

วิทยาลัยเทคโนโลยีชุมแพไทย-เยอรมัน(จี-เทค)

วิชา

ความคิดเชิงสร้างสรรค์ทาง
การตลาด

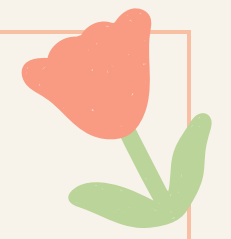
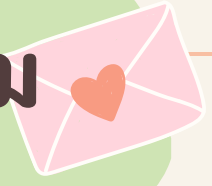
โดย

อ.นิภาพร พรหมเมตตา



การตลาดสร้างสรรค์
Creative Marketing

การพัฒนานวัตกรรม

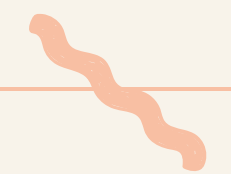


มนุษย์มีความคิดสร้างสรรค์ ความคิดแปลกใหม่ ทำให้สามารถพัฒนาต่อยอดผลผลิตได้อย่างไม่หยุดยั้ง ผลิตภัณฑ์ สิ่งประดิษฐ์ หรือวิธีการต่างๆ ที่มีผู้คิดไว้สามารถนำมาปฏิบัติแล้วก็ปรับปรุงให้ดีขึ้นได้เรื่อยๆ เราเรียกว่า การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรม ซึ่งเป็นการพัฒนาปรับปรุงสิ่งที่มีผู้คิดไว้ให้ดีขึ้น เพิ่ม ประสิทธิภาพสูงขึ้น และ เกิดประโยชน์แก่มนุษย์มากที่สุด

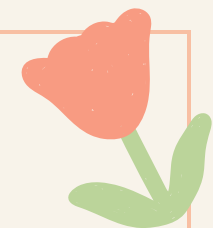


ตัวอย่างการพัฒนา

“สาหร่ายมุกหยก” ไขปลาคาร์เวียร์มังสวิรัติ เป็นนวัตกรรมต่อยอดจากงานวิจัย สาหร่ายมุกหยกเป็น ผลิตภัณฑ์ อาหารเพื่อสุขภาพ ได้จากการพัฒนาสายพันธุ์สาหร่ายน้ำจืดสีน้ำตาลเงินแกมเขียว โดยปรับปรุง สายพันธุ์ให้มี ลักษณะ รูปกลมเพื่อให้เหมาะแก่การขายเชิงพาณิชย์ เดิมทีคนไทยนิยมรับประทานสาหร่ายสีน้ำตาลเงิน แต่สาหร่ายที่ได้รับการต่อยอดสายพันธุ์ใหม่นี้ มี ลักษณะรูปร่างกลม เนื้อแน่น มีสีเขียวแกมน้ำเงิน มีประกายคล้ายไขปลาคาร์เวียร์ เหมาะสำหรับการนำไปผลิตเป็น ผลิตภัณฑ์ต่างๆ

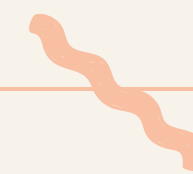


ผลิตสร้างสรรค์ (Creative Product)



ลักษณะของผลผลิตนั้น โดยเนื้อแท้เป็นโครงสร้างหรือรูปแบบของความคิดที่ได้แสดงกลุ่มความหมายใหม่ ออกมาเป็นอิสระต่อความคิดหรือสิ่งของที่ผลิตขึ้น ซึ่งเป็นไปได้ทั้งรูปธรรมและนามธรรม นิวเวลล์ ชอว์ และซิมป์สัน (Newell, Shaw and Simpson, 1963) ได้พิจารณาผลผลิตอันใดอันหนึ่งที จัดเป็นผลผลิตของความคิด ผลิตสร้างสรรค์ โดยอาศัยหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

1. เป็นผลผลิตที่แปลกใหม่และมีค่าต่อผู้คิดสังคมและวัฒนธรรม
2. เป็นผลผลิตที่ไม่เป็นไปตามปรากฏการณ์นิยมในเชิงที่ว่ามีการคิดดัดแปลงหรือยกเลิกผลผลิต หรือ ความคิดที่เคยยอมรับกันมาก่อน
3. เป็นผลผลิตซึ่งได้รับจากการกระตุ้นอย่างสูงและมั่นคง ด้วยระยะเวลาหรือความพยายามอย่างสูง
4. เป็นผลผลิตที่ได้จากการประมวลปัญหา ซึ่งค่อนข้างจะคลุมเครือและไม่แจ่มชัด

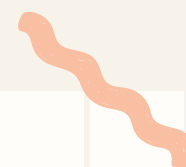
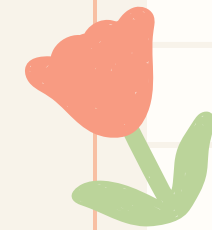




ใบงานที่ 7



1. บอกแนวคิดของการสร้างผลผลิตอย่างสร้างสรรค์



วิทยาลัยเทคโนโลยีชุมแพไทย-เยอรมัน(จี-เทค)
สาขาการตลาด

ขอบคุณ
๑