

รายวิชา สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม

รหัสวิชา ส๒๓๑๐๓ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๔ ความฉลาดรู้ทางการเงิน

เรื่อง

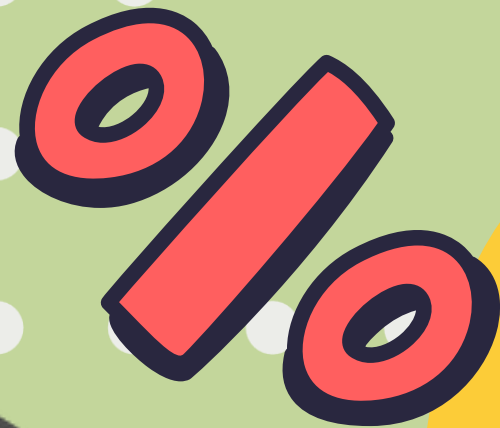
ภัยร้าย...เหยื่อการตลาด

ครูผู้สอน ครูภากร อุปการแก้ว



คำถามชวนคิด

นักเรียนเคยเห็นโฆษณาหรือ
โปรโมชั่นอะไรบ้างที่ทำให้เรา
“อยากซื้อทันที”

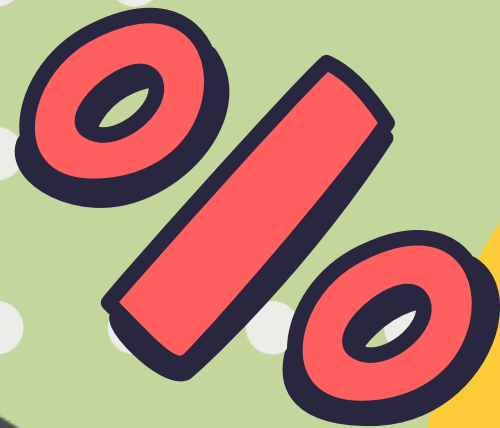




ซื้อ 1 ฟรี 1

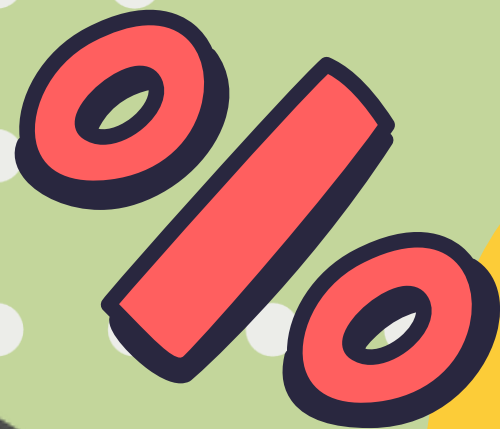
คำถามชวนคิด

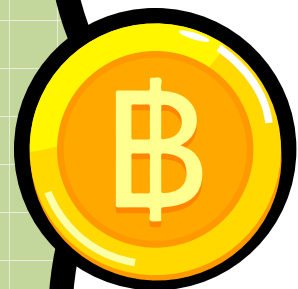
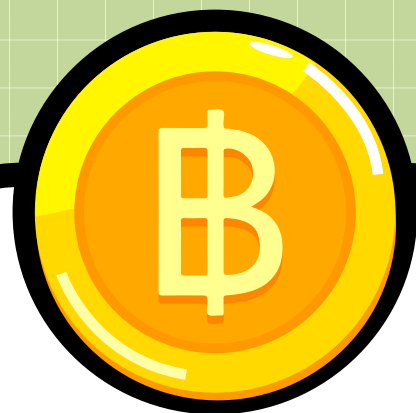
ถ้าสินค้านี้ นักเรียนใช้แค่ ๑ คู่
การซื้อ ๑ ฟรี ๑ ยังถือว่าคุ้มจริง
หรือไม่ เพราะอะไร



คำถามชวนคิด

ถ้าไม่มีคำว่า ๑ ฟรี ๑
นักเรียนจะซื้อของ
ชิ้นที่สองหรือไม่





ภัยร้าย...

