

## उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारक (Factors Influencing the Consumer Behaviour)

उपभोक्ता - मनोविज्ञान में उपभोक्ता - व्यवहार की भूमिका प्रधान होती है। उपभोक्ता द्वारा किए गए व्यवहारों में सबसे महत्वपूर्ण पहलू खरीदारी - व्यवहार होती है। उनके इस व्यवहार को प्रभावित करने के लिए कंपनी या उद्योग के भौतिक कई तरह के उपाय करते हैं। इनके द्वारा कई ऐसे कारकों की पहचान की गई है जिनसे उपभोक्ता - व्यवहार प्रभावित होते हैं। ऐसे प्रमुख कारकों का वर्णन निम्नानुसार है -

- (i) खरीदारी की आवृत्ति एवं मात्रा निम्न
  - (a) आवृत्ति खरीदारी
  - (b) मात्रा
- (ii) सामाजिक वर्ग एवं नृजातीय समूह विशेषताएँ
- (iii) उपभोक्ता की आयु तथा यौन
- (iv) संगीत
- (v) शिक्षापत्र

## उपभोक्ता - शोध के उपयोग या लाभ Uses of Consumer Research

उपभोक्ता - शोध का महत्व आधुनिक औद्योगिक संगठनों में काफी अधिक है, क्योंकि इससे बड़ा उद्योग प्रतिष्ठान एवं व्यवस्थापकों को अपनी वस्तुओं की बिक्री एवं खरीदारी के मनोविज्ञान के समझने में

काफी मदद मिलती है। उपभोक्ता-शास्त्र के कुछ अन्य विरोध लागू हैं जिनके कारण इसकी लोकप्रियता औद्योगिक संस्थानों में काफी कम है। इन सभी में निम्नलिखित प्रमुख हैं -

- ① उत्पादित वस्तु के प्रति उपभोक्ता की भावुकता का अनुपातन करना
  - ② नए उत्पादों की परख
  - ③ किसी उत्पादित वस्तु के नए-नए उपयोगों का पता लगाना
  - ④ प्रतिप्रोगिता में उत्पादित वस्तुओं की शक्ति का पता लगाना
  - ⑤ उत्पादित वस्तुओं के लिए बाजार की स्थिति का अनुपातन करना
  - ⑥ उपभोक्ताओं के असंतोष से संबंधित आवश्यकताएँ
  - ⑦ विशापनों को सफल बनाना
- औद्योगिक विशान्पन के लक्षण :-

- (i) कंपनी द्वारा उत्पादित सामान या उसकी विरोध सेवा के बारे में उपभोक्ताओं की प्रथम प्रतिक्रिया प्रदान करना
- (ii) उपभोक्ताओं में उत्पादित वस्तुओं के बारे में एक ~~सु~~ धनात्मक भावुकता या अधिमान उत्पन्न करना
- (iii) उपभोक्ताओं में उत्पादित वस्तुओं के प्रति विरोध बढ़ा उत्पन्न करना दूसरे शब्दों में उपभोक्ताओं में ऐसी वस्तुओं की खरीदने की प्रेरणा उत्पन्न करना।