CHƯƠNG 2: CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HV NTD

Th.S Bùi Thị Phương Hoa

cuu duong than cong . com

NHỮNG NHÂN TỐ CƠ BẢN ẢNH HƯỞNG TỚI HÀNH VI MUA CỦA NTD

1 VĂN HÓA

- Nền văn hóa
- Nhánh v/hóa
- Giao lưu và biến đổi văn hóa

2 XÃ HỘI

- Giai tầng xh
- Nhóm
- Gia đình
- Vai trò và địa vị xh

3 CÁ NHÂN

- Tuổi đời
- Nghề nghiệp
- H/cảnh ktế
- Cá tính

4 TÂM LÝ

- Động cơ
- Nhận thức
- Kinh nghiệm
- Niềm tin và thái độ

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

NỘI DUNG CHƯƠNG

- 2.1. Các yếu tố văn hóa ảnh hưởng đến HVNTD
- 2.2. Ảnh hưởng của nhóm tham khảo đến HVNTD
- 2.3. Ảnh hưởng của gia đình đến HVNTD
- 2.4. Nhận thức của NTD
- 2.5. Cá tính của NTD
- 2.6. Thái độ của NTD

cuu duong than cong . com

www.themegallery.com

CÁC YẾU TỐ VĂN HÓA ẢNH HƯỞNG ĐẾN HVNTD

- ✓ Khái niệm văn hóa
- ✓ Đặc trưng cơ bản của văn hóa
- ✓ Ý nghĩa của văn hóa
- ✓ Quá trình lĩnh hội văn hóa
- ✓ Các yếu tố văn hóa ảnh hưởng đến HVNTD

cuu duong than cong . com

cuu duong than cong . com

cuu duong than cong . com

VĂN HOÁ

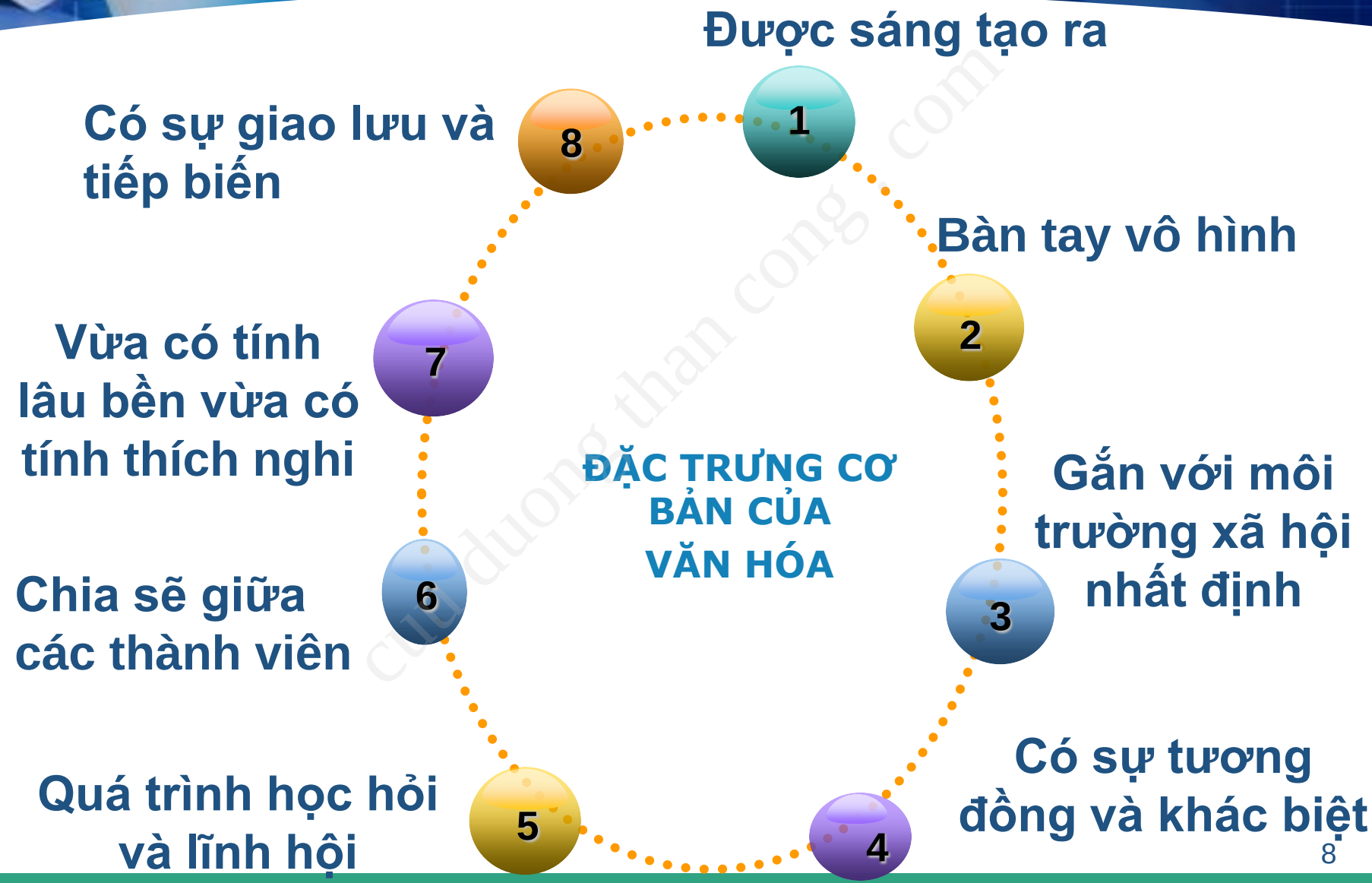
Là tổng thể sống động các hoạt động sáng tạo (của cá nhân và cộng đồng) trong quá khứ và hiện tại. Qua các thế kỷ, hoạt động sáng tạo ấy đã hình thành nên hệ thống các giá trị, các truyền thống và thị hiếu… những yếu tố xác định những đặc tính riếng của mỗi dân tộc **(UNESCO)**

