

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 4
	ชื่อหน่วยพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อ	สอนครั้งที่ 17-24 ชั่วโมงรวม 8 ชม.
		จำนวนชั่วโมง 8 ชม.

1. สาระสำคัญ

การบริโภคเป็นพฤติกรรมหนึ่งที่มนุษย์แสดงออกมา และพฤติกรรมการบริโภคของแต่ละบุคคลในการดำรงชีวิตประจำวันย่อมแตกต่างกัน ซึ่งทั้งหมดนั้นขึ้นอยู่กับทัศนคติหรือแรงจูงใจเป็นสำคัญ การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของบุคคลจึงเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นต่อการวางแผนด้านการตลาดขององค์กรธุรกิจ

2. สมรรถนะประจำหน่วย

- 1.1 ประวัติและความหมายของผู้บริโภค
- 1.2 องค์ประกอบในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
- 1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค
- 1.4 กระบวนการตัดสินใจซื้อ

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

- 3.1 สามารถอธิบายประวัติและความหมายของผู้บริโภคได้
- 3.2 สามารถองค์ประกอบในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคได้
- 3.3 สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้
- 3.4 สามารถอธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อได้

4. เนื้อหาสาระการเรียนรู้

ประวัติความเป็นมา และความหมาย

ประวัติความเป็นมาของ”ผู้บริโภค” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง ผู้ซื้อ ผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้ไม่ได้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ใช้ประโยชน์จากสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการโดยตรงของบุคคลผู้นั้น ผลที่ได้รับจากการบริโภคคือ อรรถประโยชน์หรือความพอใจ ผู้บริโภคอาจจะเป็นตัวบุคคล

กลุ่มบุคคล คริวเรือน และอาจหมายถึงรัฐบาลด้วยก็ได้ ประเด็นสำคัญอยู่ที่ว่า การซื้อสินค้าหรือบริการนั้น จะต้องไม่ใช่เป็นการนำไปผลิตหรือขายต่อส่วนความหมายในทางเศรษฐศาสตร์ ผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงวิธีการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อผลิตสินค้าและบริการต่างๆ สนองตอบต่อความต้องการของมนุษย์

“**ผู้บริโภคคือพระราช**” เป็นคำกล่าวที่ให้ความสำคัญแก่ผู้ประกอบการที่จะอยู่ได้ต้องอาศัย ผู้บริโภค ในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่และมีความสำคัญที่สุด จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหาร การตลาด จะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด ถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจ ซื้อ ฯลฯ ซึ่งการศึกษาถึงสาเหตุต่างๆ เหล่านี้ จะช่วยให้เข้าใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้อง ว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้น ต้องการอะไรมีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆเหล่านี้เป็น ประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาดทั้งสิ้น

พฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อความสำเร็จของ**ธุรกิจ** ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้ สามารถสร้าง**กลยุทธ์ทางการตลาด**ที่สร้าง**ความพึงพอใจ**ให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหา ทางแก้ไข พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับ ความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยให้การพัฒนา**ตลาด**และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผู้บริโภคที่ฉลาด นอกจากจะต้องมีหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้าบริการแล้ว จะต้องรอบ รู้เท่าทัน**กลวิธี เทคนิค** และกลล่อลวงต่าง ๆ ที่ใช้ในการขายสินค้าและบริการ รวมถึงสามารถปกป้อง**สิทธิ**ที่ ตนเองพึงได้รับด้วย การเรียนรู้การเป็นผู้บริโภคที่ฉลาดจะทำให้ทราบและสามารถลำดับความสำคัญของ ทางเลือกต่าง ๆ ในการใช้**เงิน** ตลอดจนรู้จักหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อและใช้สินค้าและบริการ

5.1 การนำเข้าสู่บทเรียน

- ครูอ่านคำศัพท์ หน่วยที่ 3 ให้นักศึกษาฟัง 1 รอบ แล้วให้นักศึกษาอ่านพร้อมกันอีก 1 รอบ
- ศึกษากลุ่มที่ 3 ออกมานำเสนอหน้าชั้นเรียน
- ครูผู้สอนอธิบายสมรรถนะประจำหน่วยที่ 4 เริ่มเข้าสู่บทเรียน

5.2 การเรียนรู้

- ครูผู้สอนให้ผู้เรียน เปิดหนังสือตามขณะที่เพื่อนรายงาน
- ครู ฟัง และสังเกตการเรียนรู้ของนักศึกษา ภายในห้องขณะฟังรายงาน
- ครูสั่งงานให้นักศึกษากลุ่มต่อไปเตรียมตัว และทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 4 และเขียนคำศัพท์ หน่วยที่ 4 ใต้สมุด

5.3 การสรุป

- ครูผู้สอนสรุปเนื้อหาสาระของหน่วยที่ 4 เมื่อผู้เรียนนำเสนอเสร็จสิ้น

- ครูผู้สอนมอบหมายงานในชั่วโมงต่อไป ให้ผู้เรียนกลุ่มต่อไปเตรียมรายงาน
- ครูผู้สอนมอบหมายการทำคำศัพท์ท้ายหน่วยที่ 4 และทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วยที่ 4 ใ้สมุดและเขียนให้ผู้เรียนทุกคน

5.4 การวัดและประเมินผล

- ครูผู้สอนตรวจคำศัพท์
- ครูผู้สอนตรวจแบบฝึกหัด
- ครูผู้สอนให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	ผลงาน
10	เตรียมตัวดี, มีอุปกรณ์ครบ, รายงานได้เนื้อหาละเอียด ครบถ้วน
9	เตรียมตัวดี, ขาดอุปกรณ์ครบ, รายงานได้เนื้อหาละเอียด ครบถ้วน
8	เตรียมตัวไม่ค่อยพร้อม, มีอุปกรณ์ครบ, รายงานเนื้อหาไม่ครบถ้วน

6.สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

6.1 สื่อสิ่งพิมพ์

- 6.1.1 หนังสือหลักการตลาด 30200-1002 ของนางวันรัก วงศ์แก้ว
- 6.1.2 ใบความรู้และใบงาน
- 6.1.3 แบบประเมินหลังหน่วยการเรียนรู้ที่ 4

6.2 สื่อโสตทัศน (ถ้ามี)

- 6.2.1 กระดานไวท์บอร์ด ปากกาไวท์บอร์ด
- 6.2.2 เครื่องขยายเสียง
- 6.2.3 เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์
- 6.2.4 เครื่อง LCD Projector

7.เอกสารประกอบการจัดการเรียนรู้ (ใบความรู้ ใบงาน ใบมอบหมายงาน ฯลฯ)

7.1 ใบความรู้หน่วยที่4

8.การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

- พฤติกรรมผู้บริโภค เทคนิคการนำเสนอข้อมูล