

ตอนที่ 1

แนวความคิดทั่วไป

แนวความคิดทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคต้องการ
จะให้นักศึกษามีความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรม
ของผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาต่อไป
การศึกษาในตอนนี้จะศึกษาถึงลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับ
พฤติกรรมผู้บริโภคและตัวแบบต่าง ๆ ในพฤติกรรม
ผู้บริโภค

บทที่ 1

ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

สาระสำคัญ

ในการศึกษาลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจะให้เกิดความคิดพื้นฐานอย่างกว้าง ๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยที่ผู้บริโภคทุกคนย่อมจะมีพฤติกรรมของตนเองที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันไปจากผู้บริโภคคนอื่น ๆ

ในการศึกษาลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคนี้จะศึกษา

1. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค
3. เหตุผลในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค
4. ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากศึกษาบทที่ 1 แล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคได้
2. อธิบายความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคได้
3. ระบุเหตุผลในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคได้
4. บอกศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคได้

1. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคจะมีความหมายครอบคลุมสาระสำคัญอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ 1. การกระทำของแต่ละบุคคล 2. การได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ และ 3. กระบวนการตัดสินใจ

การกระทำของแต่ละบุคคลเป็นการเน้นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไปในตัวเอง การได้รับและการใช้สินค้าของผู้บริโภคเป็นเรื่องปกติวิสัยที่จะต้องอุปโภคบริโภคสินค้า ส่วนในเรื่องของกระบวนการตัดสินใจได้ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคจะซื้อสินค้าอะไรก็ตามแต่จะต้องผ่านขั้นตอนของการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย การตระหนักถึงปัญหา การค้นหา การประเมินผล ทางเลือก ทางเลือก และผลได้

2. ความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคนับได้ว่ามีความสำคัญต่อนักการตลาดเป็นอย่างมาก โดยที่พฤติกรรมผู้บริโภคเป็น เป้าหมายหลัก ที่นักการตลาดจะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ เพราะถือได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ถ้านักการตลาดนำสินค้าออกสู่ตลาดโดยไม่วิเคราะห์ตลาดอย่างเพียงพอแล้ว เชื่อได้ว่านักการตลาดผู้นั้นไม่สามารถจะบรรลุเป้าหมายทางการตลาดได้เลย

ในการที่นักการตลาดได้เน้นพฤติกรรมของผู้บริโภค ก็ควรที่จะใช้ผู้บริโภคเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาพฤติกรรม ไม่ใช่ใช้เกณฑ์ของตัวเองที่จะพิจารณาพฤติกรรมผู้บริโภค นักการตลาดจะต้องติดตามอยู่เสมอว่าผู้บริโภคมีความต้องการอย่างไร มีความต้องการจะเห็นและจะฟังอะไรบ้าง และไม่ต้องการที่จะเห็นและจะฟังอะไรบ้าง และเนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจึงจำเป็นที่นักการตลาดจะต้องวิจัยสิ่งจูงใจและพฤติกรรมผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลาเช่นกัน และเป็นการดียิ่งที่นักการตลาดจะใช้อิทธิพลที่มีต่อสิ่งจูงใจและพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ซึ่งอิทธิพลดังกล่าวจะต้องเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและเป็นอิทธิพลที่ถูกกฎหมายด้วย และประการสุดท้ายนักการตลาดจะต้องศึกษาถึงผู้บริโภคเพื่อจะได้เสนอขายสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุด

3. เหตุผลในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมีเหตุผลสำคัญที่สนับสนุนดังนี้คือ

1. เพื่อประโยชน์ต่อการตลาด การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานทางการตลาด เพราะว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นเป้าหมายหลักนั่นเอง เป็นประโยชน์ต่อการประเมินผลโอกาสตลาดใหม่ โดยที่นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าพฤติกรรมผู้บริโภคอะไรบางอย่างที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือว่า นักการตลาดจะต้องพยายามตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด ในการประเมินผลโอกาสตลาดใหม่ควรจะต้องคำนึงถึงการเคลื่อนย้ายประชากรตามเขตภูมิศาสตร์ การเคลื่อนย้ายประชากรทางสังคมและการเคลื่อนย้ายทางจิต ซึ่งการเคลื่อนย้ายทั้ง 3 ลักษณะนี้มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภค เป็นประโยชน์ต่อการเลือกส่วนแบ่งตลาด เนื่องจากผู้บริโภคย่อมจะมีพฤติกรรมที่เหมือนกันและต่างกันไป จึงทำให้นักการตลาดสามารถจะเลือกเข้าส่วนแบ่งตลาดที่ตนต้องการได้ เป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในด้านกลยุทธ์ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะสามารถนำมาใช้เป็นหลักหรือแนวทางที่จะกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้เป็นอย่างดี ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยเน้นที่สาเหตุมากกว่า “ผลลัพธ์” กล่าวคือ วิเคราะห์ว่าอะไรเป็นสาเหตุในเรื่องนั้น เช่น อะไรเป็นสาเหตุของแนวโน้มยอดขาย

เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงกิจการร้านค้าปลีก ในการค้าปลีกให้กับผู้บริโภคนั้นจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างมาก เพราะว่าโดยลักษณะของการค้าปลีกนั้นเป็นการขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้นพฤติกรรมผู้บริโภคจึงมีอิทธิพลต่อผู้ค้าปลีกอย่างมาก

2. เพื่อเพิ่มความสนใจในการปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภค ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคก็ยังมีเหตุผลที่ว่า เพื่อจะปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภค ซึ่งในระบบการค้าหรือระบบเศรษฐกิจเสรีนิยมได้เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าอย่างมากมาย จึงมีความจำเป็นที่ผู้บริโภคว่าจะได้รับการปกป้องในเรื่องของคุณภาพสินค้าและสารสนเทศต่าง ๆ ที่จะได้รับการจะมีความถูกต้องไม่เป็นการหลอกลวง นอกจากนี้ยังมีเหตุผลที่จะใช้เป็นเครื่องมือสำหรับนโยบายสาธารณะ กล่าวคือ นักการตลาดที่จะนำสินค้าได้ออกสู่ตลาด ก็ควรจะคำนึงว่าจะมีผลกระทบต่อสาธารณะ เมื่อผู้บริโภคได้ใช้สินค้านั้นไปแล้ว

4. ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

วิชาพฤติกรรมผู้บริโภคไม่อยู่อย่างโดดเดี่ยว แต่มีส่วนเกี่ยวข้องกับศาสตร์อื่น ๆ ได้แก่ เศรษฐศาสตร์ จิตวิทยา สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์

แบบฝึกหัดบทที่ 1

ก. ให้ตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงอธิบายความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

2. จงอธิบายความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค

2. การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าในกิจการค้าปลีกจะช่วยงานในด้านใด
 1. การลงทุนในร้าน
 2. การเลือกทำเลที่ตั้ง
 3. การวางแผนผังในร้าน
 4. การวางแผนสินค้า
 5. ข้อ 2, 3 และ 4
3. ในการประเมินผลของโอกาสตลาดใหม่จะมีอุปสรรคที่สำคัญต่อการประเมินผลหรือพยากรณ์การตอบสนองของผู้บริโภค อุปสรรคเหล่านี้ ได้แก่
 1. การเคลื่อนย้ายประชากรตามเขตภูมิศาสตร์ (Geographic mobility)
 2. การเคลื่อนย้ายของเขตภูมิศาสตร์
 3. การเคลื่อนย้ายของเทคโนโลยี
 4. การเคลื่อนย้ายประชากรทางสังคม (Social mobility)
 5. ข้อ 1 และ 4
4. กุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของนักการตลาด
 1. การรู้จักนำเอาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีออกสู่ตลาด
 2. การรู้จักเป็นผู้นอบน้อมต่อผู้บริโภค
 3. การรู้จักโฆษณาสินค้าของตัวเอง
 4. การรู้จักพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภคเพื่อจะเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการ
 5. ข้อ 1 และ 3
5. วิชาใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับวิชาพฤติกรรมผู้บริโภคมากที่สุด
 1. การศึกษา
 2. จิตวิทยา
 3. ชีววิทยา
 4. กลศาสตร์
 5. คณิตศาสตร์
6. ข้อใดที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับนโยบายสาธารณสุข
 1. การขายสินค้าราคาถูก
 2. การไม่ทำให้เกิดมลภาวะ
 3. การขายสินค้าจำนวนมาก
 4. การขายสินค้าน้อยชนิด
 5. การคิดค่าบริการสาธารณะ

เฉลยคำตอบ

ข้อ 1 (2) ข้อ 2 (2) ข้อ 3 (5) ข้อ 4 (4) ข้อ 5 (2) ข้อ 6(2)