



# ความหมาย

แอสเซล : หมายถึง ตำแหน่งชั้นของคนในสังคม ซึ่งแบ่งลำดับชั้นออกเป็นชั้นสูง ชั้นกลาง และชั้นต่ำ โดยอาศัยอำนาจบารมีและเกียรติยศศักดิ์ศรีของคนเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง

สรุป ขนชั้นของสังคมคือ การแบ่งคนในสังคมซึ่งมีพฤติกรรมและแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันอย่างเด่นชัดออกเป็นกลุ่ม ๆ โดยอาศัยคุณลักษณะทางด้านสังคมและเศรษฐกิจเป็นพื้นฐานในการแบ่ง



## ลักษณะของชั้นสังคม

1. ชั้นของสังคมเป็นตัวขับเคลื่อนสถานภาพ ชั้นสังคมเดียวกันอาจมีสถานภาพที่ต่างกันได้
2. ชั้นของสังคมมีการจัดเป็นลำดับชั้น
3. ชั้นสังคมเกิดจากปัจจัยหลายด้าน
4. ชั้นสังคมจะเป็นตัวกำหนดกรอบของพฤติกรรม
5. ชั้นสังคมเดียวกันจะแสดงลักษณะที่เหมือนกัน
6. ชั้นสังคมสามารถเลื่อนไหลเปลี่ยนแปลงได้



# GEOMETRIC

## PRESENTATION

### โครงสร้างชั้นสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิต

1. **ชนชั้นสูง (Upper Americans)**
  - 1.1 **ชนชั้นสูงระดับบน (Upper – Upper Class)**
  - 1.2 **กลุ่มชั้นสูงระดับล่าง (Lower-Upper Class)**
  - 1.3 **กลุ่มชั้นกลางระดับบน (Upper – Middle Class) กลุ่มที่มีรายได้สูงจากการประกอบอาชีพอย่างแท้จริง**
2. **ชนชั้นกลาง (Middle Americans)**
  - 2.1 **กลุ่มชั้นกลาง (Middle Class) กลุ่มคนที่ทำงานในออฟฟิศทั่วไป มีรายได้ปานกลาง ตำแหน่งงานไม่สูงนัก เป็นหัวหน้าระดับกลาง**
  - 2.2 **กลุ่มผู้ใช้แรงงาน (Working class)**
3. **ชนชั้นล่าง (Lower Americans)**
  - 3.1 **กลุ่มชั้นล่างระดับบน (Upper – lower Class)**
  - 3.2 **กลุ่มชั้นล่างระดับล่าง (Lower – Lower Class)**

# GEOMETRIC

## ชั้นของสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค

1. การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ แต่ละระดับชนชั้นจะมีการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เช่น การซื้อหุ้น การเดินทางไปต่างประเทศ

1.1 กลุ่มชั้นสูงระดับบน (Upper – Uppers Class) มีความเป็นอนุรักษ์นิยมมากกว่ากลุ่มอื่น แม้ว่าเขามีเงินที่จะซื้อสินค้าราคาแพงได้ แต่ก็อาจจะไม่ซื้อ ใช้ของเก่า ชอบความคลาสสิก ชอบสะสมของเก่า ของโบราณที่ทรงคุณค่า

# ชนชั้นสูงระดับบน



# ช็อกโกแล็ต

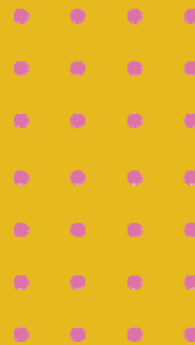
## อาหารของชนชั้นสูงในสมัยโบราณ



ชาวมาयाและชาวแอซเทคแห่งอารยธรรมเมโสอเมริกา ได้ค้นพบว่า เมล็ดจากต้นคาเคา (Cacao) ซึ่งซ่อนความลับที่น่าทึ่งซ่อนไว้โดยสามารถนำมาใช้ในการประกอบอาหาร

ในยุคนั้น พวกเขาจึงได้ให้ความหมายของคำว่า คาเคา (Cacao) เอาไว้ว่าเป็นอาหารแห่งเทพ จากนั้นชาวมาयाเลยยกขบวนไปนำต้นคาเคาจากป่าฝนมาปลูกไว้ที่บ้านของตัวเองเสียเลย จากนั้นก็เก็บเมล็ดคาเคามาประกอบอาหาร

เช่น นำไปหมัก คั่ว และบดให้เป็นเนื้อเหนียว ๆ ไว้สำหรับขงเป็นเครื่องดื่ม โดยนำไปผสมน้ำและเครื่องเทศ เช่น พริกไทย หรือแป้งข้าวโพด และนี่ก็เป็นจุดกำเนิดของเครื่องดื่มช็อกโกแลตนั่นเอง ในเวลาต่อมาเครื่องดื่มช็อกโกแลตก็ถูกยกให้กลายเป็นเครื่องดื่มเฉพาะไฮโซเท่านั้น



