

## سلوك المستهلك – مواضيع الوحدة

- أسواق المستهلك
- أنواع السلوك الشرائي للمستهلك
- أدوار السلوك الشرائي
- مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء
- نموذج السلوك الشرائي
- العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي

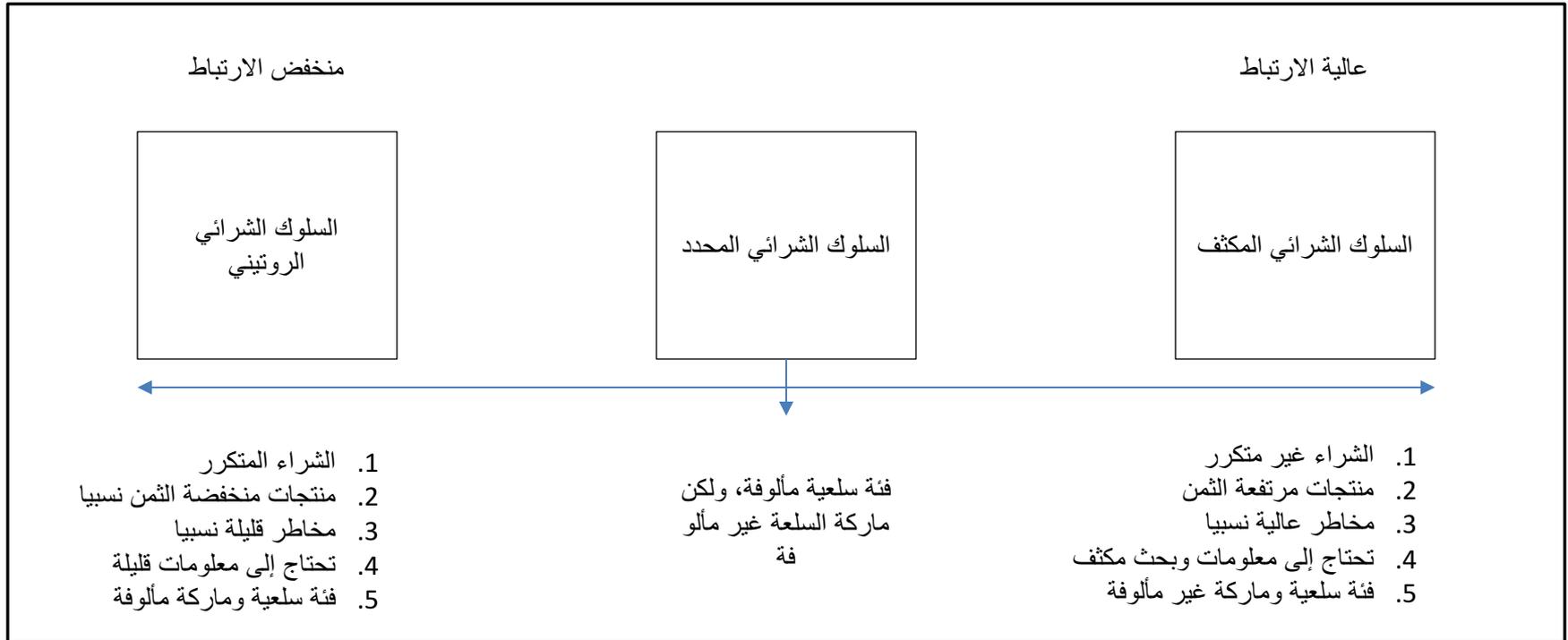
## سلوك المستهلك

### • أسواق المستهلك 1-1

- يمكن تعريف السوق على انه «مجموعة من المنشآت او المنظمات او الافراد الذين لديهم حاجة لسلعة معينة ولديهم القدرة الشرائية والاستعداد لعملية الشراء والسلطة والحق في شراء السلعة او طلب الخدمة»
- ينقسم السوق حسب نوع المستهلك إلى:
  - سوق المستهلك النهائي: هو عبارة عن «السوق الذي يتكون من الافراد الذين يشترون السلع والخدمات من أجل إشباع حاجات ورغبات شخصية أو عائلية وليس بهدف إعادة بيعها أو استخدامها لتحقيق أهداف ربحية»
  - سوق المستعمل او المشتري الصناعي: وهو عبارة عن «أنه السوق الذي يتكون من كافة الافراد او المؤسسات التي تشتري السلع والخدمات التي تدخل في إنتاج سلع أخرى يتم بيعها أو تأجيرها للأخرين»
