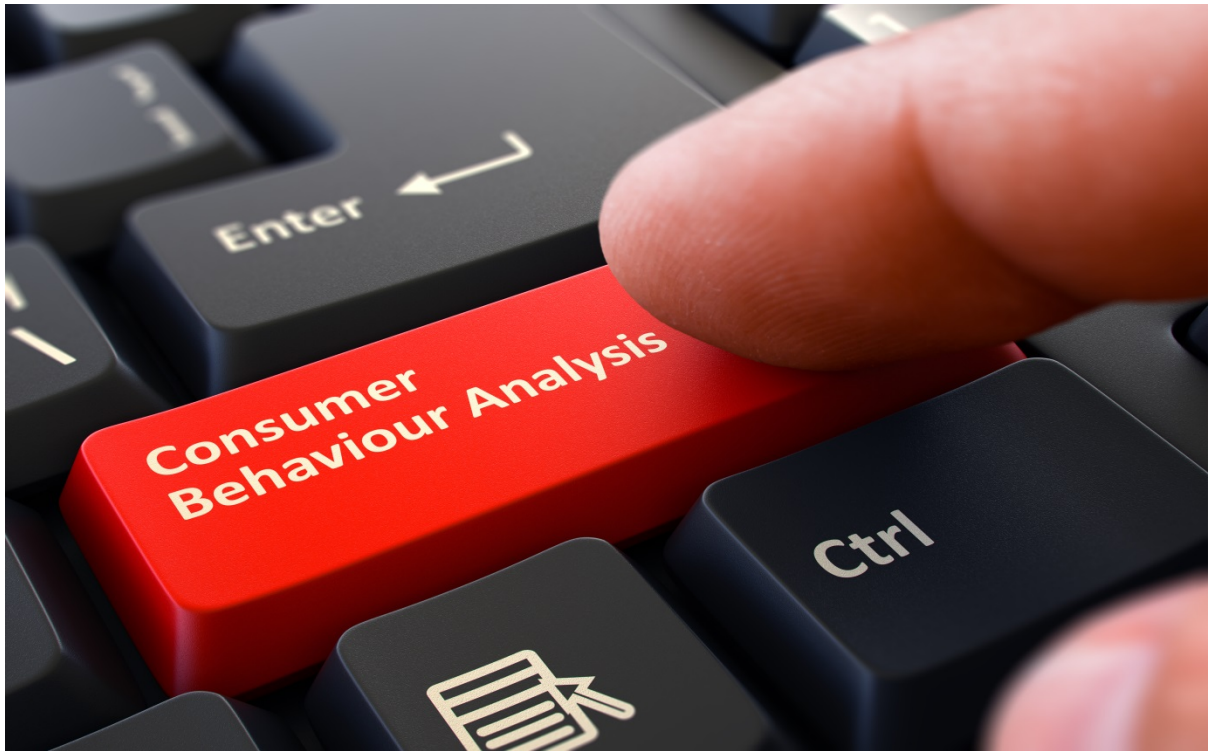




พฤติกรรมผู้บริโภค

ก่อนที่เราจะมาศึกษา พฤติกรรมของผู้บริโภค เราควรมารู้จักกันก่อนว่าคำว่า **“ผู้บริโภค”** และ **“พฤติกรรม”** นั้นคืออะไร มีความหมายอย่างไร ทำไมเราควรศึกษาและทำความเข้าใจ เพื่อจะได้วางกลยุทธ์ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสานทั้งด้าน จิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยา สังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจต่างๆ ดัง สำนวนที่ว่า **“รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้ง ชนะร้อยครั้ง”** นั้นยังใช้ได้เสมอ

ผู้บริโภค (consumer) หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับ การเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้า และหรือรับบริการและ หมายความว่ารวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจโดยชอบแม้จะไม่เสียค่าตอบแทนก็ตาม

พฤติกรรม (behavior) หมายถึง กิริยาอาการที่แสดงออกจากรูปแบบของสิ่งมีชีวิตเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกเป็นการแสดงออกที่สอดคล้องกับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมในขณะนั้น สามารถสังเกตเห็นได้จากภายนอก โดยรูปแบบพฤติกรรมต่าง ๆ นั้นเป็นผลมาจากการทำงานร่วมกันของพันธุกรรม และสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกเมื่ออากาศร้อนก็คือ การใส่เสื้อผ้าบางบางสบาย ส่วนพฤติกรรมที่แสดงออกเมื่ออากาศหนาวเย็น ก็คือ ใส่เสื้อกันหนาว หนา ทางเกงขายาว หมวกไหมพรม ถุงมือ ถุงเท้า นั่นเอง ต่อมาเมื่ออากาศร้อนขึ้น เนื่องจากโลกของเราร้อนขึ้น เราก็ต้องพึ่งเครื่องปรับอากาศหรือแอร์คอนดิชั่นเช่นทุกวันนี้ หากหน้าหนาวก็หนาวเอามากๆ เราก็ต้องพึ่งเครื่องทำน้ำอุ่น

