ความเป็นองค์รวมของสินค้า

The total products

โดย อ.เบญจา ไวยานิกรณ์

การสร้างตัวสินค้า (Products) ขึ้นมาอย่างจะต้องประกอบไปด้วยองค์รวมของความเป็นตัวตนของสินค้าอย่างสมบูรณ์ครบถ้วน เรียกได้ว่าขาดอย่างใดอย่างหนึ่งไม่ได้ตัวสินค้าที่ไม่เป็นตัวสินค้าอย่างสมบูรณ์ ความเป็นองค์รวมที่เป็นธุรกิจจะต้องใช้ความสำคัญ ประกอบด้วย

1. ลักษณะทางกายภาพ (Physical products) ซึ่งการสร้างรูปร่างลักษณะรูปพรรณ ชั้นงานตัวตนของสินค้าขึ้นมาเช่น ลักษณะของเหลว ครีม ผง ของแข็ง เส้นใยฯลฯ ให้เกิดความเป็นลักษณะกายภาพ เช่น ครีมทาผิว ต้องสร้างลักษณะ กายภาพถือ เป็นรูปแบบครีม สีขาวมีกลิ่นหอม มีสรรพคุณแตกต่างกันไปเป็นต้น
2. การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) เมื่อผู้ผลิตสร้างลักษณะกายภาพขึ้นมาเสร็จแล้วต้องนำมาบรรจุในภาชนะตามต้องการ เช่น ขวด กระป๋อง กล่อง ตลับ หลอด ฯลฯ

การบรรจุจะต้องสัมพันธ์กับปริมาณ เช่น น้ำหอม 1 ขวด มีปริมาตร 100 cc. or /70 cc. น้ำตาลทรายถุงละ 1 กิโลกรัม ฯลฯ

3. การสร้างชื่อสินค้า (Branding) เพื่อให้ตัวสินค้าเกิดความแตกต่างในการจดจำจึงจำเป็นต้องตั้งชื่อสินค้าให้เกิดความจดจำหรือความแตกต่างในการเรียกชื่อตัวสินค้า เช่น น้ำอัดลมสีดำ มีชื่อแตกต่างกัน ได้แก่ โค้ก (Coke) เป็ปซี่ (Pepsi) อีกต้องมีสัญลักษณ์ (Symbol) ตรามือ ตรางู ตราเสือ ตราจระเข้ ฯลฯ แต่การเรียกชื่อที่ยาวเกินไป ผู้บริโภคอาจเกิดความ หงุดหงิด เมื่อต้องการสั่งซื้อสินค้าดังนั้น การตั้งชื่อควรง่ายต่อการจดจำ และ การเรียก

4. ลักษณะการเอื้ออำนวยความสะดวกในส่วนที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าเช่นการเน้นที่การบรรจุภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้ เช่น กระป๋องบรรจุน้ำอัดลมซึ่งง่ายต่อการพกพา เดินทางและสะดวกในการบริโภค ตลับแป้งที่เน้นความสะดวกในการพกพาและการใช้ กล่องบรรจุนมง่ายต่อการบริโภค และมีหลอด ติดข้างกล่อง ฯลฯ แชมพูผสมครีมอาบน้ำที่นำมาใช้สระผมยังใช้เป็นสบู่อาบน้ำ ขนมขบเคี้ยว เช่น โอริโอ้ ซึ่งนำมาใช้ ตกแต่งคู่กับ ICE EREAM น้ำอัดลม โค้กใช้เป็นส่วนผสมวิสกี้ เรียกว่า วิสกี้โค้ก เป็นหนึ่งในเมนู เครื่องดื่มผสมแอลกแฮอล ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการนักธุรกิจที่ต้องการสร้างตัวสินค้าขึ้นมาใหม่ จะต้องสร้างองค์รวมของสินค้าให้ครบสมบูรณ์ในความเป็นสินค้า เพื่อบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