- الفرق بين المستهلك النهائي والمستهلك الصناعي:
  - المُنْتِج ← المستهلك للاستهلاك النهائي
  - المُنْتِج ← المستهلك الصناعي ← إعادة بيعها او تصنيعها ← المستهلك النهائي
- السلوك الشرائي للمستهلك: هو عبارة عن «التصرفات التي تنتج عن شخص ما نتيجة تعرضه لمنتجات داخلية او خارجية من أجل حصوله على منتج محدد يشبع حاجاته ورغباته»

## سلوك المستهلك

### • أنواع السلوك الشرائي للمستهلك 2-1



## سلوك المستهلك

### • أنواع السلوك الشرائي للمستهلك 2-2

1. السلوك الشرائي الروتيني/ البسيط
  - يحدث عندما يقوم المستهلك بشراء المنتجات منخفضة الارتباط
  - مثل السكر، الملح، الأرز، إلخ....
2. السلوك الشرائي المحدود
  - شراء فئة سلعية مألوفة ولكن ماركة غير مألوفة، وذات معدل ارتباط متوسط
  - مثل معجون الاسنان، الملابس
3. السلوك الشرائي المكثف
  - شراء منتجات لأول مرة بمعدل ارتباطي عالي وضمن ماركات غير مألوفة فتحتاج إلى جمع معلومات من عدة مصادر ومقارنة الماركات المختلفة قبل اتخاذ القرار الشرائي النهائي
  - مثل أجهزة المعامل التقنية

