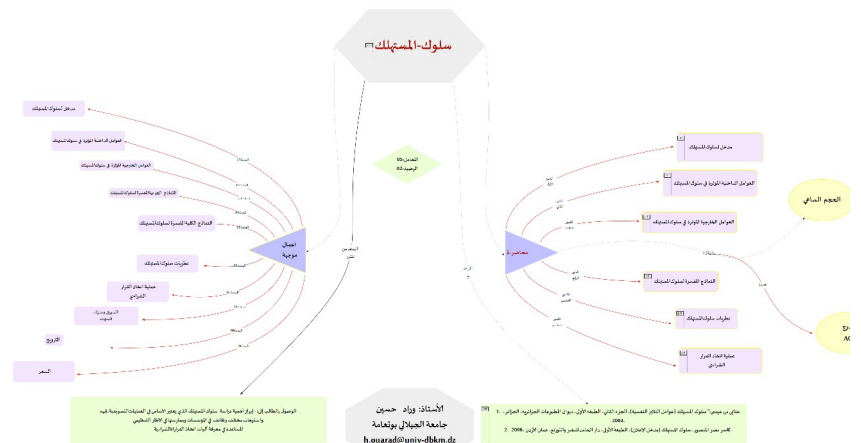


دروس سلوك المستهلك

2022/2023

الأستاذ: وراة حسين



قائمة المحتويات

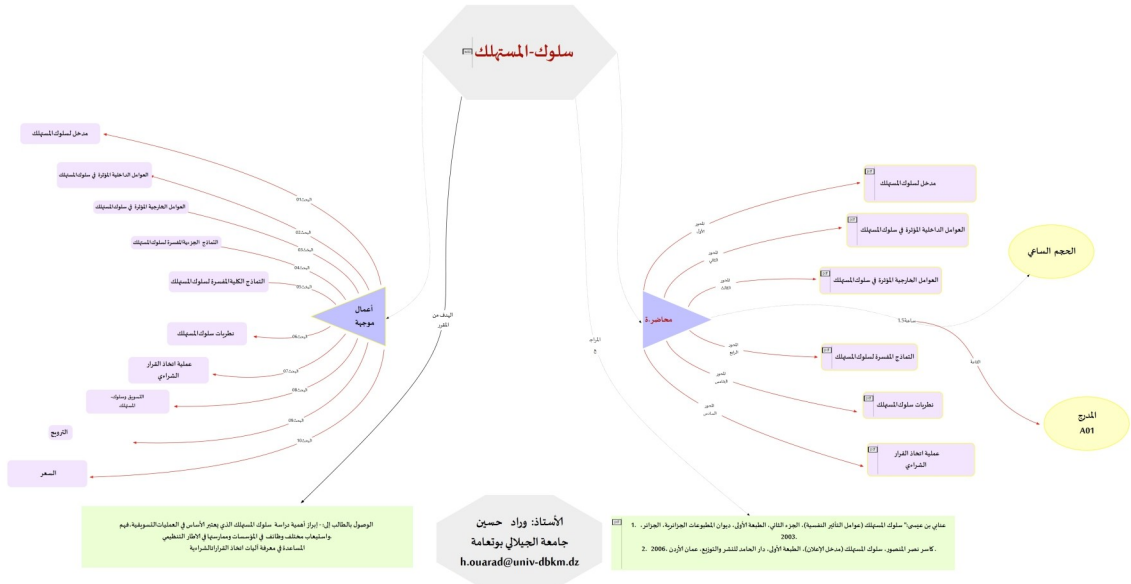
5	وحدة
7	مقدمة
8	I-المحاضرة الأولى: مدخل لدراسة سلوك المستهلك
8	أ. ماهية سلوك المستهلك.....
8	1. أولاً: التطور التاريخي لدراسة سلوك المستهلك.....
8	2. ثانياً: أسباب ظهور علم دراسة سلوك المستهلك:.....
9	3. ثالثاً: تعريف سلوك المستهلك.....
10	4. رابعاً: أهمية دراسة سلوك المستهلك.....
11	5. تمرين: الأسئلة.....
12	6. تمرين.....
12	7. تمرين.....
12	ب. العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك.....
12	1. أولاً: العوامل الداخلية المؤثرة على سلوك المستهلك.....
14	2. العوامل الخارجية المؤثرة في سلوك المستهلك :.....
15	3. تمرين.....
17	II-المحاضرة الثانية: النظريات والنماذج المفسرة لسلوك المستهلك
17	أ. النماذج الجزئية المفسرة لسلوك المستهلك.....
17	1. النماذج الجزئية المفسرة لسلوك المستهلك.....
19	ب. النماذج الشاملة المفسرة لسلوك المستهلك.....
19	1. أولاً: نموذج نيكوسيا (NICOSIA).....
19	2. ثانياً: نموذج أنجل (ENGEL).....
20	ب. النظريات المفسرة لسلوك المستهلك.....
20	1. أولاً : النظرية الاقتصادية:.....
20	2. ثانياً : النظريات السيكلوجية (النفسية):.....
21	3. تمرين.....
21	4. تمرين.....

23	خاتمة
25	موارد ملحقة
27	حل التمارين
29	مراجع
31	قائمة المراجع
33	مراجع الأترنتيت
35	دليل
37	اعتماد الموارد

وحدة

- قياس معارف الطالب بطريقة سهلة وجد موضوعية.
- معرفة مدى استيعاب الطالب للتطور الذي مر على سلوك المستهلك، ويساعد على ترسيخ المراحل في ذهنه.
- تقييم عدة مهارات: المعرفة، الفهم، التحليل، الاسترجاع...
- محاولة إبراز أهمية دراسة السلوك قبل إعداد الخطط التسويقية؛
- إثراء الرصيد المعرفي للطالب فيما يتعلق بقرارات الشراء.

مقدمة



صورة 1 فرنسية

أصبح المستهلك نقطة انطلاق للمؤسسات في تحقيق أهدافها، فهو محور العملية التسويقية وهذا أدى بالمختصين في التسويق يولون أهمية كبيرة إلى المستهلك من خلال دراسة سلوكه وأبعاد قراراته الشرائية وكذا الإلمام بالعوامل المؤثرة عليه، ومحاولة التكيف والتأقلم معها.

ودراسة سلوك المستهلك جزء لا يتجزأ من دراسة السلوك البشري العام، حيث تهتم دراسة سلوك المستهلك بالأنشطة والتصرفات التي يقدم عليها المستهلك والمرتبطة مباشرة بإشباع حاجاته ورغباته التي تحكم وتحدد عملية الاستهلاك.

- و سنحاول من خلال هذه الدروس التطرق إلى العناصر التالية:
- ماهية سلوك المستهلك.
 - العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك.
 - القرار الشرائي للمستهلك
 - النظريات والنماذج المفسرة لسلوك المستهلك.
- البرنامج التفصيلي على الرابط:

http://elearning.univ-biskra.dz/moodle/pluginfile.php/246126/mod_resource/content/1
http://elearning.univ-biskra.dz/moodle/pluginfile.php/246126/mod_resource/content/1 (انظر. pdf)

المحاضرة الأولى: مدخل لدراسة سلوك المستهلك

8

ماهية سلوك المستهلك

12

العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك

أصبحت دراسة سلوك المستهلك أولوية رجال التسويق، وهذا راجع للمهمة الأساسية للمؤسسات وهي معرفة حاجات ورغبات المستهلكين والعمل على التكيف لإشباع هذه الحاجات بكفاءة وفاعلية يضمن لها رضا هذا المستهلك.

آ. ماهية سلوك المستهلك

1. أولاً: التطور التاريخي لدراسة سلوك المستهلك

تعتبر دراسة سلوك المستهلك علماً جديداً نسبياً للبحث، ولم يكن له جذور أو أصول تاريخية، بما أنه نشأ في الولايات المتحدة خلال السنوات التي تعبت الحرب العالمية الثانية، لذا فقد أصبح على الباحثين الاعتماد على إطار نظري كمرجع يساعدهم في فهم التصرفات والأفعال التي تصدر عن المستهلك في كل مرحلة من مراحل اتخاذ القرار الشرائي أو الاستهلاكي، وكذلك في التعرف على كل العوامل الشخصية أو النفسية والبيئة المؤثرة في سلوكه وتدفعه في اتخاذ تصرف معين، وقد مثلت المفاهيم علم الاجتماع، علم الأنثروبولوجيا الثقافية، علم الاقتصاد حيث مثلت هذه العلوم المرجع الأساسي إلا أنها لا تكفي لوحدها على تفسير سلوك المستهلك وإنما يتطلب من رجال التسويق الاعتماد كذلك على خبراتهم وأحكامهم الخاصة. 1 1 1 1 1 2 2

لكن بعد الحرب العالمية الثانية زاد الاهتمام بالمستهلك ودراسة سلوكه وذلك لحاجة الباحثين لإطار نظري يساعدهم في فهم التصرفات والأفعال التي تصدر عن المستهلك في كل مرحلة من مراحل اتخاذ القرار الشرائي، وامتد هذا الاهتمام إلى العديد من العلوم الاجتماعية الأخرى التي سعت وراء فهم هذا السلوك الذي هو جزء من السلوك الإنساني.

2. ثانياً: أسباب ظهور علم دراسة سلوك المستهلك:

لم يكن في الماضي أية صعوبة في التعرف على المشتريين بسبب قربهم من مواقع الإنتاج، لكن اليوم تطور حقل سلوك المستهلك كنظام تسويقي كما أدت بعض العوامل إلى زيادة الاهتمام بدراسة هذا السلوك التي نذكر منها ما يلي: 2 2 2 2 2

1. التراكم في المخزون من السلع التي لم تلاق رواجاً كبيراً من قبل المستهلكين وذلك لقصر دورة حياة هذه السلع والفشل الكبير الذي عرفه تسويقها بعد أن تم إنتاجها وتقديمها للأسواق دون دراسات لسلوك المستهلك ودون مراعاة لحاجات وميولات المستهلكين ومراعاة قدراتهم الشرائية.
2. تكثيف وضغط نشاطات جمعيات حماية المستهلك على المنتجين والمسوقين من أجل تقديم الأفضل إلى المستهلك مما أدى بالمسوقين إلى الاهتمام بدراسة سلوك المستهلك، وكذلك من أجل تقديم سلع وخدمات بالكميات والنوعيات والأسعار المناسبة له.
3. الحاجة المتزايدة أمام جميع الشركات وخاصة الناجحة للانتشار في الأسواق الدولية، وهذا لا يكفل بالنجاح إلا إذا كانت هناك دراسة دقيقة عن الأسواق المستهدفة بما في ذلك خصائص مستهلكي هذه الأسواق.
4. التوجه بالتسويق وانتشار المفهوم التسويقي، وهذا ما يعتبر أن المستهلك هو الحلقة الأساسية لذلك يجب فهم حاجاته ودراسة سلوكه.
5. اهتمام المؤسسات غير الهادفة للربح بالتسويق، بحيث علمت هذه المؤسسات بأنه من أجل تحقيق أهدافها ووضع استراتيجيات تسويقية وإعلانية هادفة وفعالة يلزمها تطبيق المفاهيم التسويقية الحديثة، وبالتالي إلقاء الضوء على سلوك المستهلك.
6. التطور في الأساليب الإحصائية، حيث ساهم التطور السريع في أساليب التحليل الإحصائي، وتحليل البيانات، وأنظمة معالجة المعلومات في تسهيل عملية البحث في مجال سلوك المستهلك، وذلك عند جمع البيانات الخاصة بالسلوك الاستهلاكي وكذلك المساعدة على تحليلها وتقديمها، أو مقارنتها مع البيانات السابقة لمعرفة التغيرات التي تحدث في سلوك المستهلكين.
7. التطور السريع لقطاع الخدمات خاصة المالية والسياحية، وتزايد أهمية هذا القطاع في حياة الفرد مما أجبر الشركات المعنية على إجراء دراسات تخص إمكانيات الشراء لدى المستهلكين في الأسواق المستهدفة.