เรามาดูกันว่า ทำไมในห้างสรรพสินค้า ร้านค้าต่างๆ ขายเครื่องทำน้ำอุ่นได้เป็นช่วงฤดูร้อน ขายเครื่องปรับอากาศได้เป็นฤดูหนาว ทำไมสินค้าและบริการต้องมีการปรับปรุง

เปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ หีบห่อ รสชาติ สี กลิ่นอยู่ตลอดเวลา ทำให้อ่อนนุ่มพองของเด็กอ่อนพุทขึ้นมาจนทำให้เลือกสรรแล้วทำไมรองเท้ายี่ห้อที่คุณพ่อคุณแม่เคยใส่ สมัยท่านเป็นหนุ่มๆ สาวๆ เรากลับไม่รู้จักรู้จักและไม่ใส่อีกแล้ว บางแบรนด์ก็ไม่มีวางขายอีกแล้วในปัจจุบัน สมัยก่อนเราต้องเปิดปลากระป๋องกินแบบยากเย็น แต่เดี๋ยวนี้แค่ดึงห่วงแล้วเทก็ได้อีกแล้ว เด็กๆ ยุคนี้ไม่รู้จักรับประทานผลไม้ รู้จักแต่คอมพิวเตอร์ แล็บท็อป ไม่รู้จักโทรเลข แค่สัมผัสหน้าจอมือถือก็สามารถส่งข่าวไปยังปลายทางได้อย่างรวดเร็ว ซองจดหมายไม่จำเป็นต้องซื้อ บางคนไม่รู้จักรดน้ำเสียด้วยซ้ำไป แม้แต่แม่บ้านเรสมัยนี้ ใช้เครื่องปั่นแทนครกหิน ใช้กระเบื้องแบบทอดผิวไม่ติดกระเบื้อง กระเบื้องก็ต้องมีวิวัฒนาการตามความต้องการ สะดวกทนแรงได้ตามความต้องการ นั่นก็เพราะว่าผู้บริโภคยอมมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยตามกาลเวลา และสิ่งแวดล้อม

ก่อนอื่นเรามาทำความเข้าใจกันกับคำว่าพฤติกรรมผู้บริโภคกันก่อนเลย เนื่องจากมีหลากหลายแนวคิดหลากหลายทฤษฎี ที่ให้นิยามพฤติกรรมของผู้บริโภคเอาไว้ ตัวอย่างเช่น Engel (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ, Schiffman and Kanuk (1987) ชีฟแมนและคานุก บอกว่า เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกมาว่าจะการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ ซึ่งจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้, Engel Kollat (1968) แองเจล คอลแลต และ แบลคเวลล์ บอกว่าการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้วซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว, อดุล จาตุรงคกุล (2536) พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆเหล่านี้, ปริญ สิกธิตานนท์(2540) พฤติกรรมของผู้บริโภคคือ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหา และการใช้ผลิตภัณฑ์ทั้งนี้ หมายถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนกำหนดให้เกิดการกระทำ, ธงชัย สันติวงษ์

(2540) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีอยู่ก่อนแล้วและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว แต่พอสรุปได้ใจความว่า

“การศึกษาทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคจะสามารถสร้างกลยุทธ์การตลาดที่ดีได้”

พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กร เป็นกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นเลือกสรร รักษา และจำกัดสิ่งที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการต่างๆ ประสมการณ์หรือแนวคิดเพื่อสนองความต้องการ และผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภค การรู้และทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ และตอบสนองความต้องการ ทั้งยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลและสิ่งแวดล้อม เช่น ครอบครัว เพื่อน สถานที่ อีกด้วย ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ จะมีผลกระทบต่อการธุรกิจ

ดังนั้นการศึกษาคำทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคจะสามารถสร้างกลยุทธ์การตลาด ที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค และความสามารถในการค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น และยังช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง พิจารณาง่ายๆ ก็คือ พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงพฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ

ต่างๆซึ่งคาดว่าจะสนองตอบความต้องการของพวกเขาได้ดีที่สุด

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภค มีประโยชน์ทางการตลาด ดังนี้

