

2011年初级经济师考试经济基础知识预习讲义(21) PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/648/2021_2022_2011_E5_B9_B4_E5_88_9D_c49_648177.htm 导读：百考试题网为帮助考生备考2011年经济师考试，特整理2011年初级经济师考试经济基础知识预习讲义供考生参考。 点击查看：#0000ff>2011年初级经济师考试经济基础知识预习讲义汇总

第二十章 消费者行为 消费者是指为满足个人生活需要而购买产品和服务的所有个人和家庭，由他们构成的消费者市场是产品的最终市场。 一、消费者行为模型 按照消费者介入程度可以将消费者购买决策过程分为三类：习惯型购买、有限型购买和复杂型购买。 消费者介入程度是指消费者在购买过程中对企业营销刺激、其他外界刺激的反应和参与程度。 1.习惯型购买 在习惯型购买过程中，消费者的介入程度很低，且品牌之间在产品质量、性能等方面的差异较小。消费者通常是出于习惯而非品牌忠诚购买一种产品或服务。对大多数价格低廉、经常购买的产品消费者采用的决策类型都是习惯型的。 2.有限型购买 虽然消费者的介入程度不高，但是品牌之间在产品的各项属性上存在很大差异。消费者在挑选大多数选购类产品时进行的就是这种复杂程度有限的决策过程。注意领先品牌和跟随品牌的营销战略的不同。 3.复杂型购买 消费者介入程度很高，品牌差异很大的决策情形。消费者在购买汽车、家庭房屋装修等产品和服务时一般会经历复杂型的购买决策。 【例1多选题】按照消费者介入程度可以将消费者购买决策过程分为()。 A.习惯型购买 B.理智型购买 C.有限型购买 D.复杂型购买 E.重复型购买 [答案]ACD 【例2单选题】对大多数价格低廉、

经常购买的产品，如软饮料和护发产品等快速变动消费品，消费者采用的决策类型通常是()。 A.习惯型 B.复杂型 C.有限型 D.无限型 [答案]A

二、影响消费者行为的因素

影响消费者行为的因素主要包括：文化因素、社会因素、个人因素和心理因素等。其中影响最深远的是一个民族的传统文化.影响消费者行为最直接的、决定性因素是个人及其心理特征。

(一) 文化因素

- 1.文化 文化是人类在社会历史发展中形成和积累的，包括语言文字、文学艺术、宗教信仰、道德规范、价值观念以及传统习俗等一切成就。文化具有民族性、借鉴性和发展性三个特征。
- 2.亚文化 亚文化是指存在于一个较大社会范畴中，一些较小群体所具有的特色文化，亚文化是企业进行市场细分的重要变量。
- 3.社会阶层 社会阶层是指一个社会中，依照一定的社会地位划分的，具有相对的同质性和持久性的集团。社会阶层是在财富、技能和权利的基础上产生的。职业、收入和受教育程度等因素是划分社会阶层的主要因素。社会阶层对于复杂型购买决策的影响较大，如住房、度假产品、子女教育、高档服装等。

【例1多选题】文化是人类在社会历史发展中形成和积累的，文化具有()特征。 A.全球性 B.民族性 C.融合性 D.借鉴性 E.发展性 [答案]BDE

【例2单选题】存在于一个较大社会范畴中的一些较小群体所具有的特色文化被称为()。 A.社会阶层 B.相关群体 C.亚文化 D.家庭 [答案]C

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com