3. ثالثاً: تعريف سلوك المستهلك

عرف سلوك المستهلك عدة تعريفات وهذا يبرز التطورات والاختلافات الحاصلة في أوجه نظر الباحثين التسويقيين، حيث يمكن إجمال هذه التعاريف في:

يرى محمد إبراهيم عبيدات: سلوك المستهلك هو «ذلك التصرف الذي يبرزه المستهلك في البحث عن شراء أو استخدام السلع والخدمات والأفكار التي يتوقع أنها ستشبع رغباته أو حاجاته حسب إمكانياته الشرائية المتاحة»^{3 3 3}

يرى الصميدعي: سلوك المستهلك بأنه «سلوك إنساني يتأثر بمجمل العوامل الضغوط (اقتصادية، اجتماعية نفسية...)، ويعبر عنه بالقرار عليه، بالإمكان معرفة الفرد خروجاً من سلوكه»^{4 4 4}

يرى خالد عيد الرحمان الجريسي: أن سلوك المستهلك بأنه «عبارة عن نشاطات يؤديها الأفراد أثناء اختيارهم وشراؤهم واستخدامهم السلع والخدمات، وذلك من أجل إشباع رغبات وسد حاجات مطلوبة لديهم»^{5 5 5}

من خلال ما سبق من تعريف لسلوك المستهلك، يتبين لنا أنّ معظم التعاريف تدور حول محورين أساسيين:

• السلوك الشرائي للمستهلك عبارة عن مجموعة نشاطات سواء كانت منتظمة أو عشوائية.

• يسعى من خلالها المستهلك لتحقيق أهدافه (إشباع حاجاته وتحقيق رغباته).

لكن هذه التعاريف لم تتطرق إلى تعريف شامل وأهملت جوانب عدة تتعلق بهذا المفهوم، كإبراز أكثر لطبيعة تصرفات الأفراد التي لها علاقة بعملية الشراء وإبراز مراحل هذه العملية.

للتوسع يرجى تحميل المطبوعة سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية (انظر. سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية) (انظر. سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية) (انظر. سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية)¹

كما يمكنك الاطلاع على الفيديو التالي:

.....فيديو_02.mp4 (25 ص فيديو_02 راجع)

ويمكن التمييز بين أنواع المستهلكين من خلال نوعين هما المستهلك الفردي والمستهلك الصناعي:

(أ) - المستهلك الفردي:

يُعرف المستهلك الفردي (النهائي) بأنه «الشخص الذي يقوم بشراء السلع والخدمات من السوق بهدف إشباع حاجاته مباشرة أو للاستهلاك العائلي.»^{5 5 6 6}

ومن خلال هذا التعريف يمكن القول أن المستهلك النهائي يكون دافعه الأساسي من شراء السلعة أو الخدمة هو إشباع حاجاته ورغباته الشخصية أو العائلية.

(ب) - المستهلك الصناعي:

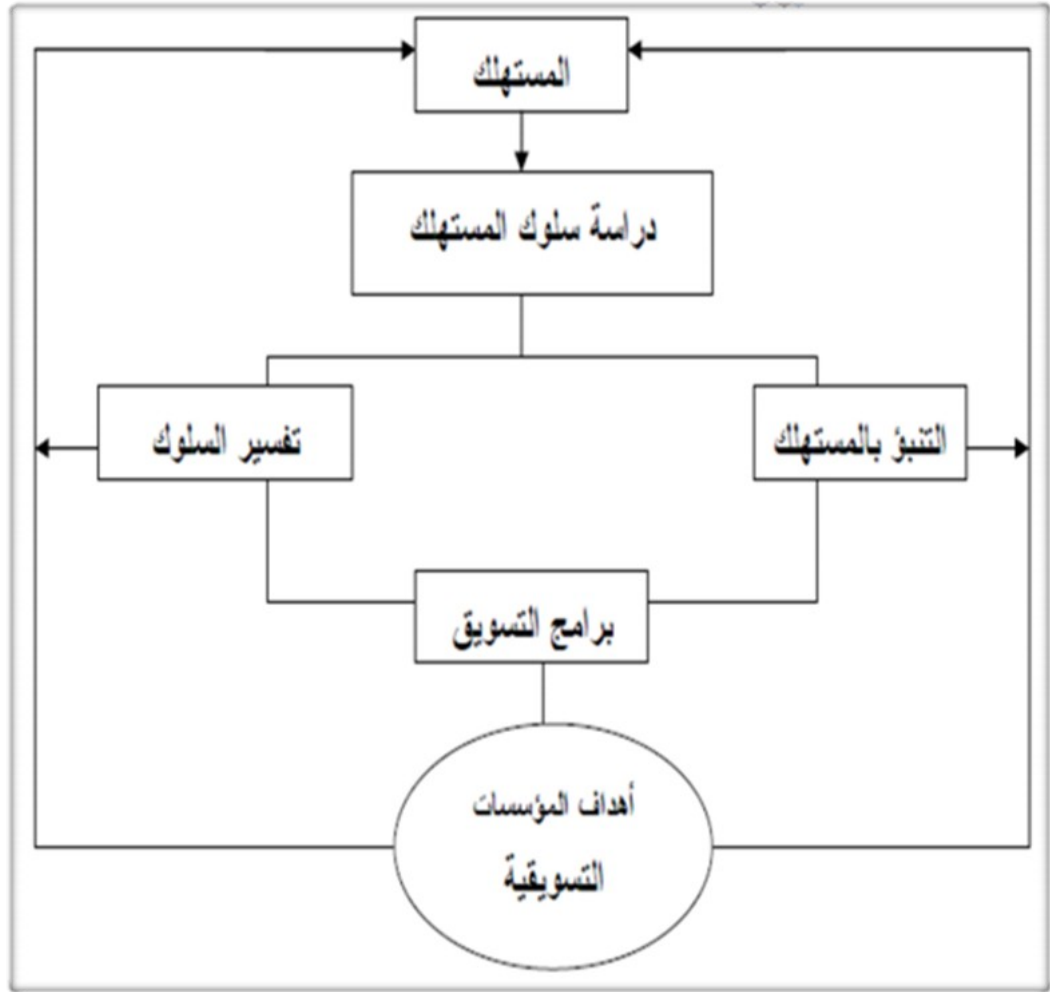
إن المستهلك الصناعي هو الذي يقوم بعملية الشراء ودافعه الأساسي هو شراء سلع ومعدات بهدف استخدامها لإنتاج سلع، أو تقديم خدمات أخرى، بحيث أن قرار الشراء يكون هنا بإشراك كل أطراف القرار في المؤسسة على اعتبار أن المستهلك الصناعي عبارة عن وحدة تنظيمية تهدف لتحقيق الربح أو يمكن كذلك أن تكون حكومية أو دينية أو تعليمية^{6 7 8}

بما أنه يوجد اختلاف بين المستهلك النهائي والمشتري الصناعي، لا بد من تحديد خصائص كل نوع ومميزاته من أجل إعداد استراتيجية تسويقية خاصة بكل منهما.

4. رابعا: أهمية دراسة سلوك المستهلك

(أ) - أهمية دراسة سلوك المستهلك بالنسبة للمؤسسة

- تعتبر دراسة سلوك المستهلك نشاط جد مهم داخل المؤسسة، تقوم به الإدارة التسويقية، وهذا بغرض تحقيق مجموعة من الأهداف، حيث يمكننا تلخيص أهمية وفوائد دراسة سلوك المستهلك بالنسبة للمؤسسة فيما يلي:^{8 8 8}
1. أدى المفهوم التسويقي الحديث الذي يقوم على فكرة أن المستهلك هو نقطة البداية والنهاية في العملية التسويقية، أي الاعتماد على تطلعات المستهلك حول منتجات المؤسسة بدل من اهتمام المؤسسة بمنتجاتها فحسب.
 2. تمكن دراسة سلوك المستهلك المؤسسة من رسم السياسة التسعيرية المناسبة، إذ أن المؤسسة الناجحة هي التي تستطيع تقديم سلع وخدمات تشبع رغبات مستهلكها في حدود إمكانياتهم الشرائية.
 3. وتظهر كذلك أهمية دراسة السلوك الشرائي للمستهلك من وجهة نظر المؤسسة في رسم سياساتها الترويجية بتحديد المزيج الترويجي المناسب القادر على اقناع المستهلك.
 4. كما تزداد أهمية دراسة سلوك المستهلك في تطوير وتحسين الخدمات التي تقدمها المؤسسة لزيائنها.
 5. إن دراسة سلوك المستهلك تمكن المؤسسة من تقسيم السوق إلى قطاعات سوقية مناسبة لها وقف معايير محددة.
 6. تستطيع المؤسسة تحقيق الاستجابة السريعة للمتغيرات التي تحدث في رغبات وحاجات المستهلك.
 7. هذه الدراسة لها أهمية كبيرة في تحديد منافذ التوزيع لدى المؤسسة وذلك من خلال معرفة أماكن تركز المستهلكين، الأمر الذي يساعدها في رسم خططها التوزيعية.
 8. إن دراسة وتحليل سلوك المستهلك يمكن المؤسسة من تقييم أداءها التسويقي، أي تحديد نقاط القوة والضعف داخلها، وهذا من خلال معرفة رأي المستهلك حول المنتج والطريقة التي قدم بها.



