

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าเงินผ่อนต่อบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ได้นำทฤษฎีและแนวคิด ตลอดจนสรุปวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า

2.1.2 ปัจจัยทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู

2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวคิด

2.1.1 แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า

แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) การสร้างคุณค่าเพิ่ม เกิดจากการผลิต และจากการตลาด รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total Quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือราคาสินค้านั่นเอง หากบุคคลเห็นและเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวัง ส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความไม่พึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความ

คาดหวังก็จะเกิดความประทับใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้าและประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดีและไม่ดีของผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลอื่นต่อไป

2.1.2 ปัจจัยทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ปัจจัยทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7P's (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541) ประกอบด้วย

2.1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็นสิ่งซึ่งจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2.1.2.2 ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการ กับราคา (Price) ของบริการนั้นๆ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

2.1.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบไปด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาดสถาบันที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันตลาดนั่นเอง ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้า

2.1.2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้บริการ และเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

2.1.2.5 ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกัน เน้นคู่แข่งกันเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

2.1.2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย สะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ผู้ใช้บริการควรได้รับ

2.1.2.7 ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และงานที่ปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทรชมภู

นิคมกรุป เป็นกลุ่มบริษัทที่ประกอบด้วย บริษัท นิคมพานิช จำกัด บริษัท สหพานิช เชียงใหม่ จำกัด และบริษัท ลำปางนิคมพานิช จำกัด ประกอบกิจการค้า รถยนต์ รถจักรยานยนต์ รถจักรยาน ตลอดจนเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิดทุกประเภท พร้อมทั้งอุปกรณ์ของสิ่งดังกล่าว รวมทั้งทำการค้า เป็นตัวแทน ตั้งตัวแทน รับผิดชอบจำหน่าย บริการรับซ่อม และแลกเปลี่ยนของเก่า มีตัวแทนจำหน่ายในเครือนิคมกรุปทั้งสิ้น 177 ตัวแทน สำหรับ บริษัท สหพานิชเชียงใหม่ จำกัด จดทะเบียน เป็นนิติบุคคลประเภท บริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2535 ด้วยทุนจดทะเบียน 250 ล้านบาท และมีตัวแทนจำหน่าย 55 ตัวแทน (นิคมกรุป)

ห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทรชมภู เป็นหนึ่งในตัวแทนจำหน่ายของบริษัท สหพานิช เชียงใหม่ จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ 339 หมู่ 7 ตำบลสันทราย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ เปิดดำเนินกิจการเมื่อ วันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2532 จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2537 ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท หุ้นส่วนประกอบด้วย นางเรือนทอง จันทรชมภู และ นางอารีรัตน์ พงษ์บุปผา ดำเนินกิจการเป็นนายหน้า ตัวแทนชื่อ นาย รถยนต์ รถจักรยานยนต์ รถจักรยาน และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด

วิสัยทัศน์ คือ เป็นผู้นำตัวแทนจำหน่ายในเขตการขาย 3 อำเภอตอนบนของจังหวัด เชียงใหม่ ที่อยู่ในใจผู้บริโภค ที่ต้องการซื้อสินค้าคุณภาพดี ราคายุติธรรม ด้วยการต้อนรับอันอบอุ่น บริการแสนประทับใจทั้งก่อนและหลังการขาย พันธกิจ คือ ขายสินค้าด้วยบริการอย่างมืออาชีพ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค ด้วยความจริงใจ ให้ความสำคัญกับสัมพันธภาพระหว่าง ลูกค้าและผู้ให้บริการ เน้นการดูแล ให้คำปรึกษา ตลอดอายุการใช้งานของสินค้า เพื่อการกลับมา ซื้อซ้ำ เนื่องจากเป็นตัวแทนจำหน่ายที่ผู้บริโภคเลือกไว้อย่างมั่นใจ

สินค้าที่จำหน่ายแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ สินค้าหลัก และสินค้าเสริม สินค้าหลัก แบ่งออกเป็น 6 หมวดได้แก่ รถยนต์ รถจักรยานยนต์และจักรยาน หมวดภาพและเสียง เช่น ทีวี เครื่องเล่นภาพ เครื่องเสียง หมวดเครื่องใช้ในบ้าน เช่น ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เครื่องทำน้ำอุ่น เครื่องปรับอากาศ หมวดเครื่องมือสื่อสารและอุปกรณ์สำนักงานอัตโนมัติ เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ แฟกซ์เครื่องถ่ายเอกสาร และหมวดเครื่องมือการเกษตร สำหรับสินค้าเสริม ได้แก่ เต้า

