

# A CSALÁDON BELÜLI VÁSÁRLÁSI-DÖNTÉSI FOLYAMATOK KOMPLEX MODELLJE

## COMPLEX MODEL OF PURCHASE DECISION MAKING PROCESSES WITHIN THE FAMILY

Pólya Éva <sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Kereskedelem, Marketing és Nemzetközi Gazdálkodás Tanszék, Neumann János Egyetem, Magyarország

---

### **Kulcsszavak:**

fogyasztói döntéshozatal  
vásárlási döntési folyamatok  
családi döntéshozatal  
fogyasztói magatartás modell

### **Keywords:**

consumer decision making  
purchase decision making  
processes  
family decision making  
consumer behavior model

### **Cikktörténet:**

Beérkezett 2018. október 10.  
Átdolgozva 2018. október 31.  
Elfogadva 2018. november 5.

---

---

### **Összefoglalás**

*Jelen munkámban bemutatásra kerül egy általam megalkotott komplex modell, amely a családon belüli vásárlási döntési folyamatokat magyarázza. A modell több éves, és számos szakaszból álló kutatási folyamat eredménye. A végleges modell megalkotása előtt egy koncepció modell készült, melyet az egyes kutatási folyamatok validáltak, illetve módosítottak.*

### **Abstract**

*In this paper my complex model will be introduced which explains the purchase decision making processes within the family. This model is a result of a several year-long and step research process. Before the creation of the final model a conception model were made what were validated and modified by the different research processes.*

---

## 1. Bevezetés

A családon belüli vásárlási döntési folyamat modellezésére már számos szerző tett kísérletet. Saját koncepció modellem megalkotásakor elsődleges célom volt a családon belüli vásárlási döntési folyamatok komplex módon történő bemutatása, így egy összegző modellt alkottam meg. Az elméleti modell alapjául az alább röviden bemutatott modellek szolgáltak részben vagy teljes egészében alapul.

A bemutatott és vizsgált modellek (lásd 1. ábra) jellegüket, megközelítési módjukat tekintve nagy különbségeket mutatnak, azok között hasonlóság, valamint érintkezési pont csak kevés esetben fedezhető fel. Mégis nagyon fontosnak tartom azt megkísérelni, hogy az egyes modellek főbb jellemzőit, céljait, esetleges kapcsolódási pontjait bemutassam. Jól látható, hogy a bemutatott modellek a családon belüli vásárlási-döntési folyamatok különböző aspektusait különböző szempontok alapján vizsgálják, és annak más-más vetületét tartják vizsgálandónak. Maga a folyamat sokrétűsége, a befolyásoló tényezők nagy száma és sok esetben nem egyszerű azonosíthatósága, a racionalitás és az érzelmek egymásra hatása adhat magyarázatot a sokféle megközelítésre és modellezésre.

Érdekes módon a modellek többsége [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] előtérbe, illetve fő vizsgálati körébe helyezi a családon belüli konfliktusokat. Sheth (1974), Qualls (1988) valamint Johnson és szerzőtársai (1994) különböző konfliktusmegoldási stratégiákat határoznak meg, amely megkönnyíti a kutató számára a kategorizálást, tipizálást. illetve bizonyos helyzetek azonosítását

---

\* Pólya Éva  
E-mail cím: poly.eva@gk.uni-neumann.hu

is. Mindezek mellett jó kiindulási alapot nyújt a konfliktusmegoldási stratégiák feltárásánál. Ezzel szemben Park et al. (1995) és Su et al. (2003) modellje ilyen egyértelmű tipizálást nem alkalmaz, viszont a konfliktus mértékét és utóbbi esetben érzelmi töltetét próbálja leírni. Ez a két modell a konfliktusok természetét és irányát jobban mutatja be az előző három modellnél, ugyanakkor kiindulási alapként sokkal nehezebben alkalmazható.

*1. Táblázat. A családon belüli vásárlási-döntési folyamatokat vizsgáló modellek összehasonlítása [8] [9] [1] [2][10] [3] [4] [5] [7]*

