ตอนที่ 2
อิทธิพลทางสภาพแวดล้อมที่มีต่อผู้บริโภค

ผู้บริโภคทุกคนที่อยู่ในสังคมย่อมจะได้รับอิทธิพลทางสภาพแวดล้อมด้วยกันทุกคน ซึ่งอิทธิพลทางสภาพแวดล้อมเหล่านี้ประกอบไปด้วยอิทธิพลทางเศรษฐกิจ ประชากร วัฒนธรรม ชั้นสังคม กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว แบบการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพ อิทธิพลเหล่านี้ต่างก็มีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งสิ้น นักการตลาดจึงต้องศึกษาและทำความเข้าใจถึงอิทธิพลดังกล่าว

บทที่ 3
อิทธิพลทางเศรษฐกิจและทางประชากรที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

สาระสำคัญ

พฤติกรรมผู้บริโภคไม่ได้เกิดขึ้นตามลำพังในตัวเอง แต่ทว่าได้รับอิทธิพลจากภายนอก กึ่งอิทธิพลที่อยู่วงนอกและมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคก็คือ อิทธิพลทางเศรษฐกิจและทางประชากร ซึ่งได้แก่รายได้และจำนวนผู้บริโภคนั่นเอง

ในการศึกษาอิทธิพลทางเศรษฐกิจและทางประชากรที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภคจะศึกษา

1. สภาพที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจและทางเลือกของผู้บริโภค
2. การวิเคราะห์อิทธิพลทางเศรษฐกิจและประชากร
3. แหล่งข้อมูลทางเศรษฐกิจและประชากร
4. อิทธิพลทางเศรษฐกิจ
5. อิทธิพลทางประชากร

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

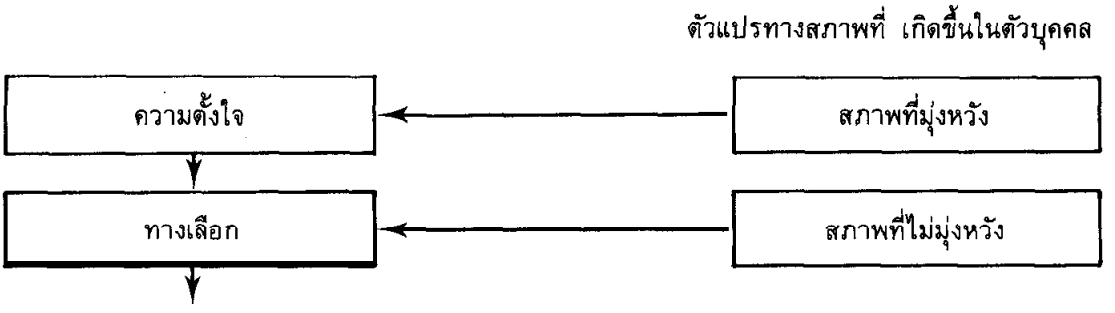
หลังจากศึกษาบทที่ 3 แล้วนักศึกษาสามารถ

1. อธิบายสภาพที่มุ่งหวังและไม่มุ่งหวังที่มีต่อความตั้งใจและทางเลือกของผู้บริโภคได้
2. อธิบายการวิเคราะห์อิทธิพลทางเศรษฐกิจและประชากรได้
3. ระบุแหล่งข้อมูลทางเศรษฐกิจและประชากรได้
4. อธิบายถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นอิทธิพลทางเศรษฐกิจได้
5. อธิบายถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นอิทธิพลทางประชากรได้

1. สภาพที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจและทางเลือกของผู้บริโภค

ในการที่ผู้บริโภคจะมีความตั้งใจซื้อและมีทางเลือกซื้อสินค้านั้นย่อมขึ้นอยู่กับสภาพที่มุ่งหวังและสภาพที่ไม่ได้มุ่งหวัง โดยที่สภาพที่มุ่งหวังจะได้แก่ การมีงานทำเพื่อมีรายได้ การมีอายุซึ่งหมายถึงรายได้ประจำเดือนจะสูงขึ้น และอื่น ๆ ที่จะส่งผลให้การตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคประสบผลได้ ในทางตรงข้ามสภาพที่ไม่มุ่งหวังจะเป็นสภาพที่ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถจะเกิดความตั้งใจซื้อและทางเลือกได้ เพื่อความเข้าใจดูภาพประกอบ

ภาพที่ 3-1 แสดงถึงอิทธิพลของสภาพที่มุ่งหวังและไม่มุ่งหวังที่มีต่อความตั้งใจและทางเลือก



2. การวิเคราะห์อิทธิพลทางเศรษฐกิจและประชากร

นักการตลาดจะต้องติดตามอิทธิพลทางเศรษฐกิจและประชากรที่จะมีผลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภค การที่นักการตลาดสามารถจะวิเคราะห์อิทธิพลดังกล่าวได้ย่อมจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด ซึ่งจะต้องอาศัยการวิจัยการตลาดเข้าช่วย

3. แหล่งข้อมูลทางเศรษฐกิจและประชากร

ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับรายได้และประชากร นักการตลาดสามารถจะหาได้จากสำมะโนครัวในเขตอำเภอต่าง ๆ ที่ต้องการจะรู้ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กรมสรรพากรที่จะให้รายละเอียดของรายได้

4. อิทธิพลทางเศรษฐกิจ

นักการตลาดจะต้องศึกษาอิทธิพลทางเศรษฐกิจที่จะมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งอิทธิพลเหล่านี้ได้แก่ การที่ผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมย่อมส่งผลให้อำนาจซื้อสูงขึ้น สตรีทำงานนอกบ้านย่อมจะส่งผลให้ครอบครัวมีรายได้เพิ่มขึ้น

5. อิทธิพลทางประชากร

นอกจากอิทธิพลทางเศรษฐกิจแล้วนักการตลาดจะต้องศึกษาอิทธิพลทางประชากรที่มีผลต่อการเพิ่มอำนาจซื้อ ซึ่งอิทธิพลเหล่านี้ได้แก่ การศึกษาของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นทำให้มีความต้องการเพิ่มขึ้น ขนาดของครอบครัวมีแนวโน้มเล็กลงทำให้จำนวนครอบครัวมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้มีความต้องการสินค้าสำหรับครอบครัวมากขึ้นจำนวนประชากรมีเพิ่มขึ้นทำให้มีความต้องการมากขึ้น ที่อยู่อาศัยของประชากรในแต่ละท้องถิ่นซึ่งจะมีความหนาแน่นของประชากรแตกต่างกันไป การใช้เวลาในแต่ละวันของผู้บริโภคก็ส่งผลถึงการอุปโภคบริโภคสินค้าด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น ถ้าผู้บริโภคใช้เวลาพักผ่อนหย่อนใจอย่างมากก็จะส่งผล

ถึงการใช้สินค้าประเภทพักผ่อนหย่อนใจ เช่น การท่องเที่ยวก็ต้องใช้สินค้าสำหรับการท่องเที่ยว การดูโทรทัศน์ก็ต้องซื้อโทรทัศน์มาดู เป็นต้น ซึ่งถ้านักการตลาดจะแบ่งประเภทสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเวลา ก็จะแบ่งเป็น สินค้าที่ใช้เวลาและสินค้าประหยัดเวลา โดยสินค้าที่ใช้เวลานั้นผู้บริโภคต้องอาศัยเวลากับสินค้า เช่น โทรทัศน์นี่ต้องเสียเวลากับการนั่งดู การเล่นโบว์ลิ่งที่ต้องอาศัยเวลาเป็นต้น ส่วนสินค้าประหยัดเวลาจะช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดเวลาได้ เช่น การใช้เครื่องซักผ้าเพื่อประหยัดเวลาของผู้บริโภค

แบบฝึกหัดบทที่ 3

ก. ให้ตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงอธิบายสภาพที่มุ่งหวังและไม่มุ่งหวังที่มีต่อความตั้งใจและทางเลือกของผู้บริโภค

2. จงอธิบายการวิเคราะห์อิทธิพลทางเศรษฐกิจและประชากร

3. จงระบุแหล่งข้อมูลทางเศรษฐกิจและประชากร

4. จงอธิบายถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นอิทธิพลทางเศรษฐกิจ

5. จงอธิบายถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นอิทธิพลทางประชากร

ข. ให้เลือกคำตอบที่ถูกที่สุดเพียง 1 คำตอบ

1. การที่ความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นผลสืบเนื่องมาจาก
   1. การศึกษาของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น
   2. การเปลี่ยนแปลงขนาดครอบครัว
   3. การเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากร
   4. การเพิ่มขึ้นของรายได้
   5. ถูกทั้งหมด
2. ข้อใดที่นักการตลาดพอใจมากที่สุด
   1. จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น
   2. ประชากรมีจำนวนเพิ่มขึ้นพร้อมกับรายได้เพิ่มขึ้น
   3. จำนวนประชากรคงที่ทำให้ควบคุมได้ง่าย
   4. คนอยู่กระจัดกระจาย
   5. ยังสรุปไม่ได้
3. ในเรื่องงบประมาณเวลาท่านว่านักการตลาดสนใจข้อใด
   1. เวลาหลับนอนของผู้บริโภค
   2. เวลาที่ใช้รับประทานอาหาร
   3. เวลาที่ใช้ในการรักษาพยาบาล
   4. เวลาที่ใช้พักผ่อน
   5. ยังสรุปไม่ได้

4. สินค้าที่ประหยัดเวลา ได้แก่
   1. เครื่องวัดเวลาหรือนาฬิกา
   2. เครื่องซักผ้า
   3. การเดินทาง
   4. เครื่องเสียงชั้นดี
   5. กรรไกรตัดหญ้า
5. นักการตลาดสามารถจะค้นหาแหล่งสารสนเทศทางประชากรและเศรษฐกิจอย่างไรบ้าง
   1. สำมะโนครัว
   2. การวิจัย
   3. ข้อ 1 และ 2
   4. การเดาตามเหตุการณ์อย่างมีหลัก
   5. การคาดคะเน
6. ข้อใดที่ถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงขนาดครอบครัว
   1. จำนวนสมาชิกในครอบครัวเพิ่มขึ้น
   2. จำนวนสมาชิกในครอบครัวลดลง
   3. คนในครอบครัวมีขนาดใหญ่ขึ้น
   4. จำนวนสมาชิกลดลงแต่จำนวนครอบครัวเพิ่มขึ้น
   5. ข้อ 1 และ 2
7. ข้อใดที่ถือว่าเป็นสินค้าที่ใช้เวลา
   1. นาฬิกา
   2. เครื่องซักผ้า
   3. โทรทัศน์
   4. การนั่งบนเก้าอี้นาน ๆ
   5. ข้อ 1 และ 3
8. ข้อใดที่ถือว่าเป็นเวลาที่ไม่ว่าง
   1. เวลาที่ดูโทรทัศน์
   2. การนอน
   3. การฟังเพลง
   4. การเที่ยวเตร่
   5. ข้อ 1 และ 3
9. ข้อใดที่ถือว่าเป็นเวลาพักผ่อน
   1. การนอน
   2. เวลาที่ไม่ผูกพันกับเศรษฐกิจ
   3. เวลารักษาร่างกาย
   4. การเข้างานสังคม
   5. การทำกิจกรรม

เฉลยคำตอบ

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