



Scan QR code website  
Business Community  
Entrepreneurship

## หน่วยการเรียนรู้ที่ 3

### การบริหารการผลิตสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน

วิธีทัศน์ประกอบการเรียนการสอน  
รายวิชา การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน  
(Business Community Entrepreneurship) รหัสวิชา บธ 0205  
หลักสูตรอนุปริญญาบริหารธุรกิจ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2556)  
สาขาวิชาการจัดการทั่วไป วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร

สอนโดย ดร.ทิวากร เหล่าลือชา

**B.A./M.B.A./D.B.A.**

ครูชำนาญการพิเศษ

วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร สถาบันวิทยาลัยชุมชน

## หน่วยที่ 3

### การบริหารการผลิตสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน

#### สาระสำคัญหน่วยที่ 3

การบริหารการผลิตสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตนหรือไม่มีตัวตน เช่น บริการต่างๆ การผลิตไม่ได้หมายถึง เฉพาะตัวผลิตภัณฑ์แต่รวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ ซึ่งสามารถสร้างความพอใจให้แก่ผู้ซื้อ โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ สายผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

#### สาระการเรียนรู้หน่วยที่ 3

1. แนวคิดการบริหารผลิตภัณฑ์
2. ส่วนประสมผลิตภัณฑ์
3. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

## จุดประสงค์การเรียนรู้หน่วยที่ 3

1. อธิบายแนวคิดการบริหารผลิตภัณฑ์ได้
2. อธิบายส่วนประสมผลิตภัณฑ์ได้
3. อธิบายวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ได้
4. วิเคราะห์ส่วนประสมผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ธุรกิจชุมชนได้
5. มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ได้แก่ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ และความสนใจใฝ่รู้



## กิจกรรมการเรียนการสอนหน่วยที่ 3

1. แนะนำชี้แจงเกี่ยวกับจุดประสงค์การเรียนรู้ และสาระการเรียนรู้ในหน่วยที่ 3
2. ทำแบบทดสอบก่อนเรียน ตามแผนจัดการเรียนรู้หน่วยที่ 3
3. ทำกิจกรรมการเรียนการสอน โดยใช้เอกสารประกอบการสอนหน่วยที่ 3
4. ทำกิจกรรมฝึกปฏิบัติที่ 3 โดยใช้เอกสารประกอบการสอนหน่วยที่ 3
5. ทำแบบฝึกหัดที่ 3.1 และ 3.2
6. ทำแบบทดสอบหลังการเรียนรู้ ตามแผนจัดการเรียนรู้หน่วยที่ 3

# 1. แนวคิดการบริหารผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) ว่าสิ่งใดๆ ที่สามารถเสนอให้แก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็น ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้าที่มีตัวตน (Physical-goods) บริการ (Services) ประสบการณ์ (Experiences) เหตุการณ์ (Events) บุคคล (Persons) สถานที่ (Places) ทรัพย์สิน (Properties) องค์กร (Organizations) ข้อมูลสารสนเทศ (Information) และความคิด (Ideas)

## 1.1 ประเภทของผลิตภัณฑ์ตามประเภทสินค้าอุปโภค บริโภค และสินค้าอุตสาหกรรม

1. สินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer goods)	2. สินค้าอุตสาหกรรม (Industrial goods)
1.1 สินค้าที่ซื้อตามความสะดวก (Convenience goods) <ul style="list-style-type: none"><li>1.1.1 สินค้าหลักที่จำเป็น (Staple goods)</li><li>1.1.2 สินค้าที่ซื้อโดยแรงกระตุ้นฉับพลัน (Emergency goods)</li></ul>	2.1 วัตถุดิบ (Raw material)
1.2 สินค้าที่ซื้อโดยการเปรียบเทียบ (Shopping goods) <ul style="list-style-type: none"><li>1.2.1 สินค้าเปรียบเทียบซื้อที่เหมือนกัน (Homogeneous shopping goods)</li><li>1.2.2 สินค้าเปรียบเทียบซื้อที่แตกต่างกัน (Heterogeneous shopping goods)</li></ul>	2.2 อุปกรณ์ติดตั้ง (Installation)
1.3 สินค้าที่ซื้อโดยเฉพาะเจาะจง (Specialty goods)	2.3 ชิ้นส่วนประกอบหรืออะไหล่ (Accessory equipment)
1.4 สินค้าที่ไม่แสวงซื้อ (Unsought goods)	2.5 วัสดุสิ้นเปลือง (Supplies)
	2.6 บริการ (Services)





