**5. A fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők**

A **vásárló** marketingszempontból az a személy, aki saját vagy környezete szükségletének kielégítésére (miután a szükséglet felismerésre került) döntést hoz (valamit meg kell vásárolni), és ezt a döntést végrehajtja.

A **fogyasztó** fogalmát azonosítani szokták a vásárlóéval. Ide soroljuk azokat az egyéneket és háztartásokat, akik és, amelyek saját személyes szükségletre vásárolnak.

**A fogyasztói magatartás:** a fogyasztói magatartás a termékek és szolgáltatások megszerzése és használata során kifejtett tevékenységek összessége, amelynek célja a fogyasztói megelégedettség növelése.

A marketing középpontjában a vásárló, a fogyasztó, az ember ál, a maga összetettségével. Fontos tudni, hogy mikor, miért és hogyan hozza meg a döntéseit (mint magánember, és mint vállalati szakember), hogyan gyújt információkat és tapasztalatokat. Tudni kell, milyen tényezők, személyek hatnak rá, hiszen ennek ismeretében lehet a várható viselkedését tervezni és befolyásolni őt. Ez a megközelítés jellemző a fogyasztási cikkek nagy részének előállításánál és értékesítésénél.

**Fogyasztói magatartás jellemzői:**

Motiváción alapszik: a fogyasztói magatartás célja a vásárlás, vagy az ahhoz vezető tevékenység

Sok tevékenységet fog át: vásárlás, információgyűjtés, kirakatok nézegetése, másokkal való beszélgetés, a termékről való gondolkodás, a használat, a reklamáció, a javíttatás stb.

Folyamat-jellegű: a döntések általában nem azonnal születnek, hanem hosszabb-rövidebb mérlegelés alapján

**A vásárlói magatartás típusai:**

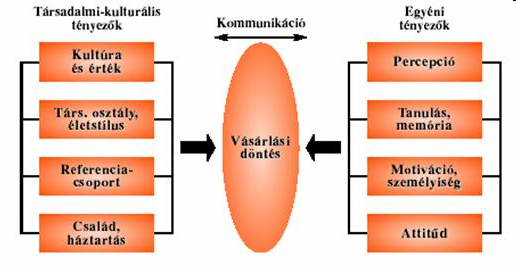
•Racionális: tudatos magatartás a rendelkezésre álló információk legjobb hasznosítása révén.

•Szokásokhoz ragaszkodó: rutinszerűen viselkedő fogyasztó, valamely megtanult program alapján lemond az újdonság kereséséről

•Impulzus magatartás: hirtelen hatásokra kialakuló pillanatnyi vásárlói döntés

•Szociálisan függő magatartás: a vásárló egy társadalmi csoport normáihoz igazodik.

**A fogyasztói magatartásra, a vásárlási döntésre ható tényezők:**

****

1. **A fogyasztói magatartást befolyásoló külső tényezők:**

-A **kultúra** azon tanult meggyőződések, hitek, értékek és szokások összessége, amelyek egy adott társadalomban irányítják a fogyasztók (emberek, családok, közösségek) magatartását.

-Az **értékek** a fogyasztók alapvető szükségleteinek és céljainak kognitív képviselői.

-A **társadalmi rétegződés** alapja az egyének vagyoni, hatalmi és presztízskülönbsége.

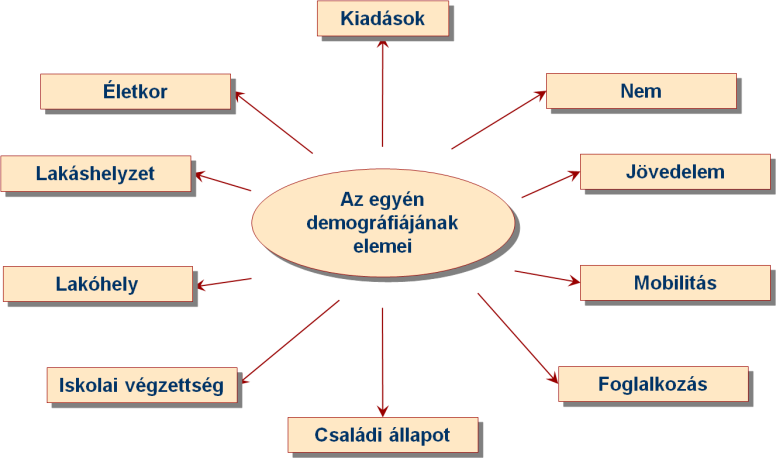
-Az **életstílus** az, ahogyan élünk (amelyben mindenkori helyzeteink, tapasztalataink, értékeink, attitűdjeink és elvárásaink kifejezésre jutnak).