ภัยการตลาด



สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้เรียน

วิเคราะห์และนำเสนอแนวทางการป้องกันการถูกชักจูง
จากกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเชื่อมโยงกับการอธิบาย
ลักษณะของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ปรากฏในสินค้าและ
บริการได้อย่างชัดเจน และใช้เหตุผลในการตัดสินใจใช้ง่าย
โดยคำนึงถึงประโยชน์และความคุ้มค่าสูงสุด





กิจกรรม

นักการตลาด



คำอธิบาย



การเตรียมตัว

นักเรียนแต่ละกลุ่มจะถูกแบ่งเป็น ๒ ฝ่ายในแต่ละรอบ

ฝ่ายเจ้าของสินค้า

ฝ่ายลูกค้า (กลุ่มที่เหลือ)



คำอธิบาย



ภารกิจฝ่ายเจ้าของสินค้า

โจทย์ :

คุณคือเจ้าของแบรนด์สินค้าจะทำอย่างไรก็ได้
ให้เพื่อนอยากซื้อสินค้าของเรา

ระดมสมองหาวิธีโน้มน้าวใจให้ได้มากที่สุด พร้อมตั้งราคา
นำเสนอวิธีการขายให้เพื่อนกลุ่มอื่นรู้ดีกว่า "ของมันต้องมี"



คำอธิบาย



ภารกิจฝ่ายป้องกัน

โจทย์ :

ทำอย่างไรก็ได้ ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อการตลาด เมื่อฟังเพื่อน
ฟรีเซนต์จบบ กลุ่มที่เหลือต้องช่วยกันวิเคราะห์และตอบคำถาม

