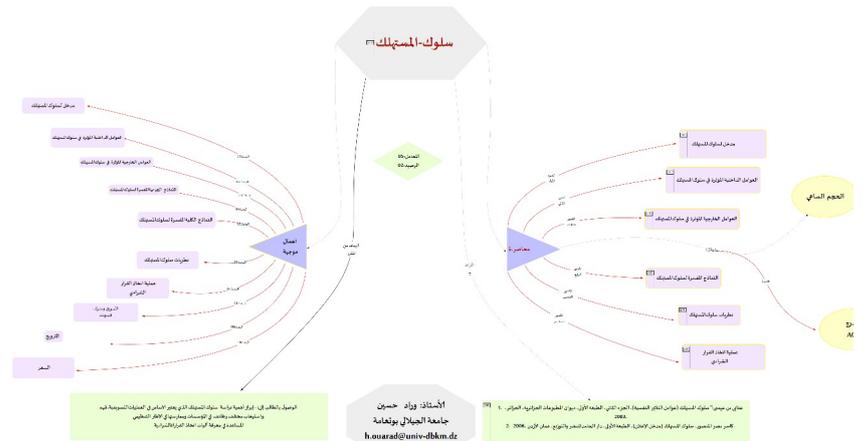


دروس سلوك المستهلك

2022/2023

الأستاذ: وراة حسين



المحاضرة الثانية :- النظريات والنماذج المفسرة لسلوك المستهلك



17	النماذج الجزئية المفسرة لسلوك المستهلك
19	النماذج الشاملة المفسرة لسلوك المستهلك
20	النظريات المفسرة لسلوك المستهلك

هناك الكثير من النظريات والنماذج التي تهتم بدراسة سلوك المستهلك، أي دراسة وتحديد العناصر والمتغيرات التي تؤثر في هذا السلوك، وتحديد العلاقة بينها، محاولة تفسيرها وتبسيطها من أجل إعطاء توضيح وفهم أكثر لسلوك المستهلك.

آ. النماذج الجزئية المفسرة لسلوك المستهلك

وحدة

- قياس معارف الطالب بطريقة سهلة وجد موضوعية.
- تقييم عدة مهارات: المعرفة، الفهم، التحليل، الاسترجاع.
- العمل على العصف الذهني للطلاب ومشاركته في الدرس
- وضع تقييم شامل لمدى تمكن الطالب من المعارف المكتسبة في الدرس ومدى ترسخها في ذهنه، واستغلال نتائج النشاط من أجل العودة للنقاط غير المفهومة في الدرس.

1. النماذج الجزئية المفسرة لسلوك المستهلك

تستند النماذج الجزئية على دراسة وتفسير سلوك المستهلك من خلال تحديد إجراءات الشراء لدى المستهلك وتختلف هذه النماذج في تفسيراتها لسلوك المستهلك ويتضح ذلك كما يلي:

(أ) أولاً: النموذج الاقتصادي لمارشال:

ويقترح نموذج "مارشال" الفروض السلوكية التالية:
1 - كلما انخفضت أسعار السلعة، زاد حجم المبيعات منها.

الميول والاهتمامات الشخصية لمتخذ القرار تؤثر بوضوح على ما يقرره باعتباره الأفضل لمصلحة الشركة أو المنشأة. وفي الحقيقة فإن كلاً النوعين من الدوافع موجود، فمهما بلغت درجة الرشد والموضوعية لدى متخذ القرار، فإنه يبقى متأثراً بالدوافع الشخصية باعتباره بشراً، وهذا ما أكده "توماس هوبز" في نموذجه، حيث جمع بين آراء كلا الفريقين المتعارضين، من خلال الربط بين الدوافع الموضوعية الرشيدة والدوافع الشخصية. وبعد أن تناولنا هذه النماذج المفسرة والمحللة لسلوك المستهلك بشيء من البيان، نودُّ الإشارة إلى إدراك حقيقة مفادها: أن أيّاً من هذه النماذج بمفرده لا يقدم تفسيراً كاملاً لسلوك المستهلك؛ وذلك بسبب ما تتصف به من تشابك، ونتيجة لذلك فإنه من الأفضل اعتبار هذه النماذج على أنها مكملّة لبعضها، وليست بدائل يمكن الاكتفاء بأحدها عن الآخر.

ب. النماذج الشاملة المفسرة لسلوك المستهلك

اعتبرت هذه النماذج المستهلك بأن المستهلك فرد يقوم بالبحث عن المعلومات ثم دراستها وتحليلها من أجل الوصول إلى قرار يمكنه من الشراء.