Là sự tổng hợp của mọi phương thức sinh hoạt cùng với biểu hiện của nó mà loài người đã sản sinh ra và nhằm thích ứng với nhu cầu đời sống và đòi hỏi của sự sinh tồn

(Chủ tịch Hồ Chí Minh)

cuu duong than cong. com

ĐẶC TRƯNG CƠ BẢN CỦA VĂN HÓA



cuu duong than cong . com

CuuDuongThanCong.com
https://fb.com/tailieudientucntt
COMPANY LOGO

Ý NGHĨA CỦA VĂN HÓA ĐỐI VỚI NTD

Tạo lập quy tắc ứng xử

Đưa ra cách thức giải quyết các vấn đề hiện tại

Xác lập tiêu chuẩn cho sự thành đạt

Xác lập cách thức giải thích các thông tin, dấu hiệu

cuu duong than cong . com

Ý NGHĨA CỦA VĂN HÓA ĐỐI VỚI NTD

Nhân viên bán hàng trong siêu thị Nhật Bản

Tạo lập quy tắc ứng xử

- Người đứng thẳng – Nói to rõ ràng
- Tai lắng nghe, mắt nhìn thẳng, tay không thừa một động tác
- Cúi người – đưa hàng bằng 2 tay
- Mặt tươi như hoa, lễ độ như với cha mẹ
- Luôn có khái niệm: mình là người phục vụ - khách hàng là người được phục vụ
- "xin lỗi" là câu đầu tiên trong mọi trường hợp
- Tin khách hàng tuyệt đối
- …

cuu duong than cong . com

Ý NGHĨA CỦA VĂN HÓA ĐỐI VỚI NTD

Xác lập tiêu chuẩn cho sự thành đạt

-Thế nào là một *Người* thành đạt?

-Thế nào là một *Gia đình* thành đạt?

❖ **Sự thành đạt?**

- Con người sống để vươn tới sự thành đạt của chính họ -> mọi hành vi hướng tới sự thành đạt
- Mỗi con người, gia đình có quan điểm về sự thành đạt riêng
- Con người có nhu cầu thể hiện và chứng minh sự thành đạt của mình -> ảnh hưởng đến HVM

cuu duong than cong . com

Ý NGHĨA CỦA VĂN HÓA ĐỐI VỚI NTD

Xác lập cách thức giải thích các thông tin, dấu hiệu

Cử chỉ	Giải mã
Gật đầu	-Không đồng ý: Hy Lạp, Bungary, Thổ Nhĩ Kỳ - Chưa chắc đồng ý: Nhật Bản
Mắt lim dim	-Mỹ: chán quá, buồn ngủ - Nhật, Thái, Trung Quốc: tôi đang lắng nghe
Ok	-Một số nước Châu Âu: vô dụng, số 0 - Nhật Bản: tiền - Hy Lạp, Bungary, Thổ Nhĩ Kỳ: sự sỉ nhục
Khua tay	-Ý: cử chỉ thông thường khi nói chuyện - Nhật: mất lịch sự
Chỉ trỏ	-Mỹ, Châu Âu: hành động bình thường - Trung Quốc, Nhật: Mất lịch sự

