



บทที่ 1 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

มีผู้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค
ไว้มากมายขอยกตัวอย่างดังนี้



1

Kardes, Cronley and Cline

ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึงกิจกรรมทั้งหมดของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้ การทิ้งสินค้าและบริการ รวมไปถึงอารมณ์ จิตใจ และการตอบสนองเชิงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นก่อน ระหว่าง และภายหลังการใช้สินค้าหรือบริการ

2

Hoyer and Macinnis

ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสิ่งสะท้อนจากผลรวมของการตัดสินใจของผู้บริโภค เช่น จะซื้อหรือไม่ซื้อ จะซื้ออะไร จะซื้อเมื่อไร ซื้อที่ไหน โดยมีลำดับตั้งแต่การจัดหา หรือการได้รับมา การบริโภค การทิ้งสินค้าหรือบริการ ที่มีต่อกิจกรรม ประสบการณ์ บุคคล ความคิด ของการตัดสินใจในช่วงเวลาหนึ่ง

3

Noel

ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคว่าหมายถึง การศึกษากระบวนการที่เกี่ยวกับการได้มาของผู้บริโภค ทั้งการบริโภคและการทิ้งสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนา ซึ่งการได้มาของสินค้านั้นรวมถึง การแลกเปลี่ยน เช่าซื้อ หรือขอยืม

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

4

Solomon,2009 อ้างถึงใน ชูชัย สมิทธิไกร, 2562

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (select) การซื้อ (purchase) การใช้ (use) และการจำกัดส่วนที่เหลือ (dispose) ของสินค้า หรือบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ และความปรารถนาของตน



ประเภทของผู้บริโภค



ประเภทของผู้บริโภค!!



ผู้บริโภคที่เป็นตัวบุคคล



ผู้บริโภคภาคอุตสาหกรรม เช่น โรงงาน , มูลนิธิ

โรงงาน

ร้านขายส่ง



ผู้บริโภคภาคสถาบัน เช่น

ผู้บริโภคภาครัฐ เช่น กระทรวง

, ทบวง



บทบาทของผู้บริโภค



ผู้ริเริ่ม



ผู้ซื้อ



ผู้ค้นหาข้อมูล



ผู้ใช้



ผู้มีอิทธิพล



ผู้ตัดสินใจ



พฤติกรรมภายนอก

สังเกตและวัดได้



พฤติกรรมภายใน

ไม่สามารถสังเกตเห็นได้



ปัจจัย ภายใน

- การรับรู้
- การเรียนรู้
- แรงจูงใจ
- บุคลิกภาพ
- ทัศนคติ
- ค่านิยมและวิถีชีวิต

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

