

พฤติกรรมผู้บริโภค

Consumer Behavior

การพิจารณาความแตกต่างและความหลากหลายของผู้บริโภค

- ผู้บริโภคแตกต่างกันในแง่ประชากรศาสตร์
- นักการตลาดก็แตกต่างกัน
- ความพยายามทางการตลาด

คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภค

กิจกรรมต่างๆที่บุคคลกระทำเมื่อได้รับบริโภคสินค้าหรือบริการ รวมไปถึงการขจัดสินค้าหรือบริการหลังการบริโภคด้วย”

- การได้ร้บมา (Obtaining) หมายถึงกิจกรรมที่นำไปสู่และรวมถึงการซื้อหรือการรับผลิตภัณฑ์ไว้
- การบริโภค (Consuming) หมายถึง วิธีใด ที่ไหน เมื่อใด และภายใต้สถานการณ์ใดที่ผู้บริโภคทำการบริโภคผลิตภัณฑ์
- การขจัดสินค้าทิ้งไป (Disposing) รวมไปถึงวิธีการที่ผู้บริโภคจัดการกับผลิตภัณฑ์และหีบห่อเมื่อเลิกใช้

ลักษณะของผู้บริโภค

(Nature of Consumer)

- ผู้บริโภคคือ บุคคลต่างๆที่มีความสามารถในการซื้อ (Ability to Buy) หรือทุกคนที่มีเงิน
- ผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจในการซื้อ (Willingness to Buy) สินค้าหรือบริการด้วยลักษณะอื่นๆ ของผู้บริโภค

ปัจจัยที่สนับสนุนในการวางแผนของผู้บริโภค

(Consumer Planning Assistance)

- ธุรกิจ Business
- ครอบครัว Family
- เพื่อน กลุ่มอ้างอิง และผู้นำด้านความคิดเห็น Friend, Reference, and Opinion leaders
- สัญลักษณ์ต่างๆ Symbols

รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

- รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาเหตุจูงใจที่ทำให้ เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความ ต้องการ แล้วจึงมีการตอบสนอง (Buyer's Response) หรือการที่ผู้ซื้อ มีการตัดสินใจซื้อ (Buyer's Purchase Decision)
- สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งได้รับอิทธิพล จากปัจจัยต่าง ๆ แวดล้อมตัวของผู้ซื้อ
- แล้วจึงมีการตอบสนอง (Buyer's Response) หรือการที่ผู้ซื้อ มีการตัดสินใจซื้อ (Buyer's Purchase Decision)

รายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

1. **สิ่งกระตุ้น (Stimulus)** สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside-Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจ และจัดสิ่งกระตุ้น ภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความ ต้องการผลิตภัณฑ์

2. **กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box)** ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งกิจการไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึก นึกคิดของผู้ซื้อ
3. **การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response)** หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือ ผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจประเด็นต่าง ๆ