cuu duong than cong . com

Ý NGHĨA CỦA VĂN HÓA ĐỐI VỚI NTD

Đưa ra cách thức giải quyết các vấn đề hiện tại

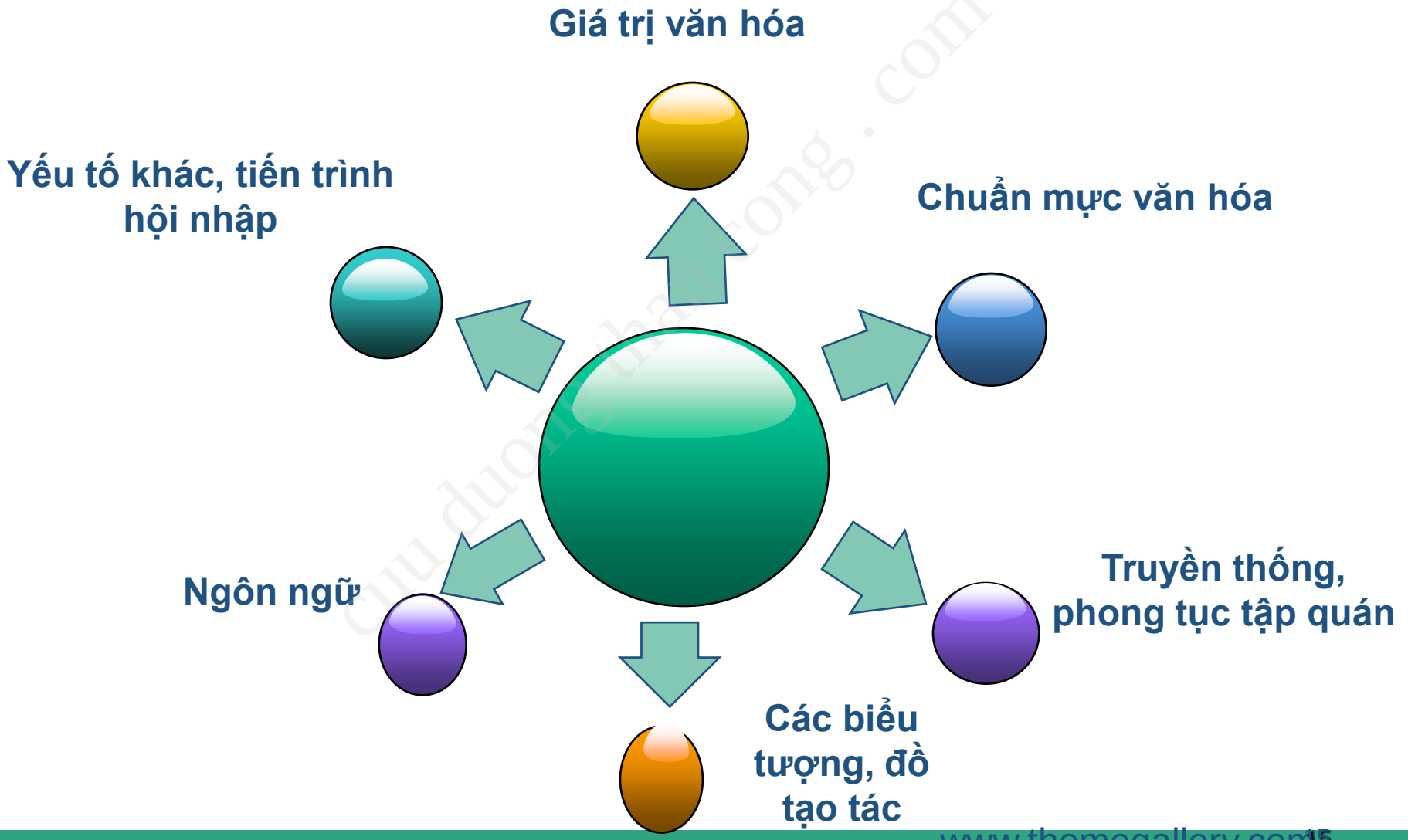
cuu duong than cong . com

QUÁ TRÌNH LĨNH HỘI VĂN HÓA CỦA CÁ NHÂN

cuu duong than cong . com

-Xã hội hình thành các chuẩn mực, giá trị văn hóa – xã hội
- Chuyển từ thế hệ này qua thế hệ khác
- Được đánh giá bởi các cá nhân trong nền văn hóa đó

CÁC YẾU TỐ VĂN HÓA ẢNH HƯỞNG ĐẾN HVNTD



cuu duong than cong . com

CuuDuongThanCong.com
https://fb.com/tailieudientucntt

Giá trị văn hóa

- Những gì được chấp nhận ở miền Nam, mà không được chấp nhận ở miền Bắc?
- Những gì được chấp nhận ở các nước phương Tây mà không được chấp nhận ở Việt Nam?
- Những gì được giới trẻ chấp nhận mà người lớn tuổi không hài lòng?

cuu duong than cong . com

Giá trị văn hóa

- Giá trị văn hóa là các ý tưởng về điều gì đúng/sai, đáng ao ước và không đáng ao ước, bình thường hay khác thường, không thích hợp hay thích hợp, nó là đức tin
- GTVH là các niềm tin được nâng đỡ, chúng xác định cái mà người ta ước ao, mong đợi

cuu duong than cong . com

Giá trị văn hóa

GTVH là nền tảng kiến tạo nên:

- Hệ tư tưởng
- Các khái niệm
- Biểu tượng
- Các quan niệm
- Các trường phái, chủ nghĩa
- Lối sống

GTVH là tầng sâu sinh sản nên những quan niệm về:

- Cá nhân, tự do và cạnh tranh
- Sự thành đạt, tính hiệu quả, thực tiễn, hành động, việc làm
- Sự đề cao vật chất, tinh thần
- Sự bình đẳng, sự riêng tư, sự thân mật
- Định hướng tôn giáo và tinh thần
- Tương lai, sự thay đổi và tiến bộ
- Tính bản thiện, thái độ với người khác
- Thời gian, không gian

cuu duong than cong . com

Ảnh hưởng của Giá trị và Chuẩn mực văn hóa tới HVNTD

- Hình thành một khuôn mẫu – được coi là chuẩn mực
- Can thiệp vào cách thức con người tiếp nhận, giải thích thông tin
- Ảnh hưởng tới cách thức suy luận, đánh giá về những vấn đề con người trong cuộc sống
- Tác động tới cách thức giải quyết vấn đề, tổ chức cuộc sống
- Chi phối thị hiếu, sở thích và các tiêu chuẩn đánh giá về sản phẩm/dịch vụ, hình ảnh quảng cáo.

cuu duong than cong . com

Chuẩn mực văn hóa

- Chuẩn mực văn hóa là những qui tắc đơn giản chỉ dẫn hoặc ngăn cản hành vi con người trong những hoàn cảnh nhất định dựa trên những giá trị văn hóa.
- Là những gì con người cho rằng họ cần làm theo và đó mới là lẽ phải.