## 2.1 การตัดสินใจเกี่ยวกับตราสินค้า

ตราสินค้า (Brand) หมายถึงชื่อ วลี เครื่องหมาย สัญลักษณ์ หรือการออกแบบ หรือทั้งหมดรวมกัน เพื่อระบุว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้ขายหรือผู้ผลิตรายใด ตราสินค้าจะแสดงความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ของตนกับคู่แข่งชั้นได้ ทางการตลาดอาจจะใช้คำว่า “ตราหือ” แทน “ตราสินค้า” ก็ได้



กรมทรัพย์สินทางปัญญา  
กระทรวงพาณิชย์

เล่มที่   หน้าที่  
(442) วันที่ประกาศโฆษณา

### ประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

(210)คำขอเลขที่ 1045384

(220)วันที่ยื่นคำขอ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2559

(731)ผู้ขอ

**นายพรณนา ราชวงศ์**

สัญชาติ ไทย

อาชีพ ก้าขาย

ที่อยู่ 44/36 ตำบลมุกดาหาร อำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร 49000

(740)ตัวแทน

ชื่อ -

สัญชาติ -

อาชีพ -

ที่อยู่ -

(750)สถานที่ส่งบัตรหมาย   ส่งที่เจ้าของ

(511)จำพวกสินค้า 29

(511)รายการสินค้า สินค้าเกษตรแปรรูป

(526)ข้อจำกัด

-

**ถั่วทึบ ถั่วแดง**

## 2.2 การตัดสินใจเรื่องการบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึงกิจกรรมการออกแบบและผลิตภาชนะเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ภาชนะสำหรับห่อหุ้มหรือรองรับผลิตภัณฑ์ เรียกว่า หีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ (Package)