1. أولاً: نموذج نيكوسيا (NICOSIA)

- مثل NICOSIA تكوين سلوك المستهلك على شكل مخطط مكون من أربعة أجزاء هي:
- مصادر المعلومات والرسائل التي يتلقاها المستهلك من المنظمة والتي تؤثر على مواقفه.
 - البحث عن البدائل وتقييمها.
 - قرار (فعل) الشراء ويكون نتيجة التحول الحاصل في الدوافع.
 - الأفعال والعمليات اللاحقة لاتخاذ قرار الشراء والتي تكون نتيجة للخبرات السابقة تجاه الماركة والتي حصل عليها من خلال عملية الاستخدام الشكل رقم (3) نموذج نيكوسيا (NICOSIA) (انظر الشكل رقم (3) نموذج نيكوسيا (NICOSIA))

2. ثانياً: نموذج أنجل (ENGEL)

وفق هذا النموذج فإن سلوك المستهلك يستند إلى ثلاثة إجراءات هي:

(أ) أ-المعرفة:

إن معرفة وتحديد الاحتجاج يستند على إدراك المستهلك للمنبهات

(ب) ب-التعرف على المشكلة:

وذلك من أجل تحقيق التوازن المطلوب من خلال إشباع الاحتياجات

(ج) ج-نتيجة الشراء:

حيث أن تقييم قرار الشراء يقود إلى سلوك قادم لأن السلوك السابق سوف يؤثر بشكل كبير على السلوك المستقبلي للفرد، فإن حقق قرار الشراء الرضا والإشباع المطلوب بالنسبة للمستهلك فإنه سوف يقوم بتكراره، أما إذا لم يحقق ذلك فإن المستهلك سيقوم بالبحث عن المعلومات حول المشكلة ومن ثم اتخاذ قرار جديد.

ويجد (ENGEL) بأن هناك الكثير من المدخلات التي تمثل منبهات لنظام الفرد والتي تؤثر على الاحتياج، وأن تأثيرها هذا يكون بداية السلوك وأن جميع المراحل التي يمر بها الفرد قبل اتخاذ قرار الشراء تكون الحلول المطروحة أمامه والتي تعكس مواقفه، وأن ذلك يظهر في المرحلة المسماة بمرحلة تقييم الحالات وللتفصيل أكثر يرجى الاطلاع على الشكل في الملف التالي:

الشكل رقم (4) مخطط أنجل (ENGEL) (انظر الشكل رقم (4) مخطط أنجل (ENGEL)) (انظر الشكل رقم (4) مخطط أنجل (ENGEL))

د) ثالثاً: نموذج هوارد وشيث: howard and sheth

إن هذا النموذج كباقي النماذج التي درست السلوك يهدف إلى تحديد العوامل التي تؤثر على إجراءات اتخاذ القرار والتي تلعب الدور الأساسي والكبير في تكوينها والتغيرات التي تحدث في هذه الإجراءات كذلك التعرف على الأسلوب أو الطريف الذي يتبعه المستهلك في البحث عن المعلومات وجمعها، والتي يحصل عليها من البيئة التجارية والاجتماعية وبشكل تتألف إجراءات النموذج من ثلاثة عناصر هي: 25 25 25

- مجموعة الدوافع.
 - الاحتمالات المتعددة للشراء.
 - وسائل اتخاذ القرار التي تتفق مع الدوافع والاحتمالات المتعددة للشراء.
- وفي الشكل الموالي توضيح كامل لهذا النموذج:

ب. النظريات المفسرة لسلوك المستهلك

نظراً لمحدودية البيانات والمعلومة المتاحة عن سلوكية الفرد في عمليات الشراء، فقد تأخر أيضاً إثبات فاعلية النظريات التي طرحت في مجال دراسة المستهلك وتشعبت أيضاً حسب وجهات النظر التي فسرت السلوك الشرائي للمستهلك، فمنهم من أكد على الجوانب الاقتصادية والبعض الآخر على الجوانب النفسية، وقد تم تصميم نماذج علمية وعملية لإثبات صحة النظريات أعلاه ومنها:

1. أولاً : النظرية الاقتصادية:

تعتبر من أولى النظريات التي ظهرت ولا زالت إلى يومنا الحاضر معتمدة في تفسير سلوك المستهلك، ولعل أول من نادى بهذه النظرية أصلاً هو العالم الاقتصادي ادم سميث وقد جاء من بعده الفريد مارشال ليؤكد هذا الأمر أيضاً.

وتقوم نظرية مارشال على أساس " المنفعة الحدية" حيث أن الفرد في سلوكه يسعى إلى تعظيم منفعة من خلال اعتماد النقود كمقياس لقياس درجة الرغبة والإشباع المحقق من السلعة. وقد قامت نظريته على الافتراضات التالية: 26 26 26

- 1.1 أن المستهلك يسعى دائماً إلى تعظيم منفعة وإشباع حاجاته من خلال أقل ما يمكن من الموارد (النقود).
2. لديه معلومات متكاملة عن البدائل المتاحة من البضاعة التي ترغب بإشباع حاجته منها.
3. أن سلوكه الاستهلاكي دائماً رشيد ومتعقل.

