

2.3.1 ΠΕΝΤΕ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

Ψυχολογικοί παράγοντες: Πολλές φορές η καταναλωτική συμπεριφορά μας είναι μία σύνθεση των **κινήτρων** [ΑΩ], των **αντιλήψεων** [ΑΩ], των **συναισθημάτων** και της **εμπειρίας** που έχουμε σε σχέση με ένα προϊόν ή μία υπηρεσία.

Κοινωνικοί παράγοντες: Ο άνθρωπος δύσκολα μπορεί να επιβιώσει μακριά από τις ανθρώπινες κοινωνίες και επιθυμεί να γίνει αποδεκτός μέσα σε αυτές. Η **οικογένεια**, οι **ομάδες αναφοράς** [ΑΩ] και οι **ρόλοι** που αναλαμβάνουμε επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά μας.

Πολιτιστικοί παράγοντες: Μια ομάδα ανθρώπων που ανήκει στην ίδια κοινότητα μοιράζεται κοινές αξίες και ιδέες (π.χ. γλώσσα, φαγητό, θρησκεία κ.ά.). Ο **πολιτισμός**, η **κοινωνική τάξη** και το **φύλο** μπορούν να επηρεάσουν την καταναλωτική συμπεριφορά μας.



Προσωπικοί παράγοντες: Κάθε άτομο είναι μοναδικό, με διαφορετικά χαρακτηριστικά. Η **ηλικία**, το **στάδιο του κύκλου ζωής**, το **εισόδημα**, το **επάγγελμα** και ο **τρόπος ζωής** είναι προσωπικά χαρακτηριστικά που διαμορφώνουν την καταναλωτική συμπεριφορά μας.

Οικονομικοί παράγοντες: Όταν ζούμε σε ένα θετικό οικονομικό περιβάλλον, τότε νιώθουμε πιο σίγουροι και ξοδεύουμε για την αγορά αγαθών και υπηρεσιών. Το **προσωπικό** και το **οικογενειακό εισόδημα**, το **μέγεθος των περιουσιακών στοιχείων**, οι **μελλοντικές προσδοκίες για το εισόδημά μας** και η **αποταμίευση** [ΑΩ] επηρεάζουν την κατανάλωσή μας.

