

ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Consumer Behavior)

• มุมมองทั่วไปด้านพฤติกรรมผู้บริโภค (General Perspectives of Consumer Behavior)

- 1) ใครเป็นผู้กำหนดตลาด?
เพื่อหาคำตอบผู้ขายสินค้าหรือบริการในตลาดหรือการครอบครองตลาดที่มากที่สุด
- 2) ตลาดมีการซื้ออะไร?
เพื่อหาคำตอบตัวผลิตภัณฑ์ที่นิยมซื้อกันในตลาดส่วนใหญ่
- 3) ทำไมตลาดจึงมีการซื้อขายกัน?
เพื่อหาคำตอบวัตถุประสงค์การซื้อสินค้ามาใช้ของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ
- 4) ใครมีส่วนร่วมในการซื้อแต่ละครั้ง?
เพื่อหาคำตอบกลุ่มลูกค้าหรือองค์กรที่มีส่วนร่วมในการซื้อสินค้าหรือบริการ
- 5) ตลาดมีวิธีการซื้ออย่างไรบ้าง?
เพื่อหาคำตอบวิธีการซื้อของผู้ซื้อในตลาดต่างๆ เพื่อกำหนดวิธีการซื้อที่เหมาะสม
- 6) ตลาดมีการซื้อเมื่อใด?
เพื่อหาคำตอบวาระและโอกาสในการซื้อต่างๆ
- 7) ตลาดซื้อที่ไหน สถานที่แห่งใด?
เพื่อหาคำตอบด้านการจัดช่องจำหน่ายและสถานที่ทำการซื้อและขายสินค้าหรือบริการ

พฤติกรรมการซื้อ (Buying Behavior)

• ตลาดผู้บริโภค (The Consumer Market)

- มีจำนวนผู้ซื้อหลากหลาย
- เป็นผู้ซื้อรายเล็ก
- ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีน้อย
- มีการรวมตัวกันทางภูมิศาสตร์แบบกระจายตัว
- อุปสงค์ต่อเนื่องมาจากสินค้าธุรกิจ
- อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมาก

• ตลาดผู้บริโภค (The Consumer Market)

- อุปสงค์มีความผันแปรน้อย
- เป็นการซื้อแบบมีอาชีพน้อย
- มีบุคคลเข้าร่วมตัดสินใจน้อยกว่า
- เป็นการซื้อโดยตรงน้อย
- มีการแลกเปลี่ยนการซื้อน้อย
- เป็นการเช่าซื้อน้อย



พฤติกรรมการซื้อ (Buying Behavior)

- ◆ **สินค้าที่ขายในตลาดผู้บริโภค** (Goods in consumer market)
 - ◆ สินค้าสะดวกซื้อ (Convenience goods)
 - ◆ สินค้าเลือกซื้อ (Shopping goods)
 - ◆ สินค้าเจาะจงซื้อ (Specialty goods)
 - ◆ สินค้าไม่แสวงซื้อ (Unsought goods)



พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

• ตลาดธุรกิจ (The Business Market)

- มีผู้ซื้อน้อยราย (Fewer Buyer)
- เป็นผู้ซื้อในปริมาณมาก (Larger Buyer)
- ผู้ซื้อและผู้ขายมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด (Close Supplier-Customer Relationship)
- มีความเกี่ยวข้องกันในเขตภูมิศาสตร์ (Geographically Concentrated Buyer)
- อุปสงค์มีอยู่ต่อเนื่อง (Derived Demand)
- อุปสงค์มีความยืดหยุ่นน้อย (Inelastic Demand)
- อุปสงค์มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงได้ (Fluctuating Demand)
- การซื้อจะใช้ผู้เชี่ยวชาญ (Professional Purchasing)
- อิทธิพลที่มีต่อการซื้อ มีปัจจัยมากกว่า (Several Buying Influence)
- คุณลักษณะอื่นๆ (Other Characteristic)



การแบ่งส่วนตลาดและการวิเคราะห์ ประชากรศาสตร์

(Market Segmentation and Demographic Analysis)

- ◆ **สินค้าที่ขายในตลาดธุรกิจ** (Goods in business market)
 - ◆ สินค้าวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบ (Material and part goods)
 - ◆ สินค้าประเภททุนและอุปกรณ์ติดตั้ง (Capital and installation goods)
 - ◆ สินค้าพัสดุและการบริการ (Supplies and service goods)