2. ثانياً : النظريات السيكلوجية (النفسية):

تقوم هذه النظريات على أساس دراسة العناصر السيكلوجية والفسيلوجية في الفرد وما يخلقه من تأثير في سلوكه الشرائي وقد وضعت عدة نماذج في توضيح هذه النظريات ومنها:

1) -1 النموذج التعليمي لبافلوف Pavlov

تقوم هذه النظرية على أساس أن الفرد أو (الحيوان) يمكنه التعلم من خلال اعتياده على سلوك وعوامل معينة فتصبح بذلك عادة له يستمر عليها " فقد وجد بافلوف بعد سلسلة من التجارب على الكلاب أن هناك ترابطاً وثيقاً بين التدريب وبين درجة الاستجابة فقد كان بافلوف يستخدم جرساً يقرع للكلب قبل أن يقدم له الطعام بصفة متكررة حيث ارتبط في ذهن الكلب الجرس بالطعام فكان لغاية سيل لعابه بمجرد سماعه صوت الجرس هذا النموذج يمكن الاستفادة منه ومن قبل رجال التسويق، وذلك خصوصاً بالنسبة للشركات التي تدخل حديثاً إلى السوق وتجد هناك منافسة شديدة لبضائعها من قبل شركات أخرى لذلك يمكن الاعتماد على أساس طرح النماذج المجانية للمستهلكين بهدف تكوين فكرة مناسبة عن المنتج، ومن تعويدهم على شرائه مستقبلاً، حتى تستقر البضاعة في السوق وتأخذ حصتها منه.

ب) 2- النموذج النفسي لفرويد Freud:

- تقوم نظرية: فرويد" على أساس دراسة نفسية الفرد وانعكاسات ذلك في سلوكه، حيث بين " فرويد" بأن هناك ثلاث أجزاء لنفسية الإنسان هي:
- اللاشعور أو العقل الباطن: ويقصد به ذلك الجزء الذي يحزن فيه الفرد دوافعه القوية الملحة، أي المشاعر الحقيقية لرغباته وحاجاته.
 - الذات أو الأنا: وهو المركز الواعي المخطط للتنفيس عن انفعالاته الداخلية.
 - الذات العليا أو الشعور الظاهر: وقصد به ذلك الجزء الذي تترتب به الغرائز في صورة مقبولة اجتماعيا لتجنب الشعور بالألم أو الخجل أو الندم، وما يفيدنا من هذا الأمر والعرض لنظرية "فرويد" (ويقدر تعلق الأمر في جانب التسويق) بأن المستهلك لا يعبر عن شعوره الحقيقي في عملية الشراء بل هناك مشاعر داخلية يحاول أن يحققها بسلوك ظاهري، مثل على ذلك قيام أحد الأفراد بشراء بدلة فاخرة وبسعر مرتفع ومعبرا عن ذلك بسلوكه الظاهري بأنه شخص أنيق ولكن في حقيقة شعوره الداخلية (الخفي) هو التباهي أمام الآخرين أو ليشعر الجنس الآخر بأنه أنيق وميسور الحال وشخص مقبول.

ج) 3- النموذج الاجتماعي لفيلن Veblen

- يرى " فيلن" أن الإنسان اجتماعي بطبعه يعيش ويعمل وفق قواعد سلوك عامة تحددها له البيئة الثقافية العامة، ثم البيئات الخاصة والمجموعات التي يحتك بها، وأن حاجاته ورغباته وسلوكه تجاه اشباعها يتأثر بقيم هذه الجماعات التي ينتمي إليها.
- ومن أشهر الأمثلة التي قدمها " فيلن" وصفة للطبقة المترفة وشرحه لعاداتها الاستهلاكية، حيث توصل إلى أن أغلب عمليات الشراء التي يقوم بها أعضاء تلك الطبقة ليس وراءها حاجات حقيقية تدفعها، ولكن لمجرد تحقيق المظهرية والتفوق أو التميز الاجتماعي، وأن الهدف الحقيقي لهذه الطبقة التباهي بالاستهلاك في الكم والكيف وإن الطبقات الأخرى تسعى لتقليدها، ومن الأمثلة على ذلك في سلوك الفرد هي:
- إقامة حفلات لمختلف المناسبات بهدف التميز عن الباقين.
- شراء الملابس المرتفعة الثمن من المحلات المشهورة بالرغم من وجود مثيلاتها في محلات أخرى وبسعر أقل.
- الارتياح على مناطق سياحية معينة ذات أسعار مرتفعة أو السفر إلى دول معينة.. إلخ
- ولكن ما يمكن توجيهه من نقد إلى هذه النظرية بأن الأفراد عموما ليس بالضرورة أن تكون سلوكياتهم ما هي تقليد للطبقات أو الفئات الاجتماعية الأعلى دخلا، لأن الفرد أصبح اليوم على مستوى أعلى من النضج والمعرفة.²⁷ ²⁷ ²⁷

3. تمرين

[27 ص 5 حل رقم]

أي نموذج أكد على أثر العديد من المتغيرات والمحددات الاجتماعية على سلوك المستهلك، مثل الثقافة والحضارة السائدة في المجتمع، والطبقة الاجتماعية

4. تمرين

[27 ص 6 حل رقم]

مثل NICOSIA تكوين سلوك المستهلك على شكل مخطط مكون من أربعة أجزاء أذكرها