๑

ใช้กลยุทธ์อะไร

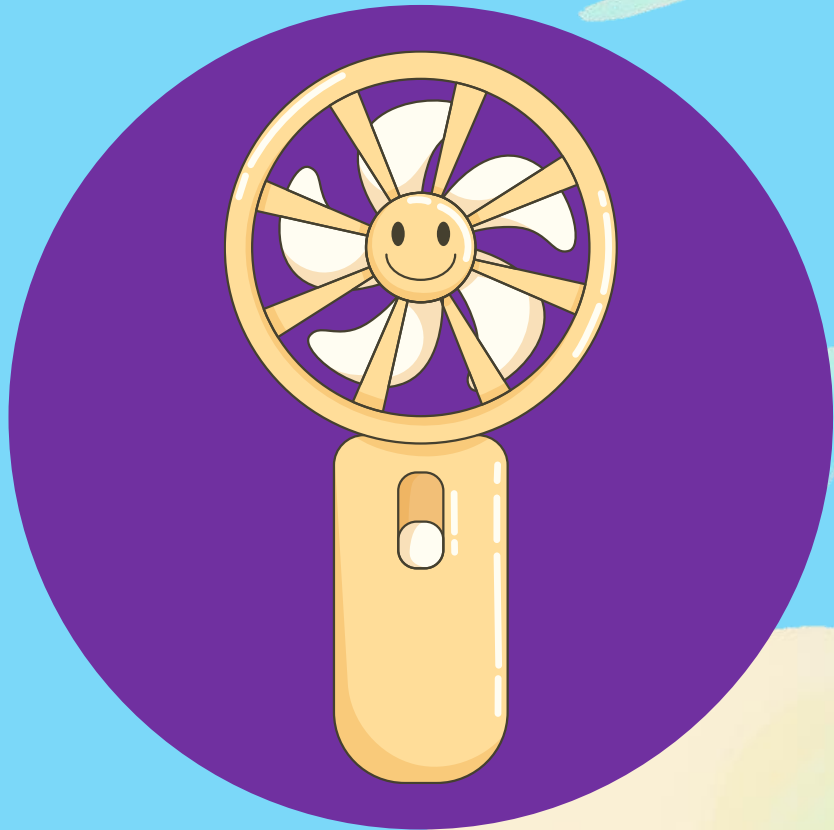
๒

กระตุ้นอารมณ์แบบไหน

๓

เราจะวิธีป้องกันไม่ให้ตกเป็นเหยื่อการตลาดอย่างไร





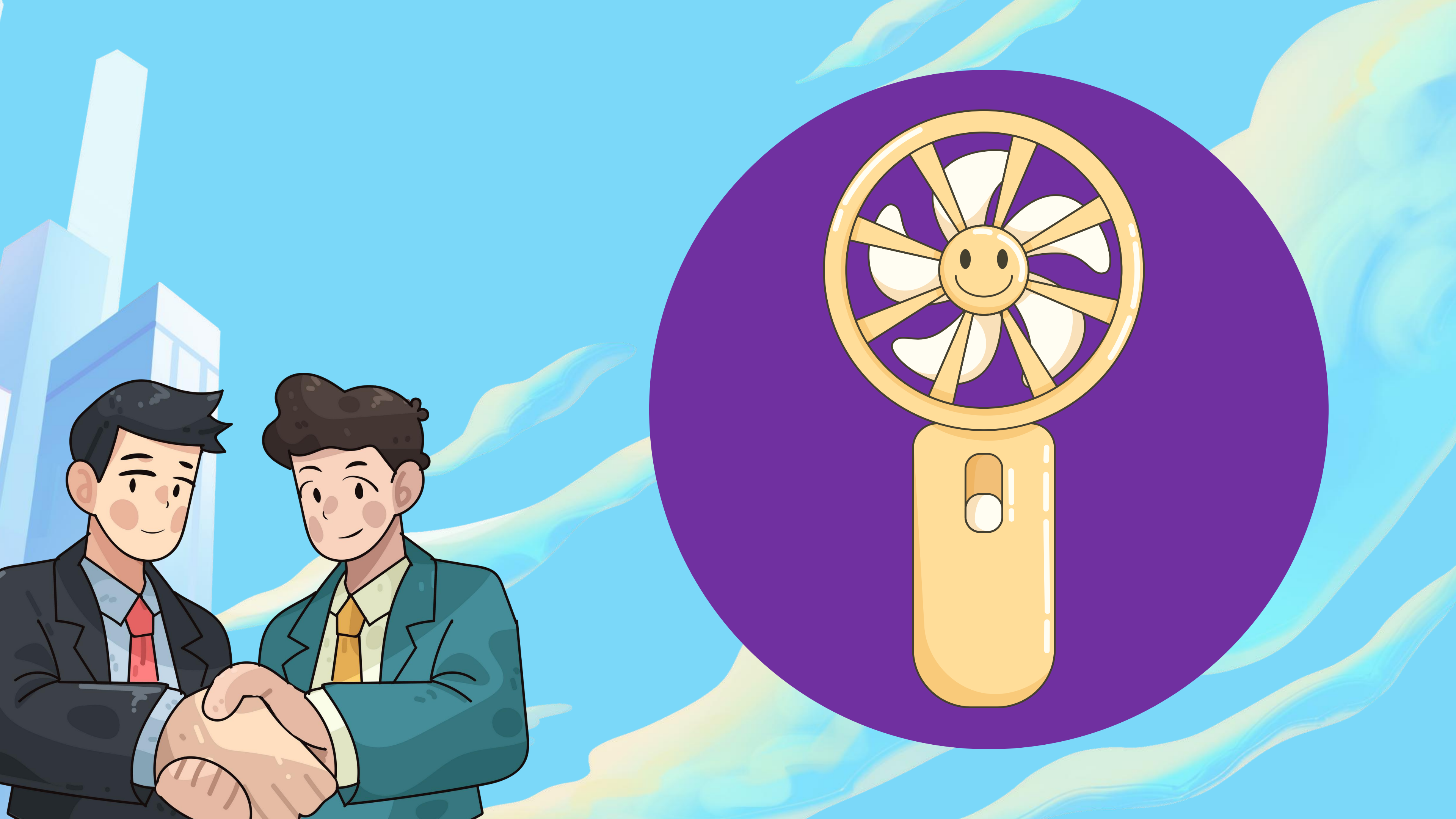


นำเสนอ

นักการตลาด

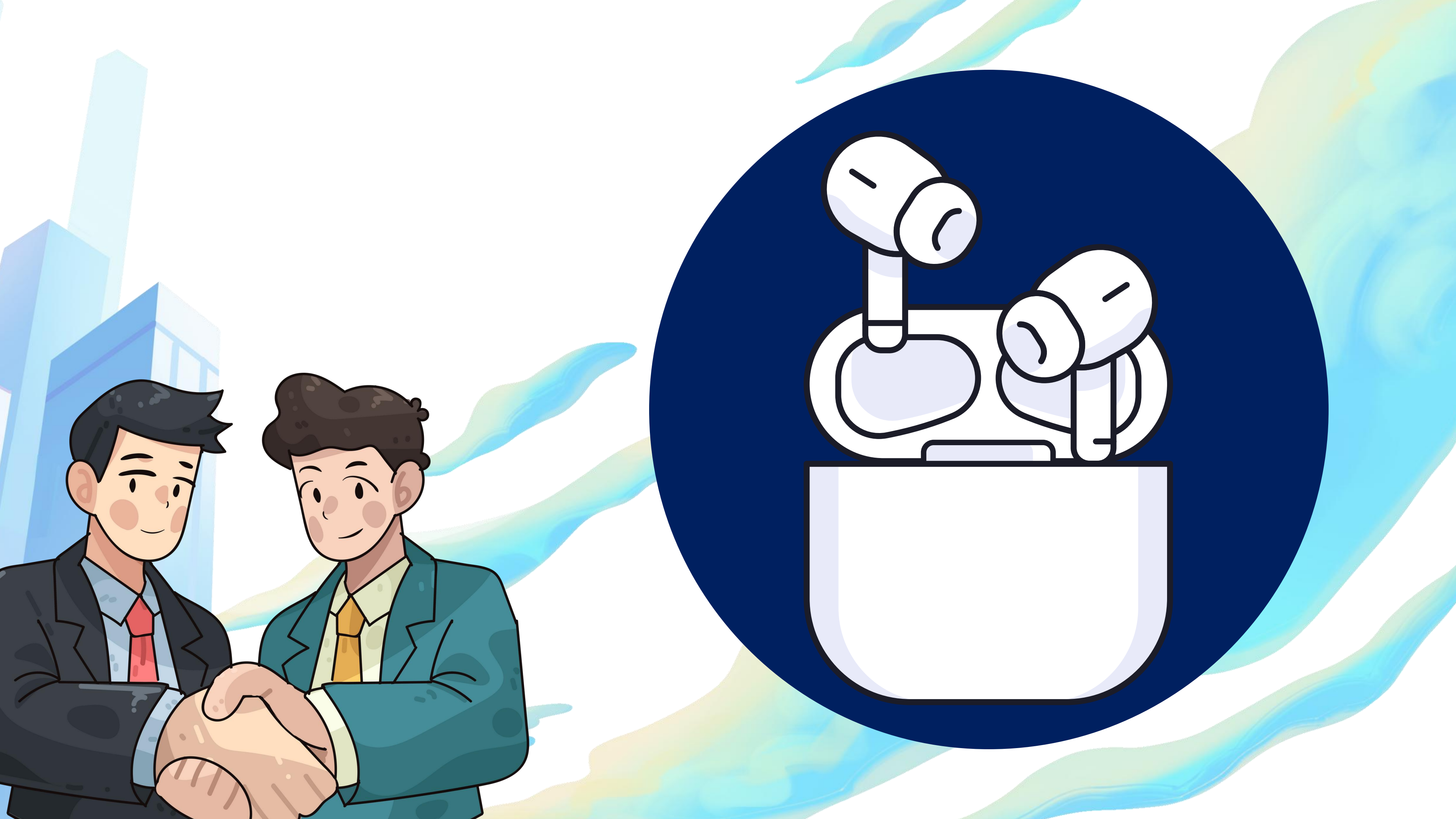






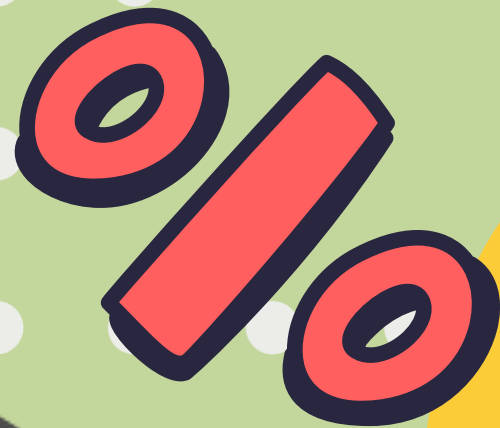






คำถามชวนคิด

กลยุทธ์การตลาดที่ทำให้เรา
ตกเป็นเหยื่อมีอะไรบ้าง



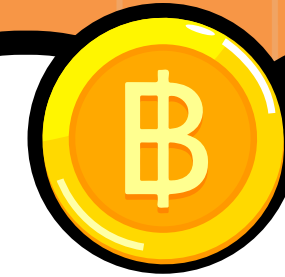
เหยื่อการตลาด

หมายถึง ผู้บริโภคที่ถูกโปรโมชัน โฆษณา
หรือส่วนลด ชักจูง จนตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์
โดยไม่ได้อะไรอย่างรอบคอบถึงความจำเป็นและ
ความคุ้มค่าในอนาคต





