

# การกำหนดกลยุทธ์ทางด้านการตลาด มีความสำคัญต่อการแข่งขัน

พค.ดร.สุทธิชัย ปัทมโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก

www.dr.suthichai.com

**กลยุทธ์ (Strategy)** หมายถึง กลวิธีหรือการวางแผนที่ถูกวางเอาไว้เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการทำให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ทางด้านการตลาดที่วางเอาไว้หรือตั้งเอาไว้

**กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)** หมายถึง การวางแผนหรือแนวทางที่ถูกกำหนดขึ้น สำหรับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าหรือบริการ เพื่อมาตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ทางด้านการตลาด จึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ และเป็นเครื่องมือสำหรับการต่อสู้แข่งขันทางด้านการตลาด และการแข่งขันทางด้านธุรกิจ

## กลยุทธ์การตลาด 8P

กลยุทธ์การตลาด 8P มาจากกลยุทธ์การตลาด 4P อันได้แก่

### 1. Product

เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ สินค้า บริการ เป็นกลยุทธ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ทั้งหมด เช่น การออกแบบ คุณสมบัติ สี ขนาด ความคงทน ความงาม ความสวยงาม รูปทรง รูปลักษณะ ความโดดเด่น ความแตกต่าง เป็นต้น ซึ่งการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน สามารถสร้างได้ดังนี้

- ผู้ด้วยเรื่องของราคา หากว่า สินค้าเหมือนกัน แต่ราคาของเราถูกกว่าคู่แข่ง ลูกค้าจะซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการของเรา
- ผู้ด้วยเรื่องความแตกต่าง แต่ถ้าหากว่าต้นทุนของเราสู้เขาไม่ได้ ขายถูกกว่าไม่ได้ เราต้องต่อสู้กันด้วยปัญญาหรือใช้สมองมากขึ้น ต้องสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้มากขึ้น ต้องทำให้สินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ ของเราแตกต่างจากคู่แข่ง เราจึงสามารถขายแพงกว่าได้



- ผู้ด้วยเรื่องของความเร็ว เช่น หากว่าเราต้องการซื้อสินค้าอย่างหนึ่ง แต่ร้าน ก ไม่มี ถ้าอยากได้ต้องสั่งซื้อของจะมาถึง 1 อาทิตย์ แต่ร้าน ข ของก็ไม่มีเหมือนกัน แต่ถ้าสั่งวันนี้ได้วันนี้เลย ของราคาแพงกว่าหน่อยหนึ่ง แต่เชื่อแน่ว่าลูกค้าที่มีความต้องการใช้ด่วนก็ต้องยอมที่จะจ่ายอย่างแน่นอน

### 2. Price

กลยุทธ์ทางด้านราคา โดยการกำหนดราคาของสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ ซึ่งต้องคำนึงถึงเรื่องของทุนในการผลิต กลยุทธ์ในการตั้งราคา มีดังนี้

- ตั้งราคาตามตลาด (On going price) ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีความเหมือนกันกับคู่แข่ง หากความแตกต่างได้ยาก
- ตั้งราคาตามความพอใจ (Leading price) เป็นสินค้าที่มีความแตกต่างในตราสินค้า หรือมีเอกลักษณ์ส่วนตัว เช่น แหวนเพชรที่ทำมาเฉพาะ ไม่เหมือนใคร หรือทำมาน้อยมาก
- ตั้งราคาสูง (Premium price) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ คุณลักษณะ คุณสมบัติ ที่เหนือกว่าคู่แข่ง
- การตั้งราคาเท่ากันหมด (One pricing) เป็นสินค้าที่มีราคาติดอยู่บนกล่องหรือบรรจุภัณฑ์

## Marketer คุ้นเป็นได้

● การตั้งราคาตามจิตวิทยา เป็นสินค้าที่ตั้งราคาที่ทำให้ผู้บริโภคคิดว่าราคาถูก เช่น ราคา 9 บาท (ราคาไม่ถึงหลักสิบ) ราคา 99 บาท (ราคาไม่ถึงหลักร้อย) ราคา 999 บาท (ราคาไม่ถึงหลักพัน) เป็นต้น

## 3. Place

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงเรื่องของการทำเลที่ตั้งสถานที่ กล่าวคือทำอะไรถึงจะให้ผู้บริโภค ซื้อได้อย่างสะดวกสบาย หรือเดินทางไปซื้อได้สะดวกสบาย ซึ่งปัจจุบันนิยม ขายหรือใช้ช่องทางทางอินเทอร์เน็ต

## 4. Promotion

การส่งเสริมการตลาด เป็นกลยุทธ์ที่นิยมกันมาก ทำให้ขายของได้เร็วขึ้น เช่น กลยุทธ์ ลด แลก แจก แถม สินค้า การโฆษณา เป็นต้น

## 5. Packaging

เป็นกลยุทธ์ที่แตกมาจากกลยุทธ์ Product บรรจุภัณฑ์ ต้องทำออกมาให้ดี น่าซื้อ ซึ่งจำเป็นจะต้องลงทุน ออกแบบ เพื่อทำให้บรรจุภัณฑ์ออกมาโดดเด่นเหนือคู่แข่ง

## 6. Personal

เป็นกลยุทธ์ที่แตกมาจากกลยุทธ์ Promotion การขายโดยพนักงานขาย ซึ่งเหมาะกับสินค้าหลากหลายชนิด เช่น สินค้าที่มีราคาแพง สินค้าที่ใช้หรือเข้าใจได้ยาก ซึ่งจำเป็นจะต้องใช้พนักงานขายที่มีความรู้ มีประสบการณ์ เข้ามาช่วยเพื่อจูงใจให้เกิดการซื้อ

## 7. Public Relation

เป็นกลยุทธ์ที่แตกมาจากกลยุทธ์ Promotion กลยุทธ์การใช้ข่าวสารหรือกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในการชักจูงผู้บริโภค เป็นกลยุทธ์ที่เน้นการสื่อสาร เพื่อให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าได้เข้าถึง ซึ่งการประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากกว่าการใช้การโฆษณา อีกทั้งยังใช้งบประมาณน้อยกว่า แต่ต้องใช้เวลาในการประชาสัมพันธ์

## 8. Power

เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของอำนาจ หากว่าเรามีอำนาจที่เหนือกว่าคู่แข่ง เราก็สามารถต่อรองควบคุม หรือแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ทางการค้าได้มากกว่าคู่แข่ง

กลยุทธ์การตลาด 8P ไม่ใช่เป็นเรื่องใหม่ ส่วนใหญ่ในวงการธุรกิจก็ใช้กันอยู่แล้ว ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน แต่ในอดีต นักการตลาดที่ใช้จะใช้เป็นแต่อาจจะไม่เคยรู้เรื่องของทฤษฎีหรือหลักการการตลาด แต่ถ้าหากว่าเราลงมือศึกษาไปด้วย แล้วลงมือปฏิบัติไปด้วย ก็ถือว่าเป็นเรื่องที่ดี

นอกจากมีกลยุทธ์ทางการตลาด 8P แล้ว นักการตลาดยังต้องควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของ STP Model (Segmentation การแบ่งส่วนตลาด, Targeting การเลือกตลาดเป้าหมาย และ Product Positioning เป็นการวางตำแหน่งสินค้าและบริการ) เรื่องของ Brand Positioning เป็นการวางตำแหน่งสินค้าและบริการ ก็มีความสำคัญ และเรื่องของ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ดึง (Pull Strategy) กลยุทธ์ผลัก (Push Strategy) และ กลยุทธ์ผสม (Push and Pull Strategy) 

