ตอนที่ 4
การนำพฤติกรรมผู้บริโภคไปใช้ประโยชน์

เมื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคแล้วนักการตลาดควรที่จะนำเอาพฤติกรรมผู้บริโภคไปใช้ประโยชน์ ซึ่งสามารถจะนำไปใช้ในด้านการขยายตัวของนวกรรมหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ พฤติกรรมการซื้อในกิจการร้านค้าปลีก และการนิยมผู้บริโภค

บทที่ 14
การขยายตัวของนวกรรม

สาระสำคัญ

ในการศึกษาการขยายตัวของนวกรรมนี้เป็นเรื่องที่เน้นถึงการนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด ซึ่งการที่จะนำสินค้าใหม่หรือความคิดใหม่ออกสู่ตลาดนั้น นักการตลาดจะต้องมีความเข้าใจในองค์ประกอบของกระบวนการขยายตัวเสียก่อนว่าจะต้องประกอบไปด้วยอะไรบ้าง เพื่อจะทำให้นักการตลาดมองเหตุการณ์ได้อย่างครบถ้วน นักการตลาดจะต้องศึกษากระบวนการตัดสินใจด้านนวกรรมของผู้บริโภคว่าประกอบไปด้วยอะไรบ้าง เพื่อประโยชน์ในการวางสินค้าใหม่ นักการตลาดยังต้องศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อจะใช้เป็นแนวทางในการนำสินค้าออกสู่ตลาดเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้นักการตลาดยังจะต้องพยากรณ์ความสำเร็จของการขยายตัวและการยอมรับอีกด้วย เพื่อใช้เป็นทิศทางหรือแนวทางของการปฏิบัติงานทางการตลาดต่อไป

ในการศึกษาการขยายตัวของนวกรรมนี้จะศึกษา

1. องค์ประกอบของกระบวนการขยายตัว
2. กระบวนการของการตัดสินใจด้านนวกรรม
3. ปัจจัยที่เกี่ยวกับการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่
4. การพยากรณ์ความสำเร็จของการขยายตัวและการยอมรับ

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากศึกษาในบทที่ 14 แล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายองค์ประกอบของกระบวนการขยายตัวได้
2. อธิบายกระบวนการของการตัดสินใจด้านนวกรรมได้
3. อธิบายปัจจัยที่เกี่ยวกับการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้
4. อธิบายการพยากรณ์ความสำเร็จของการขยายตัวและการยอมรับได้

1. องค์ประกอบของกระบวนการขยายตัว

ในกระบวนการขยายตัวของสินค้าใหม่หรือนวกรรมจะต้องมีปัจจัยที่สำคัญ ๆ ที่ทำให้กระบวนการขยายตัวนั้นประสบความสำเร็จ ซึ่งปัจจัยที่สำคัญอยู่ 4 องค์ประกอบคือ

1. นวกรรม
2. การสื่อสาร

3. ระบบสังคม

4. เวลา

กระบวนการขยายตัวจะต้องอาศัยนวกรรมหรือตัวสินค้าเป็นหลัก เพราะถ้าไม่มีนวกรรมหรือสินค้าใหม่แล้วก็จะไม่เกิดการขยายตัวได้ สำหรับนวกรรมมีความหมายอยู่ 2 ลักษณะคือ ความหมายทางอัตภาวะและทางปรภาวะ นอกจากนี้นวกรรมยังสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ นวกรรมต่อเนื่อง นวกรรมต่อเนื่องที่เปลี่ยนแปลง และนวกรรมที่ไม่ต่อเนื่อง

กระบวนการขยายตัวจะต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อจะได้เป็นการกระจายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนวกรรมหรือสินค้าใหม่ให้กับตลาดที่เป็นเป้าหมายของนักการตลาด ซึ่งนักการตลาดสามารถจะใช้การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการและการสื่อสารที่เป็นทางการ

ระบบสังคมก็มีส่วนในกระบวนการขยายตัว เพราะถ้าไม่มีระบบสังคมรองรับการขยายตัวของนวกรรมหรือสินค้าใหม่แล้ว ก็จะไม่เกิดกระบวนการขยายตัวได้

กระบวนการขยายตัวมีความจำเป็นที่จะต้องใช้เวลาเข้ามาช่วย นวกรรมหรือสินค้าใหม่ที่จะออกสู่ตลาดย่อมจะเริ่มต้นจากจุดใดจุดหนึ่งของเวลาแล้วก็ต้องใช้เวลาที่จะให้เกิดการยอมรับนวกรรมหรือสินค้าใหม่ ซึ่งการยอมรับของผู้บริโภคมีอยู่ 2 ลักษณะคือ ยอมรับในทางทฤษฎี และในทางปฏิบัติ การยอมรับในทางทฤษฎีจะใช้ความตั้งใจซื้อเป็นตัววัด การยอมรับในทางปฏิบัติจะใช้การซื้อและไม่ซื้อเป็นตัววัด

