

Συμπεριφορά Καταναλωτή

Η συμπεριφορά του καταναλωτή αποτελεί ένα από τα βασικότερα θέματα μελέτης της επιστήμης του Μάρκετινγκ. Αντικείμενο μελέτης της συμπεριφοράς του καταναλωτή είναι ο τρόπος με τον οποίο ο καταναλωτής λαμβάνει τις αγοραστικές του αποφάσεις και οι παράγοντες που επηρεάζουν τον τρόπο λήψης αυτών των αποφάσεων, καθώς επίσης η συμπεριφορά του μετά την αγορά. Η συμπεριφορά καταναλωτή ως επιστημονικό πεδίο προσπαθεί να απαντήσει σε ερωτήματα όπως γιατί ο καταναλωτής αγοράζει ένα προϊόν, γιατί επιλέγει ένα συγκεκριμένο προϊόν έναντι άλλων εναλλακτικών, πώς αγοράζει το προϊόν, πώς καταναλώνει και χρησιμοποιεί το προϊόν, και πώς αξιολογεί και διαχειρίζεται ένα προϊόν μετά την αγορά του.

Η μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή απαιτεί μία διεπιστημονική προσέγγιση, διότι αφορά πλευρές της ανθρώπινης συμπεριφοράς και τον ρόλο των ατόμων ως οικονομικών υποκειμένων. Το αντικείμενο της συμπεριφοράς του καταναλωτή αντλεί θεωρία και ερευνητικές μεθόδους κυρίως από το μάρκετινγκ, την ψυχολογία, την οικονομική επιστήμη, τη στατιστική, αλλά και άλλες επιστήμες που ασχολούνται με τη μελέτη της συμπεριφοράς ατόμων και ομάδων.

Στη θεματολογία του αντικειμένου της συμπεριφοράς καταναλωτή περιλαμβάνονται έννοιες όπως παρακίνηση του καταναλωτή, αντίληψη και μάθηση, προσωπικότητα, αξίες, τρόπος ζωής καταναλωτή, διαδικασία λήψης αγοραστικών αποφάσεων, ανάμειξη του καταναλωτή, ανάλυση διακριτών επιλογών στην αγοραστική συμπεριφορά, θεωρίες κατάτμησης καταναλωτικών αγορών, εξελικτική ψυχολογία και καταναλωτική συμπεριφορά.¹

¹ της Πολίνας Παπασταθοπούλου, Επικ. Καθηγήτριας ΟΠΑ