

บทคัดย่อ

ในการวิเคราะห์และประมวลตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ทฤษฎีหรือตัวแบบกระบวนการตัดสินใจของนักทฤษฎีต่าง ๆ และประมวลให้เกิดภาพรวมของ ทฤษฎีหรือตัวแบบ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยในรูปแบบของการวิจัยเอกสารจากทฤษฎีหรือตัว แบบพฤติกรรมผู้บริโภคของนักทฤษฎีต่าง ๆ

จากการวิเคราะห์และประมวลตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคจะสามารถสรุปเป็น 3 ประเด็นด้วยกันคือ ประเด็นที่ 1) ปัจจัยหรือตัวแปรต้นของกระบวนการที่ประกอบด้วยปัจจัย ภายนอก 1. วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย 2. ชั้นสังคม 3. กลุ่มอ้างอิง 4. อิทธิพลส่วนบุคคล 5. ครอบครัว 6. อิทธิพลของธุรกิจหรือความพยายามทางการตลาด 7. สถานการณ์ต่าง ๆ 8. การสื่อสาร และ 9. แหล่งสารสนเทศต่าง ๆ และปัจจัยภายในที่เข้าเกี่ยวข้องกับการ ตัดสินใจ 1. ลักษณะส่วนบุคคลหรือลักษณะทางประชากร 2. สิ่งจูงใจ 3. ความมุ่งมั่น 4. บุคลิกภาพ 5. ประชาน (Cognitive) 6. การรับรู้ที่ประกอบด้วย การหยั่งรู้ (Perception) ทักษะคิดและการเรียนรู้ 7. ความเชื่อ 8. ความต้องการ 9. อารมณ์ 10. ประสบการณ์ 11. การเข้าใจ 12. แนวคิดตนเอง 13. ความจำและการระลึกได้ 14. กระบวนการสารสนเทศ และ 15. แบบการดำรงชีวิต ประเด็นที่ 2 ปัจจัยของกระบวนการทางจิต ที่ประกอบด้วย 1) การตระหนักถึงปัญหาหรือความจำเป็น 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือกและ ทางเลือก และประเด็นที่ 3 ผลได้ของกระบวนการทางจิตที่ประกอบด้วย 1. ความเป็นเจ้าของ 2. การเก็บข้อมูลเป็นประสบการณ์ 3. การยอมรับและไม่ยอมรับ 4. การเผยแพร่หรือบอก ต่อ 5. การทดลองและซื้อซ้ำ 6. ทักษะคิดที่เกิดขึ้น 7. การเลือกผลิตภัณฑ์ ตรายสินค้า ผู้ขาย ปริมาณ และความถี่ 8. ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ 9. การมีพฤติกรรมที่ต่างไปจากเดิม และ 10. การประเมินของการบริโภคเพื่อตัดสินใจซื้อต่อไป

คำสำคัญ : การวิเคราะห์ การประมวล ตัวแบบ

Abstract

Analyzing and conclusion in consumer behavior aim to study the theory or the model of decision making of the theory. And conclude broadly about the model point of view. The research methodology has been conducted by the document from the various sources.

The results view in 3 topics. The first : factors or dependent variables of the process are composed of external and internal factors. The external factors are composed of 1. culture and subculture 2. social class 3. Reference group 4. personal influence 5. family 6. business influence or marketing effort 7. situation 8. communication and 9. information source. The internal factors are composed of 1. demographics 2. motive 3. involvement 4. personality 5. cognitive 6. reception (perception, attitude and learning) 7. belief 8. demand 9. emotion 10. experience 11. understanding 12. self-concept 13. memory and recall 14. information processing and 15. life style. The second : mental processes are composed of 1. need or problem recognition 2. information search 3. choices evaluation and choice. The third : the outcome of mental processes in composed of 1. ownership 2. information and experience 3. adoptions and resistance 4. diffusion or word of mouth 5. trial and repeat per chase 6. attitude formaton 7. choice of product, brand, seller, quantity and frequency 8. satisfaction and dissatisfaction 9. divestment and 10. post – consumption evaluation

Keywords : analyzing conclusion model