

## บทที่ 2

# ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

### สาระสำคัญ

ในการศึกษาตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อจะให้ความเข้าใจถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคว่ามีขั้นตอนอย่างไร มีตัวแปรหรือปัจจัยอะไรบ้างที่เข้ามามีส่วนในการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยการเขียนขั้นตอนหรือตัวแปร หรือปัจจัยต่าง ๆ ในรูปของตัวแบบหรือผังภูมิ

ในการศึกษาตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคนี้จะศึกษา

1. การศึกษาพฤติกรรมมนุษย์
2. ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

### จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

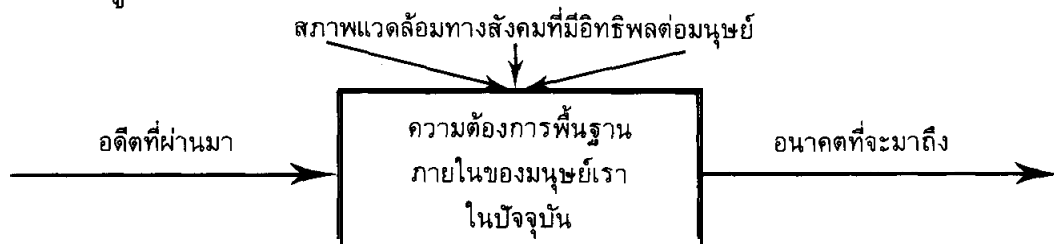
หลังจากศึกษาบทที่ 2 แล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายจิตวิทยาของตัวมนุษย์ได้ว่า ความต้องการพื้นฐานภายในของมนุษย์จะมีความสัมพันธ์กับอดีตที่ผ่านมา สภาพแวดล้อมทางสังคม และอนาคตที่จะมาถึงได้อย่างไร
2. อธิบายการลงความเห็นพฤติกรรมมนุษย์ว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับตัวกระตุ้นหรือสิ่งที่เกิดขึ้นก่อน กระบวนการทางด้านความคิดและพฤติกรรมหรือการตอบสนองได้อย่างไร
3. อธิบายปัญหาของการลงความเห็นได้
4. ระบุประโยชน์ของตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคได้
5. อธิบายถึงแบบต่าง ๆ ของพฤติกรรมผู้บริโภคได้

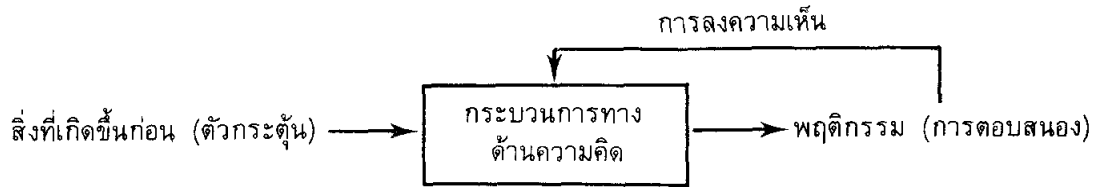
### 1. การศึกษาพฤติกรรมมนุษย์

ในการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์จะเน้นการศึกษาถึงจิตวิทยาของตัวมนุษย์ การลงความเห็นพฤติกรรมมนุษย์ และปัญหาในการลงความเห็น

ในเรื่องจิตวิทยาของตัวมนุษย์จะเห็นได้ว่า ความต้องการพื้นฐานภายในของมนุษย์เราในปัจจุบัน ได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมทางสังคม โดยมีลักษณะต่อเนื่องจากอดีตถึงอนาคต ซึ่งดูได้จากภาพ



ในเรื่องการลงความเห็นพฤติกรรมมนุษย์เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับนักการตลาด  
ลงความเห็นพฤติกรรมหรือการตอบสนองของผู้บริโภคที่มีต่อตัวกระตุ้นโดยที่ตัวกระตุ้นได้  
ผ่านเข้ามายังกระบวนการทางด้านความคิดของผู้บริโภค ซึ่งกระบวนการทางด้านความคิด  
ของผู้บริโภคนี้ถือว่าเป็น “กล่องดำ” ที่ไม่สามารถจะรู้ได้จึงต้องมีการลงความเห็น ดูได้จากภาพ



อย่างไรก็ตามการลงความเห็นของนักการตลาดจะต้องใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ เพราะเป็นการอ่านใจของผู้บริโภค ดังนั้นนักการตลาดสามารถใช้การวิจัยตลาดเข้าช่วยได้

## 2. ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคได้มีการคิดสร้างตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคขึ้นมา เพื่อใช้อธิบายขั้นตอนต่าง ๆ ของพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งตัวแบบนี้ว่ามีประโยชน์ต่อนักการตลาดดังนี้

1. ใช้เป็นข้ออ้างอิงในการทำวิจัย
2. ช่วยในการวิจัยและค้นหา
3. ใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อโครงสร้างทฤษฎี
4. ช่วยในการอธิบายถึงผลปฏิบัติงานในระบบ
5. ช่วยให้ผู้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมีความเข้าใจในตัวผันแปรต่าง ๆ