ภาพที่ 3.2 การบรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น

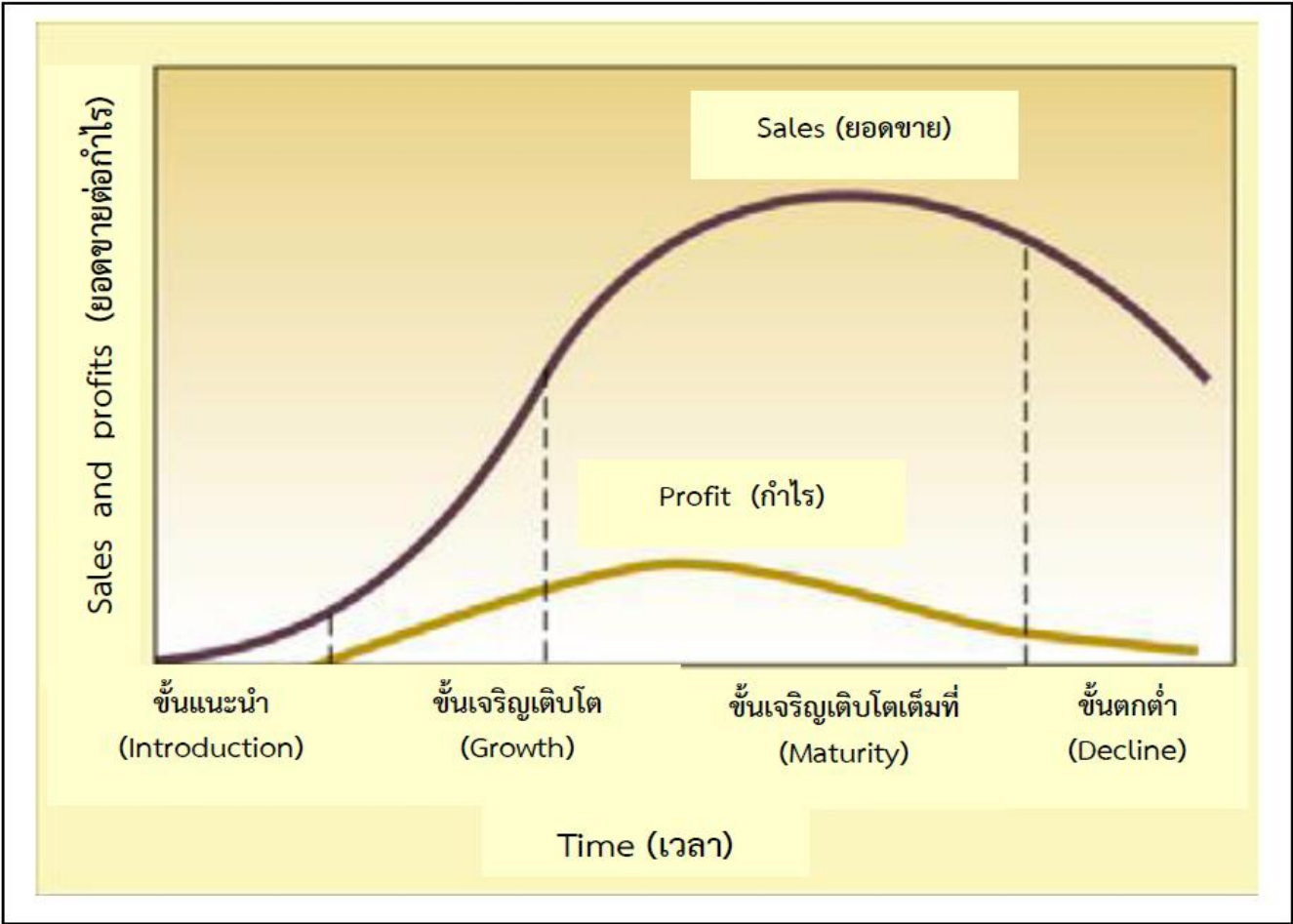
ที่มา: ทิวากร เหล่าลือชา และ (2559:45) และ <http://www.gotoknow.org/posts/633881>