โปรโมชั่น ๑ แคม ๑



ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณค่าและตัดสินใจซื้อได้ง่าย
แม้บางครั้งจะไม่จำเป็นต้องใช้สินค้าทั้งสองชิ้น เป็น
กลยุทธ์ที่กระตุ้นยอดขายและช่วยระบายสินค้าค้าง
สต็อกของร้านค้า





FLASH SALE

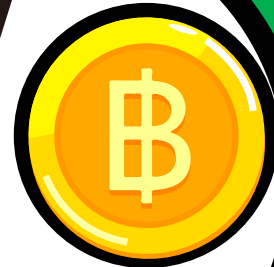


เป็นกลยุทธ์ลดราคาช่วงเวลาจำกัดที่สร้าง
ความรู้สึกเร่งด่วน ทำให้ผู้บริโภครีบตัดสินใจ
ซื้อโดยไม่ทันไตร่ตรอง นิยมใช้ในออนไลน์เพื่อ
กระตุ้นยอดขายอย่างรวดเร็วก่อนสินค้าหมด





การใช้ INFLUENCER

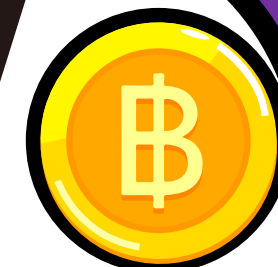


เป็นกลยุทธ์ที่ใช้คนดังหรือผู้มีอิทธิพลรีวิว
สินค้า เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและกระตุ้น
อารมณ์ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกเชื่อมั่นและ
ตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น





การตลาดแบบอีเมล



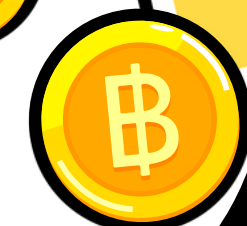
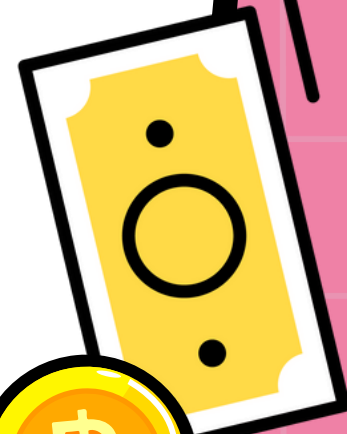
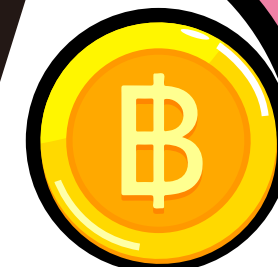
เป็นการใช้การส่งอีเมลแจ้งโปรโมชั่นหรือ
ส่วนลด เพื่อกกระตุ้นให้ผู้บริโภครู้สึกอยากซื้อ
และรีบตัดสินใจ ไม่ให้พลาดโอกาสพิเศษ

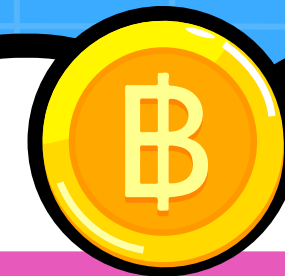




การใช้คำว่า “สินค้ามีจำนวนจำกัด”

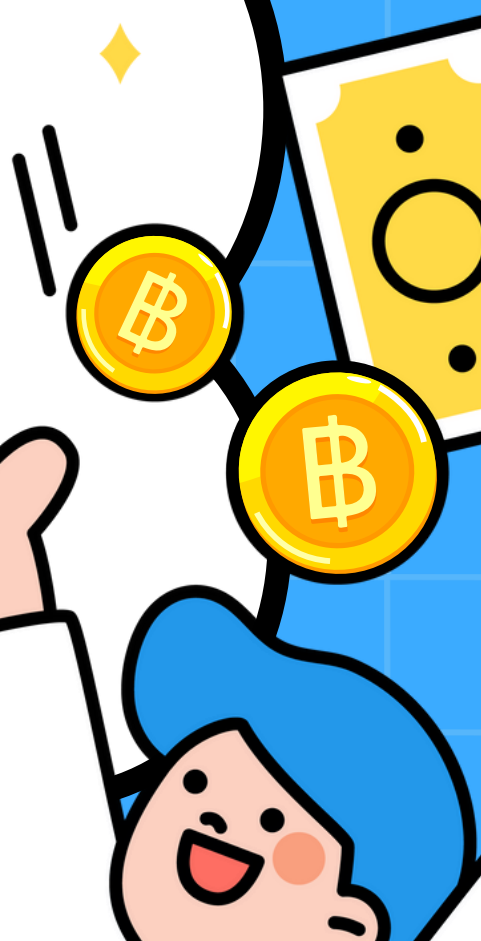
เป็นกลยุทธ์ที่สร้างความรู้สึกรังเรงรีบและ
กลัวพลาด ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อทันที
โดยยังไม่ได้ไตร่ตรองความจำเป็น





