เอกสารวิชาการด้านศาสตร์การบริหารธุรกิจ MBA-131

ประเภทของสินค้าในความหมายของนักการตลาด

นักการตลาดจัดแบ่งสินค้าสำหรับผู้บริโภคออกเป็นหลายประเภท ขึ้นอยู่กับบริบทและลักษณะเฉพาะของสินค้านั้น ได้แก่

1) สินค้าสะดวกซื้อ(Convenience Goods) หมายถึงสินค้าที่มุ่งเป้าหมายที่ส่วนใหญ่ของตลาด ผู้บริโภคจะบริโภคบ่อยและซื้อบ่อย เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคใช้อยู่ในชีวิตประจำวัน เนื่องจากvolume ในการซื้อมีสูงดังนั้นสินค้าพวกนี้จะมีราคาค่อนข้างต่ำและผู้บริโภคจะไม่ทุ่มเทเวลาเลือกสรรร้านหรือแบรนด์เฉพาะมากนักเนื่องจากจำนวนเงินที่จะประหยัดได้เป็นสัดส่วนที่ต่ำ ผู้บริโภคอาจมีสินค้าแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่งโดยเฉพาะแต่หากแบรนด์ที่มีอยู่ไม่มีสินค้าวางขายก็จะทำการเลือกจากแบรนด์อื่นที่มีอยู่ เนื่องจากราคาที่ต่ำทำให้กำไรต่อหน่วยของสินค้าเหล่านี้ต่ำ และผู้ผลิตต้องมุ่งทำปริมาณขายให้สูง เมื่อเป็นเช่นนี้สินค้าเหล่านี้ต้องมีการวางขายให้ทั่วถึง ตัวอย่างได้แก่สินค้าที่ใช้ในครัวเรือน เช่น อาหาร ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และผลิตภัณฑ์ดูแลตัวเอง

2) สินค้าเปรียบเทียบซื้อ (Shopping Goods) สินค้าเหล่านี้จะมีการบริโภคและจับจ่ายซื้อน้อยกว่าสินค้าประเภทสะดวกซื้อ ผู้บริโภคจะใช้เวลาในการสรรหาสินค้าเนื่องจากสินค้าเหล่านี้มีราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าสะดวกซื้อ จะมีการเปรียบเทียบคุณภาพควบคู่กับราคา ตลอดจนมีการเปรียบเทียบระหว่างแบรนด์ มีการโฆษณาเพื่อสร้างความแตกต่างเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของสินค้าหรือแบรนด์ บางครั้งผู้บริโภคอาจเลือกแบรนด์สินค้าที่มีราคาสูงแต่เนื่องด้วยความมีชื่อเสียงของแบรนด์ อนึ่งสินค้าเหล่านี้อาจมีผลทางจิตใจแก่ผู้บริโภคในรูปของการบ่งบอกสถานะและคุณค่าทางสังคม เนื่องจากผู้บริโภคต้องใช้เวลาในการสรรหาซื้อสินค้า ดังนั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีจำนวนน้อยกว่าลูกค้าประเภทสะดวกซื้อ เมื่อเป็นเช่นนี้ช่องทางการจำหน่ายของผู้ผลิตอาจต้องเลือกเฟ้นและจำกัด ตัวอย่างเช่น เสื้อผ้า สินค้าอิเล็กโทรนิคส์ สินค้าตกแต่งในครัวเรือน เป็นต้น

3) สินค้าเจาะจงซื้อ (Specialty Goods) มีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทสะดวกซื้อหรือสินค้าเปรียบเทียบซื้อ เป็นสินค้าที่ผู้ผลิตต้องมุ่งมั่นสร้างแบรด์ของตนเองให้มีความแข็งแกร่ง ในหลายๆกรณี ผู้บริโภคจะมีสินค้าอยู่แล้วในใจและจะไม่ใช้เวลาเปรียบเทียบสินค้ามากนัก ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าที่เขาคิดว่าให้คุณค่าสูงที่สุด เมื่เป็นเช่นนี้ช่องทางการจำหน่ายต้องเลือกสรรและจำกัดอยู่เป็นการเฉพาะ ตัวอย่างเช่น รถยนตร์เฟอร์รารี จักรยานยนตร์ฮาร์เล่ย์เดวิดสัน ชุดเสื้อผ้าจากดิออร์ แชมเปญที่หายากและมีราคาแพง เครื่องสำอางค์ที่กลุ่มไฮโซใช้เป็นต้น