## ชั้นของสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค (ต่อ)

1.2 กลุ่มชั้นสูงระดับล่าง (Lower-Upper Class) เป็นกลุ่มเศรษฐกิจใหม่ นิยมการบริโภคเพื่ออวดต่อสังคม

1.3 กลุ่มชั้นกลางระดับบน (Upper – Middle Class) สูง สินค้าที่ซื้อต้องฉายภาพลักษณ์แห่งความภาคภูมิใจ ความสำเร็จ นิยมซื้อผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง

1.4 กลุ่มชั้นกลาง (Middle Class) นิยมซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน และยังให้ความสนใจกับการยอมรับของสังคมด้วย

1.5 กลุ่มผู้ใช้แรงงาน (Working class) นิยมซื้อสินค้าที่ตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐาน ปัจจัยในเรื่องราคาก็เป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจ



ชนชั้นสูงระดับล่าง



กลุ่มผู้ใช้แรงงาน  
(Working class)



## ชั้นของสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค (ต่อ)

2. พฤติกรรมการจ่ายตลาด (Shopping behavior) สังคม แต่ละชนชั้นมักจะเปรียบเทียบความเหมาะสมของร้านค้าที่จะเข้าไปซื้อสินค้า หากตกแต่งดีเกินกว่าฐานะหรือชนชั้นของตนก็จะคิดว่าไม่คู่ควร

2.1 กลุ่มชนชั้นสูงและกลุ่มชั้นกลางระดับบน (Uppers and Upper-middles Class) จะมีพฤติกรรมการจับจ่ายอย่างมีจุดมุ่งหมายมากกว่าชนชั้นที่มีฐานะต่ำกว่า ค่อนข้างมีความรู้ในสิ่งที่ต้องการจะซื้อ

2.2 กลุ่มชนชั้นกลาง (Middle Class) นิยมเข้าไปซื้อร้านค้าที่ขายสินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่น ๆ หรือดีสเคาท์ สโตร์ต่าง ๆ

2.3 กลุ่มผู้ใช้แรงงาน (Working Class) นิยมซื้อสินค้าในร้านค้าที่ตนเองคุ้นเคย มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน มักไม่นิยมไปซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าที่ตกแต่งสวยงามเกินกว่าฐานะ



## ชั้นของสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค (ต่อ)

### 3. รูปแบบการตอบสนองต่อการส่งเสริมการตลาด

3.1 กลุ่มชนชั้นสูง (Upper Class) นิยมเปิดรับสื่อทางด้านนิตยสาร หนังสือพิมพ์มากกว่า การดูโทรทัศน์

3.2 กลุ่มชนชั้นกลางระดับบน (Upper – Middle Class) กลุ่มนี้นิยมการอ่านหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร รวมถึงการฟังรายการวิทยุ F.M แต่ไม่ค่อยมีเวลาในการดูโทรทัศน์มากนัก ชอบที่จะวิเคราะห์วิจารณ์โฆษณาต่าง ๆ ด้วย

3.3 กลุ่มชนชั้นกลาง (Middle Class) กลุ่มนี้จะชอบดูโทรทัศน์ และ ฟังวิทยุรายการเพลงต่าง ๆ ที่ตนเองชอบ มองโฆษณาอย่างมีใจเป็นธรรม โฆษณาที่สามารถโน้มน้าวใจชนชั้นนี้ได้ดี จะต้องแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ราคาที่ประหยัด

3.4 กลุ่มผู้ใช้แรงงาน (Working Class) การเลือกเปิดรับสื่อนิยมสื่อวิทยุ คลื่น AM ที่เป็นเพลงภาษาท้องถิ่น หรือลูกทุ่ง และหากมีเวลาว่างก็ชอบดูรายการโทรทัศน์ประเภท รายการละคร เกมโชว์ ตลก

4. พฤติกรรมการตอบสนองต่อราคา ชนชั้นสูง อาจไม่สนใจในเรื่องราคามากนัก ของที่มีราคาแพงจะมีคุณภาพที่ดี หรืออาจเป็นของหายาก มีเพียงไม่กี่ชิ้นในโลก

## ชนชั้นของสังคมกับการโฆษณา

- กลุ่มชนชั้นสูง นิยมโฆษณาที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำ ความมีรสนิยม ความภาคภูมิใจ
- กลุ่มชนชั้นกลาง นิยมโฆษณาที่เข้ากับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้ทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับ
- กลุ่มชนชั้นล่าง นิยมดูโฆษณาที่ไม่มีความสลับซับซ้อน ในการสื่อสารนัก