การตั้งราคาที่ไม่เต็มจำนวน

เช่น ๕๙ แทน ๖๐ เป็นกลยุทธ์ทางจิตวิทยาที่ทำให้
ผู้บริโภครู้สึกว่าการซื้อถูกกลง แม้ต่างกันเพียง
เล็กน้อย จึงช่วยกระตุ้นให้ตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น



กิจกรรม

วิธีป้องกันไม่ให้ตกเป็น

เหยื่อการตลาด

???





ข้อที่ ๑

นักเรียนชายคนหนึ่งเห็น ยูทูปเบอร์ชื่อดังที่ตนชื่นชอบ
รีวิวหูฟังไร้สายพร้อมบอกว่า “เสียงดี เบสแน่น ใช้แล้ว
ชีวิตเปลี่ยน” ทำให้เขารีบเก็บเงินซื้อทั้งที่ยังไม่ได้ลอง
ด้วยตัวเอง

กลุ่ม ๑

กลุ่ม ๔





ข้อที่ ๒

ระหว่างเลือกซื้อรองเท้าออนไลน์ ออยเห็นข้อความ “เหลือเพียง ๓ คู่สุดท้าย รีบซื้อก่อนหมด” เธอรีบกดซื้อทันทีโดยไม่ได้เปรียบเทียบราคากับร้านอื่น

กลุ่ม ๒

กลุ่ม ๕





ข้อที่ ๓

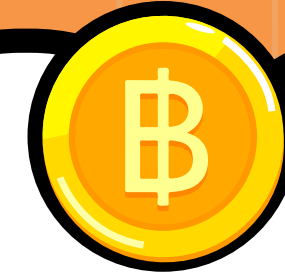
ณัฐได้รับอีเมลจากห้างสรรพสินค้าแจ้งว่า “ลูกค้า
คนพิเศษ รับคูปองส่วนลด ๒๐๐ บาท เมื่อซื้อครบ
๑,๐๐๐ บาท วันนี้เท่านั้น” เขารู้สึกว่าไม่ควรพลาด
โอกาสจึงตัดสินใจไปซื้อ

กลุ่ม ๓

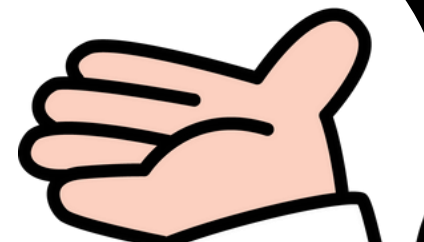




ใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์



คิดให้รอบคอบก่อนซื้อ ถามตนเองว่าสินค้า
จำเป็นจริงหรือไม่ ไม่ซื้อเพียงเพราะรู้สึกคุ้มหรือ
กลัวพลาดโปร





กำหนดงบประมาณอย่างมีวินัย

วางแผนการใช้เงินล่วงหน้า
เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายและไม่ซื้อ
เกินกำลัง