สืบค้น: 20 มกราคม 2559



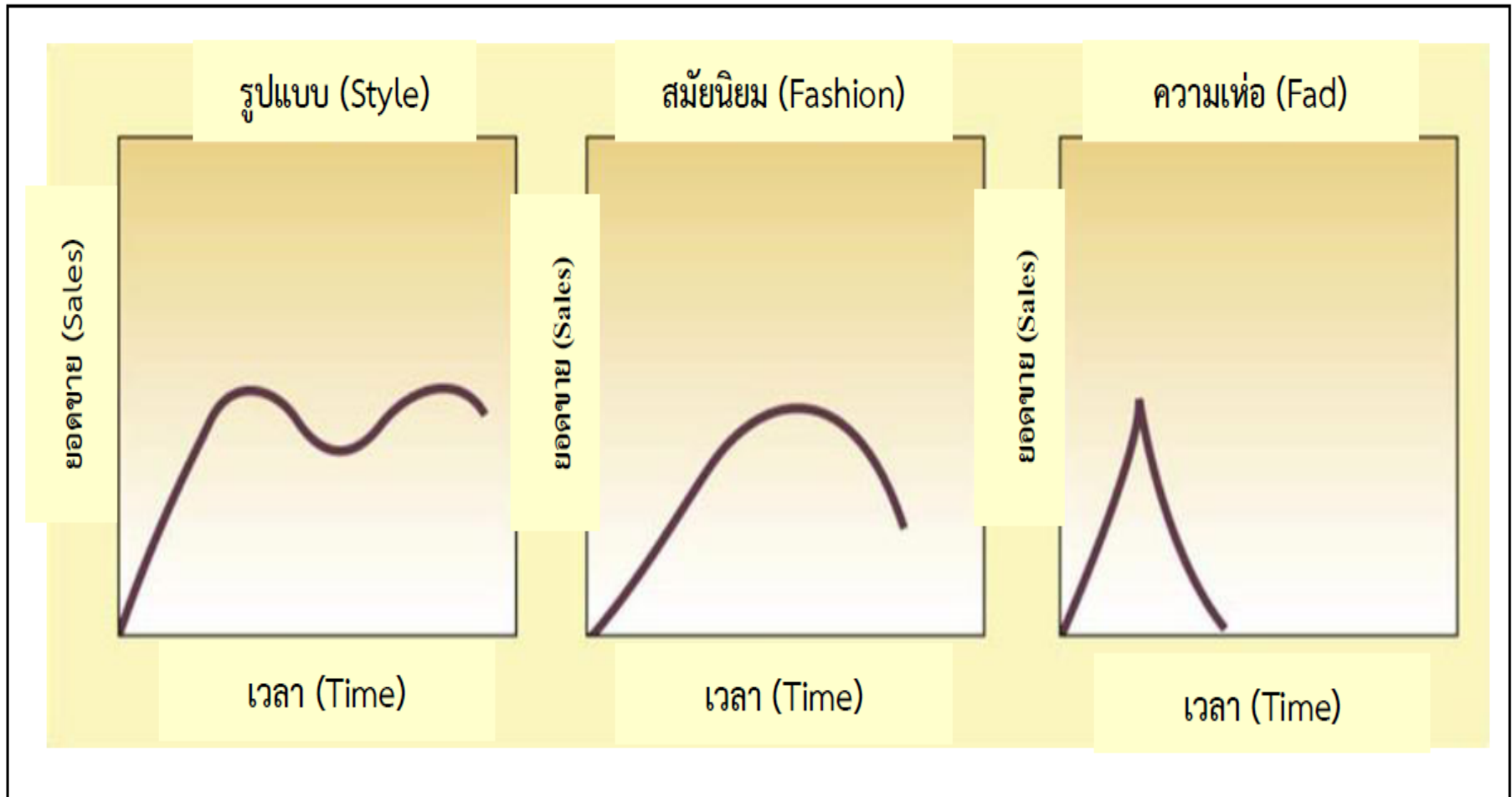
### 3. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle : PLC) หมายถึงช่วงเวลาที่ผลิตภัณฑ์หนึ่งอยู่ในตลาดซึ่งเริ่มตั้งแต่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด เจริญเติบโต เจริญเติบโตเต็มที่และถดถอย เปรียบเสมือนวงจรชีวิตของคน ตั้งแต่เริ่มเกิดจนกระทั่งตาย วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะสั้นยาวไม่เท่ากันบางชนิดอยู่ในตลาดยาวนานหลายปี บางชนิดเพียงช่วงแนะนำถึงช่วงถอนตัวออกจากตลาดแล้วก็เหมือนชีวิตของคน สิ่งที่จะใช้วัดว่าผลิตภัณฑ์ใดมีวงจรชีวิตสั้นหรือยาว คือยอดขายและผลกำไรของผลิตภัณฑ์นั้นๆ รายละเอียดดังภาพที่ 3.3



## 10.2 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์พิเศษที่เกี่ยวข้องกับการลำสมัยของผลิตภัณฑ์

จากรายละเอียดข้างต้นเป็นการอธิบายวงจรของผลิตภัณฑ์ของสินค้าในลักษณะปกติแต่หากเป็นวงจรของผลิตภัณฑ์พิเศษที่รูปแบบแฟชั่น สมัยนิยม หรือความเห่อ รายละเอียด ดังภาพที่ 3.4