ได้มีนักพฤติกรรมผู้บริโภคได้สร้างตัวแบบออกมามากมายเพื่อจะใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย

1. Engel, Kollat และ Blackwell
2. Allport
3. Kotler
4. Nicosia
5. Andreasen
6. Howard-Sheth
7. Walters

ในแต่ละตัวแบบของนักพฤติกรรมผู้บริโภคเหล่านี้ได้แสดงไว้ในตำราพฤติกรรมผู้บริโภคแล้ว

## แบบฝึกหัดบทที่ 2

### ก. ให้ตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงอธิบายจิตวิทยาของตัวมนุษย์ในด้านความต้องการพื้นฐานภายในตัวมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เกี่ยวกับอดีตและอนาคต

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

2. จงอธิบายการลงความเห็นของพฤติกรรมมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับตัวกระตุ้น กระบวนการทางด้านความคิดและการตอบสนอง

---

---

---

---

---

---

---

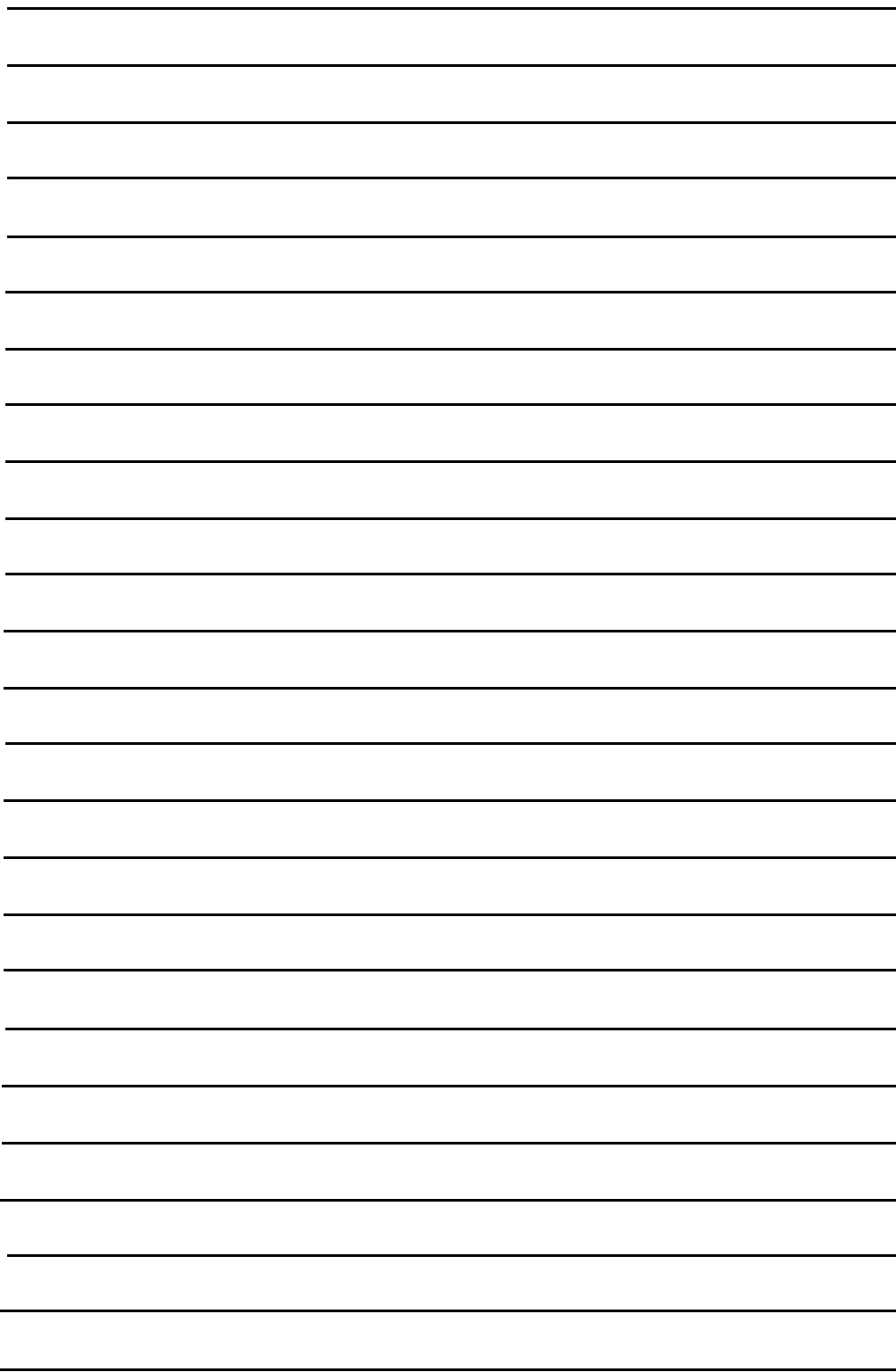
---

---

---

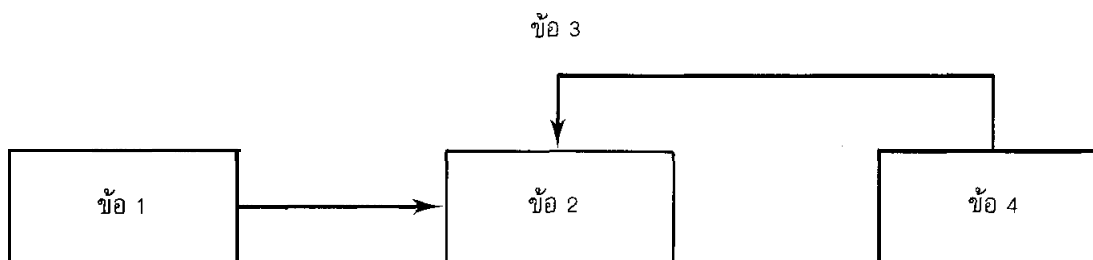






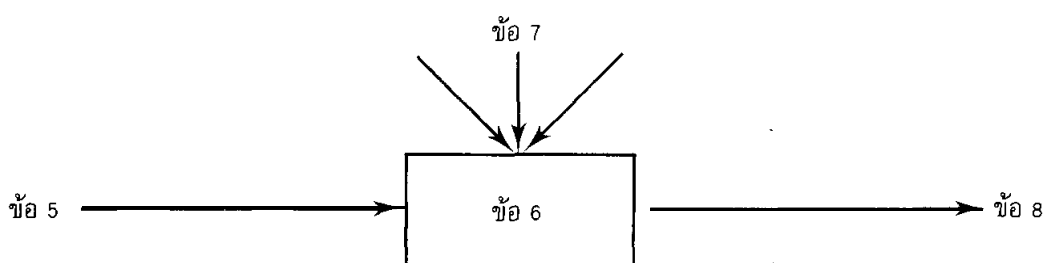
**ข. ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียง 1 คำตอบ**

ข้อ 1 ถึงข้อ 4 ให้นักศึกษาตอบตามรูปโดยเลือกคำตอบจากข้อ 1, 2, 3, 4 และ 5



- คำตอบ**
1. พฤติกรรมหรือการตอบสนอง
  2. ตัวกระตุ้นหรือสิ่งที่เกิดขึ้นก่อน
  3. กระบวนการทางด้านความคิด
  4. การลงความเห็น
  5. สารสนเทศและประสบการณ์

ข้อ 5 ถึงข้อ 8 ให้นักศึกษาตอบตามรูปโดยเลือกคำตอบจากข้อ 1, 2, 3, 4 และ 5



- คำตอบ**
1. กระบวนการทางด้านความคิด