อบไมโครเวฟ หม้อหุงข้าว เต้าแก๊ส กระจกน้ำร้อน เครื่องใช้ในครัวสมัยใหม่ เตาไรต์ พัดลม เครื่องดูดฝุ่น จำหน่ายทั้งเงินสดและเงินผ่อน

บริหารงานโดยคุณเรื่อนทอง จันทร์ชมภู ตำแหน่งผู้จัดการ และนางอรวิรัตน์ พงษ์บุปผา ตำแหน่ง รองผู้จัดการ มีพนักงานทั้งหมด 12 คน แบ่งเป็น ผู้จัดการ 1 คน รองผู้จัดการ 1 คน พนักงานขาย 2 คน พนักงานเก็บเงิน 2 คน พนักงานติดตั้งและบริการนอกร้าน 2 คน พนักงานบัญชี 1 คน พนักงานทะเบียน 1 คน พนักงาน และพนักงานประจำโชว์รูม 2 คน (ทำหน้าที่เหมือนพนักงานขาย) เนื่องจาก ห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู มีสำนักงานใหญ่ 1 แห่ง เป็นอาคารครึ่งปูนครึ่งไม้ 2 ชั้น 4 คูหา และโชว์รูมย่อยอีก 2 แห่ง ได้แก่ โชว์รูมโตโยต้า 1 แห่ง เป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 2 คูหา โชว์รูม รถจักรยานยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า 1 แห่ง เป็นอาคารชั้นเดียว 4 คูหา ทั้งหมดนี้อยู่ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกันแต่ไม่ได้อยู่ในอาคารหลังเดียวกัน จึงมีความจำเป็นต้องมีพนักงานประจำโชว์รูม โดยพนักงานทุกคนอยู่ประจำที่สำนักงานใหญ่ (ยกเว้น พนักงานประจำโชว์รูม) เมื่อมีการขายสินค้า ก็จะให้พนักงานที่สำนักงานใหญ่ ปฏิบัติหน้าที่

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน เมื่อเกิดการขาย หากเป็นการขายเงินสด พนักงานขายก็จะออกใบเสร็จรับเงินและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าให้กับลูกค้าทราบ แล้วส่งงานไปยังแผนกติดตั้งและบริการนอกร้าน เป็นผู้ส่งสินค้าและติดตั้ง เมื่อติดตั้งเสร็จ พนักงานต้องอธิบายวิธีการใช้สินค้า การแก้ไขปัญหา และการบำรุงรักษา ตลอดจนการติดต่อการใช้บริการหลังระยะเวลาการรับประกันสินค้า หากเป็นการขายเชื่อ พนักงานขายจะต้องนำเอกสารประจำตัวลูกค้ามาให้ผู้จัดการหรือรองผู้จัดการเป็นผู้พิจารณาสินเชื่อ เมื่ออนุมัติแล้ว จึงจัดทำสัญญาเช่าซื้อ รับเงินดาวน์ ออกใบเสร็จรับเงิน ขณะเดียวกันต้องแจ้งเงื่อนไขการชำระเงิน ระยะเวลา วิธีการชำระเงินให้ลูกค้าทราบโดยละเอียด รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับการรับประกันสินค้า เมื่อจัดทำสัญญาเสร็จเรียบร้อย จึงส่งงานไปยังแผนกติดตั้งเพื่อปฏิบัติงานขั้นตอนต่อไป

เมื่อครบกำหนดชำระค่าสินค้า พนักงานเก็บเงินต้องออกไปเก็บเงินลูกค้าที่ต้องการให้ไปบริการที่บ้าน และลูกค้าที่ขาดชำระ 2 งวดติดต่อกัน พนักงานเก็บเงินต้องติดต่อลูกค้า เพื่อรับข้อมูลการเลื่อนนัดชำระค่าสินค้า หากครบระยะเวลาที่ลูกค้านัดก็ต้องออกไปบริการลูกค้า

