บทที่ 7
แบบการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพของผู้บริโภค

สาระสำคัญ

ในการศึกษาแบบการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพของผู้บริโภคเพื่อต้องการจะให้มีความเข้าใจถึงวิธีการดำเนินชีวิตประจำวันและบุคลิกภาพของผู้บริโภค บุคคลแต่ละบุคคลจะมีแบบการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพที่แตกต่างกันไป แบบการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลจะแสดงออกมาในรูปของพฤติกรรมการใช้เวลาและใช้จ่ายเงินในแต่ละช่วงของเวลา

ในการศึกษาแบบการดำรงชีวิตของผู้บริโภคนี้จะศึกษา

1. แนวความคิดเกี่ยวกับแบบการดำรงชีวิต
2. ปัจจัยที่กำหนดแบบการดำรงชีวิต
3. บุคลิกภาพ
4. การคาดคะเนพฤติกรรมผู้บริโภค
5. การใช้บุคลิกภาพเพื่อการแบ่งส่วนตลาด

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากศึกษาบทที่ 7 แล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายความหมายของแบบการดำรงชีวิตได้
2. ระบุแหล่งที่มาของแบบการดำรงชีวิตได้
3. อธิบายแบบการดำรงชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค
4. อธิบายปัจจัยที่กำหนดแบบการดำรงชีวิตได้
5. อธิบายความหมายของบุคลิกภาพได้
6. อธิบายทฤษฎีที่เกี่ยวกับบุคลิกภาพได้
7. อธิบายการคาดคะเนพฤติกรรมผู้บริโภคได้
8. อธิบายการใช้บุคลิกภาพเพื่อการแบ่งส่วนตลาดได้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับแบบการดำรงชีวิต

แบบการดำรงชีวิต หมายถึง แบบที่ประชาชนได้ใช้ชีวิตและใช้จ่ายเงินและเวลา แบบการดำรงชีวิตของผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะมีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ สิ่งจูงใจ ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ชั้นสังคม และวัฒนธรรม

แบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคลจะเกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว และก็มีการปรับตัวให้เข้ากับสังคม สภาพภายนอกในสังคมประกอบด้วยครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ชั้นสังคม วัฒนธรรม

แบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคลจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค เพราะว่าบุคคลได้มีการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมทางสังคม แล้วกลั่นกรองเป็นค่านิยม แบบการดำรงชีวิต และบุคลิกภาพ

2. ปัจจัยที่กำหนดแบบการดำรงชีวิต

แบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ค่านิยม
2. ครอบครัว
3. ศาสนา
4. สถาบันการศึกษา

บุคคลที่มีค่านิยมแตกต่างกันย่อมจะส่งผลให้แบบการดำรงชีวิตแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งค่านิยมนี้เกิดจากการเรียนรู้ ค่านิยมสามารถมาจากสถาบันต่าง ๆ และประสบการณ์ในช่วงแรกของชีวิต

ครอบครัวมีอิทธิพลต่อแบบการดำรงชีวิตของสมาชิกในครอบครัว เพราะว่าบุคคลที่เกิดมาได้รับอิทธิพลจากครอบครัวมากที่สุด อย่างไรก็ตามอิทธิพลของครอบครัวอาจจะลดลงได้ถ้าพ่อแม่มีการหย่าร้างหรือไม่มีเวลาให้กับสมาชิกในครอบครัว

ศาสนาก็มีอิทธิพลต่อแบบการดำรงชีวิตเช่นกัน ในแต่ละศาสนาก็ได้มีการอบรมสั่งสอนให้คนในศาสนาประพฤติปฏิบัติตาม ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงศาสนาก็จะส่งผลถึงแบบการดำรงชีวิตได้

สถาบันการศึกษามีบทบาทต่อบุคคลเป็นอย่างมาก เพราะว่าบุคคลจะต้องเข้าศึกษาในโรงเรียน

3. บุคลิกภาพ

บุคลิกภาพ หมายถึง การจัดระเบียบของความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล

ในเรื่องของบุคลิกภาพได้มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอธิบายไว้หลายทฤษฎี ได้แก่

1. ทฤษฎีจิตวิเคราะห์
2. ทฤษฎีสังคมจิตวิทยา
3. ทฤษฎีลักษณะเฉพาะตัว

ทฤษฎีจิตวิเคราะห์นี้ Sigmund Freud ได้คิดค้นขึ้น โดยอธิบายว่า บุคลิกภาพของบุคคลจะประกอบไปด้วย id, ego และ superego โดย id เป็นจิตไร้สำนึกของบุคคลที่จะทำอะไรตามความต้องการทางชีววิทยาและสัญชาติญาณ ส่วน ego เป็นการปรับ id ให้เข้ากับสภาพความเป็นจริง เป็นจิตสำนึกทางจิตใจ ส่วน superego จะเป็นบุคลิกภาพของบุคคลที่พัฒนาให้เข้ากับกฎเกณฑ์ ระเบียบวินัยของสังคม ทฤษฎีจิตวิเคราะห์นี้ได้มีความเชื่อว่า แรงจูงใจทางเพศเป็นตัวชักนำให้เกิดพฤติกรรมขึ้น นักการตลาดจึงได้ใช้แรงดึงดูดทางเพศมาช่วยในการขายสินค้า