Tin vào một điều gì đó -> sẵn sàng làm theo -> như vậy mới phải đạo

Giá trị văn hóa

Chuẩn mực văn hóa

cuu duong than cong . com

Truyền thống, phong tục, tập quán

- Được hình thành từ lâu đời, truyền từ lâu đời, truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác.
- Mỗi quốc gia, mỗi nền văn hóa có hàng trăm, hàng ngàn những truyền thống phong tục tập quán khác nhau.
- Các qui định về cách thức ứng xử của các thành viên của một xã hội gắn với một nền văn hóa nhất định

tailieuduongthancong.com

Đồ tạo tác – biểu tượng

Đồ tạo tác

- Các gía trị VH vật thể của một nền VH taọ ra
- Mang giá trị nhất định cho cộng đồng Xh đó
- Tồn tại lâu dài

Biểu tượng

- Các cử chỉ, dấu hiệu, hình ảnh, vật thể, mầu sắc…
- Mỗi biểu tượng mang ý nghĩa, quan điểm, tình cảm, thái độ riêng gắn vơi một nền VH nhất định
- Một số biểu tượng gắn với phong tục tập quán, gía trị, niềm tin, chuẩn mực

cuu duong than cong . com

Ngôn ngữ

- Là hệ thống tín hiệu đặc biệt và quan trọng bậc nhất của loài người, phương tiện tư duy và công cụ giao tiếp xã hội.
- Các dạng ngôn ngữ:

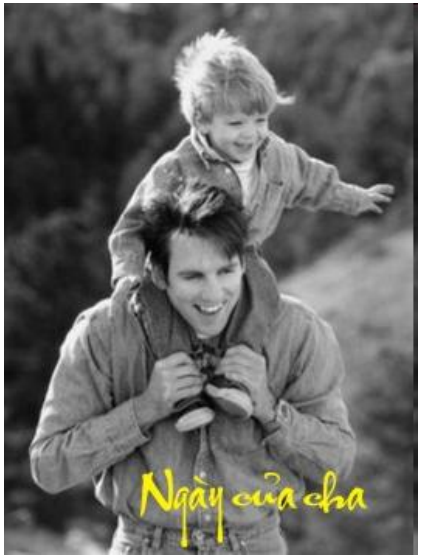
- Nói
- Viết
- Đàm phán
- Giao tiếp
- ...

cuu duong than cong . com

Các yếu tố khác, tiến trình hội nhập

Sự hội nhập và biến đổi văn hoá

Quá trình mà mỗi một cá nhân tiếp thu các văn hoá khác để làm phong phú thêm văn hoá của mình và cũng chính trong quá trình đó khẳng định giá trị văn hoá cốt lõi của họ



Cửu dương thần công .com

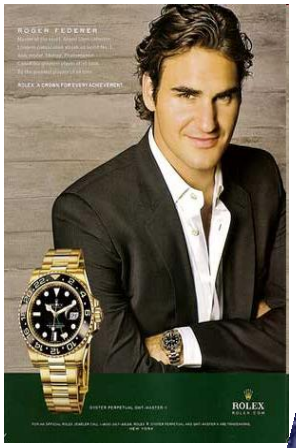
2.2. Ảnh hưởng của nhóm tham khảo đến HVNTD

- ✓ Khái quát về nhóm tham khảo
- ✓ Ảnh hưởng của nhóm tham khảo đến HVNTD

cuu duong than cong . com

Khái quát về nhóm tham khảo

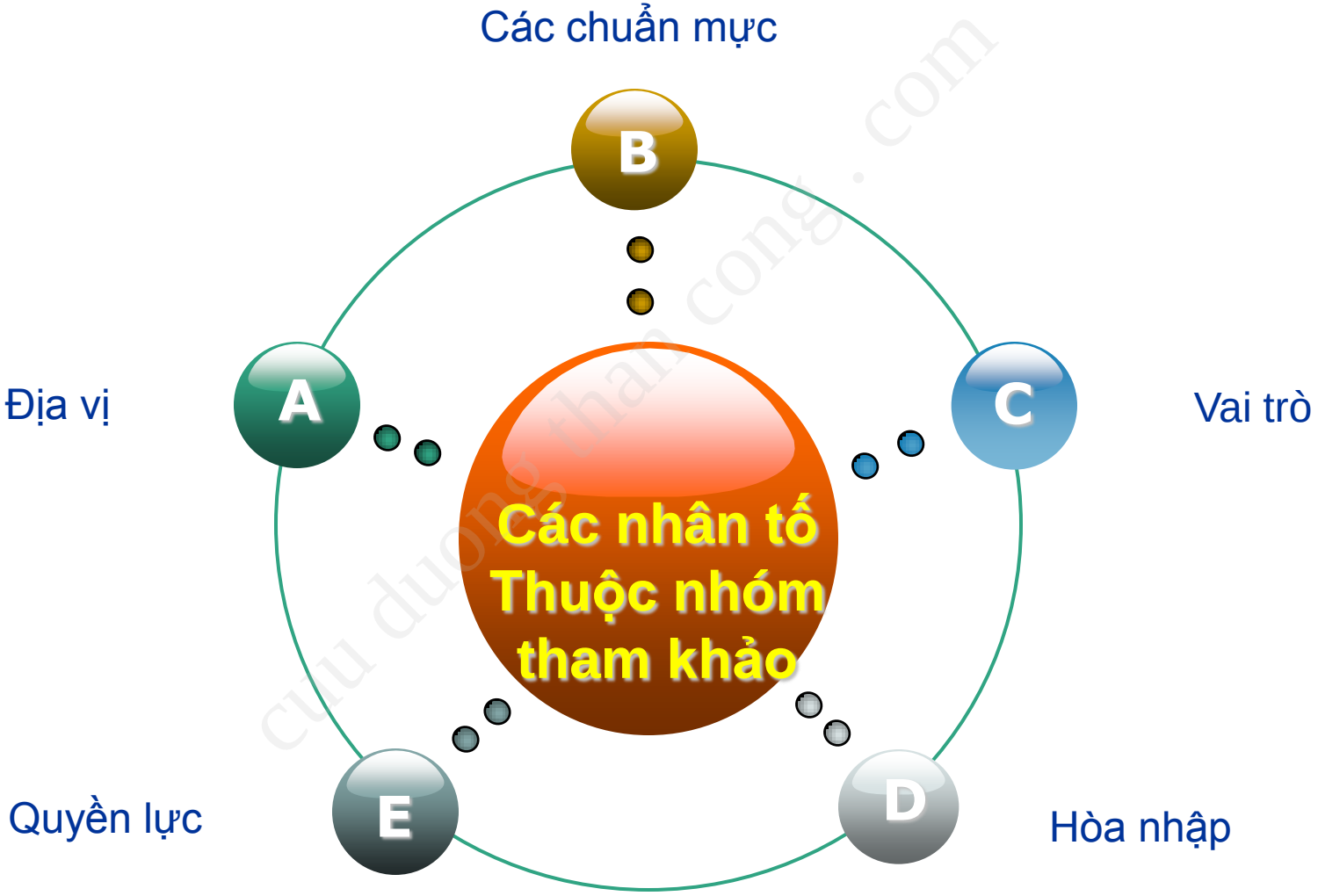
❖ **Nhóm tham khảo:** Là những nhóm mà một cá nhân xem xét như một sự tham khảo khi hình thành thái độ và quan điểm người đó



