

แนวคิด หลักทางการตลาด

ความจำเป็น ความต้องการ และอุปสงค์



สอนโดย **ครูรุ่งทิวา สลากัน**



แผนกวิชาการตลาด วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์



สรุป:
ก้าวแรกสู่การเข้าใจผู้บริโภค
และการตลาดอย่างมืออาชีพ

ทำไมต้อง เข้าใจ 3 คำนี้?

การตลาดเริ่มต้นที่ 'มนุษย์'
หากเราแยกความต้องการของเขาไม่ออก
เราก็ขายของไม่ได้!



สรุป หนังสือเล่มนี้จะช่วยให้คุณ
อ่านใจลูกค้าขาดใน **10 นาที!**

เส้นทางสู่การตลาด



1

1. ความจำเป็น:
สิ่งที่ขาดไม่ได้



2

2. ความต้องการ:
สิ่งที่เลือกสรร



3

3. อุปสงค์:
อำนาจการซื้อ



4

4. สรุปแนวคิด
และการประยุกต์ใช้



สรุป

เรียนรู้ที่ละก้าว เข้าใจง่าย นำไปใช้ได้จริง



ความจำเป็น (Needs)

ปัจจัยพื้นฐานที่มนุษย์ **'ขาดไม่ได้'**
ในการดำรงชีวิต ถ้าไม่มีคืออยู่ไม่ได้!

อาหารและน้ำ



เครื่องนุ่งห่ม



หิวน้ำ
มาก...

ที่อยู่อาศัย



ห้ามขาด!

สรุป:

ความจำเป็นเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ
นักการตลาดไม่ได้สร้างขึ้น

ความต้องการ (Wants)

รูปแบบการตอบสนองความจำเป็น
ซึ่งเปลี่ยนไปตาม 'วัฒนธรรม' และ 'ตัวบุคคล'

อยากกินชาบู

อยากได้มือถือหรู

อยากได้เสื้อผ้าเทรนด์



กิเลส
มาเต็ม!

สรุป

ความจำเป็นคือต้องกินอาหาร

แต่ความต้องการคือ อยากกินชาบูหรูหร

เปรียบเทียบให้เห็นภาพชัดๆ

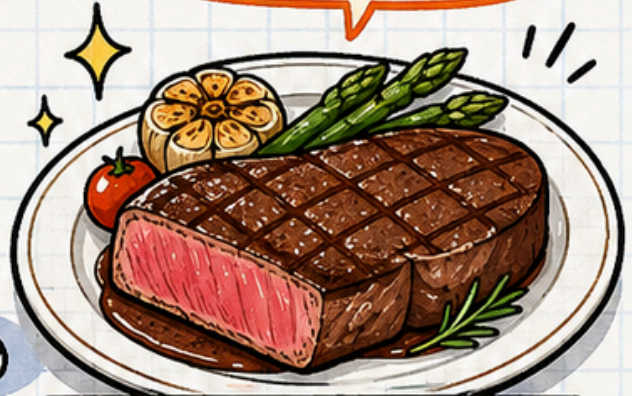
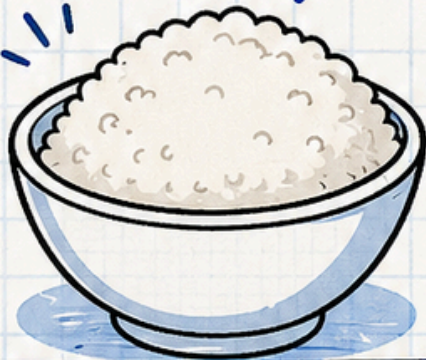
จำเป็น
เพื่อรอดชีวิต

ต้องการ
เพื่อความฟิน

?

ข้าวเปล่า
ประทังชีวิต

สเต็กเนื้อวากิว!



ข้าวเปล่า

สเต็กจานหรู

💡 ความจำเป็นทำให้เรา
แสวงหาผลิตภัณฑ์

แต่ความต้องการ
กำหนดเจาะจงสินค้า



อุปสงค์ (Demand)

ความต้องการที่พ่วงด้วย
'อำนาจในการซื้อ' หรือเงินในกระเป๋าที่พร้อมจ่าย!

1 มีความต้องการ



2 มีเงินพร้อมจ่าย



ซื้อได้จริง!



สรุป

ถ้าอยากได้แต่ไม่มีเงิน = ไม่เกิดอุปสงค์

นักการตลาดต้องหาคนที่มีเงินพร้อมจ่าย

สูตรลับ ความสัมพันธ์

1

ความต้องการ
(Wants)



2

เงินในกระเป๋า
(Money)



3

อุปสงค์
(Demand)



สรุป

ความต้องการ + อำนาจซื้อ = อุปสงค์
ที่แท้จริงในตลาด

เช็กลิสต์ วิเคราะห์ลูกค้า

เช็كد่วน! สินค้าของคุณ
ตอบโจทย์จุดไหนในใจลูกค้า?

- ลูกค้าจำเป็นต้องใช้
จริงไหม?
- เราทำให้เขาอยากได้
สินค้าเราหรือยัง?
- กลุ่มเป้าหมายมีเงิน
พร้อมจ่ายไหม?

★ ถ้ารู้ครบทั้ง 3 ข้อนี้
วางแผนการตลาดอย่างไรก็ปัง!



บทสรุป



สรุปคิดรวบยอด

การตลาดที่เฉียบคม คือการเปลี่ยน

'ความจำเป็น' ของมนุษย์

ให้กลายเป็น **'ความต้องการ'** ในสินค้าของเรา

และเลือกกลุ่มเป้าหมายที่มี **'อุปสงค์'**

หรือกำลังซื้อที่ตรงกลุ่ม



จัดทำโดย
แผนกวิชาการตลาด
วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์

เข้าใจความต้องการของมนุษย์...
ครองใจตลาดได้อย่างยั่งยืน