Szerzők	Modellezés célja	A modell főbb tartalmi elemei	Kapcsolódási pont más modellekkel	Kritikai észrevételek
Davis és Rigaux (1976)	a vásárlási-döntési folyamat során a családban megfigyelhető szerep-dominanciák vizsgálata	Férfi dominancia Női dominancia Együttes döntés Közös döntés hiánya	Sheth (1974) megjelenik a szereporientáció, mint befolyásoló tényező	a modell teljesen figyelmen kívül hagyja a gyermekek befolyásoló szerepét
Hoffmann (1977)	fogyasztói döntéseket befolyásoló külső és belső hatások feltérképezése és bemutatása	gazdasági tényezők magatartási tényezők eredménytényezők tervszerűségi tényezők demográfiai tényező szubjektív tényezők	nincs	egyes elemek között bonyolult kapcsolatrendszer fedezhető fel, nehéz jax egyes elemek súlyának ábrázolása abban
Sheth (1974)	a családi döntésre ható tényezők komplex bemutatása	a család különálló tagjai, az ő fogékonyságuk, vásárlási motivációik valamint a termékekkel, márkákkal kapcsolatos hiedelmek az egyes családtagok kognitív világának meghatározó tényezői. az önálló versus közös döntést befolyásoló tényezők a közös döntéshozatal folyamata	Johnson et al. (1994) modellje erre a modellre építi a konfliktus-megoldási stratégiáit	A családot egy döntéshozatali egységként kezeli, az egyes családtagok egyéni döntéseit csak korlátozottan veszi figyelembe.
Isler et al. (1987)	televízió reklámok gyermekekre gyakorolt hatását vizsgálja	korábbi kérés mintázatok termékkategória kérés megjelenése befolyásoló tényezők egyvetértés a vásárlással gyerek válasza az anya ezt követő válasza	Sheth (1974) modelljének az információ forrásai és ezen modell befolyásoló tényezői között vannak átfedések	A modell újszerű a már megismert modellekhez képest, hiszen kifejezetten a kommunikációs stratégiákra koncentrálnak, ugyanakkor a vizsgálati kör csak a reklámozott termékek körére terjed ki.
Pollay (1968)	férj-feleség döntéshozatalt egy folyamatos interaktív folyamatként értelmezi	házasfelek relatív befolyása házasfelek észlelése házasfelek önzése házasfelek relatív befolyásolása	Qualls (1988) modelljében is megjelennek a házastársak befolyásolási kísérletei	A gyermekek vagy egyéb más családtagok befolyásoló hatását teljesen figyelmen kívül hagyja Csak a méltányos igazságosság fenntartására koncentrálnak, egyéb befolyásoló tényezőket figyelmen kívül hagy
Qualls (1988)	a családi vásárlási döntési folyamatok kapcsán felmerült konfliktusok során betöltött viselkedési formákra koncentrálnak	házastársak befolyása házastársak befolyásolási kísérlete családi konfliktus családi konfliktus megoldása	Pollay (1968) modellje a házastársak közötti konfliktus-kezelést kiemelten kezeli Johnson et al. (1994) modellje szintén kiemelten foglalkozik a konfliktusok kezelésével, de más közelítést alkalmaz.	Kifejezetten a családtagok közötti konfliktusra és problémamegoldásra koncentrálnak a modell, ugyanakkor a külső befolyásoló tényezőket Pollay (1968) modelljéhez hasonlóan teljesen figyelmen kívül hagyja
Johnson et al., (1994)	két nagy változóhalmazt vizsgál: (1) a családi folyamatok és viselkedés, valamint (2) a vásárlási és fogyasztói változók	családstruktúra nevelési stílus családi kommunikációs mintázatok terméktípus, szituációs tényezők alkalmazott konfliktus megoldási stratégiák	Sheth (1974) modelljéből ismert konfliktus megoldási stratégiákat veszi át a modell és bővíti	A modell komplexen próbálja vizsgálni a döntési folyamatot és a gyermekek szerepe is markánsan megjelenik benne.
Park et al. (1995)	modell azt hangsúlyozza, hogy az érzelmek befolyásolják a döntéseket, azáltal,	Preferencia egyvetértés Konfliktus Konfliktus megoldás Döntés kimenet	Sheth (1974), Pollay (1968), Johnson et al. (1994) modelljeihez	Diadikus megközelítés jellemzi a modellt, a gyerekek befolyásoló szerepét teljesen figyelmen kívül hagyja

	hogyan azok a házastársak relatív befolyását megváltoztatják a döntéshozatal különböző fázisaiban		hasonlóan a konfliktus vizsgálatát helyezi előtérbe.	
Su et al. (2003)	Feltételezi, hogy amikor a házastársak valamilyen konfliktushelyzetben vannak, egyrészt törekszenek saját céljaik elérésére, de ezzel párhuzamosan partnerük vágyaival is foglalkoznak.	Kölcsönösség és házastársi döntési viselkedés A döntés története és házastársi döntési viselkedés A befolyásoló stratégia hatékonysága és házastársi döntési viselkedés Az elégedettség és házastársi döntési viselkedés	Sheth (1974) Qualls (1987)	A modell feltételezései a házastársak racionalitásáról építőkörábbi viselkedési feltételezésekre épülnek. A vásárlás utáni perspektíva a befolyásolási stratégiák eredményességét vizsgálja, valamint megmutatja, hogy a házastársak, miért változtatják meg viselkedésüket a döntési folyamat során.

