

Q.1. उपभोक्ता व्यवहार क्या है? समझाइये - (3)

Ans. उपभोक्ता "व्यवहार" विशिष्ट आचरण का तरीका है, जो एक एक व्यक्ति के लिए उसके डाय की गई निर्णय प्रक्रिया है।

"जब व्यक्ति या समूह की इच्छा और जरूरतों की सन्तुष्टि या उत्पादों, सेवाओं, विचारों को बेचने या चुन लेने, खरीदने एवं प्रयोग करने की प्रक्रिया शामिल होती है। यह उपभोक्ता व्यवहार होता है।

उपभोक्ता पर निम्न आन्तरिक व बाहरी प्रभाव पड़ रहे हैं, जिनका व्यवहार परिणाम बदल रहा है।

उपभोक्ता के व्यवहार को निम्न Factors प्रभावित करते हैं।

1. मनोवैज्ञानिक तथ्य
2. व्यक्तिगत तथ्य
3. परिस्थितिजन्य तथ्य
4. आर्थिक तथ्य
5. सामाजिक एवं सांस्कृतिक तथ्य।

Q.2 आज विज्ञापन के युग में उपभोक्ता का अध्ययन क्यों आवश्यक है? - (3)

Ans. 1. उपभोक्ता संतुष्टि - उपभोक्ता मॉडल का "शुद्ध" होता है। उपभोक्त की सोच, व्यवहार, खरीद प्रक्रिया, निर्णय प्रक्रिया, पसंद, पर ही मॉडल में कस्टमों की किसी संभव है। विज्ञापन का उद्देश्य कुशल से ज्यादा विकल्प को बढ़ावा देना है। यह सभी संभव है जब हमें उपभोक्ता के व्यवहार का सम्पूर्ण ज्ञान हो।

② Developing New Product: Product की क्वालिटी सुधार
 पैकेजिंग, Reuse, किमती में कमी व किस प्रकार उपभोक्ता
 Product को खरीदना चाहता है। Net Marketing में या
 किस्में में, 0% फाइनेंस में उन सब के अध्ययन के लिए
 भी उपभोक्ता व्यवहार आवश्यक है।

③ विक्रय को बढ़ाने के लिए: प्रतियोगी प्रोडक्ट विकल्पों से
 मार्केट में टक्का लेने के लिए। अपने प्रतियोगियों को पहचानने
 के लिए। गिरती हुई बिक्री को बढ़ाने के लिए, भी उपभोक्ता
 व्यवहार आवश्यक है।

④ बाजार अध्ययन के लिए: उपभोक्ता की रुचि से ही मार्केट के
 गए आवश्यक तत्वों में शामिल हैं।

⑤ उद्देश्य प्राप्ति के लिए: आज ग्लोबल Marketing का युग है
 विज्ञान द्वारा नई तकनीकों का विकास होता जा रहा है जिससे
 उपभोक्ता हर बार नया प्रोडक्ट, नई डिजाइन, नई style,
 कम किमत व ज्यादा सुविधा चाहता है। अतः उपभोक्ता
 व्यवहार से ही हम अपने प्रोडक्ट के ज्यादा से ज्यादा विक्रय के
 लक्ष्य को प्राप्त कर सकते हैं।

Q.3. Personal Factor उपभोक्ता व्यवहार को कैसे प्रभावित
 करते हैं। — (3)

Ans. उपभोक्ता व्यवहार को व्यक्तिगत तथ्य निम्न प्रकार प्रभावित
 करते हैं।

(1) व्यक्तित्व: हर व्यक्ति की अपनी एक अलग व्यक्तित्व होता है
 और यह उसकी व्यवहार कृपात्मता, मिलनसारिता, आत्मविश्वास
 ईमानदारी, उत्साह, आत्म से छुड़ा होता है जो उसके व्यवहार को
 प्रभावित करते हैं। हर व्यक्ति की अपने व उमरों के बारे में अलग
 प्रभावित करते हैं।

छोटी होती है व्यक्ति का व्यक्तित्व विशेष ऊपर के छवि ही छवि है (3)
व्यक्त करता है

② जीवनशैली : व्यक्ति एक सामाजिक जीवन में रहते हुए उसकी
रुचि, विचार, उपयोग उचितान्तर अलग होते हैं।
2. अपने चर को वह कैसे व्यक्त करना पसंद करता है।
3. सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक, एवं राजनैतिक
विषयों पर उसकी क्या राय है।