4) สินค้าตัดสินใจใช้ยามฉุกเฉิน (Emergency Goods) คือสินค้าที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อโดยไม่มีการวางแผนมาก่อน อาจเกิดจากความจำเป็นของเหตุการณ์ที่ทำให้ต้องตัดสินใจซื้อ ตัวอย่างเช่นสินค้าที่ช่วยแก้ปัญหาที่เกิดกับผู้บริโภคในขณะนั้น หรือสินค้าที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเพราะแรงกระตุ้นบางอย่าง ตัวอย่างเช่น สินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่า ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของตนเอง สินค้าที่แสดงความเป็นหนึ่งไม่มีสองดังนี้ เป็นต้น

5) สินค้าที่ไม่ได้เสาะแสวงหา (Unsought Goods) คือสินค้าที่ผู้บริโภคไม่ได้มีการวางแผนการซื้อมาก่อน แต่ตัดสินใจเนื่องจากเกิดจากแรงกระตุ้นในขณะนั้น ที่เรียกว่า impulse purchasingตัวอย่างเช่น สินค้าที่มีโปรโมชั่นพิเศษ สินค้าที่มีการให้ส่วนลดในอัตราที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ สินค้าพวกนี้ยังรวมถึงสินค้าที่โดยปกติผู้บริโภคไม่คิดว่าตนจะต้องบริโภค ผู้ผลิตต้องใช้กลยุทธ์สร้างให้

ผู้บริโภคได้รับรู้เกี่ยวกับสินค้าที่มีอยู่ โดยไม่มุ่งหวังที่จะขายสินค้าได้ในทันที ตัวอย่างเช่น สินค้าที่มีโปรโมชั่นพิเศษ สินค้าที่มีการให้ส่วนลดในอัตราที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ บริการเกี่ยวกับการฌาปนกิจ ดังนี้เป็นต้น ผู้ผลิตเชื่อว่าผู้บริโภคจะเข้ามาซื้อสินค้าเหล่านี้เองเมื่อถึงคราวที่พวกผู้บริโภคต้องการใช้

ทั้งนักการตลาดและนักเศรษฐศาสตร์ยังจัดแบ่งสินค้าเพื่อผู้บริโภคออกไปเป็น

ก)สินค้าประเภทคงทน(Durable Goods) ได้แก่สินค้าที่คาดว่าน่าจะมีช่วงอายุการใช้งานอย่างน้อยสามปี ได้แก่ รถยนต์ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องประดับ เตาอบ เครื่องซักผ้า เครื่องบิน เรือ ทีวี ตู้เย็น

ข) สินค้าประเภทไม่คงทน (Non-durable Goods)ได้แก่สินค้าที่บริโภคหมดภายในการบริโภคเพียงครั้งเดียว และไม่สามารถใช้ในการบริโภคต่อไปได้ ตัวอย่างเช่น นม ขนมปัง หนังสือพิมพ์ เมล็ดธัญญาหารเป็นต้น

ค) สินค้าประเภทกึ่งคงทน (Semi-durable Goods)ได้แก่สินค้าที่มีอายุไม่ยาวและอาจเสื่อมสภาพได้ ตัวอย่างเช่น เสื้อผ้า อาหารที่มีการเก็บถนอมรักษาไว้

ศาสตราจารย์คอตเลอร์ ปรมาจารย์ด้านการตลาดยังได้แบ่งแยกประเภทสินค้าออกเป็นสี่ประเภทขึ้นอยู่กับการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคที่ซื้อและบริโภคสินค้านั้น ตลอดจนประโยชน์ในระยะยาวและมุมมองด้านสังคม สินค้าเหล่านี้ได้แก่