พนักงานทะเบียน จะทำหน้าที่ในการจัดส่งเอกสารขึ้นทะเบียนรถใหม่ โอนกรรมสิทธิ์การต่ออายุป้ายทะเบียนภาษี พ.ร.บ. ให้กับลูกค้า หากลูกค้าท่านใดเอกสารไม่ครบ ต้องติดตามและอำนวยความสะดวก ให้คำแนะนำที่ดีกับลูกค้า

พนักงานบัญชี ทำหน้าที่บันทึกบัญชี ในแต่ละวัน จัดทำรายงานการขายสินค้า รายงานลูกหนี้ประจำวัน และเมื่อครบกำหนด 7 วัน ต้องทำการสรุปรายงานการขาย และรายงานการเก็บเงิน เพื่อ เสนอต่อผู้จัดการและส่งรายงานไปยัง บริษัท สหพานิชเชียงใหม่ จำกัด

2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

นพ อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ลำปางปากีสร์สุขภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ และด้านราคา โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดสามอันดับแรกคือ ความหลากหลายของสินค้า ความหลากหลายของยี่ห้อ และคุณภาพของสินค้า ปัจจัยด้านราคาที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดสามอันดับแรกคือ การตัดป้ายราคา สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยด้านสถานที่ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดสามอันดับแรกคือ แสงสว่างในร้าน บรรยากาศในร้าน และทำเลที่ตั้งของร้าน สำหรับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่ลูกค้าพึงพอใจในระดับมากที่สุดสามอันดับแรกคือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ และการปฏิบัติงานของลูกค้า ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน จำนวนพนักงานที่อำนวยความสะดวก

พรศรี ผลพิสัยฐ์ (2545) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อ อีซูซุ ในจังหวัดเชียงราย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้อ อีซูซุ ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง) ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นลำดับ ผลจากการศึกษาปัจจัยต่างๆ ในรายละเอียดมีดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ ในจังหวัดเชียงราย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประหยัดน้ำมัน

ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ ในจังหวัดเชียงรายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเครื่องยนต์สมเหตุสมผล เมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ ในจังหวัดเชียงรายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะยี่ห้ออีซูซุ ในจังหวัดเชียงราย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีอะไหล่และศูนย์บริการพร้อม

สมภพ จินดารุ่งเรืองกุล (2541) ได้ศึกษาสาเหตุและพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มที่ไม่พึงพอใจภายหลังการซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับความไม่พึงพอใจในระดับปานกลาง ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย และด้านการบริการหลังการขาย ปฏิกริยาของผู้บริโภคซึ่งเกิดขึ้นเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจคือ การไม่ตอบโต้ใดๆ กล่าวเตือนสมาชิกในครอบครัวและเพื่อนให้ตัดสินใจหยุดซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมหรือสินค้าจากร้านเดิม เรียกร้องการชดเชยจากตัวแทนจำหน่าย และการร้องทุกข์ไปยังหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน แต่ไม่มีผู้ใดที่ดำเนินการฟ้องร้อง ตามกฎหมายเพื่อให้ได้มาซึ่งการชดเชย

สุพัตรา จุฑาวชิตรธรรม (2541) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคจะนิยมซื้อสินค้าจากร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการรับประกันสินค้าและบริการหลังการขาย มีสินค้าให้เลือกหลากหลายในราคาถูก เนื่องจากสินค้ามีราคาแพง และเป็นสินค้าที่มีระยะเวลาการใช้งานได้นาน การชำระค่าสินค้า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกที่จะชำระค่าสินค้าเป็นเงินสดมากกว่า สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ การโฆษณา ตรายี่ห้อของสินค้า และราคาสินค้า โดยสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือสื่อโทรทัศน์ ราคาสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่ง ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคมองแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นหากราคาของสินค้าลดลง แม้ว่าจะมีสินค้าชนิดนั้นอยู่แล้วก็ตาม ประการหนึ่งที่น่าสนใจคือ นอกจากการที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าแต่ละชนิดเพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันแล้ว ยังมีความต้องการสินค้าประเภทสื่อบันเทิงทั้งหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะตนเองและของผู้บริโภคแต่ละบุคคลในครอบครัว ซึ่งอาจมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ความต้องการในการซื้อสินค้า ยังเป็นผลมาจากกระแสนิยมเพื่อให้ได้การยอมรับจากกลุ่มสังคมอีกด้วย