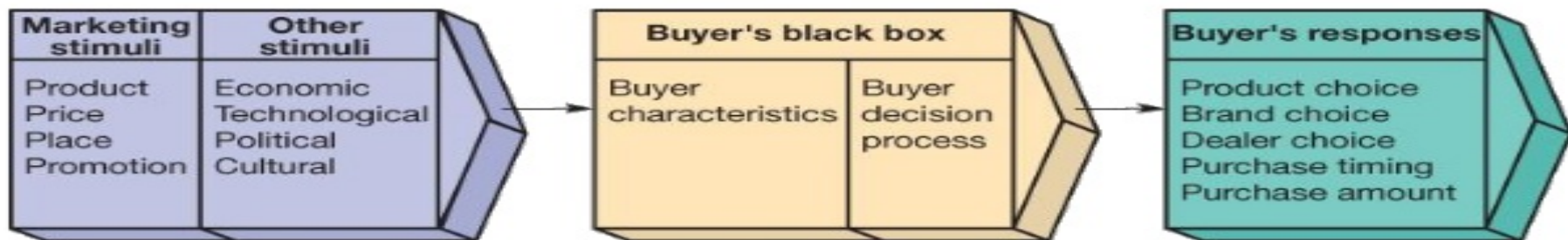


*

พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

- รูปแบบของพฤติกรรมผู้บริโภค (Models of Consumer Behavior)

A Model of Consumer Behavior



พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

•กระบวนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภค (The Consumer Buying Decision Process)

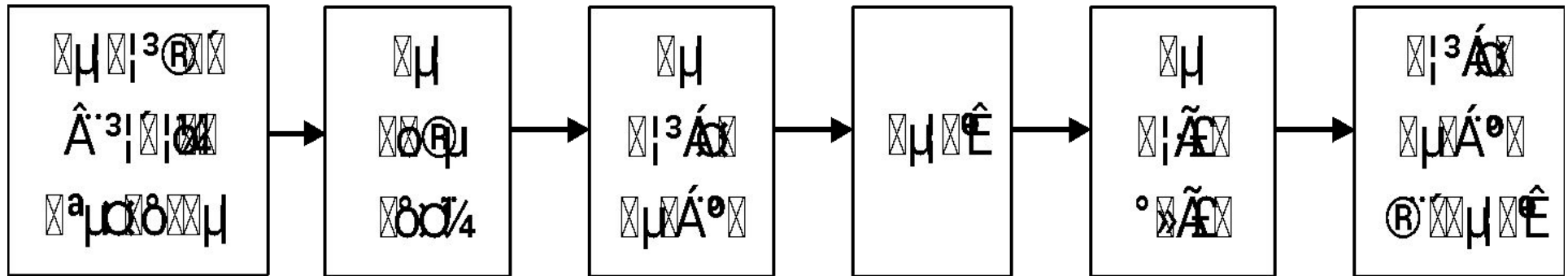
- การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition)
- การค้นหาข้อมูลข่าวสาร (Information Search)
- การประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ (Pre-Purchase Alternative Evaluation)
- การซื้อ (Purchase)
- การอุปโภคบริโภค (Consumption)

(Post-Purchase Alternative



พฤติกรรมผู้บริโภค (Buying Behavior)

กระบวนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภค (The Consumer Buying Decision Process)



ผู้บริโภค (Kotler P., 1994: 194)

พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค (The Major Factors Influencing Consumer Buying Behavior)

- บทบาทในการตัดสินใจซื้อ (Buying Roles)
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Factors For Buying Decision)



พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค (The Major Factors Influencing Consumer Buying Behavior)

• บทบาทในการตัดสินใจซื้อ (Buying Roles)

- ผู้ริเริ่ม (Initiator)
- ผู้มีอิทธิพล (Influencer)
- ผู้ตัดสินใจ (Decider)
- ผู้ซื้อ (Buyer)
- ผู้ใช้ (User)



พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค (The Major Factors Influencing Consumer Buying Behavior)

• ปัจจัยความแตกต่างส่วนบุคคล (Individual Differences)

- ทรัพยากรของผู้บริโภค (Consumer Resources)