③ शिक्षा - शिक्षा व्यक्ति को ज्ञान के स्तर को विस्तृत बनाती है।
उसके दृष्टिकोण, व्यवहार को उभाविता करती है।
शिक्षण कर्ता को शिक्षण में उत्पाद के तकनीकी तथ्यों की
जानकारी, गुणवत्ता एवं गुणों की जानकारी देनी चाहिए।

iv) आयु, अवस्था, परिवार का जीवन चक्र - प्रत्येक उपभोक्ता की आयु

अवस्था का व परिवार के जीवन चक्र का उभाव उसकी
पसंद, स्वाद, मनोरंजन के साधन एवं सुविधाओं पर पड़ता है।
एक अलग-अलग अवस्था में अलग-अलग जरूरतें होती हैं।
बच्चों, युवा, पति, पत्नी की पसंद अलग-अलग होती है।
इसलिए शिक्षण में उभे उस आयु वर्ग को समझ में आना चाहिए,
जिसके लिए उत्पाद या सेवाएँ लक्षित हैं।

v) पेशा (Occupation) : अधिकतर लोग अपने पेशों के आधार
पर ही पहचाने जाते हैं। व्यक्ति की व्यवसाय के अनुसार ही
उसके जीवन में निम्नता होती है। मण्डल अपनी मुल्यवत आवश्यकता
का सामान खरीदेंगे वही उद्योग वाहन बकरी देगा।
शिक्षण में वस्तु व पेशों के अनुसार ही संदेश सुनिश्चित करना
चाहिये।

Q.4 Attitude (मनोवृत्ति) से आप क्या समझते हैं - (3)
Ans. व्यक्ति अपनी मनोवृत्ति के अनुसार ही देखता, सुनता है। कार्य
एवं विचार करता है। इसलिए मनोवृत्ति उसकी किसी कार्य के

वर्षों में पसंद व नापसंद को दर्शाती है
 उपभोक्ता की मनोवृत्ति की जानकारी - उत्पाद को परिष्कृत करने, पैकेज
 की पुनः डिजाइन करने के लिए अलग-आपस उपलब्ध करा सकती
 है। " मनोवृत्ति में बदलाव उरीद व्यवहार को बदलने में सहायक
 होता है।

"विश्वास मनोवृत्ति में अत्यावश्यक है।"

विश्वास का विकास ज्ञान, अनुभव, उपाय से होता है।

उरीद व्यवहार से सम्बंधित मनोवृत्ति उत्पाद के साथ उत्पादकों, कर्मियों से प्राप्त सूचनाओं, विज्ञापन संदेश के उपाय के रूप में उत्पन्न होती है।
 उपभोक्ता के एक ड्राइव के लिए निष्पत्ति हो जाने पर उसकी मनोवृत्ति को बदलना संभव होना है।

अतः विज्ञापनकर्ता को विश्वसनीयता व उच्चसमीप संदेश आवश्यक रूप से सम्प्रेषित करना चाहिए।

Q 5. Reference groups क्या है - (3)

Ans. संदर्भ समूह, सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक, धार्मिक, पेशेवर समूह होते हैं जिनका जोग व्यक्ति अपनी राय और विश्वास जतने पर करने के लिए करता है।

उपभोक्ता के लिए संदर्भ समूह तीन प्रकार से कार्य करता है।

1. सूचना उपलब्ध करवाता है।
 2. तुलनात्मक रूप से उत्पाद की व्याख्या करता है।
 3. प्रस्ताव की जानकारी देता है।
- संदर्भ समूह अपने सदस्यों को नए उत्पाद की नयी शैली पर चयनाकर्षण करता है।
 संदर्भ समूह उत्पाद के अण्ड प्राथमिकता और महत्व को भी प्रभावित करता है।
 संदर्भ समूह की सूचनाएं अधिक विश्वसनीय होती हैं।
 कभी कभी समूह के सभी सदस्यों द्वारा ही किसी विशिष्ट ब्रांड का उपयोग किया जाता है जैसे - ब्राह्म, चाक, कपड़े, घुंते आदि।

सध्य
 (सध्य गर्ग)
 उपभोक्ताओं का चार्ट