



# บทบาท และวิวัฒนาการ ทางด้านการตลาด

**ก**วามสำคัญของการตลาด หลังจากการปฏิวัติทางอุตสาหกรรมในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 19 ทำให้เกิดการผลิตรายใหญ่ (Mass Production) ทำให้อุปสงค์ อุปทานได้เปลี่ยนไป จากตลาดของผู้ขาย (Seller's market) มาเป็นตลาดของผู้ซื้อ (Buyer's market) ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมีอำนาจต่อรองในการซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น

ปีเตอร์ ดรักเกอร์ (Peter Drucker) นักวิชาการด้านการบริหารที่มีชื่อเสียงระดับโลก ได้กล่าวถึง “การตลาดมีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ และเป็นตัวช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านอื่น ๆ ด้วย”

ดังนั้นการตลาดจึงได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อชีวิตประจำวันของคนเรา การตลาดเป็นทั้งเครื่องมือในการสร้างรายได้ให้กับบริษัทหรือหน่วยงานด้านธุรกิจ และมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และการค้าระหว่างประเทศ การตลาด จึงทำให้หลายองค์กรได้นำการตลาดมาประยุกต์ใช้ได้ทั้งในชีวิตส่วนตัวในองค์กร เอกชน หน่วยงานธุรกิจ แม้แต่การทัพหรือองค์กรทางด้านการทหารก็ยั้งหันมาศึกษาหลักการตลาดเพื่อนำเอาไปใช้ได้ด้วย ความสำคัญของการตลาดจึงจำแนกได้ ดังนี้

**1. ความสำคัญของการตลาดที่มีต่อระบบเศรษฐกิจและการค้าขาย** การตลาดช่วยให้รายได้ของประชากรสูงขึ้น เพราะการตลาดทำให้เกิดผลผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ และการบริการขึ้นอย่างมากมาย ทำให้มีการซื้อขาย ทำให้เกิดการจ้างงาน จึงทำให้ระบบภาพรวมของระบบเศรษฐกิจ และการค้าขายดียิ่งขึ้น

พศ.ดร.สุทธิชัย ปัทมโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.เกษตรศาสตร์

[www.drsuthichai.com](http://www.drsuthichai.com)

การตลาดยังทำให้เกิดการหมุนเวียนของปัจจัยการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบ แรงงาน สินค้า บริการ และทำให้ที่ดินมีราคาสูงขึ้น เนื่องจากที่ดินบริเวณใดเจริญ มีการค้าขาย มีการพัฒนา ราคาที่ดินแปลงนั้นก็จะเพิ่มขึ้น อีกทั้งการตลาดยังช่วยสร้างความต้องการในสินค้าและบริการ ทำให้เกิดการค้าขึ้นทั้งในประเทศ และเกิดการตลาดระหว่างประเทศ จึงทำให้ประเทศมีการพัฒนา เพราะประเทศและประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น อีกทั้งการตลาดยังช่วยให้เกิดการแข่งขันกันมากขึ้น ผลที่ตามมาคือ ทำให้สินค้าและบริการมีการปรับปรุงพัฒนาขึ้นไปเรื่อย ๆ การตลาดทำให้มีการใช้สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และทำให้เกิดการส่งเสริมการขาย

**2. ความสำคัญของการตลาดต่อหน่วยงานธุรกิจหรือองค์กรธุรกิจ** การตลาดเป็นเครื่องมือที่ทำให้องค์กรเติบโต และเจริญก้าวหน้า เพราะเป็นตัวที่ทำให้เกิดรายได้เข้ามาหล่อเลี้ยงกิจการ ช่วยสร้างภาพพจน์ค่านิยม และการยอมรับในสินค้าและบริการ ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการใหม่ ๆ ขึ้นมา อีกทั้งยังเป็นตัวช่วยลดต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าและบริการให้ต่ำลง เนื่องจากมีการสั่งซื้อมาก จึงต้องผลิตสินค้ามากขึ้น ทำให้มีการซื้อวัตถุดิบคราวละมาก ๆ ทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าต่อหน่วยถูกลง

## Marketer คุณเป็นได้

### 3. ความสำคัญของการตลาดที่มีต่อบุคคล และสังคม

การตลาดยังได้ช่วยยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ และการครองชีพของคนในประเทศ และสังคมให้สูงขึ้น ทำให้คนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการซื้อขายกันเพิ่มมากขึ้น ทำให้ความเป็นอยู่ของคนเรา สะดวกสบาย และใช้ชีวิตได้ง่ายขึ้น คนมีเวลามากขึ้น มีเครื่องมือที่ทันสมัยใช้ มีการติดต่อสื่อสาร มีการเดินทางที่สะดวกรวดเร็ว ยิ่งขึ้น การตลาดทำให้ค่านิยม พฤติกรรม อุปนิสัย ความเชื่อ ค่านิยม เปลี่ยนแปลงไป เช่น ผู้หญิงจะออกมาทำงานนอกบ้านกันมากขึ้น ตรงข้ามกับสมัยอดีตที่ผู้หญิงจะทำงานบ้านเพียงอย่างเดียว



