

## บทที่ 15

# พฤติกรรมการณ์ซื้อในกิจการร้านค้าปลีก

### สาระสำคัญ

ในการศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อในกิจการร้านค้าปลีกเป็นเรื่องของการนำพฤติกรรมผู้บริโภคไปใช้กับร้านค้าปลีก ซึ่งถือได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคมีความใกล้เคียงกับร้านค้าปลีกเป็นอย่างมาก เพราะว่าผู้บริโภคทุกคนต้องซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องรู้จักกับลักษณะของกระบวนการซื้อในร้านค้าปลีกของผู้บริโภคว่ามีขั้นตอนอะไรบ้าง ผู้บริโภคมีการเลือกร้านค้าที่จะไปซื้อสินค้าอย่างไรบ้าง นักการตลาดยังจะต้องรู้อีกว่าผู้บริโภคของร้านค้าปลีกจะมีเค้าร่างอย่างไร และมีความอุปถัมภ์ร้านค้าอย่างไร นอกจากนี้นักการตลาดจะต้องศึกษาถึงอำนาจความดึงดูดร้านค้าและตราสินค้าของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้า

ในการศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อในกิจการร้านค้าปลีกนี้จะศึกษา

1. ลักษณะของกระบวนการซื้อในร้านค้าปลีก
2. การเลือกร้านค้าของผู้บริโภค
3. เค้าร่างของผู้ซื้อและความอุปถัมภ์ร้านค้า
4. การวิเคราะห์ความดึงดูดร้านค้าและตราสินค้า

### จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากศึกษาบทที่ 15 แล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายลักษณะของกระบวนการซื้อในร้านค้าปลีกได้
2. อธิบายตัวกำหนดที่จะไปในการเลือกร้านค้าของผู้บริโภคได้
3. อธิบายจินตภาพร้านค้าของผู้บริโภคได้
4. อธิบายเค้าร่างของผู้ซื้อและความอุปถัมภ์ร้านค้าได้
5. อธิบายการวิเคราะห์ความดึงดูดร้านค้าและตราสินค้าได้

#### 1. ลักษณะของกระบวนการซื้อในร้านค้าปลีก

กระบวนการซื้อของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกจะเริ่มจากการตั้งใจที่จะหาซื้อสินค้าจากร้านที่ต้องการ หรืออาจจะเกิดจากการซื้อสินค้าโดยไม่ตั้งใจล่วงหน้า เพียงแต่เดินดูสินค้าในร้านค้าแล้วเห็นสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งขึ้นมาก็ซื้อขึ้นมา ซึ่งผู้ค้าปลีกสามารถจะใช้การจัดแสดงสินค้าให้เห็นได้ง่าย

ผู้บริโภคที่พอใจกับการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกก็จะเก็บไว้เป็นความทรงจำและจะถูกนำไปใช้ต่อไป การซื้อคราวต่อไป ซึ่งถ้ามีการซื้อซ้ำอยู่ตลอดเวลา ก็จะเป็นความภักดีต่อร้านค้าได้

## 2. การเลือกร้านค้าของผู้บริโภค

ในการเลือกร้านค้าของผู้บริโภคจะพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. **ทำเลที่ตั้ง** ผู้บริโภคจะเลือกร้านค้าปลีกที่สามารถจะไปหาซื้อได้สะดวก ดังนั้นผู้ค้าปลีกต้องตั้งร้านค้าปลีกในที่ที่ไปมาสะดวก

2. **ความกว้างและความลึกของประเภทผลิตภัณฑ์** ผู้บริโภคจะเลือกร้านค้าที่มีสินค้าให้เลือกมากมายหลายชนิด

3. **ราคา** การจตุราคาของสินค้าจะช่วยให้ผู้บริโภคเข้าร้านมาหาซื้อสินค้าได้ อย่างไรก็ตามถ้าผู้บริโภคมีความภักดีต่อร้านค้าแล้ว ก็อาจจะมองข้ามเรื่องราคาไปได้

4. **การโฆษณาและการสื่อสารปากต่อปาก** การโฆษณามีส่วนต่อการดึงดูดลูกค้าเข้าร้านได้อย่างมาก การสื่อสารปากต่อปากก็มีอิทธิพลต่อการดึงดูดลูกค้าเข้าร้านด้วยเช่นกัน

5. **การส่งเสริมการขาย** การส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ มีส่วนช่วยดึงดูดลูกค้าได้

6. **บุคลากรในร้าน** พนักงานต่าง ๆ ภายในร้านค้ามีอิทธิพลที่จะดึงดูดผู้บริโภคด้วย

7. **การบริการต่าง ๆ** ร้านค้าปลีกที่มีการบริการแก่ลูกค้าย่อมจะเป็นที่พอใจแก่ผู้บริโภค

8. **ลักษณะของร้าน** การตกแต่งของร้านค้านับว่ามีส่วนดึงดูดลูกค้าเข้าร้านได้เช่นกัน

9. **ลูกค้าของร้าน** ผู้บริโภคหรือลูกค้าที่อยู่ใกล้เคียงบริเวณร้านค้าปลีกมีส่วนดึงดูดลูกค้าหรือผู้บริโภครายอื่นได้ถ้าเป็นกลุ่มเดียวกัน

นอกจากนี้จินตภาพของร้านค้าในสายตาของผู้บริโภคก็มีผลต่อการสร้างความภักดีต่อร้านค้าให้เกิดขึ้น