- *Có thể là nhóm bạn bè, láng giềng, đồng nghiệp, các nhân vật nổi tiếng như diễn viên, ca sỹ, cầu thủ…*

- *Nhóm tham khảo ảnh hưởng đến nhận thức về giá trị, những đặc điểm về hành vi và quan niệm về cái đẹp*

Khái quát về nhóm tham khảo



cuu duong than cong . com

Khái quát về nhóm tham khảo

Theo mức độ quan hệ	Theo mức độ ảnh hưởng	Theo xu thế ảnh hưởng	Theo tính chất tổ chức	Nhóm ly tâm và nhóm hướng tâm
- Nhóm tiêu chuẩn (cấp 1): diễn ra trên cơ sở giao tiếp hàng ngày	- Nhóm hội viên	- Nhóm ảnh hưởng tích cực	- Nhóm chính thức	- Nhóm hướng tâm: lôi cuốn các thành viên, hòa nhập
- Nhóm so sánh (cấp 2): mang tính ngoại giao, nghi lễ	- Nhóm phi hội viên: nhóm ngưỡng mộ và nhóm tảy chay	- Nhóm có xu hướng ảnh hưởng tiêu cực	- Nhóm không chính thức	- Nhóm ly tâm: lảng tránh sự hòa nhập

cuu duong than cong . com

Ảnh hưởng của nhóm tham khảo đến HVNTD

cuu duong than cong . com

2.3. ẢNH HƯỞNG CỦA GIA ĐÌNH ĐẾN HVNTD

- Chu kỳ đời sống gia đình và HVM
- Vai trò của các thành viên gia đình trong QĐM hàng
- Các khuynh hướng biến đổi của mô hình gia đình tron cuộc sống hiện đại

CuuDuongThanCong.com
https://fb.com/tailieudientucntt

Chu kỳ đời sống gia đình và HVM

Giai đoạn trong CKS của GĐ

1. Giai đoạn độc thân: những người trẻ tuổi, độc thân không sống ở nhà Khoảng 18 – 24/25 tuổi (VN)

Các dạng mẫu mua sắm hay hành vi

1. Ít gánh nặng tài chính. Hướng dư luận về thời trang, giải trí, thể thao du lịch, bạn bè
2. Không có kinh nghiệm mua sắm, mua ngẫu hứng, chịu nhiều ảnh hưởng từ những người xung quanh
3. Khuynh hướng mua sắm mang tính đầu cơ cho tương lai, tích lũy kinh nghiệm cho tương lai

cuu duong than cong . com

Chu kỳ đời sống gia đình và HVM

Giai đoạn trong CKS của GĐ

2. Đôi vợ chồng mới cưới chưa có con
Khoảng 25-27 tuổi

Các dạng mẫu mua sắm hay hành vi

1. Tài chính thời gian tới sẽ khá hơn. Sử dụng dịch vụ giải trí, du lịch
2. Tần suất mua hàng trung bình cao nhất về hàng hóa lâu bền, đồ nội thất, thiết bị nhà bếp. Bước đầu tích lũy được kinh nghiệm mua sắm
3. Vẫn chịu ảnh hưởng của nhiều chương trình quảng cáo.o Khuynh hướng tiết kiệm cho đứa con sắp ra đời

CuuDuongThanCong.com
https://fb.com/tailieudientucntt

Chu kỳ đời sống gia đình và HVM

Giai đoạn trong CKS của GĐ

3. Tổ ấm đầy đủ 1. con dưới 6 tuổi Khoảng 30 tuổi (VN)

Các dạng mẫu mua sắm hay hành vi

1. Thu nhập của người vợ giảm sút, họ thường rơi vào tình trạng không thỏa mãn về tài chính. Ưu tiên mua sắm các SP cho con nhỏ,
2. Sử dụng kinh nghiệm mua sắm của cá nhân tích lũy được, vẫn chịu ảnh hưởng của quảng cáo
3. Khuynh hướng mua SP tiện dụng