ทฤษฎีจิตวิทยาสังคม ได้อธิบายว่าบุคลิกภาพของบุคคลเป็นผลจากตัวแปรหรือปัจจัยต่าง ๆ ทางสังคม ไม่ใช่สัญชาติญาณและความต้องการทางชีววิทยา เพราะว่ามนุษย์เรารู้ว่าจะมีความต้องการอะไร

ทฤษฎีลักษณะเฉพาะตัวได้อธิบายบุคลิกภาพของแต่ละคนจะมีลักษณะเฉพาะตัวของตัวเองและแตกต่างกันไป ลักษณะเฉพาะตัวนี้จะมีความคงที่และสามารถจะเป็นตัวจัดและตัวกำหนดพฤติกรรมได้ ในการวัดลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลนี้สามารถวัดในลักษณะการเข้าสังคม การพักผ่อนหรือผ่อนคลาย และการควบคุม นักการตลาดได้ใช้ทฤษฎีนี้โดยพิจารณาว่า ผู้บริโภคจะมีบุคลิกภาพในลักษณะเฉพาะตัวอย่างไรบ้างและจะมีพฤติกรรมอย่างไร ซึ่งนักการตลาดจะต้องตอบสนองลักษณะเฉพาะตัวและพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างถูกต้อง

4. การคาดคะเนพฤติกรรมผู้บริโภค

นักการตลาดจะต้องพยายามคาดคะเนพฤติกรรมผู้บริโภคโดยการวิจัยในเรื่องของ 1) การรับอิทธิพลทางสังคมของผู้บริโภค และ 2) การเลือกผลิตภัณฑ์และตราสินค้าของผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ในการวางแผนทางการตลาด

5. การใช้บุคลิกภาพเพื่อการแบ่งส่วนตลาด

นักการตลาดสามารถใช้บุคลิกภาพในการแบ่งส่วนตลาดโดยการพิจารณากลุ่มคนที่มีบุคลิกภาพเหมือนกันก็ควรจะมีอายุ รายได้ ที่อยู่อาศัยใกล้เคียงกัน บุคลิกภาพที่ต่างกันควรจะมีความแตกต่างทางกิจกรรมในการซื้อและความชอบพอต่าง ๆ และการพิจารณาขนาดใหญ่เพียงพอของกลุ่มบุคลิกภาพ

แบบฝึกหัดบทที่ 7

ก. ให้ตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงอธิบายความหมายของแบบการดำรงชีวิต

2. จงระบุแหล่งที่มาของแบบการดำรงชีวิต

3. จงอธิบายแบบการดำรงชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

4. จงอธิบายปัจจัยที่กำหนดแบบการดำรงชีวิต

5. จงอธิบายความหมายของบุคลิกภาพ

6. จงอธิบายทฤษฎีที่เกี่ยวกับบุคลิกภาพ

7. จงอธิบายการคาดคะเนพฤติกรรมผู้บริโภค

8. จงอธิบายการใช้บุคลิกภาพเพื่อการแบ่งส่วนตลาด

ข. ให้เลือกคำตอบที่ถูกที่สุดเพียง 1 คำตอบ

1. การที่บุคคลทั่วไปชอบกระทำสิ่งต่าง ๆ ตามใจตัวเองถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎี
   1. ปัจจัยคุณลักษณะ
   2. จิตวิเคราะห์
   3. สังคมวิเคราะห์
   4. กลุ่มวิเคราะห์
   5. ผิดหมด
2. แบบการดำรงชีวิตในรูปของประชากรศาสตร์ ได้แก่
   1. รายได้ของผู้บริโภค
   2. สถิติจำนวนประชากร
   3. ความคิดเห็นของประชากร
   4. ข้อเสนอแนะของประชากร
   5. ข้อ 3 และ 4
3. ข้อใดที่ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพทางการตลาด
   1. หน้าตาสวยน่ามองดู
   2. เป็นผู้ที่ซื้อสินค้าโดยใช้ความคิดตรึกตรอง
   3. เป็นผู้สง่างาม
   4. เป็นผู้ที่แต่งกายด้วยผ้าราคาสูง
   5. ยังสรุปไม่ได้
4. ข้อใดที่ทำให้อิทธิพลทางครอบครัวลดลง
   1. การหย่าร้างของพ่อแม่
   2. ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของครอบครัว
   3. การมีบุตรธิดาน้อย
   4. การมีรายได้แตกต่างระหว่างพ่อและแม่
   5. การรวมตัวเป็นครอบครัวใหญ่

5. ปัจจัยมูลฐานใดที่มีส่วนในการกำหนดแบบการดำรงชีวิต
   1. ค่านิยม
   2. อิทธิพลทางสถาบัน
   3. อิทธิพลทางครอบครัว
   4. อิทธิพลทางศาสนา และสถาบันการศึกษา
   5. ถูกทุกข้อ
6. ทฤษฎีใดที่ถือว่าตัวกำหนดบุคลิกภาพคือตัวแปรทางสังคมไม่ใช่เป็นสัญชาติญาณทางชีววิทยา
   1. ทฤษฎีจิตวิเคราะห์
   2. ทฤษฎีจิตวิทยาสังคม
   3. ทฤษฎีปัจจัยคุณลักษณะ
   4. ทฤษฎีจูงใจการทำงาน
   5. ทฤษฎีบุคลิกภาพ

เฉลยคำตอบ

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