## 3. คำร่ำของผู้อยู่ซื้อและความอุปถัมภ์ร้านค้า

ผู้ค้าปลีกหรือนักการตลาดจะต้องศึกษาว่าผู้อยู่ซื้อควรมีคำร่ำอย่างไรที่จะเป็นลูกค้าที่มีความอุปถัมภ์ต่อร้านค้า ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วผู้ค้าปลีกจะต้องเลือกตั้งร้านค้าในบริเวณที่เป็นตลาดเป้าหมายของตน

ผู้บริโภคที่จะยอมรับร้านค้าปลีกนั้นจะต้องมีลักษณะที่ชอบการใช้จ่ายเงินอยู่ในตัวมองสิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับตัวร้านค้าไปในทางที่ดี ชอบการแต่งกาย ยอมรับการเสี่ยง มีความเชื่อมั่นในตนเอง

นอกจากนี้ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกยังสามารถแบ่งเป็นลักษณะต่าง ๆ ดังนี้คือ

1. ผู้ซื้อสินค้าอย่างประหยัด ซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงราคา
2. ผู้ซื้อสินค้าเป็นส่วนตัว ซื้อสินค้าโดยสนิทกับผู้ชาย
3. ผู้ซื้อสินค้ามีจรรยา ซื้อสินค้าเพราะเห็นใจร้านค้า
4. ผู้ซื้อสินค้าที่ไม่สนใจ ซื้อสินค้าที่อยู่ใกล้บ้าน เพราะไม่ชอบเที่ยวหาซื้อทาง

ร้านไกล ๆ

#### 4. การวิเคราะห์ความดึงดูดร้านค้าและตราสินค้า

ผู้ค้าปลีกหรือนักการตลาดจะต้องศึกษาวิเคราะห์ความดึงดูดร้านค้าและตราสินค้าของผู้บริโภค เพื่อจะได้แยกแยะว่าผู้บริโภคมาซื้อสินค้าที่ร้านเพราะว่าเจาะจงร้านค้าหรือเจาะจงตราสินค้า ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ค้าปลีกที่จะนำสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการมาขาย

## แบบฝึกหัดบทที่ 15

### ก. ให้ตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงอธิบายลักษณะของกระบวนการซื้อในร้านค้าปลีก

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

2. จงอธิบายตัวกำหนดทั่ว ๆ ไปในการเลือกร้านค้าของผู้บริโภค

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3. จงอธิบายจินตภาพร้านค้าของผู้บริโภค





## ข. ให้เลือกคำตอบที่ถูกที่สุดเพียง 1 คำตอบ

1. การตระหนักถึงปัญหาในการหาซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีก เริ่มต้นจาก
  1. มีความต้องการ
  2. ค้นหาซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความพอใจ
  3. เดินตามร้านโดยไม่ได้ตั้งใจซื้อมาก่อนแต่เห็นสินค้าจึงเกิดตระหนักถึงปัญหา
  4. ข้อ 2 และ 3
  5. การค้นหาข้อมูล
2. ในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกผู้บริโภคจะพิจารณาอะไรก่อน
  1. พนักงานขาย
  2. การแจกของแถม
  3. ทำเลที่ตั้งเหมาะสม
  4. การกำหนดราคา
  5. การให้บริการ
3. กระบวนการเลือกร้านค้าของผู้บริโภคจะมีการเปรียบเทียบระหว่าง
  1. เกณฑ์ประเมินกันตัวสินค้า
  2. เกณฑ์ประเมินกับลักษณะของร้าน
  3. การยอมรับกับการประเมิน
  4. การไม่ยอมรับกับการประเมิน
  5. เกณฑ์ประเมินกับตัวผู้บริโภค
4. การที่ผู้ซื้อเต็มใจที่จะไม่ซื้อสินค้าที่มีราคาต่ำหรือไม่เลือกซื้อสินค้ามากชนิด เป็นผู้ซื้อสินค้าประเภท
  1. อย่างประหยัด
  2. เป็นการส่วนตัว
  3. มีจรรยา
  4. ที่ไม่สนใจ
  5. ผิดทุกข้อ
5. ข้อใดที่ถือว่าเป็นการวิเคราะห์ตราสินค้าในการซื้อขายสินค้า
  1. การซื้อสินค้าที่ร้านที่ตกแต่งอย่างสวยงาม
  2. การซื้อสินค้าที่ร้านเพราะใกล้กับบ้าน
  3. การซื้อสินค้าที่ร้านเพราะความพอใจ
  4. การซื้อสินค้าที่ร้านเพราะต้องการตราสินค้าที่เจาะจง
  5. การซื้อสินค้าที่ร้านเพราะชอบผู้ขาย
6. ข้อใดที่ถือว่าเป็นการวิเคราะห์ความดึงดูดร้านค้าในการซื้อขายสินค้า
  1. การเลือกซื้อสินค้าตอนแรกแล้วกลับใจไม่ซื้อภายหลัง
  2. การไม่ซื้อสินค้าตอนแรกหลังกลับใจซื้อภายหลัง
  3. การเลือกร้านค้าเพราะสนใจของแถม
  4. การเลือกร้านค้าเพราะตามใจกลุ่มอ้างอิง
  5. การเลือกร้านค้าของผู้บริโภคเพื่อจะหาซื้อตามสินค้าที่ต้องการ

เฉลยคำตอบ

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