หนังสือพิมพ์
ประกาศ365
ราคา 10 บาท
ฉบับที่ 3128 วันที่ 09 พฤศจิกายน 2569 ใบอนุญาตพิมพ์เลขที่ สสช95/2560 ISSN 2586-9299

ทำไมผู้บริโภคถึงซื้อสินค้าและบริการ ติดตามแบรนด์และรู้สึกกับบางแบรนด์มากกว่าแบรนด์คู่แข่ง

การตลาดอยู่รอบตัวเรามากกว่าที่คิด ตั้งแต่แบรนด์ที่เราเลือกใช้ สินค้าที่เราตัดสินใจซื้อ คนที่เราเลือกติดตาม ไปจนถึงสินค้าบางอย่างที่เราไม่เคยคิดว่าต้องการ แต่กลับเริ่มรู้สึกว่า “น่าสนใจ” หลังจากเห็นผ่าน TikTok หรือ Instagram ซ้ำ ๆ คำถามสำคัญจึงไม่ใช่แค่ “แบรนด์ทำอะไร” แต่คือ “ทำไมสิ่งเหล่านั้นถึงได้ผลกับคน” ทำไมเราถึงเลือกแบรนด์หนึ่ง ทั้งที่มีสินค้าอีกหลายแบรนด์ให้เลือก ทำไมบางแคมเปญถึงอยู่ในความทรงจำได้นาน ขณะที่บางแคมเปญหายไปจากความคิดแทบจะทันทีหลังจากเห็น และทำไมแค่ Packaging ที่ดี หรือคำแนะนำจากคนที่เราเชื่อถือ จึงสามารถเปลี่ยนความรู้สึกที่มีต่อสินค้าได้ เบื้องหลังคำถามเหล่านี้คือเรื่องของ “พฤติกรรมมนุษย์” ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการตลาดยุคใหม่ เพราะการตลาดไม่ได้ทำงานอยู่แค่ในโฆษณา แต่ทำงานอยู่ในความคิด ความรู้สึก และการตัดสินใจของผู้บริโภค

1. การตลาดไม่ได้เริ่มจากสินค้า แต่เริ่มจากความเข้าใจคน หนึ่งในมุมมองสำคัญของการตลาดคือ การทำความเข้าใจว่า “คนต้องการอะไร” และ “อะไรทำให้คนตัดสินใจ” ผู้บริโภคไม่ได้เลือกสินค้าจากเหตุผลเพียงอย่างเดียว หลายครั้งการตัดสินใจซื้อเกิดจากความรู้สึก ความคุ้นเคย ความไว้วางใจ หรือภาพของตัวเองที่ผู้บริโภคมองเห็นผ่านแบรนด์นั้น คนสองคนสามารถเห็นสินค้าเดียวกัน แต่มีปฏิกิริยาต่างกันโดยสิ้นเชิง คนหนึ่งอาจสนใจเพราะเห็นผ่าน Instagram อีกคนอาจเลือกเพราะเพื่อนแนะนำ ขณะที่อีกคนอาจไม่สนใจเลย เพราะแบรนด์ไม่ได้สอดคล้องกับสิ่งที่ตัวเองให้ความสำคัญ นี่จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมการตลาดจึงเกี่ยวข้องกับ Psychology อย่างมาก เพราะการเข้าใจ Consumer Behavior ไม่ได้หมายถึงการรู้เพียงว่าคนซื้ออะไร แต่ต้องเข้าใจด้วยว่า “ทำไมถึงซื้อ”

2. ผู้บริโภคไม่ได้มีพฤติกรรมเหมือนกันทุกตลาด โลกของการตลาดไม่มีสูตรสำเร็จที่ใช้ได้กับทุกคนและทุกพื้นที่ แบรนด์เดียวกันอาจได้รับความนิยมในเมืองหนึ่ง แต่ไม่ได้สร้างความรู้สึกแบบเดียวกันในอีกเมืองหนึ่ง เพราะผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจ ไลฟ์สไตล์ และสิ่งแวดล้อมรอบตัว สิ่งที่กำลังเป็น Trend ใน New York อาจไม่ได้มีความหมายเท่ากันสำหรับผู้บริโภคใน Munich หรือ London แม้จะเป็นกลุ่มคนที่มีอายุใกล้เคียงกันก็ตาม ความแตกต่างเหล่านี้ทำให้คำว่า “Consumer” ไม่ควรถูกมองเป็นกลุ่มคนก้อนเดียว แต่ต้องมองให้เห็นบริบทของแต่ละตลาด สำหรับแบรนด์ นี่หมายความว่าการทำตลาดแบบ One-size-fits-all อาจไม่เพียงพออีกต่อไป การเข้าใจ Local Culture และ Consumer Context จึงกลายเป็นส่วนสำคัญของการสร้างแบรนด์ในตลาดที่มีความหลากหลายมากขึ้น

3. Social Media เปลี่ยนวิธีที่คนตัดสินใจซื้อ อีกพื้นที่หนึ่งที่เห็นเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคได้ชัดที่สุดคือ Social Media ในอดีต การโฆษณาอาจเป็นการบอกผู้บริโภคว่า “สินค้านี้ดีอย่างไร” แต่วันนี้ผู้บริโภคสามารถเห็นคนอื่นใช้สินค้า แสดงความคิดเห็น รีวิว เปรียบเทียบ หรือพูดถึงแบรนด์ได้ในเวลาไม่กี่วินาที Influencer Marketing จึงไม่ได้ทำหน้าที่เพียงสร้าง Awareness แต่ยังสามารถสร้างความรู้สึกว่า “สินค้านี้ถูกเลือกโดยคนแบบเดียวกับเรา” อย่างไรก็ตาม การมี Influencer หรือการทำ Campaign ที่สวย ไม่ได้หมายความว่าสินค้าจะขายได้เสมอไป

(ที่มา : MarketingOops!)

บริษัท ซัมเมอร์บี จำกัด 467/1 ถ.บางแวก แขวงบางไผ่ เขตบางแค กรุงเทพ 10160

แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดแจ้งการพิมพ์
ตามพระราชบัญญัติจดแจ้งการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน สสช ๔๕ /๒๕๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ซัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาววรพรรณ เตชานุวัตร์
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๙ ๙๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365
มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ
ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทย
ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่น
ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวัน
ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ซัมเมอร์บี จำกัด
ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
ชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ซัมเมอร์บี จำกัด
ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
ชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ซัมเมอร์บี จำกัด
ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้
นางสาววรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นผู้พิมพ์
นางสาววรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นผู้โฆษณา
นางสาววรพรรณ เตชานุวัตร์ เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ซัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์



ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๐ เดือน พฤศจิกายน พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ)
(นางสาวกนกอร ศักดาเดช)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ
พนักงานเจ้าหน้าที่จดแจ้งการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร