

第五章 市场购买行为分析

提醒大家特别需要注意的重点复习内容：

注意了解影响市场购买行为的主要因素，正确认识市场购买行为的主要类型，掌握市场购买决策的主要参与者，明确市场购买决策的具体过程，理解为促进市场购买需要采取的对策。

第一节 消费者购买行为

消费者市场是指所有为了个人消费而购买物品或服务的个人和家庭所构成的市场。

一、影响消费者购买行为的主要因素

消费者的购买决策在很大程度上受到文化、社会、个人和心理等因素的影响。参照群体的涵义。马斯洛需要层次理论。知觉的选择性、选择性注意、选择性扭曲和选择性保留。学习、驱使力、刺激物、诱因、反应和强化的涵义。

（一）文化因素

所谓社会阶层是指一个社会中具有相对的同质性和持久性的群体，它们是按等级排列的，每一个阶层的成员具有相似的价值观、兴趣爱好和行为方式。

（二）社会因素

1. 参照群体。参照群体是指那些直接或间接影响人的看法和行为的群体。直接参照群体又称为成员群体。成员群体又分为首要群体和次要群体两种。首要群体一般都是非正式群体，如家庭成员、亲戚朋友、同事、邻居等。

参照群体的影响力取决于产品、品牌以及产品生命周期。

2.家庭。家庭是社会组织的一个基本单位，也是消费者的首要参照群体之一。

(三) 个人因素

消费者购买决策也受其个人特性的影响。个性是一个人所特有的心理特征，它导致了一个人对其所处环境的相对一致和持续不断的反应。

(四) 心理因素

消费者购买行为要受其个人的动机、知觉、学习以及信念和态度等主要心理因素的影响。

3.学习。人类行为大都来源于学习。一个人的学习是通过驱使力、刺激物、诱因、反应和强化的相互影响而产生的。所谓诱因，是指刺激物所具有的能驱使人们产生一定行为的外在刺激，可分为正诱因和负诱因。

二、参与决策的角色以及消费者购买行为

人们在购买决策过程中可能扮演的不同角色。

1.发起者。

2.影响者。

3.决策者。

4.购买者。

5.使用者。

消费者的购买行为类型可分为：复杂型、变换型、协调型、习惯型四种。

1.习惯型购买行为。

2.变换型购买行为。

3.协调型购买行为。

4.复杂型购买行为。

三、消费者购买决策过程

在复杂购买中，消费者购买决策过程由引起需要、收集信息、评价方案、决定购买和购后行为五个阶段构成。

图 5-5 消费者购买决策过程

(一) 引起需要

(二) 收集信息

消费者信息来源主要有个人来源(如家庭、朋友、邻居、熟人)、商业来源(如广告、推销员、经销商、包装、展览)、公共来源(如大众传播媒体、消费者评审组织等)、经验来源(如处理、检查和使用产品)等。

(三) 评价方案

1. 产品属性。即产品能够满足消费者需要的特性。
2. 属性权重。即消费者对产品有关属性所赋予的不同的重要性权数。
3. 品牌信念。
4. 效用函数。
5. 评价模型。

(四) 决定购买

(五) 购后行为

购买者对其购买活动的满意感(S)是其产品期望(E)和该产品可觉察性能(P)的函数，即 $S=F(E, P)$ 。若 $E=P$ ，则消费者会感到满意；若 $E>P$ ，则消费者会感到不满意；若 $E<P$ ，则消费者会感到非常满意。

第二节 组织购买者行为

一、组织市场构成

组织市场的类型分为三种：产业市场、中间商市场、政府市场。

(一) 产业市场。所谓产业市场,又叫生产者市场或组织市场。通常由以下产业组成:农业、林业、水产业,制造业,建筑业,通信业,公用事业,银行业、金融业和保险业,服务业等。

(二) 中间商市场。所谓中间商市场,是指那些通过购买商品和服务并转售或出租给他人来获取利润的个人或组织。中间商不提供形式效用,而是提供时间效用、地点效用和占有效用。

(三) 政府市场。

二、组织市场的特点

与消费者市场相比较,组织市场有具有派生需求、多人决策、过程复杂、提供服务等。

三、产业市场与消费者市场的差异

(一) 与消费都市场比较,产业市场上购买者的数量较少,规模较大。

(二) 产业市场上的购买者往往集中在少数地区。

(三) 产业市场的需求是引申需求。

(四) 产业市场的需求是缺乏弹性的需求。

(五) 产业市场的需求是波动的需求。

有时消费者需求只增减 10%,就能使下期产业购买者需求增减 200%。

(六) 专业人员购买。

(七) 直接购买。

(八) 互惠。

互惠有时表现为三角形或多角形。

(九) 产业购买者往往通过租赁方式取得产业用品。

第三节 产业市场购买行为

一、产业购买决策的参与者

采购中心及采购中心通常包括的成员。

(一) 使用者。

(二) 影响者。

(三) 采购者。

(四) 决定者。

(五) 信息控制者。

二、产业购买者的行为类型

产业购买者的行为类型有：直接重购、修正重购、全新采购

(一) 直接重购。

(二) 修正重购。

这种情况给“门外的供货企业”提供了市场机会，并给“已入门的供货企业”造成了威胁，
这些供货企业要设法接拢其现有顾客，保护其现有市场。

(三) 全新采购。

即企业第一次采购某种产业用品。全新采购的成本费用越高、风险越大。因此，供货企

业要派出特殊的推销小组。

在直接重购情况下,产业购买者要作出的购买决策最少;而在全新采购情况下,产业购买者要作出的购买决策最多,通常要作出以下主要决策,即决定产品规格、价格幅度、交货条件和时间、服务条件、支付条件、订购数量、可接受的供应商和挑选出来的供应商等。

三、影响产业购买者决策的主要因素

产业购买者作购买决策时要受环境因素、组织因素、人际因素和个人因素的影响。

产业购买者决策过程

(七) 选择订货程序。

现代企业日趋采取“一揽子合同”,而不采取“定期采购交货”。这是因为,如果采购次数较少,每次采购批量较大,库存就会增加;反之,如果采购次数较多,库存就会减少。采购经理通过与某一供应商签订“一揽子合同”,和这个供应商建立长期供货关系,这个供应商就会许下承诺,当采购经理需要时就按照原来约定的价格条件随时供货。因而“一揽子合同”又叫做“无库存采购计划”。

第四节 中间商购买与政府采购

在全新采购这种最复杂的购买行为情况下,购买过程要经过八个阶段。

中间商与政府购买

一、中间商购买行为的主要类型

中间商购买行为的类型有三种;购买全新品种、选择最佳卖主、寻求更佳条件。

二、中间商的主要购买决策

中间商的配货决策主要包括：配货决策、供应商组合决策和供货条件决策。中间商的配货决策主要有：独家配货、专深配货、广泛配货、杂乱配货。

三、政府采购的基本概念与原则

采购人、政府采购机构、招标代理机构、供应人等基本概念。政府采购的基本原则。

(二) 政府采购的基本原则。

1. 公开、公平、公正和效益。
2. 勤俭节约。
3. 计划。

四、政府采购的主要方式

招标、竞争性谈判、邀请报价、采购卡、单一来源采购或其他方式。

招标投标程序