प्रकरण ३ रे

ग्राहक वर्तन आणि बाजारपेठ विभागीकरण

प्रस्तावना :

- ग्राहक वर्तन आणि बाजारपेठ विभागीकरण या विपणनातील दोन महत्वपूर्ण प्रक्रिया आहे.
- ग्राहक या मुळ शब्दाची उत्पती ग्रहण या संस्कृत शब्दापासून झालेली आहे.
- ग्रहण या शब्दाचा अर्थ घेणे अथवा स्वीकारणे होय.
- ग्राहक या शब्दाचा अर्थ घेणारा,स्वीकारणारा,गुणग्रहण करणारा, ज्ञाता,शहाणा, गि-हाईक व वस्तु विकत घेणारा हा आहे.
- भारतातील १२० कोटी जनतेचे अर्थव्यवस्थेमधले नाव ग्राहक आहे.
- कोणी व्यापारी असतील,कोणी शेतकरी असतील,कोणी नोकरदार असतील कोणी आणखी काही असतील पण शेवटी आपण सर्व ग्राहकच आहोत.
- ग्राहक हा बाजारपेठेचा राजा आहे.

ग्राहक वर्तन:

- ❖ ग्राहकांची वर्तणूक हा विपणनावर प्रभाव टाकणारा प्रमुख घटक आहे.
- ❖ ग्राहकाच्या मनाचा पुर्णपणे विचार केला जात नाही तोपर्यंत त्याच्याकडून कुठल्याही वस्तूला मागणी येणार नाही.
- ❖ ग्राहक वस्तु व सेवाची खरेदी का करतात?
- ❖ खरेदीदार आपल्या गरजा पुर्ण करण्यासाठी काय? केव्हा? किती? कसे? व कोणाकडून वस्तू व सेवांची खरेदी करतात.
- ❖ या सर्व प्रश्नाची उत्तरे विपणकाला मार्गदर्शक ठरतात.

ग्राहक वर्तनाचा अर्थ:

- ग्राहक वस्तू खरेदी करतांना तो कसा वागतो यालाच ग्राहकांचे वर्तन असे म्हणतात.

ग्राहक वर्तनाच्या व्याख्या:

- एफ.एफ.वेबस्टर यांच्या मतानूसार,"ग्राहकांची वागणूक ही मानसशास्त्रीय सामाजिक आणि शारीरिक अशी प्रक्रिया असून त्यात संभाव्य खरेदीदारांचा वस्तू व सेवांबददल जाणीव झाल्यानंतर त्यांच्याकडून करण्यात येणा-या सर्व व्यवहारांचा अंतर्भाव होतो.
- सी.जे. वाल्टर यांच्या शब्दात,"ग्राहक आपल्या गरजा व इच्छा भागविण्याकरीता काय? केव्हा? कसे? व कोणाकडून? वस्तू व सेवांची खरेदी करतात. या सर्व बाबीचा समावेश ग्राहकांची वर्तणुक या संज्ञेत होतो.

खरेदीदाराचे वैशिष्टये:

- मानसशास्त्रीय वागणुकीशी संबंधीत आहे.
- खरेदीदारांच्या निर्णय घेण्याशी संबंधीत आहे.
- संपुर्ण विपणन प्रक्रियेला प्रभावित करणारा सर्वात महत्वाचा घटक आहे.
- विपणन क्षेत्रातील संभाव्य खरेदीदारांच्या अपेक्षा व समस्या समजुन घेण्याचे एक आधुनिक तंत्र होय.

ग्राहक वर्तणुकीचा अभ्यास करण्याची गरज:

- ❖ विपणनावर प्रभाव टाकणारा प्रमुख घटक आहे.
- ❖ ग्राहकाचा मनाचा पुर्णपणे विचार केला जात नाही.
- ❖ वस्तूला मागणी येणार नाही.
- ❖ ग्राहक वस्तू व सेवांची खरेदी का करतात?
- ❖ कोणते व्यहार करतात.
- ❖ गरजा व इच्छा पुर्ण करण्यासाठी काय?केव्हा?किती?कसे?
- ❖ विपणकाला मार्गदर्शक ठरतात.