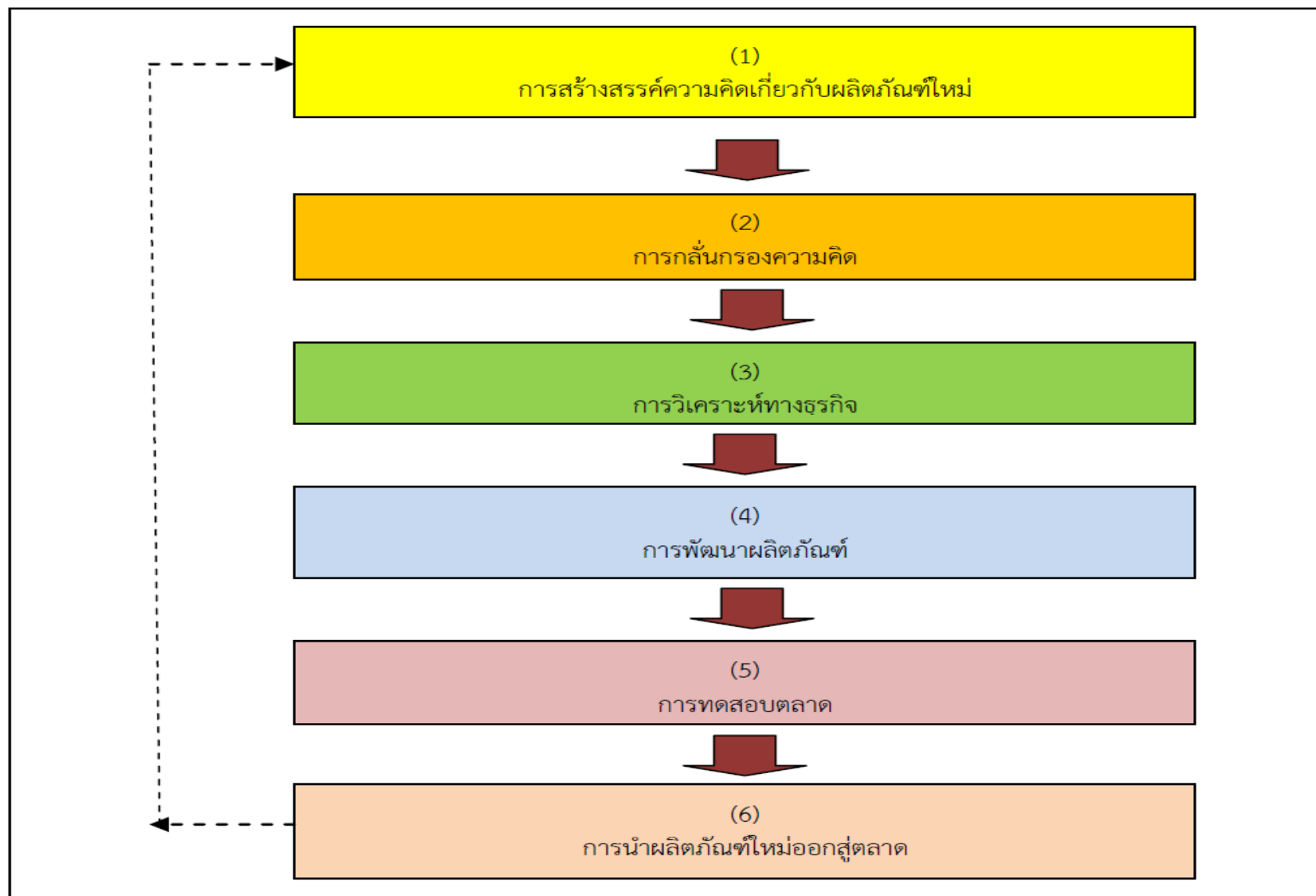
ภาพที่ 3.4 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์พิเศษ

## 4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

1. ผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์คิดค้นใหม่ (Innovated product)
2. ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Improved product)
3. ผลิตภัณฑ์ดัดแปลงใหม่ (Modified product)
4. ผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัท (Me-too product)
5. ผลิตภัณฑ์ตราสินค้าใหม่ (New brand)

## 4.2 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วยขั้นตอนจำนวน 6 ขั้นตอน รายละเอียดดังภาพที่ 3.5







ชื่อสินค้า : ตุ๊กตาบ้านเข้

ราคา :

ขนาดสินค้า : กว้าง 4 ซม. ยาว 6 ซม. สูง 10 ซม.