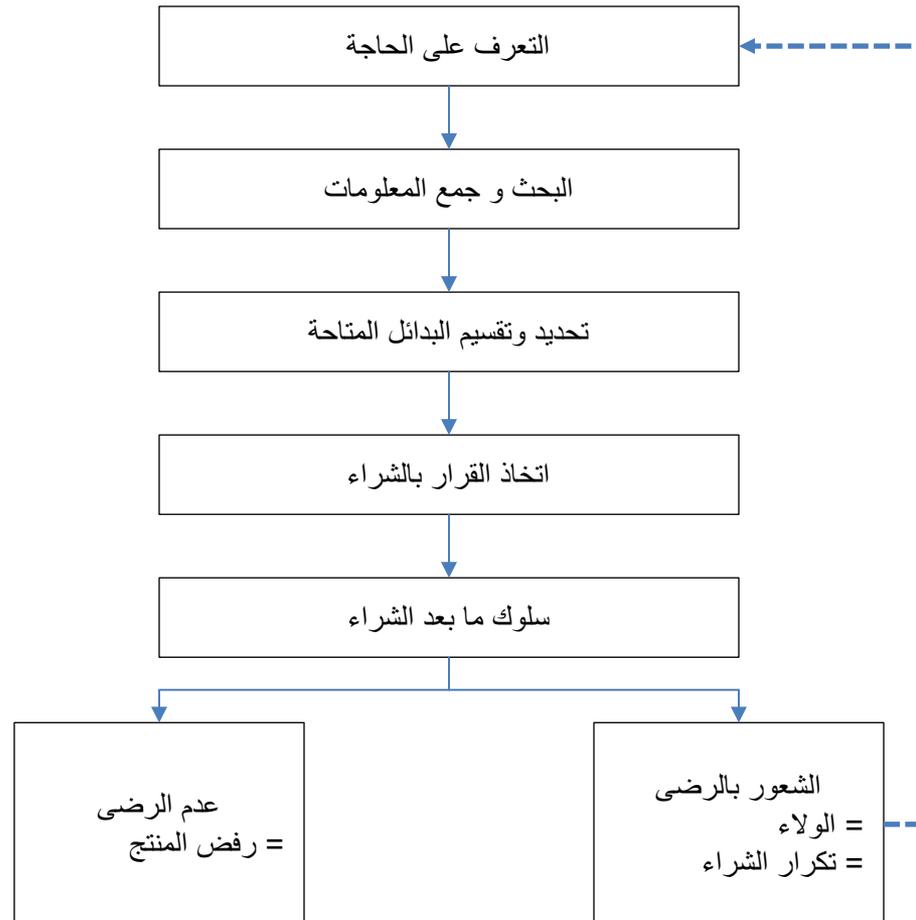
## سلوك المستهلك

### • أدوار السلوك الشرائي 1-1

1. المبارد: الشخص الذي يقترح او يفكر في شراء سلعة أو خدمة معينة
2. المؤثر: وهو الشخص الذي تكون وجهة نظرة تحمل وزنا في اتخاذ القرار الشرائي النهائي
3. متخذ القرار: الشخص الذي يتخذ قرار الشراء بشكل تام او جزئي
4. المشتري: وهو الشخص الذي يقوم بالشراء بعد أن يكون قد تم اتخاذ القرار
5. المستخدم: هو الشخص الذي يمتلك ويستخدم السلع او الخدمات بشكلها النهائي

## سلوك المستهلك

### • مراحل عملية اتخاذ المستهلك لقرار الشراء 5-1



## سلوك المستهلك

### • مراحل عملية اتخاذ المستهلك لقرار الشراء 2-5

#### 1. مرحلة إدراك الحاجة

- ظهور الحاجة او الرغبة في شيء معين ناتج عن دوافع وحوافز معينة سواء خارجية او داخلية

#### 2. مرحلة البحث عن المعلومات

- البدء في جمع المعلومات
- مصادر شخصية: الأصدقاء – العائلة – الجيران
- مصادر تجارية: رجال البيع – الوسطاء – الإعلانات
- مصادر عامة: وسائل الاعلام – جمعيات حماية المستهلك

## سلوك المستهلك

### • مراحل عملية اتخاذ المستهلك لقرار الشراء 3-5

#### 3. مرحلة تقييم البدائل

- يقوم المستهلك بتقييم البدائل على معايير معينة يضعها هو بنفسه، على أساس معيار التقييم المكون من:
  - ترتيب المعلومات
  - وضع أسس معينة للاختيار
  - تحديد أشكال البدائل وانواعها
  - المقارنة بين البدائل
- توزيع النسبة المئوية على جميع الخصائص حسب الأهمية لدى المشتري
- ترتيب البدائل حسب عددها، بحيث يعطى أعلى رقم للأفضل
- مثال على صفحة أكسل

## سلوك المستهلك

- مراحل عملية اتخاذ المستهلك لقرار الشراء 4-5

### القيمة المدركة للبدائل

		بدائل السيارات					مجموعة البدائل
		الإضافات	التصميم والشكل	توفير الوقود	السعر		
		10%	20%	30%	40%		
		4	3	5	3	تويوتا	
		3	4	4	1	هوندا	
		2	2	2	2	نيسان	
		5	5	3	5	هونداي	
		1	1	1	4	بيجو	
المجموع	الإضافات	التصميم والشكل	توفير الوقود	السعر	القيمة المدركة للبدائل		
3.7	0.4	0.6	1.5	1.2	القيمة المدركة لسيارة تويوتا		
2.7	0.3	0.8	1.2	0.4	القيمة المدركة لسيارة هوندا		
2	0.2	0.4	0.6	0.8	القيمة المدركة لسيارة نيسان		
4.4	0.5	1	0.9	2	القيمة المدركة لسيارة هونداي		
2.2	0.1	0.2	0.3	1.6	القيمة المدركة لسيارة بيجو		