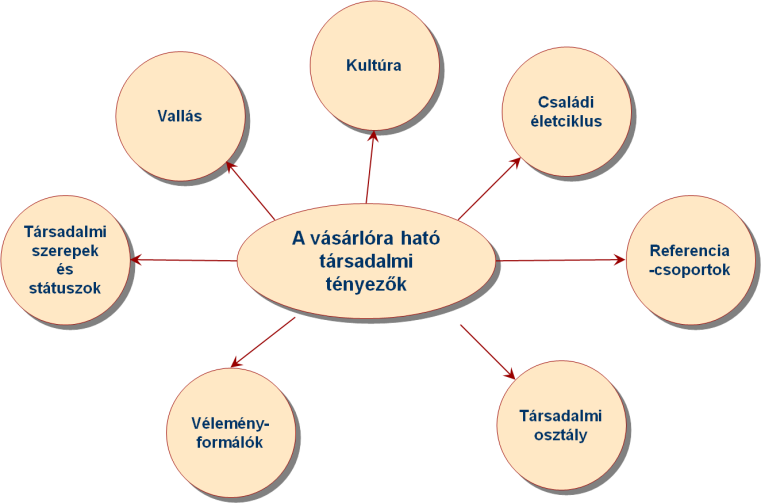
-A **csoport** két vagy több ember közössége, akiknek közösek a normáik, értékeik, vagy a meggyőződésük és viselkedésük egymástól függő.

**-Referenciacsoportok** mindazon csoportok, amelyek az ember attitűdjeire vagy magatartására közvetlen (személyes) vagy közvetett hatással vannak.

-A **család** demográfiai és jogi kategória, akik vérségi kapcsolatban állnak egymással és együtt élnek.

-A **háztartás** gazdasági kategória. Személyek kis csoportja, akik együtt laknak, és (legalább részben) osztoznak a jövedelmen és vagyonon, illetve közösen fogyasztják el a rendelkezésükre álló javakat.





1. **A fogyasztói magatartást befolyásoló belső tényezők:**

-A **percepció** (érzékelés és észlelés) olyan komplex folyamat, amelynek során az emberek szelektálják, rendezik és értelmezik az érzékszervi ingereket, összefüggő, értelmes képbe rendezve a világot.

-**Érzékelési küszöb** az a pont, ahol a kapott inger már képes izgalom kiváltására, amely alapján már kialakul valamilyen érzet.

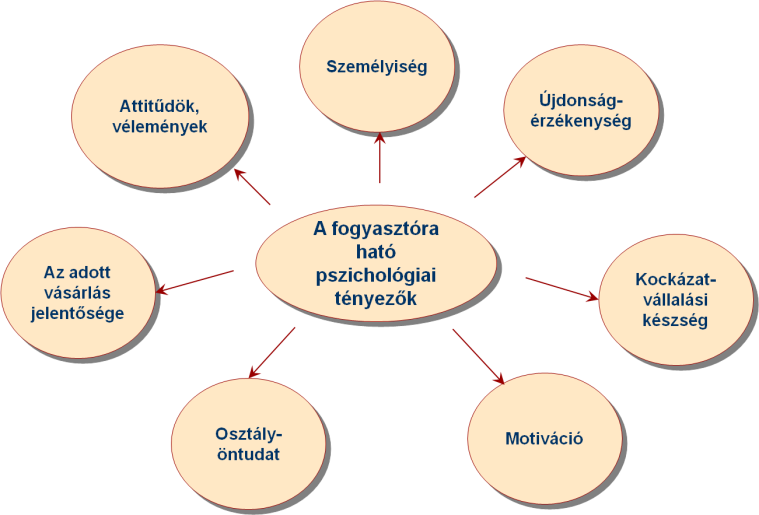
-A **tanulás** a tapasztalat eredményeként bekövetkező, viszonylag tartós viselkedés, változás, alkalmazkodás.