2. กระบวนการของการตัดสินใจด้านนวกรรม

กระบวนการของการตัดสินใจด้านนวกรรมจะประกอบไปด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน คือ

1. การรับรู้
2. การชักชวน
3. การตัดสินใจ
4. การยืนยัน

ก่อนที่จะมีการตัดสินใจซื้อนวกรรมหรือสินค้าใหม่ ผู้บริโภคจะต้องมีการรับรู้เกี่ยวกับนวกรรมหรือสินค้าใหม่ เพราะการรับรู้จะนำไปสู่การยอมรับตัวสินค้าและทำให้เกิดการซื้อได้

ขั้นตอนต่อจากการรับรู้ก็คือ การชักชวนให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับ ซึ่งจะต้องชี้ให้เห็นว่าสินค้าใหม่มีข้อได้เปรียบมากกว่าสินค้าที่ใช้อยู่เดิม ผู้บริโภคสามารถจะหาสารสนเทศเกี่ยวกับสินค้าใหม่เพิ่มเติม เพื่อจะเป็นการลดความเสี่ยงที่จะใช้สินค้าใหม่

หลังจากที่ผู้บริโภคได้รับการชักชวนและได้หาสารสนเทศเพิ่มเติมแล้วก็มาถึงขั้นของการตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธนวกรรม ในขั้นตอนนี้นักการตลาดสามารถจะให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้สินค้า

การยืนยันเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจด้านนวกรรม ซึ่งผู้บริโภคได้เพิ่มความมั่นใจให้กับตัวเองว่าได้ตัดสินใจที่จะยอมรับนวกรรมหรือสินค้าใหม่ นักการตลาดจะต้องพยายามให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับอยู่ตลอดเวลา

3. ปัจจัยที่เกี่ยวกับการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่

นักการตลาดควรจะศึกษาถึงการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยอะไรบ้าง เพื่อประโยชน์ในการวางแผนทางการตลาดต่อไป ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคประกอบด้วย

1. ลักษณะของผู้บริโภคที่สอดคล้องกับนวกรรม
2. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับนวกรรม
3. ตัวแปรทางสังคมและทางการสื่อสาร ที่สอดคล้องกับนวกรรม
4. การเปลี่ยนแปลงทางการตลาด

ลักษณะของผู้บริโภคที่สอดคล้องกับนวกรรมจะมีลักษณะทางประชากรสังคม ซึ่งได้แก่ มีการศึกษา มีรายได้ มีอายุในระดับหนึ่ง และมีลักษณะทางทัศนคติที่จะยอมรับกับผลิตภัณฑ์ใหม่

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับนวกรรมจะประกอบไปด้วยลักษณะที่มีข้อได้เปรียบกว่าสินค้าเดิม มีความไปกันได้กับค่านิยมและประสบการณ์ของผู้บริโภค สามารถจะสังเกตุเห็นความสำคัญของผลิตภัณฑ์ได้ มีความใหม่กว่าสินค้าที่มีอยู่ สามารถทดลองใช้ได้ และไม่มีความซับซ้อนในการใช้มาก

ลักษณะทางสังคมและทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับนวกรรมจะมีลักษณะของการใช้สื่อที่นักการตลาดครอบครอง โดยการใช้สื่อโฆษณาขนานใหญ่เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในกระบวนการยอมรับ การสื่อสารปากต่อปากหรือส่วนบุคคลก็มีผลต่อการยอมรับสินค้าใหม่ของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคได้ใช้การถามจากผู้ที่เคยใช้สินค้ามาก่อน ซึ่งในลักษณะสื่อสารปากต่อปากนี้ผู้นำทางความคิดได้เข้ามามีบทบาทอย่างมาก นอกจากนี้การรวมตัวทางสังคมจะส่งผลให้เกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ง่าย เพราะว่าได้มีการถ่ายทอดสารสนเทศระหว่างกันในแง่ที่เป็นผู้นำทางความคิดและผู้ได้รับอิทธิพล

การเปลี่ยนแปลงทางการตลาดก็มีส่วนต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วย โดยจะเกิดการถ่ายทอดความคิดจากผู้บุกเบิกใช้สินค้าไปยังผู้ยอมรับในช่วงแรก ผู้ยอมรับในช่วงหลัง และผู้ไม่ยอมรับหรือล้าหลัง