cuu duong than cong . com

Chu kỳ đời sống gia đình và HVM

Giai đoạn trong CKS của GĐ

4. Tổ ấm đầy đủ 2. con nhỏ nhất trên 6 tuổi Khoảng 35 tuổi (VN)

Các dạng mẫu mua sắm hay hành vi

1. Thu nhập của người vợ ổn định trở lại, tài chính gia đình được cải thiện. Số lượng Sp tăng lên, ưu tiên cho giáo dục, chăm sóc người già
2. Sử dụng kinh nghiệm mua sắm của cá nhân tích lũy được, ít chịu ảnh hưởng của quảng cáo
3. Khuynh hướng mua SP chịu ảnh hưởng bởi những đứa con

cuu duong than cong . com

Chu kỳ đời sống gia đình và HVM

Giai đoạn trong CKS của GĐ

5. Tổ ấm đầy đủ 3. vợ chồng có tuổi, con cái bắt đầu trưởng thành nhưng vẫn còn thuộc về tài chính. Khoảng 45 tuổi (VN)

Các dạng mẫu mua sắm hay hành vi

1. Tình hình tài chính của gia đình tương đối ổn định, có xu hướng tăng. Nhu đầu thay thế đồ cũ, phát sinh mua mới do cần không gian độc lập

2. Vệc tham gia cuả nhiều thành viên trong gia đình

3. Đầu cho tư cho giáo dục

cuu duong than cong . com

Chu kỳ đời sống gia đình và HVM

Giai đoạn trong CKS của GĐ

6. Tổ ấm trống vắng 1. vợ chồng có tuổi, con cái bắt đầu tự lập Khoảng 50 – 55 tuổi (VN)

Các dạng mẫu mua sắm hay hành vi

1. Tình hình tài chính của gia đình tương đối tốt và ổn định
2. Chi tiêu cho việc cải thiện nhà cửa, mua sắm đồ sang trọng đắt tiền, giải trí và du lịch
3. Các SP chăm sóc sức khỏe

cuu duong than cong . com

Chu kỳ đời sống gia đình và HVM

Giai đoạn trong CKS của GĐ

7. Tổ ấm trống vắng 2. Một hoặc cả 2 vợ chồng đã nghỉ hưu, con cái có thể sống cùng hoặc không. Khoảng 60 tuổi

Các dạng mẫu mua sắm hay hành vi

1. Tình hình tài chính của gia đình tương đối tùy thuộc vào khoản tích lũy trước đó, thu nhập giảm sút. Chi tiêu cho chăm sóc sức khỏe, đặc biệt là giấc ngủ và bệnh của người già

2. Nhiều gia đình mong muốn đổi sang những ngôi nhà nhỏ, gần gũi với thiên nhiên

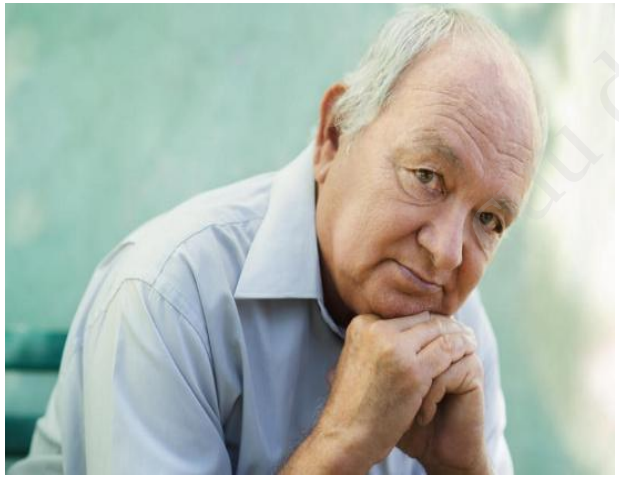
3. Nếu không có sự trợ giúp của con cái, việc mua sắm của KH gặp khó khăn