น้ำหนักสินค้า : 100 กรัม

ผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย : ศูนย์ OTOP บ้านเข้ อ.คำชะอี จ.มุกดาหาร

สถานที่จำหน่าย : ศูนย์ OTOP บ้านเข้ อ.คำชะอี จ.มุกดาหาร

หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ : 093-0282175

E-mail : -

ID LINE : -

FACEBOOK : -



ชื่อสินค้า : หมวกสานจากต้นกก

ราคา : 50 บาท

ขนาดสินค้า : เส้นผ่านศูนย์กลาง

น้ำหนักสินค้า : 50 กรัม

ผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย : ศูนย์ OTOP บ้านเข้ อ.คำชะอี จ.มุกดาหาร

สถานที่จำหน่าย : ศูนย์ OTOP บ้านเข้ อ.คำชะอี จ.มุกดาหาร

หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ : 093-0282175

E-mail : -

ID LINE : -

FACEBOOK : -



Scan QR code วิดีทัศน์

## หน่วยที่ 3 การบริหารการผลิตสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน

จากเนื้อหาในหน่วยที่ 3 สามารถสรุปรายละเอียดสำคัญๆ ได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งของหรือบริการทั้งที่มีตัวตนและไม่มีตัวตนที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และสร้างความพอใจให้กับผู้ซื้อผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้น

ระดับผลิตภัณฑ์ คือการเสนอคุณค่าหรือคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ระดับผลิตภัณฑ์ มี 5 ระดับ ได้แก่ แก่นของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์ควบ และผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปได้

ประเภทของผลิตภัณฑ์ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าอุตสาหกรรม

ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่กิจการมีไว้เสนอขายให้กับผู้ซื้อ

ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย สายผลิตภัณฑ์และรายการผลิตภัณฑ์

การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การตัดสินใจด้านความกว้างของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ความลึกของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ความยาวของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และความสอดคล้องของส่วนประสมผลิตภัณฑ์

## หน่วยที่ 3 การบริหารการผลิตสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน

การตัดสินใจเกี่ยวกับสายผลิตภัณฑ์ คือ การวิเคราะห์สายผลิตภัณฑ์ การขยายสายผลิตภัณฑ์ในส่วนของความลึกของสายผลิตภัณฑ์ การลดรายการในสายผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงสายผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ เป็นช่วงเวลาที่ผลิตภัณฑ์หนึ่งอยู่ในตลาด วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์มี 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นแนะนำ ขั้นเจริญเติบโต ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ และขั้นตกต่ำ

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์พิเศษ เป็นการล่าสมัยของผลิตภัณฑ์ได้แก่ รูปแบบ สมัยนิยม และความเห่อ กระบวนการยอมรับแฟชั่น คือ ความต่อเนื่องในการยอมรับผลิตภัณฑ์ของบุคคลกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง ภายในระยะเวลาหนึ่ง จนกระทั่งแฟชั่นนั้นสิ้นสุดวงจรชีวิต

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับแฟชั่น มี 3 ทฤษฎี คือการยอมรับแฟชั่นจากบนลงล่าง การยอมรับแฟชั่นในระดับเดียวกัน และการยอมรับแฟชั่นจากล่างขึ้นบน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการประดิษฐ์คิดค้นใหม่ หรือผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ หรือผลิตภัณฑ์ดัดแปลงใหม่ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทรายแต่เก่าในที่องตลาด หรือผลิตภัณฑ์ตราใหม่ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนดังนี้ 1) ขั้นการสร้างสรรคความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ 2) ขั้นการกลั่นกรองความคิด 3) ขั้นการวิเคราะห์ทางธุรกิจ 4) ขั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 5) ขั้นการทดสอบตลาด และ 6) ขั้นการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด



สอบถามข้อมูลได้ที่

**Tel./ LINE ID : 0821121590**

**Facebook: ดร.ทิวากร เหล่าลือชา**

**E-mail : Kornmaha@gmail.com**



Scan QR code website  
Business Community  
Entrepreneurship