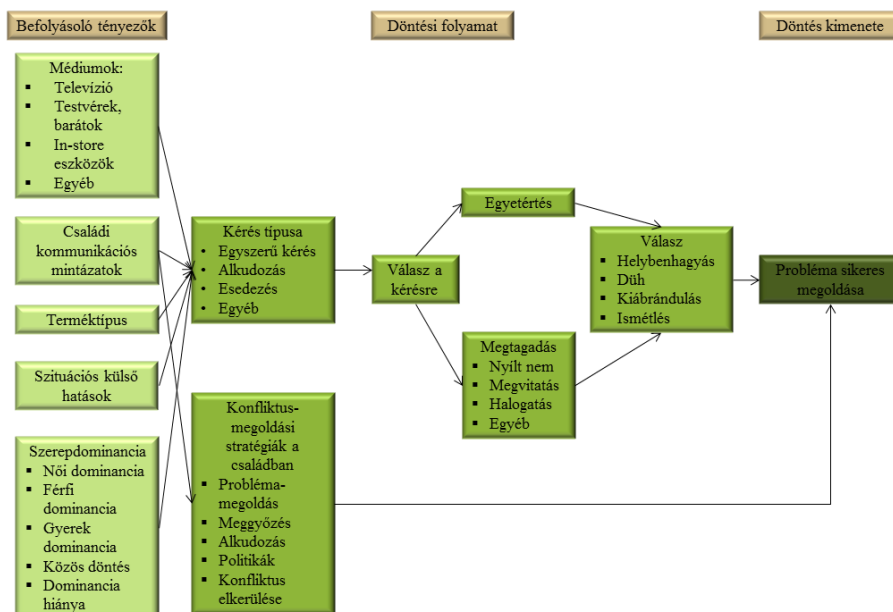
A bemutatott modellek közt találunk olyanokat, amelyek esetében nehezen találunk egymással kapcsolódási pontot, illetve pontokat. Ez a tény egyértelműen rámutat arra, hogy a vizsgált folyamat sokrétű, számos aspektussal rendelkezik, amelyek komplex és egyidejű vizsgálata igen nehézkes, sok esetben nem is kivitelezhető. A betöltött szerepdominancia vizsgálata egyértelműen csak a szerepháromszögben jelenik meg, más esetekben csak halvány célzást találunk rá, például Sheth (1974) és Hoffmann (1977) modellje szintén egyedülálló tartalmát tekintve, hiszen ez esetben nem is igazán találunk kapcsolódási pontokat a többi vizsgált modellel.

## 2. A koncepció modell

A kutatási folyamatokat megelőzően egy koncepciómodell készült, melyet az egyes kutatási folyamatok validáltak, illetve módosítottak. A koncepció modell mind statikus, mind pedig dinamikus modellekből merít, összességében mindenképpen dinamikusnak tekinthető, hisz egy komplex folyamatot vizsgál. A forrásmodellek (lásd 2. táblázat) szerkezete, vizsgálati aspektusa alapvetően különbözik egymástól, ugyanakkor a vizsgálati fókusz tekintetében hasonlóságok és kapcsolódási pontok fedezhetőek fel. (lásd. 1. táblázat) A forrásmodellek mindegyike különös hangsúlyt fektet a családon belüli kommunikációra, az alkalmazott kommunikációs stratégiákra. Összességében, ahogy az a bevezetés részben bemutatásra került, az egyes modellek között átfedéseket nem igen találunk, sokkal inkább a vizsgálati fókusz tekintetében fedezhetőek fel hasonlóságok, ezek közül is egyértelműen a kommunikációs stratégia emelkedik ki. Éppen ezért tartottam indokoltnak, hogy ezt a vizsgálati fókuszot megtartsam és kiegészítsem az arra ható tényezőkkel.

A modell fő gerincéül és egyúttal kiindulópontjául az Islet et al. (1987) által kidolgozott gyermeki kérések és szülői válaszok modellje szolgált. Maga a modell azon alapul, hogy különböző befolyásoló tényezők különböző típusú kérésekhez vezetnek. Ilyen kérés lehet az egyszerű kérés, az alkudozás vagy az esedezés. A szülők ezekre a kérésekre szintén változatosan reagálhatnak, amennyiben egyetértenek a vásárlással általában egyszerűen igent mondanak, amennyiben nem, akkor viszont különböző módon reagálhatnak: nyíltan nemet mondanak, megvitatják a gyermekkel a vásárlást, vagy szimplán halogatják a választ. A gyerekek a szülői válasza más és más módon reagálnak: helybenhagyják szüleik döntését, folyamatosan megisméltik kérésüket, de előfordulhat düh vagy kiábrándulás is a szülőkből.

A gyermekek által alkalmazott kérés típusát számos tényező befolyásolja. A modellben egyrészt befolyásoló tényezőként jelennek meg a különböző médiumok, illetve marketingkommunikációs eszközök.[2] Másrészt megjelenik a termék típusa valamint a szituációs külső hatások befolyásoló ereje [4]. A modell nem hagyja figyelmen kívül a szerepdominancia befolyásolását sem: a szerepháromszögből [8] ismert dominanciátípusok a modellben is megjelennek. A szerepháromszög alapvetően figyelmen kívül hagyja a gyermekek szerepét, azonban ezt szükségesnek tartottam bevenni a modellbe a gyermekek egyre inkább növekvő befolyásoló szerepe miatt.



1. ábra. A koncepció modell

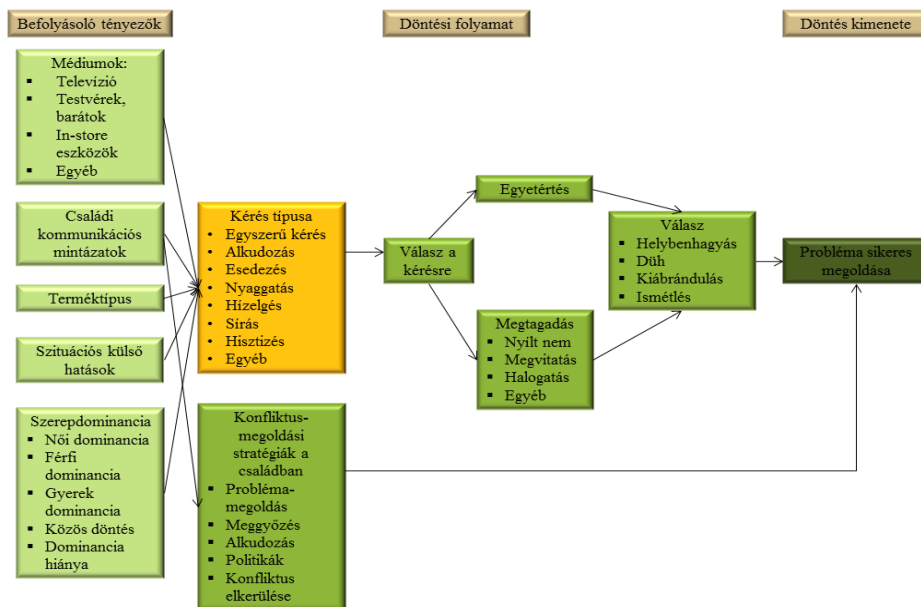
A sikeres problémamegoldást nagyban befolyásolja a családon belül alkalmazott konfliktusmegoldási stratégia is. Sheth (1974) összesen négy különböző konfliktusmegoldási stratégiát különít el: problémamegoldás, rábeszélés, alkudozás és politikák. Mindezek mellett Johnson et al. (1994) egy ötödik konfliktusmegoldási stratégiát is megkülönböztet: a konfliktus elkerülését.

2. táblázat A koncepciómodell forrásmodelljei [2] [4] [8] [1]

Koncepció modell	Vizsgálati kör rövid bemutatása	Forrásmodell
Befolyásoló tényezők	Médiumok: televízió testvérek, barátok in-store eszközök	Isler et al. (1987)
Befolyásoló tényezők	Családi kommunikációs mintázatok	Johnson et al. (1994)
Befolyásoló tényezők	A terméktípus által kiváltott befolyásoló erő vizsgálata	Johnson et al. (1994)
Befolyásoló tényezők	A szituációs külső hatások vizsgálata	Johnson et al. (1994)
Befolyásoló tényezők	Az egyes családtagok dominanciája a vásárlási-döntési folyamat során	Davis és Rigaux, (1974)
Befolyásoló tényezők	Konfliktusmegoldási stratégiák a családban	Sheth (1974) Johnson et al. (1994)
Kérés típusa	A különböző alkalmazott kérés-típusok vizsgálata.	Isler et al. (1987)
Döntési folyamat	A szülői reakciók és a gyermekek erre adott válaszainak vizsgálata	Isler et al. (1987)