- ◆ เวลา (Time)

- ◆ เงิน (Money)

- ◆ การรับข้อมูลข่าวสารและความสามารถในการประมวล (Information Reception and Processing Capability)

- ความรู้ (Knowledge)

- ความเชื่อและทัศนคติ (Belief and Attitude)

- ◆ ความเชื่อ

- ◆ ทัศนคติและพฤติกรรมต่างๆ

- แรงจูงใจและความคิดส่วนตัว (Motivation and Self-Concept)

- บุคลิกภาพ ค่านิยม และรูปแบบการดำรงชีวิต (Personality, Values, and Lifestyle)



พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

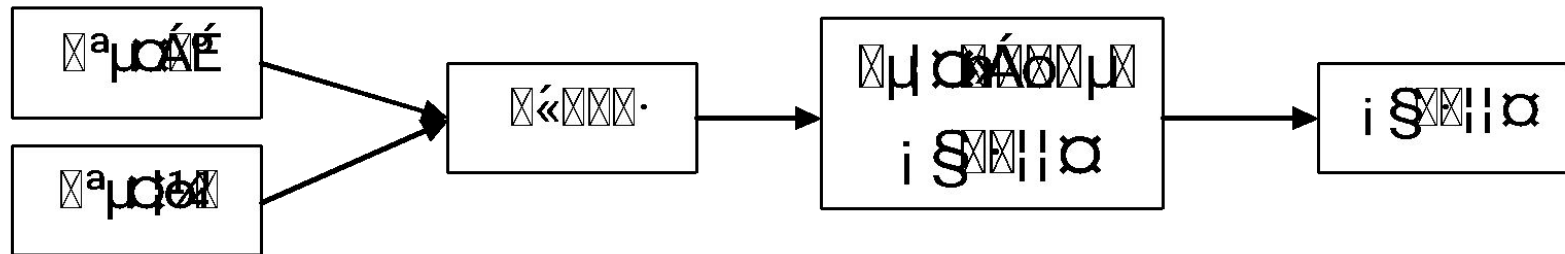
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค

- ปัจจัยความแตกต่างส่วนบุคคล (Individual Differences)

- ความเชื่อและทัศนคติ (Belief and Attitude)

- ◆ ความเชื่อ

- ◆ ทัศนคติและพฤติกรรมต่างๆ



Engle, Blackwell, & Miniard (1995) 365

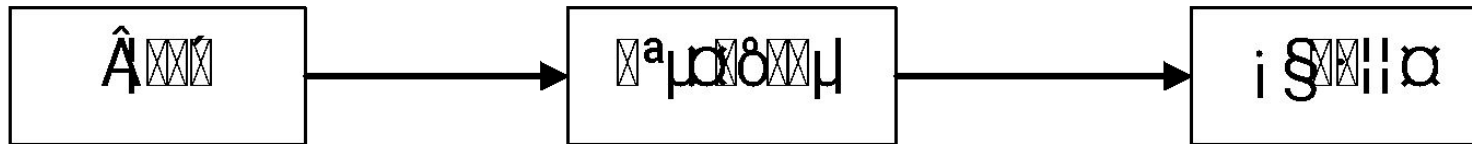
Asst.Prof.Dr.PattanaSirichotpundit, Ph.D.

พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค

- ปัจจัยความแตกต่างส่วนบุคคล (Individual Differences)
 - แรงจูงใจและความคิดส่วนตน (Motivation and Self Concept)

❖ กระบวนการแรงจูงใจ



Engle, Blackwell, & Miniard (1995: 405)

Engle, Blackwell, & Miniard (1995: 405)

พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค

- ปัจจัยความแตกต่างส่วนบุคคล (Individual Differences)

- แรงจูงใจและความคิดส่วนตน** (Motivation and Self Concept)

- ❖ ทฤษฎีแรงจูงใจต่างๆ

- ทฤษฎีแรงจูงใจของ فروยด์ (Freud's Theory of Motivation)
- ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation)
- ทฤษฎีแรงจูงใจของเฮอ์ชเบอร์ก (Herzberg's Theory of Motivation)



Sirichotpundit, Ph.D.

พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค

- ปัจจัยความแตกต่างส่วนบุคคล (Individual Differences)
 - แรงจูงใจและความคิดส่วนตน (Motivation and Self Concept)
 - ❖ ทฤษฎีแรงจูงใจของ فروยด์ (Freud's Theory of Motivation)

ID, SUPEREGO, AND EGO

three parts to the personality

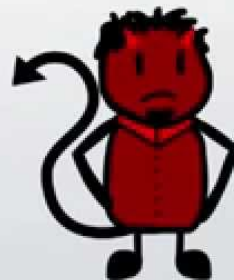
Superego



Ego



Id

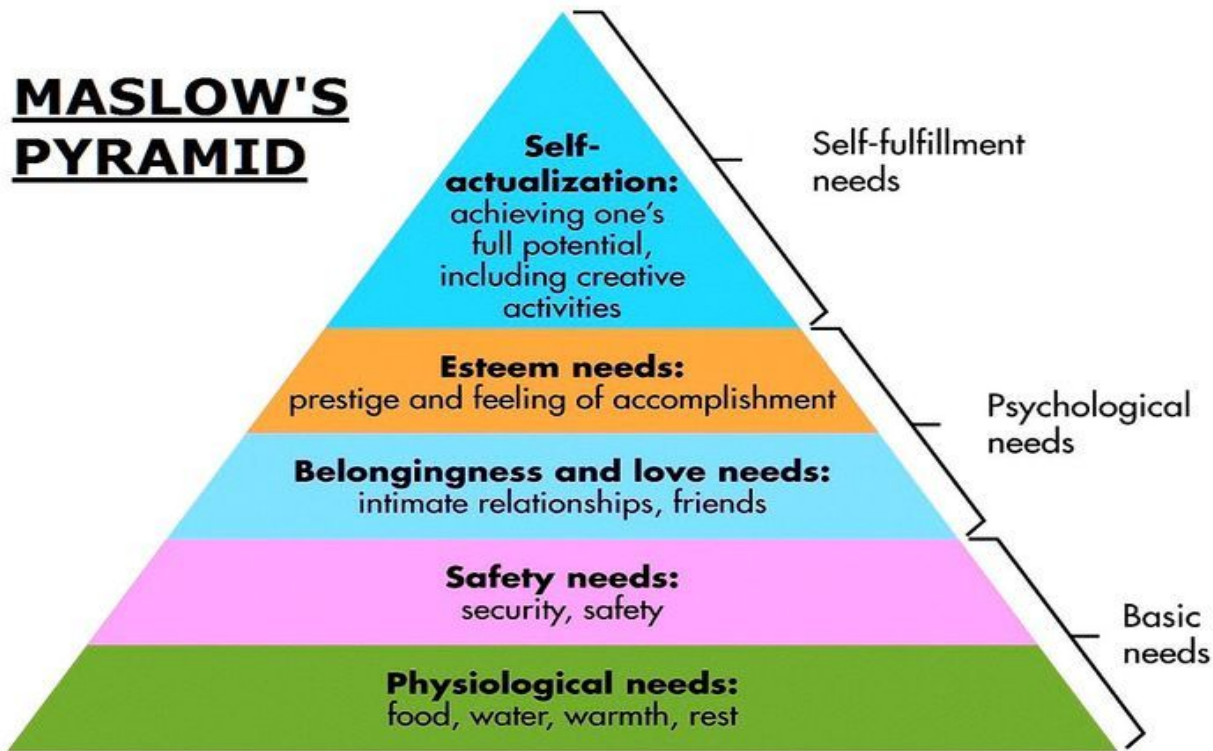


Ph.D.

พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค

- ปัจจัยความแตกต่างส่วนบุคคล (Individual Differences)
 - แรงจูงใจและความคิดส่วนตัว (Motivation and Self Concept)
 - ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation)



otpundit, Ph.D.

พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

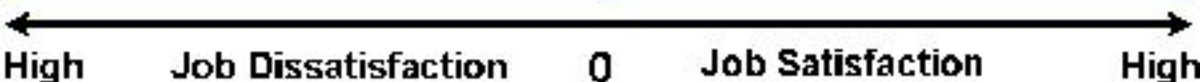
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค

- ปัจจัยความแตกต่างส่วนบุคคล (Individual Differences)
 - แรงจูงใจและความคิดส่วนตน (Motivation and Self Concept)
 - ทฤษฎีแรงจูงใจเฮอริชเบอร์ก (Herzberg's Theory of Motivation)

Herzberg's Two-Factor Theory

Hygiene Factors	Motivational Factors
• Quality of supervision • Rate of pay • Company policies • Working conditions • Relations with others • Job security	• Career Advancement • Personal growth • Recognition • Responsibility • Achievement

Sirichotpundit, Ph.D.