cuu duong than cong . com

Chu kỳ đời sống gia đình và HVM

Giai đoạn trong CKS của GĐ

8. Người già độc thân. Một trong hai vợ chồng đã mất

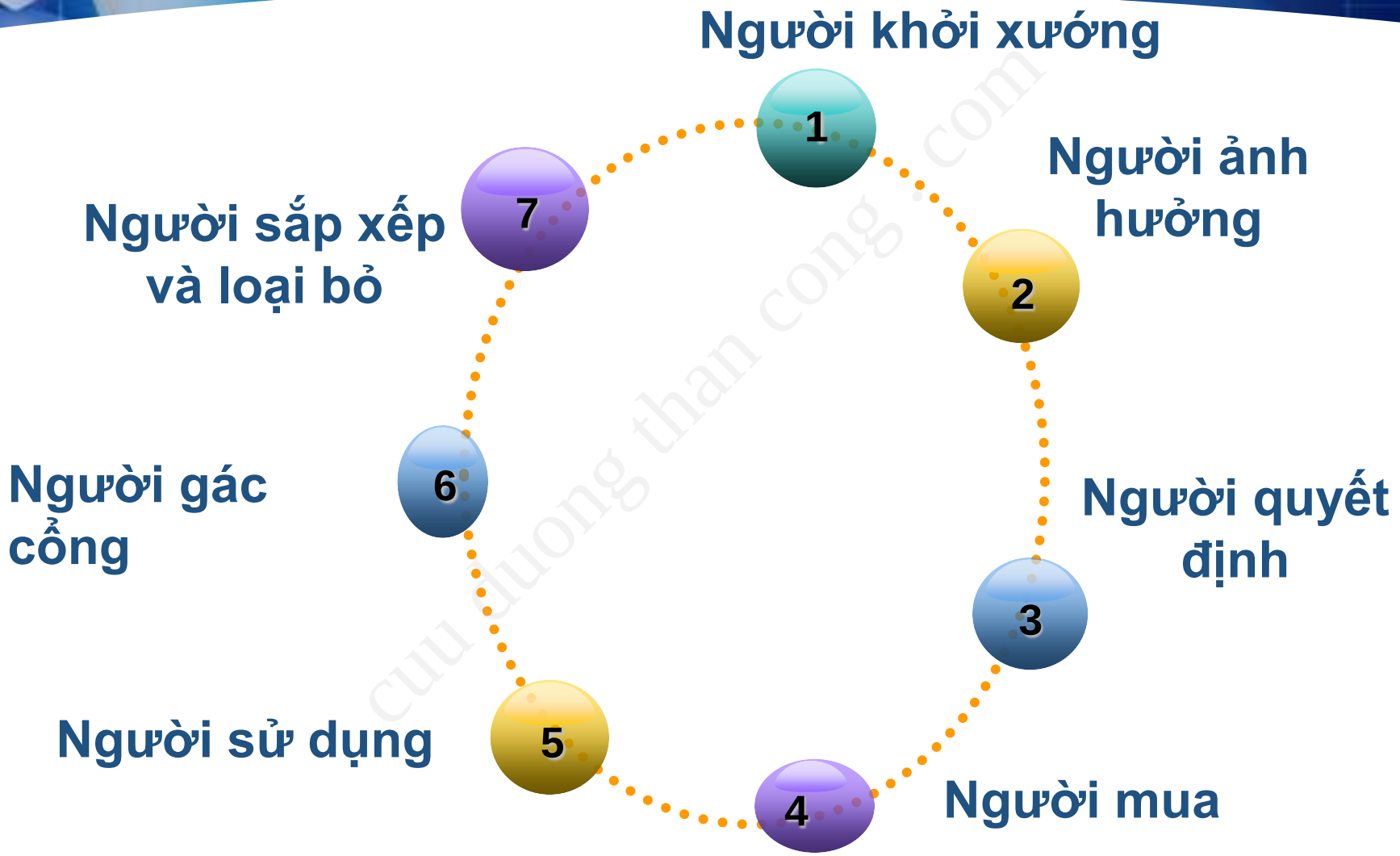


Các dạng mẫu mua sắm hay hành vi

1. **Họ có nhu cầu đặc biệt về tình cảm, an toàn và sức khỏe**
2. **Ngân quỹ chi tiêu phần lớn cho thuốc men, đi lại gặp gỡ người thân**

cuu duong than cong . com

Vai trò của các thành viên gia đình trong QĐM hàng



cuu duong than cong . com

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

Vai trò của các thành viên gia đình trong QĐM hàng

Vai trò của người vợ/ người chồng

Người chồng chi phối

Người vợ chi phối

Tự trị

Liên kết

Loại sản phẩm

Khuôn mẫu giới tính

Các bước của tiến trình ra QĐM

cuu duong than cong . com

Vai trò của các thành viên gia đình trong QĐM hàng

Vai trò của những đứa con

- Loại sản phẩm
- "Tài nguyên" của những đứa con
- Tuổi của những đứa con
- Quan điểm của người mẹ về đứa con
- Thái độ của người mẹ với truyền hình và quảng cáo
- Môi trường truyền thông gia đình
- Lối sống của bố mẹ

cuu duong than cong . com

Các khuynh hướng biến đổi của mô hình gia đình tron cuộc sống hiện đại

❖ GIA ĐÌNH

Gia đình truyền thống

Gia đình phi truyền thống

cuu duong than cong . com

2.4. NHẬN THỨC CỦA NGƯỜI TIÊU

- Khái niệm và bản chất
- Nhận thức và chiến lược marketing

cuu duong than cong . com

NHẬN THỨC

- Nhận thức là tập hợp những thông tin được thu thập, xử lý và lưu trữ trong bộ nhớ.
- Lượng thông tin càng nhiều, được tổ chức càng hợp lý, khách hàng càng có khả năng đưa ra các quyết định đúng đắn, khi đó trình độ nhận thức của khách hàng càng cao (và ngược lại)
- Những thông tin mà khách hàng sử dụng trên thị trường để đánh giá và mua sắm thể hiện là trình độ nhận thức của khách hàng