  2. ความต้องการพื้นฐานภายในของมนุษย์ในปัจจุบัน
  3. อดีตที่ผ่านมา
  4. อนาคตที่จะมาถึง
  5. สภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อมนุษย์

9. “กล่องดำ” หมายถึง

- |                         |                                 |
|-------------------------|---------------------------------|
| 1. กล่องที่มีสีดำ       | 2. กระบวนการทางด้านความคิด      |
| 3. พฤติกรรมของผู้บริโภค | 4. ตัวกระตุ้นที่ไม่สามารถรู้ได้ |
| 5. การลงความเห็น        |                                 |

10. ตัวแบบของกระบวนการตัดสินใจ มีขั้นตอนอะไรบ้าง
1. ความต้องการ - การตระหนักถึงปัญหา - การค้นหา - ทางเลือก - ผลได้
  2. การตระหนักถึงปัญหา - การค้นหา - การประเมินผลทางเลือก - ทางเลือก - ผลได้
  3. ปัญหา - การค้นหา - ความต้องการ - ทางเลือก - ผลได้
  4. การค้นหา - ความต้องการ - เกิดปัญหา - ทางเลือก - ผลได้
  5. ความต้องการ - การค้นหา - การประเมินผล - ทางเลือก - ผลได้
11. การลงความเห็นมีความสำคัญต่อนักการตลาดอย่างไร
1. ช่วยให้มีสมาธิเพิ่มขึ้น
  2. ช่วยให้วิเคราะห์เหตุการณ์ต่าง ๆ
  3. เพื่อให้เข้าใจกระบวนการด้านความคิด
  4. ข้อ 1 และ 2
  5. ช่วยให้เข้าใจถึงพฤติกรรมหรือการตอบสนองของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง

**เฉลยคำตอบ**

- ข้อ 1 (2)    ข้อ 2 (3)    ข้อ 3 (4)    ข้อ 4 (1)    ข้อ 5 (3)    ข้อ 6 (2)    ข้อ 7 (5)    ข้อ 8 (4)  
 ข้อ 9 (2)    ข้อ 10 (2)    ข้อ 11 (5)