الشكل رقم (1) أهمية دراسة سلوك المستهلك بالنسبة للمؤسسات

ب) 2- أهمية دراسة سلوك المستهلك بالنسبة للمستهلك

حتى وإن كانت هذه الأهمية محصورة إلا أن وجودها مهم في تحديد وتحقيق الحوافز والدوافع لقرار الشراء وتكمن أهمية دراسة سلوك المستهلك فيما يلي:

- دراسات سلوك المستهلك تفيد الأفراد والأسرة في التعرف على كافة المعلومات والبيانات D التي تساعدهم في الاختيار الأمثل للسلع والخدمات المعروضة التي تتوافق مع إمكانياتهم وميولهم وأذواقهم.
- معرفة العوامل المؤثرة في السلوك الشرائي للفرد يمكنه من الاختيار بين العلامات المناسبة، والوقت المناسب والمكان المناسب.

كما تساعد دراسة سلوك المستهلك في حد ذاته وذلك بتمكينه من إدراك العوامل أو المؤثرات التي تؤثر على سلوكه الشرائي والاستهلاكي والتي تجعله يشتري ويستهلك سلعة أو خدمة معينة، أي تمكنه من التمعن في فهم عملية شرائه واستهلاكه للسلع والخدمات، وذلك بمعرفته ماذا يشتري؟، ولماذا يشتري؟ ومن أين يشتري؟ وكيف يحصل عليها؟⁹⁹⁹

5. تمرين: الأسئلة

[27 ص 1 حل رقم]

يعرف سلوك المستهلك أنه:

القدرة على شراء السلع والخدمات بطرق أفضل	<input type="checkbox"/>
التصرف الذي يبرزه الفرد في البحث عن شراء أو استخدام السلع والخدمات	<input type="checkbox"/>
الحركة الاجتماعية التي تتم اختياريًا، والتي تهدف إلى الترفيه والاستمتاع.	<input type="checkbox"/>

6. تمرين

[27 ص 2 حل رقم]

إن دراسة سلوك المستهلك تمكن المؤسسة من تقسيم السوق إلى قطاعات سوقية مناسبة لها وفق معايير محددة.

صح

خطأ

7. تمرين

[27 ص 3 حل رقم]

أذكر دون شرح

يمكن التمييز بين أنواع المستهلكين من خلال نوعين: 1.....2.....

ب. العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك

وحدة

- تقييم عدة مهارات: المعرفة، الفهم، الاسترجاع...
- قياس معارف الطالب بصفة موضوعية، وهادفة.
- معرفة مدى استيعاب الطالب للمعلومات الملقنة في الدرس ويساعد على ترسيخها في ذهنه
- وضع تقييم شامل لمدى تمكن الطالب من المعارف المكتسبة في الدرس ومدى ترسيخها في ذهنه، واستغلال نتائج النشاط من أجل العودة للنقاط غير المفهومة في الدرس.

سلوك المستهلك هو سلوك ديناميكي يتغير بتغير المكان والزمان والمحيط، وتتعدد وتختلف العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك، وقد قسمت إلى عوامل داخلية متعلقة بالمستهلك نفسه وعوامل خارجية.

1. أولاً: العوامل الداخلية المؤثرة على سلوك المستهلك

العوامل الداخلية (السيكولوجية) هي تلك العوامل المتعلقة بالمستهلك في حد ذاته، تعمل على صياغة السلوك الاستهلاكي للأفراد بشكل معين ومنفرد، كما تعمل هذه العوامل على دفعهم للقيام بمواقف وأنماط سلوكية مختلفة ومحددة. وقد حدد العلماء السلوكيين جملة من العوامل والمؤثرات النفسية على السلوك وهي: الدوافع، الحاجات، التعلم، الإدراك، الشخصية، وسيتم مناقشة هذه العوامل ودرجة التأثير التي يمكن أن تمارسه على المستهلك.