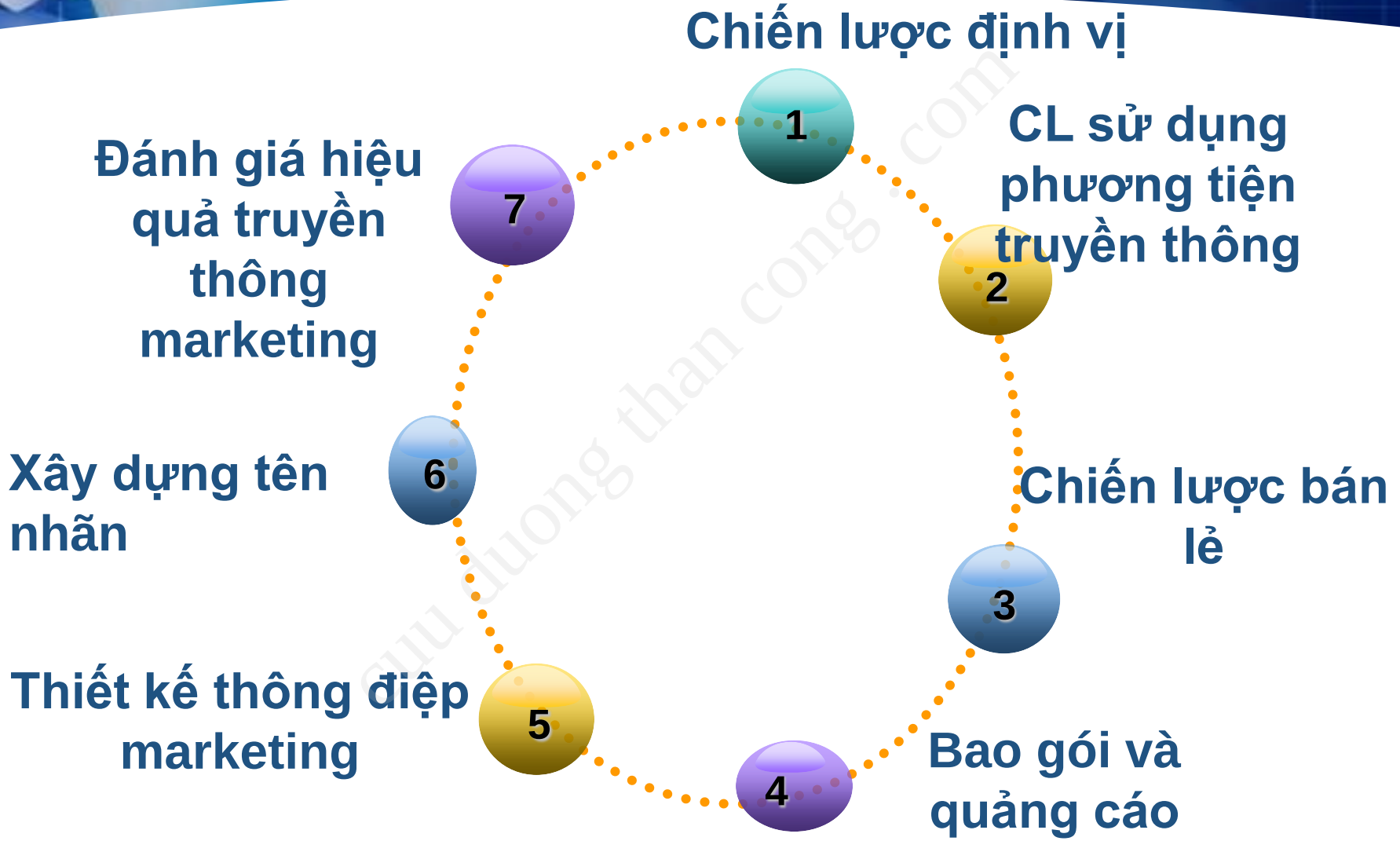
cuu duong than cong . com

PHÂN LOẠI TRÌNH ĐỘ NHẬN THỨC THEO TƯ DUY MARKETING

Biết về SP	Biết giá	Biết mua	Biết mua ở đâu	Biết mua khi nào	Biết sử dụng
Sự nhận biết của khách hàng về dòng SP, các nhãn hiệu trong dòng SP	Những thông tin về giá tuyệt đối, giá tương đối mà KH biết	Khách hàng có đủ thông tin cần thiết để RQĐ nên mua ở đâu, khi nào	SP được bán ở cửa hàng nào, ở vị trí nào trong cửa hàng	Thời điểm mà khách hàng nên mua SP	Mức độ cao nhất. Quyết định toàn bộ HVM của KH

cuu duong than cong . com

NHẬN THỨC VÀ CHIẾN LƯỢC MARKETINNG



cuu duong than cong . com

CuuDuongThanCong.com https://fb.com/tailieudientucntt

2.5. CÁ TÍNH CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

- Cá tính được xác định như là những đặc trưng tâm lý bên trong xác định và phản ánh việc một người đáp lại các kích thích từ môi trường xung quanh ra sao

Cá tính

- **Khác biệt cá nhân**
- **ổn định và lâu bền**
- **Có thể thay đổi**

cuu duong thancong . com

Ảnh hưởng của cá tính tới HVNTD

- Cá tính và việc lựa chọn/sử dụng SP
- Mẫu người cách tân và giáo điều, bảo thủ trong tiêu dùng
- Người tiêu dùng hướng nội/ hướng ngoại
- Cá tính và sự lựa chọn cửa hàng

cuu duong than cong . com

2.6. THÁI ĐỘ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

- Thái độ của NTD là tổng thể những đánh giá của NTD về một đối tượng (Sp hoặc nhãn hiệu)
- Thái độ của cá nhân NTD về một đối tượng là tổng hợp các quan điểm, lòng tin, thói quen, kinh nghiệm, mong muốn, và phản ứng của cá nhân với đối tượng

cuu duong than cong . com

Sự hình thành thái độ

cuu duong than cong . com

THẢO LUẬN NHÓM

1. Hãy phân phân tích các nhân tố: văn hóa, gia đình, nhóm tham khảo có ảnh hưởng đến hành vi mua sắm một sản phẩm/dịch vụ (mà nhóm tự chọn) đưa ra nhận xét về sự tác động của những nhân tố này tới hành vi mua của NTD

2. Giả sử Honda đang chẩn bị tung ra thị trường một sản phẩm xe gắn máy mới, hướng tới thị trường là các bạn nam trong độ tuổi từ 18-22 tuổi, sống ở thành thị, gia đình có mức thu nhập trung binh khá! Honda muốn phân tích các nhân tố về nhận thức, cá tính, thái độ của nhóm khách hàng này có ảnh hưởng đến việc mua sắm . Trên cơ sở đó thiết kế và cung ứng Sp thich hợp ra thị trường. Các nhóm hãy giúp Honda hoàn thiện công việc trên