### 3. A végleges modell

A kvantitatív és kvalitatív kutatási eredmények [12] következtében a koncepció modell némi átalakításra szorult. Egyértelműen kiderült az, hogy a modellben megjelenő tényezők és azok hatása a kutatások eredményének tükrében a vázolt módon jelenik meg a vizsgált csoportok esetében, eltérést egyetlen tényező esetében tapasztaltam. A kérés típusát tekintve a kutatási eredmények azt mutatják, hogy azok sokkal változatosabbak lehetnek, mint ahogy azt a koncepció modellben feltételeztem. Eredetileg három fő kéréstípust különítettem el az Isler et al. (1987) gyermeki kérések és a szülői válaszok modellje alapján, melyek az alábbiak voltak: egyszerű kérés, alkudozás, esedezés. Ezzel szemben a végleges modellben ezeket kiegészítettem további négy kéréstípussal: a nyaggatással, hízélgéssel, sírással és hisztizéssel. Ezen további négy kéréstípus elkülönítését azért is tartottam fontosnak, mert bár az egyes kéréstípusok között átfedések éppen felfedezhetőek, azok mégis a kérés más minőségét, hangulatát, jellegét eredményezik.



1. ábra. A végleges modell

### 4. Következtetések

A modell megalkotása során elsődleges célom volt egy összegző modell megalkotása, mely a családon belüli vásárlási-döntési folyamatokat hivatott komplex megközelítésben vizsgálni. A modell alapjául több forrásmodell szolgált, melyek alapján egy koncepciómodell került megalkotásra. A koncepciómodell egyes elemeit kvalitatív és kvantitatív kutatásokkal validáltam. A kutatások részletes eredményeinek bemutatására nem került sor területi korlátok és leginkább a fókuszvesztés elkerülése érdekében.

Amint látható a koncepció, illetve a végleges modell között eltérés csak a gyerekek által használt kérések típusában fedezhető fel. Ezen a ponton a kutatásaim, különösen a kvalitatívak azt támasztottak alá, hogy a gyermeki kérések, az általuk alkalmazott meggyőzési stratégiák jóval változatosabbak, mint azt a koncepció modell megalkotása során feltételeztem.

## Köszönetnyilvánítás

Köszönettel tartozunk a kutatás támogatásáért, amely az EFOP-3.6.1-16-2016-00006 „A kutatási potenciál fejlesztése és bővítése a Neumann János Egyetemen” pályázat keretében valósult meg. A projekt a Magyar Állam és az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával, a Széchenyi 2020 program keretében valósul meg.

## Irodalomjegyzék

- [1] Sheth J. N. (1974): Theory of Family Buying Decisions. New York: Harper&Row, 37.-52. p.
- [2] Isler L., Popper E. T., Ward (1987): Children's Purchase Request and Parental Response: Results from a Diary Study. *Journal of Advertising Research*. 1987 (October-November) 28-39 p.
- [3] Qualls W. J. (1988): Toward Understanding the Dynamics of Household Decision Conflict Behavior. *Advances in Consumer Research*, 15 442-448. p.
- [4] Johnson M., McPhail J., Yau O. H. M (1994): Conflict in Family Purchase Decision Making: a Proposal for an Investigation of the Factors influencing the Choice of Conflict Resolution Strategies by Children. *Asia Pacific Advances in Consumer Research*, 1, 229-236. p
- [5] Park J. H., Tansuhaj P. S., Spangenberg E. R., McCullough J. (1995): An Emotion-Based Perspective of Family Purchase Decisions. *Advances in Consumer Research*, 22. 723-728 p.
- [6] Corfman K. P., Lehman D. R. (1987): Models of cooperative group decision making and relative influence. An investigation of family purchase decision. *Journal of Consumer Research* 20 124-137. p.
- [7] Su C., Fern E. .F., Ye K. (2003): A temporal dynamic model of spousal family purchase decision behavior. *Journal of Marketing Research*, 40 (August) 268.-282. p.
- [8] Davis H. L. (1976): Decision Making Within the Household. *Journal of Consumer Research*, 2 (March) 241-260. p.
- [9] Hoffmann I. (1977): A magyar háztartások modellje. Budapest: KJK 67.-85. p.
- [10] Pollay R. W. (1968): A model of family decision making. *British Journal of Marketing*, 2 206-216. p.
- [11] Pólya É. (2012): Családon belüli vásárlási döntési szerepek és folyamatok. Doktori értekezés Szent István Egyetem Gödöllő