




Социальные факторы поведения потребителей





Социальные факторы включают в свой состав малые группы, подразделяющиеся на группы членства, референтные группы, семью, социальные роли и статус.

Группа членства — группа, к которой принадлежат определенные личности и которая оказывает непосредственное влияние на их поведение, например семья, сослуживцы, друзья.

Референтная группа — группа, по которой личность осуществляет прямое или косвенное сравнение при формировании своих отношений и линий поведения.



Семья

Сильное влияние на поведение покупателя могут оказывать члены его семьи. Семья наставляющая состоит из родителей индивида. От них человек получает наставления о религии, политике, экономике, честолюбии, самоуважении, любви. Даже в том случае, когда покупатель уже не взаимодействует тесно со своими родителями, их влияние на его неосознанное поведение может всё ещё оставаться весьма значительным. В странах, где родители и дети продолжают жить вместе, родительское влияние может быть определяющим. Более непосредственное влияние на повседневное покупательское поведение оказывает семья индивида, т. е. его супруга и дети. Семья – самая важная в рамках общества организация потребительских закупок, и её подвергают всестороннему изучению. Деятели рынка интересуют роли мужа, жены и детей и то влияние, которое каждый из них оказывает на покупку разнообразных товаров и услуг.

Роли

Роль представляет собой набор действий, которых ожидают от индивида окружающие его лица. Каждая из ролей, исполняемых индивидуумом, будет так или иначе влиять на его покупательское поведение. Каждой роли присущ определённый статус, отражающий степень положительной оценки её со стороны общества. Если женщина выполняет роль директора фирмы, то эта роль по статусу выше, чем роль дочери по отношению к своей матери. Человек часто останавливает свой выбор на товарах, говорящих о его статусе в обществе.



Статусы

Социальный статус - это позиция индивида в обществе с определенными правами и обязанностями. В качестве статуса личности могут выступать: профессия, должность, пол, возраст, семейное положение, национальность, религиозность, материальное положение, политическое влияние и т.д.



Спасибо за внимание