พฤติกรรมกาซื้อ (Buying Behavior)

•ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผู้บริโภค

- ปัจจัยความแตกต่างส่วนบุคคล (Individual Differences)

- บุคลิกภาพ ค่านิยม และรูปแบบการดำรงชีวิต (Personality,

Values, and Lifestyle)

Values and Lifestyle

[illegible]

Asst.Prof.Dr.PattanaSirichotpundit, Ph.D.

พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค (The Major Factors Influencing Consumer Buying Behavior)

- ปัจจัยอิทธิพลทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Influences)
 - วัฒนธรรม (Cultural)
 - ชั้นของสังคม (Social Class)
 - อิทธิพลส่วนบุคคล (Personal Influence)
 - ครอบครัว (Family)
 - สถานการณ์ (Situations)



พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค (The Major Factors Influencing Consumer Buying Behavior)

- ปัจจัยอิทธิพลทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Influences)

- วัฒนธรรม (Cultural)

- ◆ วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture)

- ◆ วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture)



พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค (The Major Factors Influencing Consumer Buying Behavior)

• ปัจจัยอิทธิพลทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Influences)

- ชั้นของสังคม (Social Class)

- ◆ ระดับสูง-ชั้นสูง (Upper-upper)
- ◆ ระดับสูง-ชั้นต่ำ (Lower-upper)
- ◆ ระดับกลาง-ชั้นสูง (Upper-middle)
- ◆ ระดับกลาง-ชั้นต่ำ (Lower-middle)
- ◆ ระดับต่ำ-ชั้นสูง (Upper-Lower)
- ◆ ระดับต่ำ-ชั้นต่ำ (Lower-lower)



พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค (The Major Factors Influencing Consumer Buying Behavior)

- ปัจจัยอิทธิพลทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Influences)
 - อิทธิพลส่วนบุคคล (Personal Influence)

◆ กลุ่มอ้างอิง (Reference Group)

◆ อิทธิพลคำพูดปากต่อปาก (Word-of-Mouth Influence)



พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค (The Major Factors Influencing Consumer Buying Behavior)

ปัจจัยอิทธิพลทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Influences)

ครอบครัว (Family)

- ◆ **ขั้นเป็นโสด (Single Stage)**
- ◆ **สมรสใหม่ (Newly Married Couples)**
- ◆ **ครอบครัวมีบุตรขั้นที่ 1 (Full Nest I)**
- ◆ **ครอบครัวมีบุตรขั้นที่ 2 (Full Nest III)**
- ◆ **ครอบครัวมีบุตรขั้นที่ 3 (Full-Nest III)**
- ◆ **ครอบครัวที่บุตรแยกออกไปขั้นที่ 1 (Empty Nest I)**
- ◆ **ครอบครัวที่บุตรแยกออกไปขั้นที่ 2 (Empty Nest II)**
- ◆ **มีชีวิตรอยู่คนเดียว (The Solitary Survivor)**
- ◆ **อยู่คนเดียวและเกษียณอายุการทำงาน (The Retired Solitary**



พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค (The Major Factors Influencing Consumer Buying Behavior)

• ปัจจัยอิทธิพลทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Influences)

• สถานการณ์ (Situations)

- สถานการณ์ในการติดต่อสื่อสาร (Communication Situation)
- สถานการณ์การซื้อ (Purchase Situation)
- สถานการณ์การใช้ (Usage Situation)



พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อผู้บริโภค (The Major Factors Influencing Consumer Buying Behavior)

• ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Factors For Buying Decision)

• กระบวนการทางจิตวิทยา (Psychological Processes)