## سلوك المستهلك

### • مراحل عملية اتخاذ المستهلك لقرار الشراء 5-5

#### 4. مرحلة اتخاذ القرار الشرائي

- هي المرحلة التي يتم فيها الشراء فعليا
- ما بين نية الشراء والسلوك الشرائي، يدخل عاملين مؤثرين:

➤ اتجاهات الاخرين

➤ العوامل الظرفية الغير متوقعة

#### 5. سلوك ما بعد الشراء

- إذا كانت القيمة الحقيقية للمنتج أكبر أو تساوي الأداء المتوقع = الشعور بالرضى
- إذا كانت القيمة الحقيقية للمنتج اصغر من الأداء المتوقع = عدم الرضى
- في بعض الأحيان يحصل تنافر ذهني بعد الشراء نتيجة بعض المؤثرات الخارجية

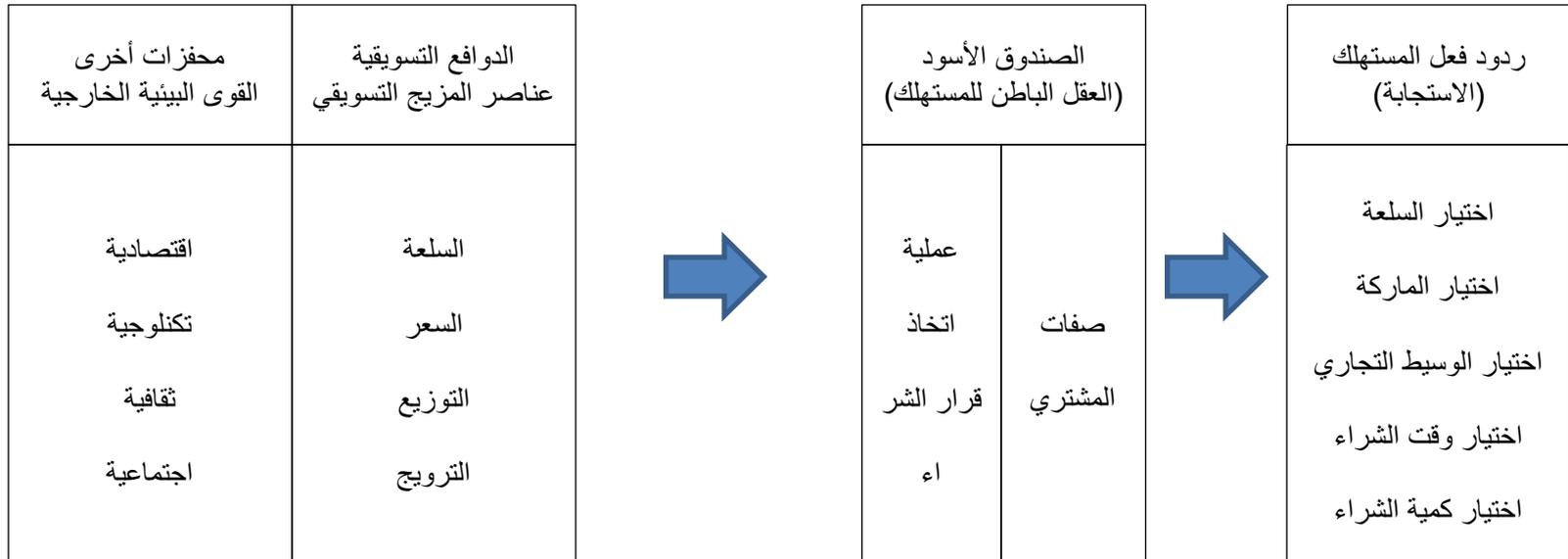
# سلوك المستهلك

## • نموذج السلوك الشرائي 1-1

- يتعرض الفرد للكثير من المؤثرات التي تؤثر على قرار الشراء، وكلها تدخل في العقل الباطن للمستهلك (الصندوق الأسود)، ويتألف من:

➤ الصفات الخاصة بالمستهلك: وهي تؤثر على كيفية إدراكه للعوامل المحفزة والتكيف معها

➤ عملية اتخاذ القرار لدى المستهلك الذي يؤثر على سلوكه الشرائي



## سلوك المستهلك

### • العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي 8-1

#### العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك

	العوامل النفسية	العوامل الشخصية	العوامل الاجتماعية	العوامل الثقافية
المشتري	الدوافع الادراك التعلم القيم المعتقدات	العمر ودورة الحياة الفرد الوظيفة الظروف الاقتصادية نمط الحياة	الجماعات المرجعية العائلة الأدوار المكانية	الثقافية الثقافية الفرعية الطبقة الاجتماعية

## سلوك المستهلك

### • العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي 8-2

أولاً: العوامل الثقافية:

- الثقافة: هي «مجموعة من المفاهيم الإنسانية، والقيم الأساسية، ونماذج الإدراك والاحتياجات والانماط السلوكية التي يكونها المجتمع بحيث تنتقل من جيل إلى آخر بصفاتها محددات وضوابط للسلوك الإنساني»
- الثقافة الفرعية: هي «مجموعة من الأشخاص الذين يؤمن أفرادها بنظام محدد من القيم والذي يقوم على خبرتهم الحياتية العامة ومكانتهم في المجتمع» كمثل الجماعات الدينية، والجماعات القومية
- الطبقة الاجتماعية: تعتبر تصنيفاً فرعياً داخل المجتمع، وهي «التجانس النسبي للأقسام أو الأجزاء في المجتمع والمرتبة بشكل هرمي ويشترك أعضائها بقيم واهتمامات مشتركة وبتسلوك متشابه» كمثل التعليم و الدخل

## سلوك المستهلك

### • العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي 8-3

ثانياً: العوامل الاجتماعية

- الجماعات المرجعية: هي «عبارة عن مجموعة من الأشخاص الذين يؤثرون بشكل مباشر أو غير مباشر على مواقف الشخص الواحد وعلى قيمه ومواقفه وسلوكه»
  - جماعات أولية: وهي الجماعات التي يتفاعل وينتمي إليها الفرد باستمرار مثل العائلة، الأصدقاء، الجيران،،، وتسمى جماعات الاتصال المباشر
  - جماعات ثانوية: يكون فيها التعامل والعلاقات التفاعلية أقل من حيث الاستمرارية، مثل النقابات، والجماعات المهنية
- العائلة: تعتبر العائلة ذات التأثير المباشر، لأن الفرد يتواصل معها بشكل مباشر
- الأدوار والمكانة: وهو «مجموعة من التفاعلات والنشاطات التي يتوقع أعضاء المجموعة من الشخص أن يقوم بها وبالتالي فإن موقع الشخص يتحدد بالدور والمكانة التي يمتلكها»

## سلوك المستهلك

### • العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي 4-8

#### ثالثا: العوامل الشخصية

- دورة الحياة ومراحل العمر: مشتريات سن المراهقة يختلف عن سن الشيخوخة، ويجب على المسوقين الإجابة على الأسئلة التالية:
  - من الذي يؤثر على قرار الشراء؟
  - من يتخذ قرار الشراء؟
  - من يتولى عملية الشراء الفعلية؟
  - من يستخدم السلعة؟
- الوظيفة: يشتري ما يلائم وظيفته أو دخله
- نمط الحياة: من خلال نشاطاته Activities ، اهتماماته Interests ، آراءه (AIO) Opinions
- الحالة الاقتصادية: مدى قدرة الشخص على دفع قيمة المشتريات
- الشخصية ومفهوم الذات: كل شخص يمتلك مجموعة من الصفات الشخصية التي تميزه عن غيره وتؤثر على قرارات الشراء لديه