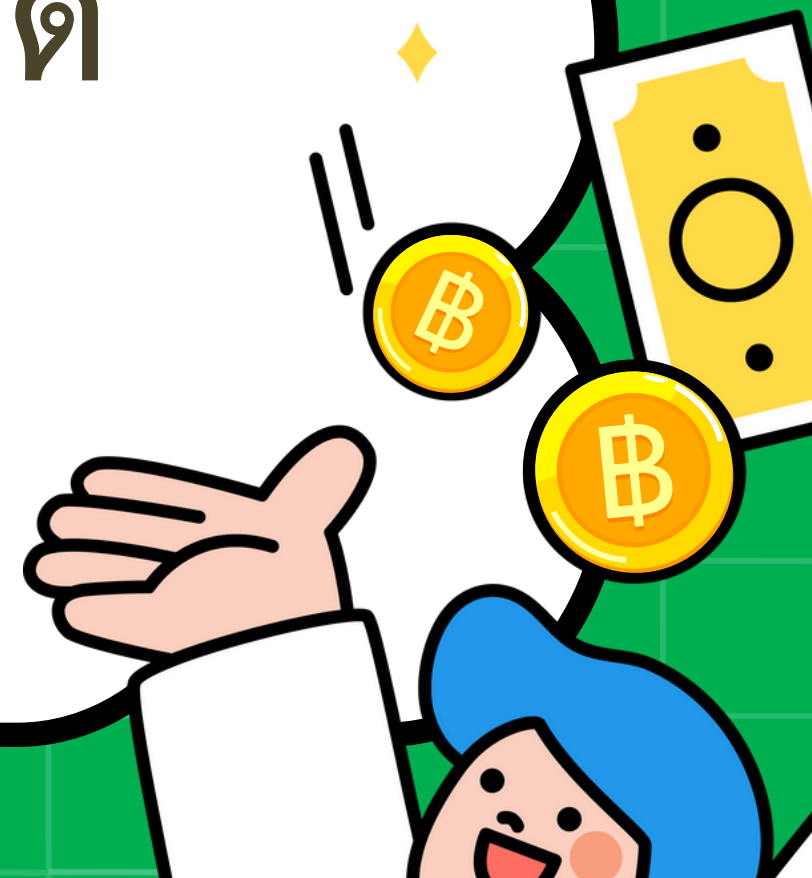




ตรวจสอบและเปรียบเทียบข้อมูล



ใช้ราคา คุณภาพ และรีวิวกจาก
หลายแหล่งก่อนตัดสินใจ เพื่อให้ได้
สินค้าที่คุ้มค่า





สร้างภูมิคุ้มกันทางการเงินและความรู้



รู้เท่าทันกลยุทธ์การตลาด จะช่วยให้
ไม่ตกเป็นเหยื่อและใช้จ่ายอย่างมีสติ



คำถามสรุปบทเรียน

นักเรียนจะทำอย่างไรไม่ให้
ตกเป็นเหยื่อการตลาดในการซื้อ
สินค้าและบริการ



แนวคำตอบ

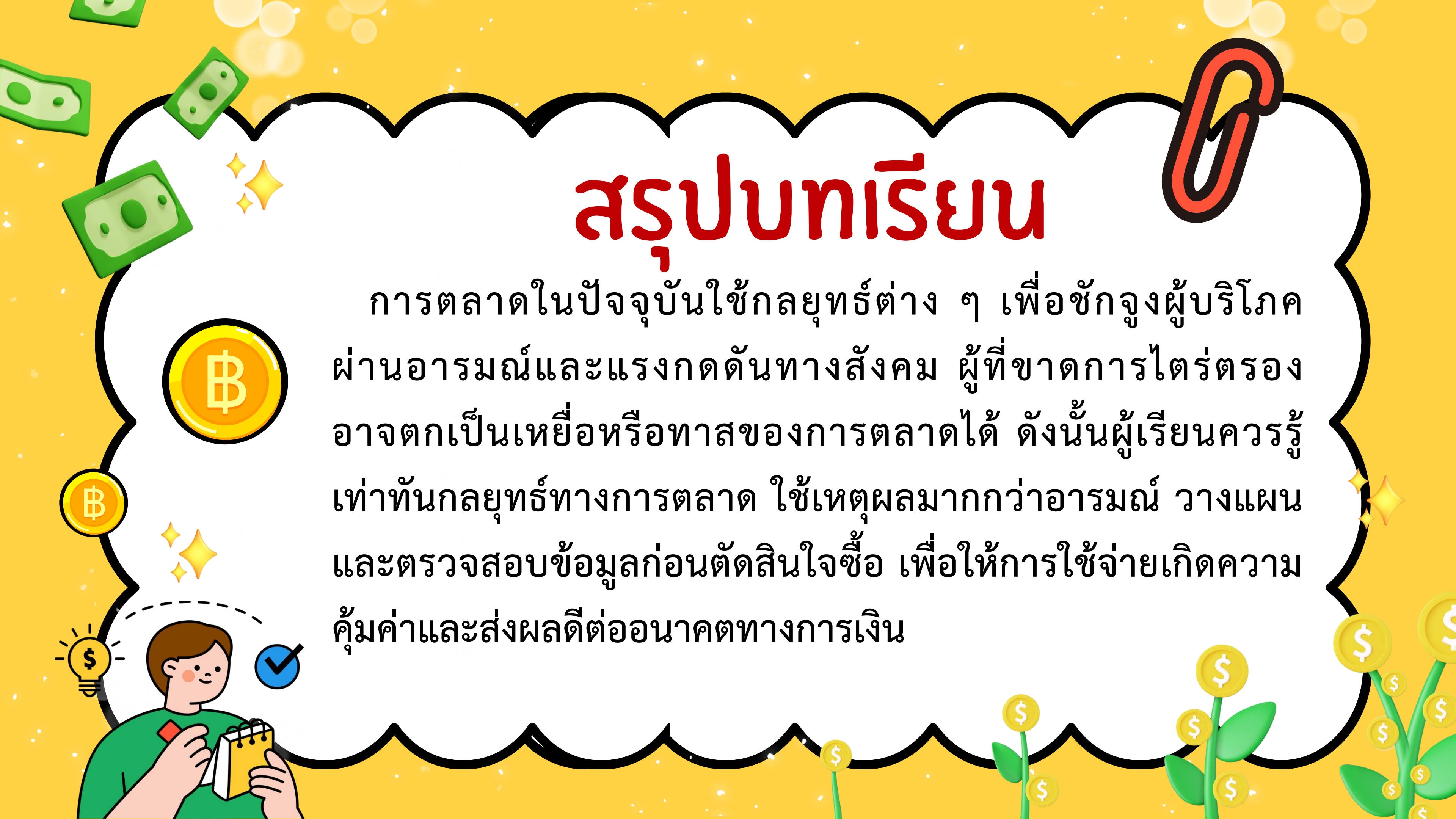
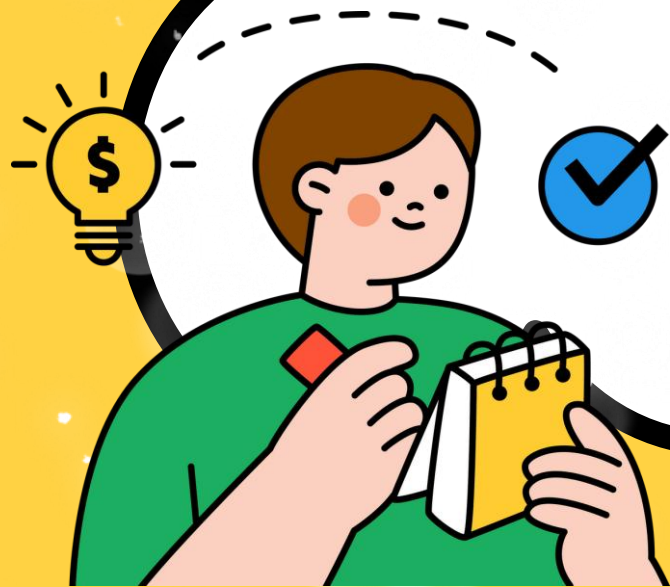


ใช้จ่ายอย่างมีเหตุผลควรพิจารณาความ
จำเป็นของสินค้า ไม่ซื้อเพราะอารมณ์หรือ
โปรโมชั่น วางแผนงบประมาณ เปรียบเทียบ
ข้อมูล และคำนึงถึงความคุ้มค่า เพื่อไม่ให้
กระทบต่อการเงินในอนาคต



สรุปบทเรียน

การตลาดในปัจจุบันใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อชักจูงผู้บริโภคผ่านอารมณ์และแรงกดดันทางสังคม ผู้ที่ขาดการไตร่ตรองอาจตกเป็นเหยื่อหรือทาสของการตลาดได้ ดังนั้นผู้เรียนควรรู้เท่าทันกลยุทธ์ทางการตลาด ใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ วางแผนและตรวจสอบข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ เพื่อให้การใช้จ่ายเกิดความคุ้มค่าและส่งผลดีต่ออนาคตทางการเงิน





บทเรียนครั้งต่อไป

สามารถดาวน์โหลดได้ที่ www.dltv.ac.th

เรื่อง เรียนรู้กับ E-Payment