อีกทั้งการตลาดยังทำให้เกิดอาชีพต่าง ๆ เช่น เป็นพนักงานตามองค์กรธุรกิจ ตามร้านค้าปลีก เป็นตัวแทน เอเยนต์ งานขนส่งสินค้า งานโฆษณา งานวิจัยตลาด งานประกันภัย ฯลฯ และยังมีผลถึงการให้บริการในอาชีพอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้นด้วย เช่น ใช้บริการทางการแพทย์ การเงิน สถาปนิก การบัญชี วิศวกร เป็นต้น

### วิวัฒนาการของแนวคิดทางการตลาด

**ยุคแรกเป็นยุคที่ 1 แนวความคิดมุ่งการผลิต (Production Oriented Concept)** เป็นแนวความคิดที่เก่าแก่ที่สุด เป็นการมุ่งเน้นการผลิตทำให้สินค้าหาซื้อง่าย และต้นทุนต่ำ โดยไม่ได้คำนึงถึงเรื่องของคุณภาพของสินค้ามากนัก

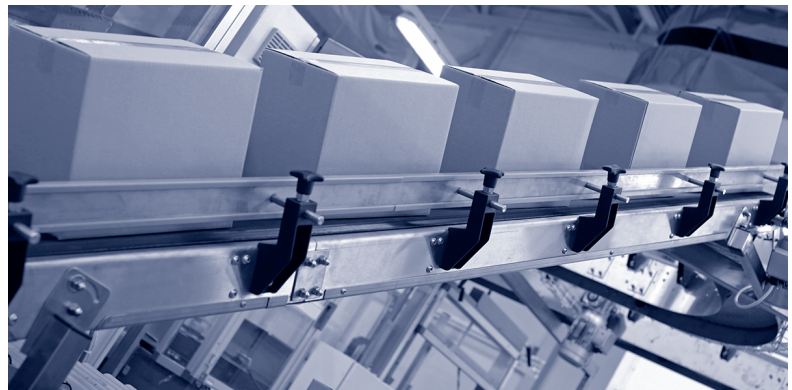
**ยุคที่ 2 แนวความคิดมุ่งผลิตภัณฑ์ (Product Oriented Concept)** เป็นยุคที่มุ่งเน้นคุณภาพของสินค้า เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน ไม่เหมือนกัน จึงมีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพที่ดีมากขึ้น มีหลายหลากขนาด หลากหลายสี และขายในราคาที่เหมาะสม

**ยุคที่ 3 แนวความคิดมุ่งการขาย (Salesmanship Oriented Concept)** เน้นความพยายามขายของผู้ขายมากกว่าผู้ซื้อ

ให้ความสำคัญในเรื่องของการขาย โดยยึดหลักว่าผู้บริโภค ผู้ซื้อ โดยทั่วไปจะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ ซื้อสินค้าของบริษัท ถ้าไม่ถูกกระตุ้นจากผู้ขายหรือพนักงานขาย เช่น การขายประกันชีวิต การขายรถยนต์ การขายเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

**ยุคที่ 4 แนวความคิดมุ่งการตลาด (Marketing Oriented Concept)** เป็นการยึดหลักการหาความต้องการของลูกค้าหรือการสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้สินค้า บริการของเราไปตอบสนอง เน้นการวิจัยการตลาด การหาความต้องการในสินค้าและบริการของลูกค้า ว่าลูกค้าต้องการสินค้าแบบใด อย่างไร แล้วพัฒนาสินค้า และบริการ เข้าไปตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลเหนือคู่แข่ง

**ยุคที่ 5 แนวความคิดมุ่งการตลาดเพื่อสังคม** เป็นยุคที่ให้ความสำคัญกับสังคม ประเทศชาติ โลก เน้นอนการทำธุรกิจมี



วัตถุประสงค์เพื่อต้องการกำไร แต่ถ้าได้กำไรแต่สังคม ประเทศชาติ โลก มีผลกระทบไปในทางลบหรือในทางไม่ดี ก็จะทำให้ภาพพจน์ขององค์กรธุรกิจเสียหาย องค์กรธุรกิจจึงต้องมีการผลิตสินค้าที่เน้นเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งองค์กรธุรกิจยังต้องมีการช่วยเหลือสังคม ช่วยเหลือทรัพยากรธรรมชาติ ช่วยเหลือสิ่งแวดล้อม อีกด้วย

จากบทความข้างต้น เราจะเห็นได้ว่า การตลาดมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อชีวิต สังคม ประเทศชาติ และต่อความเจริญก้าวหน้าของโลกเรา อีกทั้งการตลาดได้มีขึ้นมาอย่างยาวนาน ไม่ได้เพิ่งเกิดขึ้น แต่ยังมีมีการวิวัฒนาการโดยใช้ระยะเวลาในการพัฒนามาเป็นขั้นเป็นอันดับ ดังนั้น ชีวิตของคนเรา รวมถึงชีวิตในการทำงาน คงหลีกเลี่ยง หลีกหนีการตลาด ไปไม่พ้น และหากใครต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน วิชาการตลาดจึงเป็นวิชาหนึ่งที่น่าศึกษาเป็นอย่างยิ่ง