

# บทที่ 9

## กระบวนการค้นหา

### สาระสำคัญ

ในการศึกษากระบวนการค้นหานี้เป็นเรื่องของผู้บริโภคที่จะค้นหาสารสนเทศหรือข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าที่ต้องการจะซื้อ การหาสารสนเทศได้มากเท่าไรก็ยิ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความสบายใจในการซื้อสินค้า ในการค้นหาสารสนเทศต่าง ๆ เกี่ยวกับตัวสินค้านี้จะทำให้ผู้บริโภครู้ถึงข้อดีและข้อเสียของตัวสินค้า สินค้าบางอย่างจำเป็นที่ผู้บริโภคต้องใช้การค้นหาสารสนเทศอย่างมาก เช่น สินค้าราคาแพง สินค้าบางอย่างก็ไม่จำเป็นที่ผู้บริโภคจะต้องใช้การค้นหามากนัก เช่น สินค้าที่ซื้อเป็นประจำหรือราคาถูก

ในการศึกษากระบวนการค้นหานี้จะศึกษา

1. ตัวแบบการค้นหา
2. ตัวกำหนดการค้นหา
3. วิธีที่ได้มาของแหล่งสารสนเทศ
4. ตัวกำหนดความสำคัญของแหล่งสารสนเทศ
5. การวิเคราะห์ผลกระทบจากพฤติกรรมค้นหา

### จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากศึกษาบทที่ 9 แล้ว นักศึกษาสามารถ

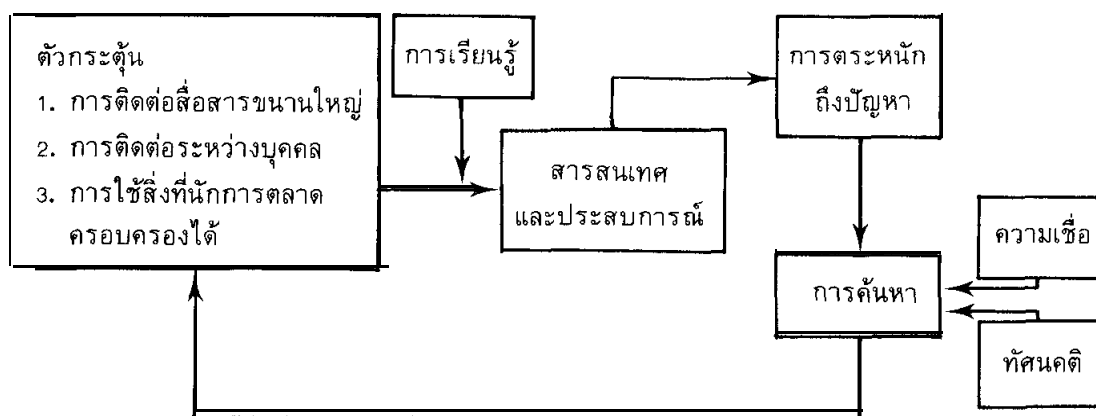
1. เขียนและอธิบายตัวแบบการค้นหาได้
2. อธิบายตัวกำหนดการค้นหาที่เป็นการกำหนดรู้หรือการหยั่งรู้ได้
3. อธิบายตัวกำหนดการค้นหาที่เป็นต้นทุนการค้นหาได้
4. ระบุวิธีที่ได้มาของแหล่งสารสนเทศได้
5. อธิบายตัวกำหนดความสำคัญของแหล่งสารสนเทศได้
6. วิเคราะห์ผลกระทบจากพฤติกรรมค้นหาได้

### 1. ตัวแบบการค้นหา

การค้นหาของผู้บริโภคสามารถจะเขียนออกมาเป็นตัวแบบได้ ซึ่งจะมีตัวแปรที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ตัวกระตุ้นจากภายนอก ผ่านการเรียนรู้และได้กลายเป็นสารสนเทศและประสบการณ์ ต่อจากนั้นทั้งสารสนเทศและประสบการณ์จะส่งผลถึงการตระหนักถึงปัญหาเมื่อผู้บริโภคเกิด

ปัญหาขึ้น ซึ่งผู้บริโภคก็ต้องทำการเริ่มค้นหาสารสนเทศที่เกี่ยวกับปัญหาหรือตัวสินค้า เพื่อจะได้แก้ปัญหของตัวเอง และการค้นหาที่ยังขึ้นอยู่กับความเชื่อและทัศนคติของผู้บริโภคอีกด้วย

ภาพที่ 9-1 แสดงถึงตัวแบบการค้นหา



## 2. ตัวกำหนดการค้นหา

ในการค้นหาของผู้บริโภคสามารถจะถูกกำหนดได้ด้วยปัจจัยที่สำคัญอยู่ 2 ตัว คือ

1. การกำหนดรู้หรือการหยั่งรู้
2. ต้นทุนของการค้นหา

ตัวกำหนดแรกของการค้นหา ก็คือ การกำหนดรู้ หรือการหยั่งรู้ ที่มีสารสนเทศ ซึ่งสามารถพิจารณาในด้านปริมาณและคุณภาพของสารสนเทศ ความสามารถที่จะระลึกถึงสารสนเทศ การกำหนดรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่นในการตัดสินใจ ปริมาณการค้นหาสารสนเทศขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ผ่านการหยั่งรู้หรือกำหนดรู้เกี่ยวกับสารสนเทศ การมองสารสนเทศในแง่คุณภาพเป็นการเน้นถึงความพอใจจากการซื้อ เวลาระหว่างซื้อ และการเปลี่ยนแปลงส่วนประสมของทางเลือก ความสามารถที่จะระลึกถึงสารสนเทศจะช่วยให้การค้นหาบ่อยลง การกำหนดรู้ความเสี่ยงต่าง ๆ จะทำให้การค้นหาสารสนเทศมีมากขึ้น และการมีความเชื่อมั่นในการตัดสินใจจะทำให้การค้นหาสารสนเทศน้อยลง

ตัวกำหนดที่สองได้แก่ ต้นทุนของการค้นหา การค้นหาย่อมจะได้รับอิทธิพลจากต้นทุนในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การตัดสินใจที่ล่าช้าเพราะกลัวจะพบกับปัญหาการตัดสินใจที่ผิดพลาด ใช้จ่ายด้านเวลาและตัวเงิน สารสนเทศที่เกินความจริง ต้นทุนทางจิตใจ

### 3. วิธีที่ได้มาของแหล่งสารสนเทศ

การจะได้แหล่งของสารสนเทศสามารถจะได้จาก 2 วิธีคือ การพิจารณาความสนใจหรือการแสดงออกของผู้บริโภคที่มีต่อแหล่งสารสนเทศ และการใช้วิธีวิจัยซึ่งจะใช้คำถามเหตุการณ์ในอดีต บันทึกพิธีสาร และการสังเกต อย่างไรก็ตามผู้บริโภคจะได้รับสารสนเทศจากแหล่งต่าง ๆ มากกว่าหนึ่งแหล่ง

### 4. ตัวกำหนดความสำคัญของแหล่งสารสนเทศ

แหล่งสารสนเทศมีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง และแต่ละแหล่งก็มีความสำคัญแตกต่างกันไป ตัวกำหนดความสำคัญของแหล่งสารสนเทศจะประกอบไปด้วย ชนิดของสารสนเทศที่ต้องการ การกำหนดรู้ความเสี่ยง ลักษณะของแหล่งตัดสินใจ และขั้นตอนการพัฒนาลาด

### 5. การวิเคราะห์ผลกระทบจากพฤติกรรมค้นหา

ในการที่ผู้บริโภคค้นหาตราสินค้าที่จะซื้ออยู่นั้น นักการตลาดจะต้องให้ความสนใจต่อพฤติกรรมค้นหาของผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากอะไรบ้าง ซึ่งนักการตลาดสามารถจะใช้การวิเคราะห์ในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ก่อนและหลังที่จะมีการค้นหาสารสนเทศและผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้รู้ว่าผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงความชอบพอดตราสินค้าอย่างไรภายหลังจากการค้นหาสารสนเทศแล้ว