4. การพยากรณ์ความสำเร็จของการขยายตัวและการยอมรับ

นักการตลาดควรจะต้องใช้การพยากรณ์ความสำเร็จของการขยายตัวและการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งสามารถจะใช้ตัวแบบ 3 ลักษณะคือ

1. ตัวแบบเจาะตลาด
2. ตัวแบบการแพร่กระจาย
3. ตัวแบบลำดับของสาเหตุ

ตัวแบบเจาะตลาดได้แสดงให้เห็นถึงจำนวนลูกค้าที่คาดว่าจะซื้อสินค้าจากร้านค้าในช่วงเวลาหนึ่ง ถ้าลูกค้ามีการซื้อซ้ำมากเท่าไรก็จะเป็นการดีสำหรับร้านค้า

ตัวแบบการแพร่กระจายได้ใช้เกณฑ์ยอมรับ หรือปฏิเสธสินค้าใหม่ในช่วงเวลาที่กำหนดให้ โดยใช้หลักที่ว่าจำนวนผู้ยอมรับที่เป็นไปได้จะประกอบไปด้วยผู้ยอมรับที่ตื่นตัว ผู้ปฏิเสธที่ตื่นตัว และผู้ไม่แสดงปฏิกริยา

ตัวแบบลำดับของสาเหตุได้ใช้ลำดับของตัวแปรต่าง ๆ ที่ต่อเนื่องกันไปจนถึงขั้นของการยอมรับ โดยเริ่มจากการโฆษณาเพื่อให้เกิดความสำนึกขั้นต้น มีการใช้ระดับการเข้าถึงและความถี่ในการโฆษณาเพื่อให้เกิดการตระหนักถึงตราสินค้า ซึ่งจะนำไปสู่การทดลองใช้และซื้อใช้จริงในที่สุด

แบบฝึกหัดบทที่ 14

ก. ให้ตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงอธิบายองค์ประกอบของกระบวนการขยายตัว

2. จงอธิบายกระบวนการของการตัดสินใจด้านนวกรรม

3. จงอธิบายปัจจัยที่เกี่ยวกับการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่

4. จงอธิบายการพยากรณ์ความสำเร็จของการขยายตัวและการยอมรับ

ข. ให้เลือกคำตอบที่ถูกที่สุดเพียง 1 คำตอบ

1. การที่ใส่กลิ่นมะนาวลงไปในผงซักฟอกถือว่าเป็น
   1. นวกรรม
   2. นวกรรมต่อเนื่องที่เปลี่ยนแปลง
   3. นวกรรมต่อเนื่อง
   4. นวกรรมไม่ต่อเนื่อง
   5. ข้อ 3 และ 4

2. กระบวนการขยายตัวต้องอาศัยองค์ประกอบอะไรบ้าง
   1. ความรู้ความสามารถ
   2. นวกรรม การสื่อสาร ระบบสังคมและเวลา
   3. การรับรู้การชักชวน การตัดสินใจ และการยืนยัน
   4. การแนะนำ การเจริญเติบโต ความอิ่มตัวและการลดลง
   5. ข้อ 2 และ 3

3. ในการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคจะต้องอาศัยสิ่งใดบ้าง
   1. ลักษณะของผู้บริโภค
   2. ลักษณะของผลิตภัณฑ์
   3. ลักษณะทางสังคม
   4. ลักษณะการติดต่อสื่อสาร
   5. ถูกทุกข้อ

4. ตัวแบบชนิดใดที่มุ่งเน้นการวัดการซื้อซ้ำ
   1. ตัวแบบการตรวจสอบสาเหตุ
   2. ตัวแบบเจาะตลาด
   3. ตัวแบบการกำหนดลำดับของสาเหตุ
   4. ตัวแบบการยอมรับ
   5. ตัวแบบตักตวง

5. ลักษณะใดของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคยอมรับ
   1. ความอนุรักษ์นิยม
   2. ความซับซ้อนเพื่อจะได้ไม่เกิดความเคยชิน
   3. มีข้อได้เปรียบกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม
   4. ไม่สามารถจะทดลองใช้ได้เพราะจะไม่ทำให้สินค้าเก่าได้ง่าย
   5. ไม่สามารถจะสังเกตได้ง่าย

6. การได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ถือว่าอยู่ในขั้นตอนใดของกระบวนการตัดสินใจด้านนวกรรม
   1. การรับรู้
   2. การชักชวน
   3. การตัดสินใจ
   4. การยืนยัน
   5. การลังเลใจ

เฉลยคำตอบ

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