

Saarth

E-Journal of Research

ISSN NO: 2395-339X

ઉપભોક્તાનું વર્તન

વારલી નીતિનકુમાર વી. ,પટેલ શીતલકુમારી કે.*

પ્રસ્તાવના

આપણી આજુબાજુ આપણને જુદાં જુદાં વ્યક્તિત્વ ધરાવતા વ્યક્તિઓ જોવા મળે છે. અલગ અલગ વ્યક્તિઓ પ્રત્યે તેમનું વર્તન પણ આપણને જુદું જુદું જોવા મળે છે.દરેક વ્યક્તિએ ઉપભોક્તા છે તેથી જુદી જુદી વસ્તુઓ પ્રત્યે તેમનું વર્તન પણ જુદું જુદું જોવા મળે છે.ઉપભોક્તા કોઈપણ આર્થિક ક્રિયાનો આરંભ અને અંત છે. કારણ કે, કોઈપણ આર્થિક ક્રિયાને આપણે એટલા માટે કરીએ છીએ કે જેથી આપણે અર્થોપાર્જન કરી શકીએ અને તેનાથી આપણે ઉપભોગ કરી શકીએ. કારણ કે, કોઈપણ ઉપભોક્તાનાં જીવનનું અંતિમ લક્ષ્ય સંતુષ્ટિ પ્રાપ્ત કરવાની હોય છે.કોઈપણ વસ્તુ કે સેવાનો ઉપયોગ કર્યા બાદ જ સંતુષ્ટિપ્રાપ્ત થાય છે.પરંતુ ઉપયોગિતા અને સંતુષ્ટિમાંઅંતર હોય છે.

ઉપભોક્તાનો અર્થ

સામાન્ય રીતે આપણે ઉપભોક્તા અને ગ્રાહકને સમાન જ દ્રષ્ટિથી જોઈએ છીએ.પરંતુ ઉપભોક્તા અને ગ્રાહકમાં તફાવત રહેલો છે. ઉપભોક્તા એટલે જે માલનો ઉપભોગ કરે છે તે ગ્રાહક ઉપભોક્તા હોય પણ શકે છે અને ના પણ હોય શકે.

ઉદાહરણ તરીકે – માતા પોતાનાં બાળક માટે બેબીકુડ ખરીદે છે તો તે ગ્રાહક છે ઉપભોક્તા નથી.પરંતુ જો તે પોતાનાં માટે કોઈપણ ખાવાની વસ્તુ ખરીદે તો તે ઉપભોક્તા કહેવાશે.

ઉપભોક્તાનું વર્તન

જ્યારે કોઈ વ્યક્તિ કોઈ વસ્તુ ખરીદે છે. તે સમયે તે સમયે તે વ્યક્તિ દ્વારા લેવામાં આવતા પગલાં નીચે મુજબ છે.

(1) વસ્તુ નીપસંદગી

કોઈપણ વસ્તુ નીખરીદી કરતાં પહેલા વ્યક્તિ નીચેના પગલાઓને અનુસરે છે.

- વસ્તુ નીજરિયાત

*વારલી નીતિનકુમાર વી. ,પટેલ શીતલકુમારી કે., આસિસ્ટન્ટ પ્રોફેસર , શ્રી એમ.કે.મહેતા કોલેજ ઓફ એજ્યુકેશન, ઉમરગામ

Saarth

E-Journal of Research

ISSN NO: 2395-339X

- વસ્તુ નાપ્રાપ્તિસ્થાનો અંગે વિચારણા
- શ્રેષ્ઠ વિકલ્પની પસંદગી
- વસ્તુ નીખરીદી

જો મારે એક મોબાઇલની જરૂર છે. તો હું સૌપ્રથમ એ નક્કિ કરીશ કે મારે કેવા પ્રકારનો મોબાઇલ લેવો છે અને ત્યારબાદ તે અંગેના પ્રાપ્તિ સ્થાનો વિશે હું વિચારણા કરીશ. માર્કેટમાં જુદી જુદી કંપનીઓનાં મોબાઇલ મળે છે. તો એ બધી કંપનીઓના મોબાઇલ અંગે હું જાણકારી પ્રાપ્ત કરીશ અને ત્યારબાદ હું આ બધી કંપનીઓમાંથી મને અનુકૂળ હોય એ કંપનીનાં મોબાઇલની પસંદગી કરી ખરીદી કરીશ.

(2) વસ્તુ નોઉપભોગ / વપરાશ

આ તબક્કે ઉપભોક્તા દ્વારા એ નક્કિ કરવામાં આવશે કે તેના દ્વારા ખરીદવામાં આવેલ વસ્તુ નો ઉપભોગ તેણે કઈ રીતે કરવાનો છે. ઉપભોક્તાએ ક્યાં હેતુસર વસ્તુ નીખરીદી કરી તેના આધારે તે વસ્તુ નોઉપયોગ નક્કિ કરશે કે તેણે ખરીદેલ વસ્તુ નોઉપયોગ તેણે ક્યારે, ક્યા સમયે, કઈ જગ્યા ઉપર કરવાનો છે. તે વસ્તુ નો એક સમયે એકીસાથે ઉપભોગ કરવાનો છે કે સમયાંતરે અમુક ભાગમાં ઉપભોગ કરવાનો છે.