2. การวิเคราะห์การแสดงออกของผู้บริโภคที่มีต่อแหล่งสารสนเทศ การวิเคราะห์นี้จะช่วยให้รู้ว่าผู้บริโภคได้รับสารสนเทศจากสื่อใดบ้าง

3. การวิเคราะห์ความสำเร็จของแหล่งสารสนเทศ เป็นการวิเคราะห์ผู้ซื้อตราสินค้าต่าง ๆ ว่าได้รับสารสนเทศจากแหล่งอะไรบ้าง

4. การวิเคราะห์การแนะนำตราสินค้า เป็นการวิเคราะห์ผู้บริโภคที่มีการซื้อสินค้าที่เกิดจากการแนะนำอย่างไร



2. จงอธิบายตัวกำหนดการค้นหาเป็นการกำหนดรู้หรือการหยั่งรู้

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3. จงอธิบายตัวกำหนดการค้นหาที่เป็นต้นทุนการค้นหา

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---





---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

**ข. ให้เลือกคำตอบที่ถูกที่สุดเพียง 1 คำตอบ**

1. การติดต่อสื่อสารการไกล 2 ขั้นตอนในตัวแบบอิทธิพลส่วนบุคคลหมายถึง
  1. ผู้ผลิต - คนกลาง - ผู้บริโภค
  2. สื่อขนาดใหญ่ - ผู้นำด้านความคิดเห็น - ประชากร
  3. นักการตลาด - พนักงานขาย - ประชากร
  4. นักการตลาด - สื่อโฆษณา - ประชากร
  5. ผิดหมดทุกข้อ
2. อิทธิพลส่วนบุคคลที่สำคัญที่สุดคือ
 

1. พนักงานขาย	2. นักการตลาด
3. คนกลาง	4. ผู้นำด้านความคิดเห็น
5. ข้อ 1 และ 2	
3. ข้อใดที่เป็นลักษณะอยู่ในการสื่อสารระหว่างบุคคล
 

1. ที่อยู่ใกล้เคียงกัน	2. มีฐานะทางสังคมใกล้เคียงกัน
3. มีแบบการดำรงชีวิตใกล้เคียงกัน	4. มีความคิดเห็นเหมือนกัน
5. ถูกทุกข้อ	



4. ผู้นำความคิดเห็นได้แก่อะไรบ้าง
  1. ผู้มีรายได้สูง
  2. ผู้มีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ใหม่
  3. ผู้ที่เข้าร่วมกับกิจกรรมสังคม
  4. ผู้มีการศึกษาสูง
  5. ถูกทุกข้อ
5. ข้อใดที่ถือว่าเป็นผู้นำด้านความคิดเห็น
  1. ผู้เล่นกีฬาทั่วไป
  2. นักศึกษา
  3. ผู้มีชื่อเสียง
  4. กรรมการ
  5. ลูก ๆ ของพ่อแม่
6. การค้นหาสารสนเทศย่อมจะก่อให้เกิดต้นทุนอะไรบ้าง
  1. ความตึงเครียดของจิตใจ
  2. ความสับสนของจิตใจ
  3. ค่าใช้จ่ายทางตัวเงินที่ต้องการสารสนเทศ
  4. สารสนเทศที่เกินความเป็นจริง
  5. ถูกหมดทุกข้อ
7. การบันทึกพิธีสาร (Protocal Records) เป็นวิธี
  1. ใ้บุคคลกระทำตนอกมาในลักษณะที่เป็นจริงและจะมีการบันทึกเอาไว้
  2. การจดบันทึกเกี่ยวกับสารต่าง ๆ
  3. การสังเกตพฤติกรรมของบุคคล
  4. การถามคำถามเหตุการณ์ในอดีต
  5. ผิดหมดทุกข้อ
8. ก. การค้นหาข้อมูลข่าวสารจะเกิดขึ้นเมื่อ
  1. เมื่อเกิดการตระหนักถึงปัญหา
  2. ความไม่สอดคล้องหรือไม่พอใจจากทางเลือก
  3. ข้อ 1 และ 2
  4. เป็นความพอใจส่วนตัว
  5. เมื่อใช้เกณฑ์ประเมิน

**เฉลยคำตอบ**

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