Click here to add text

Consumer Affairs Concept of Consumer, Consumer buying process and Post-Purchase behaviour

By

Santosh Kumar Lal

Dept. of Commerce

Sariya College, Suriya

Concept of Consumer

Definition:

A consumer is a person or organization that purchases goods or services for personal use or final consumption, not for resale or commercial production.

Features of a Consumer

- Buys goods or services for personal use.
- Makes decisions based on needs, wants, and preferences.
- Influenced by social, cultural, psychological, and economic factors.
- Plays a vital role in the market by creating demand.

Types of Consumers:

- Individual Consumer – Buys for personal or family use.
- Organizational Consumer – Buys for business or institutional use.

Importance of Consumers:

- Drive economic growth.
- Encourage competition among businesses.
- Influence product innovation.
- Help improve product quality through feedback.

परिभाषा

उपभोक्ता (Consumer) वह व्यक्ति या संस्था है जो वस्तुओं या सेवाओं को अपने व्यक्तिगत उपयोग या अंतिम उपभोग के लिए खरीदता है, न कि पुनर्विक्रय या उत्पादन के लिए।

उपभोक्ता की विशेषताएँ:

- व्यक्तिगत उपयोग के लिए वस्तुएँ या सेवाएँ खरीदता है।
- आवश्यकताओं, इच्छाओं और पसंद के आधार पर निर्णय लेता है।
- सामाजिक, सांस्कृतिक, मनोवैज्ञानिक तथा आर्थिक कारकों से प्रभावित होता है।
- बाजार में मांग उत्पन्न करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

उपभोक्ता के प्रकार

उपभोक्ता के प्रकार:

- व्यक्तिगत उपभोक्ता
- संगठनात्मक उपभोक्ता

महत्व:

- आर्थिक विकास को बढ़ावा देता है।
- प्रतिस्पर्धा को बढ़ाता है।
- नए उत्पादों के विकास को प्रेरित करता है।
- प्रतिक्रिया (Feedback) देकर गुणवत्ता सुधार में सहायता करता है।

Consumer Buying Process

The Consumer Buying Process refers to the steps a consumer follows before, during, and after purchasing a product.

Steps of Consumer Buying Process

1. Need Recognition

- The consumer realizes a need or problem.
- Example: Mobile phone stops working.

2. Information Search

- The consumer collects information from:
- Family and friends
- Internet
- Advertisements
- Salespersons

3. Evaluation of Alternatives

Different brands and products are compared based on:

- Price
- Quality
- Features
- Brand reputation

4. Purchase Decision

The consumer selects a product and buys it.

5. Post-Purchase Behaviour

The consumer evaluates whether the product meets expectations.

Importance

- Helps businesses understand customer needs.
- Improves marketing strategies.
- Increases customer satisfaction.

उपभोक्ता क्रय प्रक्रिया वह प्रक्रिया है जिसमें उपभोक्ता किसी वस्तु या सेवा को खरीदने से पहले, खरीदते समय तथा खरीदने के बाद विभिन्न चरणों से गुजरता है।

उपभोक्ता क्रय प्रक्रिया के चरण

1. आवश्यकता की पहचान

उपभोक्ता को किसी वस्तु या सेवा की आवश्यकता महसूस होती है।

उदाहरण: मोबाइल खराब हो जाना।

2. जानकारी की खोज

उपभोक्ता विभिन्न स्रोतों से जानकारी प्राप्त करता है।

- परिवार
- मित्र
- इंटरनेट
- विज्ञापन
- विक्रेता

3. विकल्पों का मूल्यांकन

उपभोक्ता विभिन्न ब्रांडों की तुलना करता है।

- मूल्य
- गुणवत्ता
- विशेषताएँ
- ब्रांड की प्रतिष्ठा

4. खरीद निर्णय

- उपभोक्ता किसी एक उत्पाद का चयन करके उसे खरीदता है।

5. खरीद के बाद का व्यवहार

उपभोक्ता यह मूल्यांकन करता है कि उत्पाद उसकी अपेक्षाओं पर खरा उतरा या नहीं।

महत्व

- ग्राहक की आवश्यकताओं को समझने में सहायता।
- बेहतर विपणन रणनीति बनाने में मदद।
- ग्राहक संतुष्टि बढ़ाने में सहायक।

Post-Purchase Behaviour

Definition

Post-purchase behaviour refers to the consumer's feelings, opinions, and actions after buying and using a product.

Types of Post-Purchase Behaviour

1. Customer Satisfaction

- Occurs when the product performs as expected or better.

2. Customer Dissatisfaction

- Occurs when the product fails to meet expectations.

3. Cognitive Dissonance

- A feeling of doubt or anxiety after making a purchase.
- Example: Wondering whether another brand would have been a better choice.

Factors Affecting Post-Purchase Behaviour

- Product quality
- Customer service
- Price
- Brand image
- After-sales service

Importance

- Builds customer loyalty.
- Encourages repeat purchases.
- Generates positive word-of-mouth.
- Helps companies improve products and services.

खरीद के बाद का व्यवहार (Post-Purchase Behaviour) वह व्यवहार है जो उपभोक्ता किसी वस्तु या सेवा को खरीदने और उपयोग करने के बाद प्रदर्शित करता है।

खरीद के बाद के व्यवहार के प्रकार

1. ग्राहक संतुष्टि

जब उत्पाद उपभोक्ता की अपेक्षाओं को पूरा करता है या उनसे बेहतर होता है।

2. ग्राहक असंतुष्टि

जब उत्पाद अपेक्षाओं के अनुरूप कार्य नहीं करता।

3. संज्ञानात्मक असंगति (Cognitive Dissonance)

खरीद के बाद यह संदेह होना कि कहीं दूसरा उत्पाद बेहतर विकल्प तो नहीं था।

खरीद के बाद के व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारक:

- उत्पाद की गुणवत्ता
- ग्राहक सेवा
- मूल्य
- ब्रांड की छवि
- बिक्री के बाद की सेवाएँ

महत्व:

- ग्राहक निष्ठा (Loyalty) बढ़ती है।
- पुनः खरीद (Repeat Purchase) की संभावना बढ़ती है।
- सकारात्मक प्रचार (Positive Word-of-Mouth) होता है।
- कंपनियों को उत्पाद और सेवाओं में सुधार करने में सहायता मिलती है।