          -A fogyasztói magatartás tanult magatartás.

-A **motiváció** olyan belső állapot, amely meghatározott célok teljesítése irányában mozgatja az embereket, akik a motiváltság következtében céltudatos magatartást valósítanak meg.

-A **személyiségjellemzők** segítik, illetve befolyásolják az egyéneket a körülöttük lévő világhoz való alkalmazkodásban.

-Az **attitűd** különböző tárgyakhoz, az emberek csoportjához rendelt pozitív vagy negatív minőségű és eltérő intenzitású viszonyulás, érzelem, ítélet.



**Plusz ismeretek: A fogyasztó nyolc alapvető joga**

1962-ben az Egyesült Államok elnöke, John F. Kennedy javasolta négy alapvető fogyasztói jog – a biztonsághoz, az információhoz, a választáshoz és a képviselethez való jog – elfogadását. A fogyasztóvédelmi szervezetek világszerte ezekre az elvekre építették alapszabályaikat. A négy alapvető jog később kiegészült (az oktatáshoz, kárpótláshoz, egészséges környezethez és az alapvető szükségletek kielégítéséhez való joggal), hogy a fogyasztók minden fontos szükségletét magában foglalja.

A Fogyasztóvédelmi Szövetségek Nemzetközi Szervezete, mai nevén Consumers International átvette és saját alapelveivé emelte a nyolc jogot. 1985. április 9-én az ENSZ Közgyűlése is elfogadta ezeket. A nyolc jog együttesen a fogyasztóvédelmi irányelvek erősítését szolgálja világszerte.

**Biztonság**

Jog az egészséget vagy az életet veszélyeztető termékek, termelési folyamatok és szolgáltatások elleni védelemhez. A fogyasztói termékeket előállító vállalatoknak biztonsági és teljesítményvizsgálatokat kell végezniük, mielőtt termékeik piacra kerülnek.

**Információ**

Jog az információhoz – ide értve az alapanyagokat, a vegyianyag-tartalmat, a szükséges elővigyázatossági lépéseket, a mellékhatásokat (ha vannak ilyenek), a korlátozó intézkedéseket és a lejárati időt is – a jól informált döntéshozás, és a tisztességtelen vagy félrevezető reklámozás és címkézés elleni védelem érdekében.

**Választás**

Jog a versenyképes áron, kielégítő minőségben kínált termékek és szolgáltatások sorából való választás lehetőségéhez.

**Képviselet**

Jog a fogyasztói érdekek képviseletéhez a törvényhozásban és a végrehajtásban, valamint a termékek és szolgáltatások kifejlesztésében.

**Alapvető szükségletek**

Alapvető termékekhez és szolgáltatásokhoz, így az elegendő élelmiszerhez, ruhához, otthonhoz, alapvető egészségügyi szolgáltatásokhoz, oktatáshoz, higiéniához való hozzáférés joga, hogy mindenki teljes körűen részt vehessen a társadalom életében.

**Kárpótlás**

Jogos panaszok esetén a korrekt kárpótláshoz való jog, beleértve a félrevezetés, a rossz minőségű, selejtes termékek és a nem kielégítő szolgáltatások miatti kompenzációt.

**Oktatás**

Jog a megfelelő tudás és képességek megszerzéséhez, amelyek a termékeket és szolgáltatásokat illető jól informált, magabiztos döntések meghozatalához szükségesek, beleértve az alapvető fogyasztói jogok és azok alkalmazási lehetőségeinek ismeretét is.

**Egészséges környezet**

Jog az egészséges környezethez, amely sem nem fenyegető, sem nem veszélyes, és amely lehetővé teszi a jelen és jövő generációk méltóságteljes életét és jóllétét.