(3) વસ્તુ નોનિકાલ

અંતે ઉપભોક્તા દ્વારા નક્કિ કરવામાં આવે છે કે, તેના દ્વારા ઉપયોગમાં લેવયેલ પ્રોડક્ટનો નિકાલ કેવી રીતે કરવો.

ઉદાહરણ તરીકે- શેમ્પુની બોટલ ઉપભોક્તા ખરીદે છે અને તેનો ઉપયોગ કર્યા બાદ ખાલી બોટલનું શું કરવું. તેને ફેકી દેવું કે ફરી એ બોટલનો અન્ય કોઈ રીતે ઉપયોગમાં લેવી.

ઉપભોક્તાનાં વર્તનને અસર કરતાં પરિબળો

- ઉપભોક્તાની સંસ્કૃતિ
કેટલીકવાર ઉપભોક્તાના વર્તન પર તેની સંસ્કૃતિ પણ અસર કરે છે.
- ઉદાહરણ તરીકે-હિન્દુ, મુસ્લિમ, જૈન, પારસી, શીખ વગેરે.
- ઉપભોક્તાનું વ્યક્તિત્વ

Saarth

E-Journal of Research

ISSN NO: 2395-339X

ઉપભોક્તાનું વ્યક્તિવ પણ તેના વર્તનને અસર કરે છે.

ઉદાહરણ તરીકે-ઘણી વખત મોજશોખમાં રસ ધરાવનાર વ્યક્તિ અને નિરુત્સાહી વ્યક્તિના વર્તનમાં આપણે તફાવત જોય શકીએ છીએ.

- ઉપભોક્તાનું આવક સ્તર

ઉપભોક્તાની આવકના કારણે તેમના વર્તનમાં તફાવત જોવા મળે છે.

ઉદાહરણ તરીકે-જે ઉપભોક્તાની આવક વધારે હશે તે ઉપભોક્તા પોતાની જરૂરિયાતની વસ્તુની પ્રાપ્તિ થયા બાદ પણ મોજશોખની વસ્તુ પાછળ વધુ ખર્ચ કરશે જ્યારે જે ઉપભોક્તાની આવક ઓછી હશે તે ઉપભોક્તા માત્ર પોતાની જરૂરિયાત સંતોષાય તેટલો જ ખર્ચ કરશે.

- ઉપભોક્તાનું જ્ઞાન

કેટલીકવાર ઉપભોક્તાનું વસ્તુ પ્રત્યેનું જ્ઞાન પણ તેના વર્તનને અસર કરે છે. જો ઉપભોક્તાને બજારની ગતિવિધિઓનું વધારે જ્ઞાન હશે તો તે દરેક વસ્તુની ચકાસણી કર્યા બાદ વસ્તુની ખરીદી કરશે.

- ઉપભોક્તાની જીવનશૈલી

ઉપભોક્તાની જીવન જીવવાની રીત પણ તેના વર્તનને અસર કરે છે. જો તે સાદગીભર્યું જીવન જીવવામાં માનતો હોય તો તે મોજશોખની વસ્તુ ખરીદી તેનો ઉપયોગ કરશે નહિ.

- ઉપભોક્તાના જીવનનો તબક્કો

ઉપભોક્તાના જીવનના જુદાં જુદાં તબક્કા હોય છે તે તબક્કા અનુસાર ઉપભોક્તાનું વર્તન અને જરૂરિયાત પણ જુદી જુદી જોવા મળે છે.

- વસ્તુની ગુણવત્તા

ઉભોક્તાના જીવનમાં વસ્તુની ગુણવત્તા પણ અસર કરતી હોય છે. જેમ કે ગિફ્ટ વસ્તુ, હલકા પ્રકારની વસ્તુ ઉભોક્તાના મોભા સાથે સીધી અસર કરે છે.

- કુટુંબ

અમુક ઉપભોક્તા એવા હોય છે કે જેવો પોતાના કુટુંબમાં વર્ષોથી અમુક બ્રાન્ડની જ વસ્તુનો ઉપયોગ થતો ઉપયોગ થતો હોય તે જ પરંપરા ચાલુ રાખે છે.

સમાપન

Saarth

E-Journal of Research

ISSN NO: 2395-339X

આમ જુદી જુદી પરિસ્થિતી અનુસાર ઉપભોક્તાનું વર્તન પણ જુદું જુદું જોવા મળે છે. જે રીતે સમાજમાં જુદાં જુદાં વ્યક્તિઓ જોવા મળે છે એ રીતે તેમની જરૂરિયાત અને વસ્તુના વપરાશ અંગેનું વલણ પણ જુદું જુદું જોવા મળે છે.

સંદર્ભસૂચિ:

- ઉચાટ,ડી.એ. તથા અન્યો (૧૯૯૮) સંશોધન અહેવાલનું લેખન શી રીતે કરશો ? રાજકોટ: નિજિજન સાયકો સેન્ટર.
- Lindquist,jay D.and sirgy,M joseph.Consumer Behaviour.New Delhi:CenageLearning India Praivate Limited,2009.
- Nair,Suja R.Consumer Behavior in Indian Perspective.Mumbai: Himalya Publishing House, 2007.