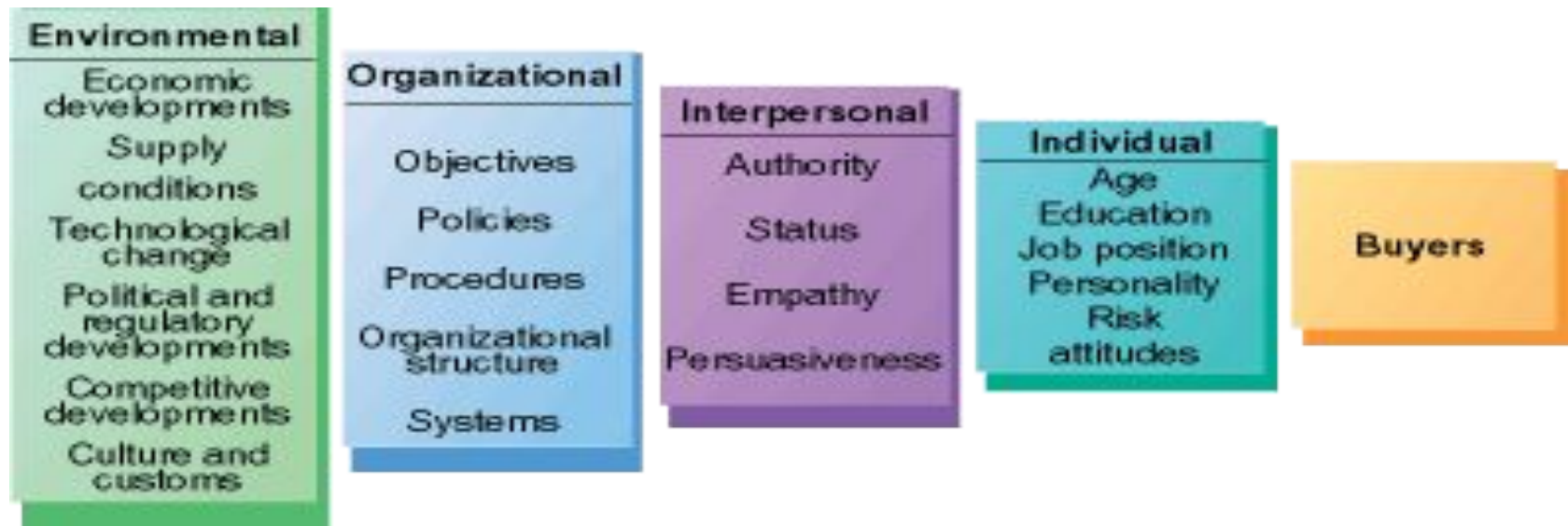
- การประมวลข้อมูลข่าวสาร (Information Processing)
- การรับรู้และการเรียนรู้ (Perception and Learning)
- การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม (Attitude and Behavior Change)



พฤติกรรมกรรซื้อ (Buying Behavior)

- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อธุรกิจ (The Major Influences on Business Buying)

- ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Factor)
- ปัจจัยทางด้านองค์กร (Organizational Factor)
- ปัจจัยระหว่างบุคคล (Interpersonal Factor)
- ปัจจัยส่วนบุคคล (Individual Factor)



พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

• ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อธุรกิจ (Business Buying Process)

- การตระหนักถึงปัญหาและวิธีแก้ไข (Recognition of a problem and a general solution)
- การกำหนดคุณลักษณะและปริมาณที่ต้องการจะซื้อ (Determination of the characteristic and quantity of need item)
- รายละเอียดคุณลักษณะและปริมาณที่ต้องการซื้อ (Description of characteristic and quantity of need item)
- การค้นหาแหล่งผู้ขายที่มีศักยภาพ (Search for potential supplier source)
- การจัดหาและวิเคราะห์สิ่งที่นำมาเสนอ (Acquisition and analysis of proposal)
- การประเมินสิ่งที่นำเสนอและเลือกผู้ขาย (Evaluation of Proposal and Selection of Supplier)
- การเลือกรูปแบบการสั่งซื้อ (Selection of Order Routine)
- การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ (Performance Review)

พฤติกรรมกรซื้อ (Buying Behavior)

- เปรียบเทียบขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อธุรกิจและผู้บริโภค
(Business VS Consumer Buying Process)

Kotler's Buyer Decision Process



Kotler's Business Buyer Decision Process



พฤติกรรมกาซื้อ (Buying Behavior)

Q&A

