ใบความรู้ที่ ๒ เรื่อง การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๔ เรื่อง เพิ่มมูลค่า สร้างรายได้ ๑
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒ เรื่อง การเพิ่มมูลค่า
รายวิชา การงานอาชีพ ๕ รหัสวิชา ง๒๓๑๐๑ ภาคเรียนที่ ๑ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

การเพิ่มมูลค่า (value addition) หมายถึงสิ่งต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างและพัฒนาขึ้นทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง เพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มทางด้านราคาและมูลค่าทางการตลาดซึ่งการเพิ่มมูลค่าทำได้หลายวิธี

๑. การปรับปรุงรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น การเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามและสะดุดตา สามารถสื่อถึงแบรนด์และผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี จะเป็นตัวช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้

ที่มาภาพ ดอยคำน้ำมะเขือเทศ๙๙เปอร์เซ็นต์ ๒๐๐มล. แพค ๔ | Tops online

ที่มาภาพ Cold-pressed Juice Archives - Brand Buffet

ที่มาภาพ http://i-san.tourismthailand.org/๗๐๖๑/

๒. การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ หมายถึง การแก้ไข เปลี่ยนแปลง พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว ให้มีประโยชน์ใช้สอยหลากหลายยิ่งขึ้น มีการปรับเปลี่ยนวัสดุในการผลิต ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า เช่นออกแบบเฟอร์นิเจอร์ให้สามรถพับเก็บได้

ที่มาภาพ
๕๔b๘dc๑a๙๓๑๖๔abc๔๖๐๐๑๖๗b.jpg (๗๖๐x๗๖๐) (hipcdn.com)

ที่มาภาพ
https://www.chillpainai.com/src/wewakeup/scoop/img_scoop/Hits/๒๕ideasmallspace/๑๒.jpg

ที่มาภาพ
https://sites.google.com/site/phlitphanthfimux/phlitphanth-kradas-sa

ที่มาภาพ
https://sites.google.com/site/milk๒๐๐๙๓๙/phlitphanth-cak-kradas-sa

๓. การได้รับมาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อรับรองคุณภาพสินค้า โดยเป็นหลักประกันให้กับผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพ มีความปลอดภัยคุ้มค่า และเหมาะสมกับราคา ซึ่งมักใช้กับสินค้าประเภทสิ่งของเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์อาหาร วัสดุก่อสร้าง วัสดุสำนักงาน เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

ที่มาภาพ มอก. คืออะไร ทำไมสินค้าหลายประเภทต้องมี (nakornaluminium.com)

๒. การเปลี่ยนแปลงสถานที่หรือช่องทางการจำหน่าย เช่น ช่องทางการขายออนไลน์ต่างๆ

- การขายผ่านเว็บไซต์
- การขายผ่าน Social Commerce ได้แก่
    - Line official
    - Facebook official
    - Instagram official
- Marketplace ได้แก่ Lazada, Shopee เป็นต้น

ที่มาภาพ https://www.lnwshop.com/system/application/modules/lnwshopweb/_images/home๒๐๒๑/home_๑b.png

การเพิ่มมูลค่าในงานประดิษฐ์จะเน้น ๒ แนวทางคือ

๑) การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมหรือการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่

การพัฒนาที่เน้นตัวผลิตภัณฑ์ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์เดิม หรือคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยอาศัยการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น การสร้างเครื่องหมายการค้า การปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ การสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นนวัตกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์ทางเลือกสำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม หรือผลงานที่เน้นความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้จาก ๕ จังหวัด ส้มโอขาวแตงกวาชัยนาท การพัฒนาลายผ้าทอท้องถิ่น

๒) การขยายตลาดหรือการหากลุ่มเป้าหมายใหม่

การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการบริการโดยมุ่งเน้นไปที่ตลาดหรือกลุ่มบริโภคที่เป็นเป้าหมาย เช่น การนำสินค้าเดิมที่มีอยู่ ขยายเข้าสู่ลูกค้ารายใหม่หรือกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหม่ เช่น ขายงานฝีมือในตลาดนัด ขยายตลาดเข้าสู่การค้าออนไลน์ เป็นต้น

แหล่งอ้างอิง

จีระพงษ์ โพพันธุ์. (๒๐๒๐). การเพิ่มมูลค่าเทคโนโลยี. https://kru-it.com/design-and-technology-m๓/technology-value-addition/

สสวท. (๒๐๒๐). การสร้างมูลค่า. http://designtechnology.ipst.ac.th/wp-content/uploads/sites/๘๓/๒๐๒๐/๐๑/๔_๐๒%E๐%B๘%๘๑%E๐%B๘%B๒%E๐%B๘%A๓%E๐%B๘%AA%E๐%B๘%A๓%E๐%B๙%๘๙%E๐%B๘%B๒%E๐%B๘%๘๗%E๐%B๘%A๑%E๐%B๘%B๙%E๐%B๘%A๕%E๐%B๘%๘๔%E๐%B๙%๘๘%E๐%B๘%B๒-๑.pdf

Branding Champ.com. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) ยุคใหม่ ต้องเรียนรู้อะไรบ้าง. https://www.brandingchamp.com/%E๐%B๘%๘๑%E๐%B๘%B๒%E๐%B๘%A๓%E๐%B๘%๙E%E๐%B๘%B๑%E๐%B๘%๙๒%E๐%B๘%๙๙%E๐%B๘%B๒%E๐%B๘%๙C%E๐%B๘%A๕%E๐%B๘%B๔%E๐%B๘%๙๕%E๐%B๘%A๐%E๐%B๘%B๑%E๐%B๘%๙๓%E๐%B๘%๙๑%E๐%B๙%๘C/

Karmarts Public Company Limited. การตลาดและการขาย. https://www.karmarts.co.th/th/company- business/marketing-sales

บันทึกท้ายคาบ/สิ่งที่ได้รับมอบหมาย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....