- » ช่วยให้เข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค
- » ช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น
- » ช่วยให้ตลาด ผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น
- » เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนของตลาด ในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ตรงกับชนิดของสินค้าและบริการ
- » ช่วยในการปรับปรุงกลไก กลยุทธ์ของตลาดของธุรกิจต่างๆ เพื่อความได้เปรียบของคู่แข่ง การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค นักการตลาดมักเรียกว่า6W 1H คือ เครื่องมือสำหรับกำหนดกลุ่มผู้บริโภค ประกอบด้วย

Who ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของคุณ เป็นการศึกษาถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายในเรื่องต่างๆ เช่น เพศ อายุ อาชีพ สถานะ เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยระบุข้อมูลได้ชัดเจน เพื่อที่จะสามารถวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม และตอบสนองความต้องการได้ตรงตามความพึงพอใจ

What ผู้บริโภคซื้ออะไร คุณต้องทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคซื้อ เช่นองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ หีบห่อ คุณสมบัติของสินค้า รูปลักษณ์ของสินค้าและบริการ คุณภาพ เพื่อสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งรวมถึงสร้างความแตกต่างจากแบรนด์อื่น

Where ช่องทางในการซื้อช่องทางที่ลูกค้าใช้ในการหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ เช่น ซื้อผ่านทางเว็บไซต์ ซื้อที่ตลาดขายสินค้าเฉพาะหรือ ห้างสรรพสินค้า กล่าวคือ สถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายมักชอบไปซื้อสินค้านั้นเอง

Why ทำไมผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าและบริการ เราต้องศึกษาผู้บริโภคหาเหตุผลว่าทำไมผู้บริโภคจึงต้องตัดสินใจตอบสนองความต้องการ ตอบสนองตามปัจจัยพื้นฐาน เช่น การซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมเพื่อเข้าสังคม การซื้อหมวก กุญแจมือ กุญแจ มักซื้อในหน้าหนาว

When ซื้อสินค้าและบริการเมื่อไหร่ เราต้องคำนึงว่าสินค้าของเราอยู่ในช่วงเวลาใด หรือขายได้ตลอดทั่วไป เช่น ขายปิ่นปักน้ำในช่วงสงกรานต์ต้องจัดโปรโมชั่นอย่างไรแบบไหน ขายเครื่องทำน้ำอุ่นในฤดูร้อน ขายเครื่องทำความเย็นในฤดูหนาว อาจมีการลดราคา หรือมีของแถมเพื่อจูงใจลูกค้า เป็นต้น

Whom ใครที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้บริโภค บ้าง คือ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เช่น พ่อแม่ บอกให้ซื้อ เพื่อนแนะนำให้ซื้อ หรือใครก็ได้ที่มีอำนาจในการจ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการของเรา

How ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้ออย่างไร เช่น สินค้าที่ขายตามท้องตลาด ทำให้การตัดสินใจต่างกัน เช่นถ้าสินค้ายาสูงหน่อยลูกค้าต้องการเครดิตความเชื่อถือของร้านค้า หรือบางกลุ่มชอบการลด แลก แจก แถม เป็นต้น

ดังนั้นพฤติกรรมของผู้บริโภคจึงมีส่วนสำคัญอย่างมาก เพราะเป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำมาวิเคราะห์ตลาดกลุ่มเป้าหมายและรวมถึงการวางแผนการตลาด ตลอดจนการติดต่อสื่อสาร การวางแผนกลยุทธ์เพื่อหาวิธีการที่เหมาะสมที่สุดเป็นรูปแบบการจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมในการเลือกซื้อ การตัดสินใจซื้อ ซื้อซ้ำ ระยะเวลาในการซื้อ และก้าวสู่เป็นแบรนด์ที่เข้มแข็งต่อไป

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสถานการณ์ต่างๆ ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ในแต่ละช่วงเวลานั้นมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นแทบจะตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้มีผลต่อสภาวะการตัดสินใจ ทำให้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้าและบริการใหม่ๆ รวมถึงยังต้องวิเคราะห์รูปแบบของคู่แข่งการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทาน (ความต้องการขายต้องสมดุลกับความต้องการของผู้บริโภคด้วย) ควรระบุไว้ล่วงหน้าในแผนการ

ดำเนินการตลาดเพื่อเปลี่ยนแปลงและแก้ไขได้ในอนาคต ให้
สอดคล้องกับสถานการณ์การตลาด และสภาวะพื้นฐาน เพื่อ
ไม่ทำให้แต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องรู้สึกไม่ต่อสินค้าและบริการของ

เรา แผนการตลาดของเรา นอกจากจะต้องตอบสนองต่อ
ความพึงพอใจของลูกค้าแล้วนั้นยังต้องสามารถสร้างยอดขาย
ด้วยต้นทุนที่ถูกต้องที่สุด