอย่าง เช่น

➢ การสร้างสรรค์ Product (สินค้าหรือบริการ) เราสามารถสร้างสรรค์สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้หลายสิ่งด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสรรคืหีบห่อของสินค้า การสร้างสรรค์ตัวของสินค้า การสร้างสรรค์บริการให้เกิดความรวดเร็วหรือความทันสมัยมากขึ้น ฯลฯ

➢ การสร้างสรรค์ Price (ราคา) เราสามารถสร้างสรรค์เรื่องของราคาได้หลายวิธี เช่น การใช้บัตรส่วนลดร่วมกับบริษัทอื่น การใช้แต้มแลกสินค้า การใช้บัตรเงินผ่อน ฯลฯ

➢ การสร้างสรรค์ Place (ทำเลหรือช่องทางในการจัดจำหน่าย) เช่น การขายผ่านอินเทอร์เน็ต การสร้างเว็บไซต์แทนการตั้งร้านหรือสำนักงาน การขายผ่านตู้ขายของอัตโนมัติ ฯลฯ

➢ การสร้างสรรค์ Promotion (การส่งเสริมทางการตลาด) เช่น การโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ผ่าน โซเชียลมีเดีย การใช้คูโปงส่วนลด ฯลฯ

2. การฝึกหรือเรียนรู้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงานทางด้านการตลาด เราต้องยอมรับว่าเทคโนโลยีในยุคสมัยปัจจุบันมีความทันสมัย และมีความรวดเร็วมาก ไม่ว่าเทคโนโลยียานยนต์ เทคโนโลยีทางการเกษตร เทคโนโลยีทางการเงินซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตเป็นอย่างยิ่ง และในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง คือเทคโนโลยีทางการสื่อสาร เทคโนโลยีในเรื่องของโทรศัพท์มือถือ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์

โดยผ่านการเชื่อมโยงทางด้านอินเทอร์เน็ต เป็นสิ่งที่คนในโลกนี้ต้องเรียนรู้ และนำไปใช้ เพราะคนยุคใหม่ใช้เวลาหรือเล่นสมาร์ทโฟนกันมากขึ้น และจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นในอนาคต

นักการตลาดที่ต้องการสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางด้านการตลาด ควรที่จะต้องแสวงหาเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาช่วยในการสร้างสรรค์ และสร้างนวัตกรรม ก็จะทำให้ทุกอย่างง่ายยิ่งขึ้น เช่น การใช้โปรแกรมในการติดต่อภาพหรือออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ การใช้คอมพิวเตอร์มาใช้ในการเก็บข้อมูลหรือช่วยทำงานด้านเอกสาร หรือทำการส่งงานการประชุม ผ่านคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟน เป็นต้น

อีกทั้ง การสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางด้านการตลาด จะช่วยให้เกิดการต่อเนื่องทางด้านการตลาด เพราะสินค้าทุกตัว มีเกิดขึ้น มีการเจริญเติบโตเต็มที่แล้ว ในที่สุดก็ต้องออกนอกตลาดไป เนื่องจากมีสินค้าใหม่ๆ ของคู่แข่งหรือสินค้าอื่นๆ เข้ามาทดแทนหรือนักวิชาการทางด้านการตลาดมักเรียกว่า “วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle: PLC)”

แต่การการสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางด้านการตลาดจะช่วยให้เกิดการต่อเนื่องทางการตลาด ถ้านักการตลาดสามารถคิดสินค้าใหม่ๆ เข้ามาทดแทนสินค้าที่ต้องออกนอกตลาดไป ก็จะช่วยให้ก่อให้เกิดกำไร รายได้เข้าบริษัทอย่างต่อเนื่อง

สรุป การเรียนรู้แนวความคิด หลักการในการสร้างสรรค์ และนวัตกรรมทางการตลาดจึงมีความสำคัญ และนักการตลาดท่านใดสามารถนำเอาหลักการในการสร้างสรรค์ และนวัตกรรมไปใช้ในการปฏิบัติจริงได้อย่างเป็นขั้นเป็นตอน ก็จะประสบความสำเร็จในการเป็นนักการตลาดมืออาชีพยิ่งขึ้น 