●สินค้าประเภทโหลยโท่ย (deficient products) ได้แก่สินค้าประเภทที่ลูกค้าไม่อยากบริโภค และในระยะยาวสังคมก็ไม่ได้ประโชน์จากการมีสินค้าประเภทนี้อยู่ ตัวอย่างของสินค้าประเภทนี้ได้แก่ ยาที่มีรสชาติผะอืดผะอมและไม่มีประสิทธิภาพในการรักษาหรือบรรเทาอาการของผู้ป่วย

●สินค้าประเภทสร้างความสุขให้ชั่วขณะ(pleasing products) ได้แก่สินค้าที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในขณะบริโภค แต่ในระยะยาวไม่เป็นผลดีแก่สังคมในระยะยาว ตัวอย่างสินค้าประเภทนี้ ได้แก่ บุหรี่ junk foods

●สินค้าประเภทต้องปรบมือให้(salutary products) ได้แก่สินค้าที่ไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากนัก แต่สังคมได้ประโยชน์ในระยะยาว ตัวอย่างเช่น เข็มขัดนิรภัย ถุงลมนิรภัยเป็นต้น ช่วยรักษาชีวิตผู้โดยสารรถยนต์จากการเกิดอุบัติเหตุ ทำให้ไม่สูญเสียทรัพยากรที่สำคัญของสังคมไป

●สินค้าประเภทยอดปรารถนา(desirable products) ได้แก่สินค้าที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงจากการบริโภค ในขณะเดียวกันสังคมก็ได้ประโยชน์ด้วย ตัวอย่างเช่น อาหารเช้าที่มีรสชาดเอร็ดอร่อยและมีสารอาหารสมบูรณ์ครบถ้วนที่จะทำให้ผู้บริโภคมีสุขภาพแข็งแรงในระยะยาว

Contribution this issue: ดร. ดนัย ปัตตพงศ์*

* ผู้แต่ง/เจ้าของ Statistics Talks(70+ issues) เอกสารวิชาการด้านการวิจัยและสถิติประยุกต์ที่นำเสนอเครื่องมือทางสถิติเพื่อการวิจัยในระดับปริญญาโท เอก ตลอดจนตัวอย่างของการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริง

* ผู้พัฒนา FINALYSIS... a dedicated software สำหรับให้บริการนักธุรกิจที่ต้องการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์(บ้านจัดสรร/จัดสรรที่ดินเพื่อการอุตสาหกรรม/อาคารชุด/อาคารสำนักงานให้เช่า) โรงแรม โรงพยาบาลเอกชน ห้างสรรพสินค้า โรงงานน้ำตาล โรงงานกระดาษ โรงไฟฟ้าชีวมวล ฯลฯได้เห็นตัวเลขก่อนโครงการเกิดหลีกเลี่ยงความผิดพลาดเป็นร้อยเป็นพันล้านหากเกิดการลงทุนจริง (กำหนด DEBUT 1 เมษายน 2569)

* ผู้แต่งหนังสือ" การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินและการจัดวงเงินเครดิตของโครงการลงทุน " ประกอบด้วยตัวอย่างของธุรกิจจริงที่ไม่เปิดเผยชื่อนับ 100 บริษัท ครอบคลุมอุตสาหกรรม 24 อุตสาหกรรม

* Co-developer ซอฟแวร์ en◉gex◉cel® สำหรับใช้ทดสอบ/เรียนรู้ศัพท์ (ประกอบด้วยแบบฝึกหัดและเฉลยกว่า 90 บทครอบคลุมศัพท์ระดับ SAT/IELTS/TOEFL กว่า 12,000 คำ) และไวยากรณ์อังกฤษ (ประกอบด้วยแบบฝึกหัดและเฉลยกว่า 160 บทหรือกว่า 10,000 ข้อครอบคลุมเนื้อหาระดับอุดมศึกษาและTOEFL) มาพร้อมกับไฟล์เสียง/ไฟล์ข้อมูล/ฯลฯ อีกมาก (กำหนด DEBUT 1 เมษายน 2569)