खरेदी वर्तनाचे निर्धारक घटक:

- ❖ **आर्थिक घटक**
- ❖ **व्यक्तीगत उत्पन्न**: एखाद्याचे उत्पन्न हे त्याच्या आर्थिक प्रयत्नाचा मोबदला आहे.वापरयोग्य उत्पन्न म्हणजे ग्राहकाकडे खर्चासाठी किंवा बचतीसाठी किंवा दोन्हीसाठी उपलब्ध असणारे उत्पन्न होय. वापर योग्य उत्पन्न घटले की ग्राहक खर्च कमी करतात.हे उत्पन्न जसे वाढत जाते तसे ग्राहक खर्च वाढवितो.
- ❖ **कुटुंबाचे उत्पन्न**: ग्राहक ज्यावेळी एखाद्या कुटुंबाचा घटक असतो त्यावेळी त्याचे खरेदी वर्तन त्याच्या व्यक्तीगत उत्पन्नापेक्षा कौटुंबिक उत्पन्नावर अवलंबून असते.कुटुंबातील एकूण मिळवत्या व्यक्तिच्या उत्पन्नाची बेरीज म्हणजे कुटुंबाचे एकुण उत्पन्न होय.
- ❖ **भविष्यकालीन उत्पन्नाचा प्रवाह**: काही वेळा ग्राहकाला भविष्यात मिळणारे एखादे उत्पन्न हे त्याचे खरेदीवर्तन ठरविण्यातील महत्वाचा घटक बनतो. उदा.बँक ठेवीवरील व्याज,विमा पॉलीसीचे उत्पन्न इत्यादी. याउलट भविष्यात

खरेदी वर्तनाचे निर्धारक घटक:

- **आर्थिक घटक**
- मालमतेची तरलता: मालमत्ता ही रोकड,पैसा,सोने-चांदी अन्य सहजपणे रोख रकमेत रुपांतरीत करता येते त्याला रोखता किंवा तरलता असे म्हणतात.बॅंकेतील मदुत ठेवी शेअर्समधील गुंतवणूक इत्यादी.
- ग्राहक पत व्यवस्था: ग्राहक पत व्यवस्था म्हणजे,व्यवसाय संस्थेने खरेदी पोटी देय रक्कम भविष्यात भरण्याबाबत ग्राहकाला दिलेली सवलत होय. यात उधारी,व्यापारी बिले क्रेडिट कार्ड,विविध खरेदी पध्द्ती उत्यादी.
- राहणीमान पातळी: ग्राहकाच्या राहणीमानाचा प्रभाव त्याच्या खरेदी वर्तनावर पडतो.ग्राहकाचे उत्पन्न कमी झाले तर त्या प्रमाणात लगेच त्याच्या खर्चाचे प्रमाण कमी होत नाही.कारण त्याला त्याच्या राहणीमान पातळीवरुन सहजासहजी खाली येणे जमत नाही,याउलट उत्पन्नात वाढ झाल्याने राहणीमानात सुधारणा होते.

खरेदी वर्तनाचे निर्धारक घटक:

- **मानसशास्त्रीय घटक**
- **संप्रेरक:** ग्राहक वर्तनातील "का आणि कसे" या दोन प्रश्नांची उत्तरे शोधणे हे विपणन व्यवस्थापकाचे उद्दिष्ट असते. विशिष्ट पध्दतीने वागण्यास एखादा ग्राहक तयार होतो त्याला संप्रेरक असे म्हणतात.विपणनाच्या दृष्टीने ग्राहक हा खरेदी करण्याच्या क्रियेपर्यंत पोहोचण्यासाठी कोणती महत्वाची संप्रेरक जबाबदार ठरतात,ते समजणे हे महत्वाचे असते.
- **दृष्टिकोन:** ग्राहकाच्या दृष्टीकोनामूळे विचार बनतात ,विचारातून कृती घडते.म्हणून दृष्टीकानाच्या प्रक्रियेचे आकलन होणे म्हणजे विपणन क्रिया असे मानले जाते.व्यक्तीचा दृष्टीकोन हा तिच्या गरजा,लहरी ,स्मरण मूल्ये इत्यादी घटकांवर होतो.
- **जाणीव :** जाणीव अवगत होणे म्हणजे जाणून घेण्याची प्रक्रिया होय.यात पुनरावृत्ती प्रेरणा देणे. पुरक परिस्थिती निर्माण करणे नाते जोडणे आणि संघटन करणे हे घटक येतात.
- **प्रवृत्ती:** स्वत: बाबतची जाणीव,स्वयंविश्वास,मते याद्वारे घटणारे मन किंवा तयार होणारी मनोभूमिका,म्हणजे प्रवृत्ती होय.कुटुंब,मित्रमंडळी इतर सामाजिक समूह यातून होणारे आदान-प्रदान आणि अनुभव यामुळे प्रवृत्ती किंवा कल वाढीस लागतो.

खरेदी वर्तनाचे निर्धारक घटक:

- सामाजिक घटक
- **कुटूंब:** कुटुंब हा प्राथमिक तसेच नैसर्गिक स्वरुपी सामजिक गट मानला जातो. ग्राहकाचे अनेक निर्णय हे कौटुंबिक चौकटीत घेतलेले असतात.त्यावर संपूर्ण कुटुंब तसेच प्रत्येक व्यक्ती त्याच्या आशा अभिलाषा दृष्टीकोन निगडित असतात.
- **संबंधी समूह:** व्यक्ती ही कुटुंबाची उपजत घटक बनते त्याचप्रमाणे तिला कुटुंबाहेरील अनेक संघटना याचे औपचारिक सदस्यत्व लाभते. यांना समूह असे म्हटले जाते.या समूहातील अन्य व्यक्ती या त्या व्यक्तिचे परिणाम बनते.
- **अभिप्राय अग्रणी:** अभिप्राय देणा-या किंवा मत व्यक्त करणा-या व्यक्तींना “अभिप्राय अग्रणी ” म्हणतात. ते संबंधित क्षेत्रातील जणू नेते अग्रेसर असतात. आजकाल अशा संघटना अस्तित्वात आल्या आहेत. अनेक व्यवावसायिक संस्था अशा अग्रणी व्यक्ति संस्था यांच्या शोधात असतात.
- वर्ग आणि जात.
- संस्कार.

खरेदी वर्तनाचे निर्धारक घटक:

- सामाजिक घटक
- कुटूंब.
- संबंधी समूह.
- अभिप्राय अग्रणी.
- वर्ग आणि जात.
- संस्कार.

खरेदी वर्तनाचे निर्धारक घटक:

- **वैयक्तीक घटक**
- वय आणि जीवन चक्रातील अवस्था.
- व्यवसाय आणि आर्थिक स्थिती.
- जीवनशैली.
- व्यक्तीमत्व व स्व-संकल्पना.

ग्राहक वर्तनाची व्याप्ती :

- ग्राहकांच्या व्यापक क्रियांचा अभ्यास.
- ग्राहक निर्णयांचे अवलोकन.
- मानवी वर्तनाच्या व्याप्तीचा अभ्यास.
- मानसशास्त्रीय घटकांचा अभ्यास.
- विनियोगामागील तर्कांचा अभ्यास.

ग्राहक वर्तनातील प्रमुख टप्पे:

- ❖ खरेदीदारच्या अडचणी समजावून घेणे.
- ❖ व्यापक यादी तयार करणे.
- ❖ वस्तू तपाशिल आणि विश्लेषण.
- ❖ पुरवठादाराची निवड करणे.
- ❖ खरेदीची मागणी करणे.
- ❖ वस्तू मिळविण्याची पावती देणे.

ग्राहक वर्तनाचे महत्त्व:

- खरेदीदारांची प्रतिक्रिया.
- खरेदी निर्णयामागील कारणीभूत असणारे घटक.
- खरेदी वर्तनास प्रभावित करणारे इतर घटक

ग्राहक वर्तनाच्या मर्यादा:

- व्यक्तिनिष्ठ दृष्टिकोन.
- सांस्कृतिक पक्षपात.
- अध्ययन दृष्टिकोन.
- क्रमवारी नसलेले दृष्टिकोन.