## سلوك المستهلك

### • العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي 5-8

#### رابعاً: العوامل النفسية

- الدوافع: نقطة البداية هي الدافع لإشباع حاجة معينة، وهي المحرك الداخلي الذي يقود الانسان إلى سلوك

معين

➤ دوافع عاطفية: قيام المستهلك بشراء سلعة معينة دون تفكير منطقي او تحليل لكافة العوامل

الموضوعية المتعلقة باحتياجاته وإمكانياته، مثل التفاخر، والتقليد، والتسلية

➤ دافع رشيدة/ عقلانية: وهي قيام المستهلك بتحليل ودراسة جميع العوامل الموضوعية المتعلقة بالمنتج

قبل شرائها بما يتناسب مع احتياجاته وإمكانياته مثل الجدوى الاقتصادية للمنتج، الأمان، سهولة

الاستخدام والاستعمال

## سلوك المستهلك

### • العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي 8-6

#### رابعاً: العوامل النفسية

- الإدراك: هي العملية التي يقوم المستهلك بواسطتها اختيار وتنظيم وتفسير المعلومات التي بتعرض لها لتشكل صورة ذات معنى للعالم المحيط به، او اكتشاف المحفزات بواسطة الحواس الخمس
  - الإدراك الاختياري: عندما يتم التعرض للعديد من المؤثرات، ما يتم إدراكه هو ما يحاكي الحاجة لديه
  - التشويه الاختياري: هي ميل الافراد إلى تفسير وتكييف المعلومات بما يتفق مع المعاني الشخصية التي برعب بها
  - التذكر الاختياري: يميل إلى تذكر المعلومات التي تنسجم وتدعم مواقفه ومعتقداته المتعلقة بالبدائل من السلعة التي يتم اختيارها

## سلوك المستهلك

### العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي 7-8

#### رابعاً: العوامل النفسية

- الاستيعاب/ التعلم: هي «التغيرات التي تحدث في سلوك الفرد نتيجة للخبرة والتجربة المتراكمة او تغيير في

أنماط السلوك الحالية»

➤ الحاجات الغريزة تتطلب الاستجابة

مثل الجوع والتعب

➤ المؤثر من البيئة الخارجية يدفع

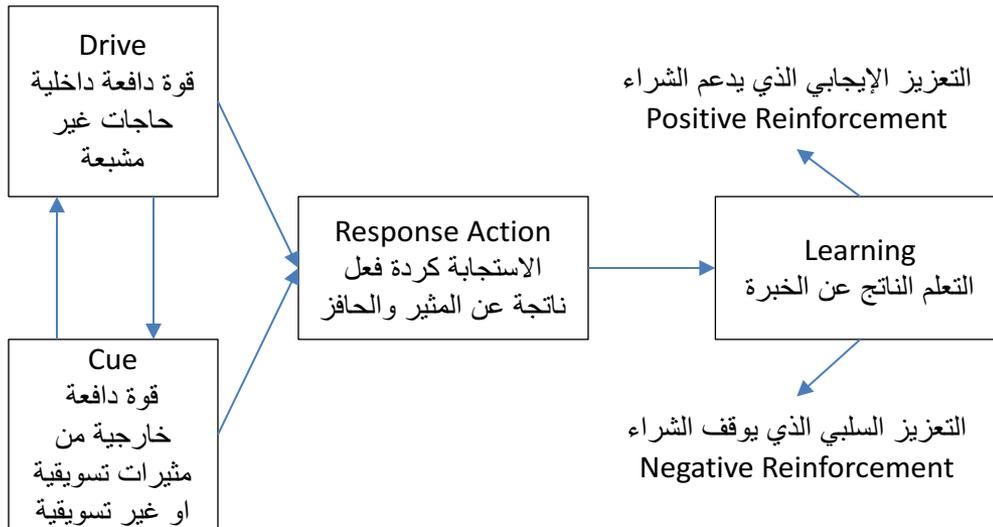
المستهلك للاستجابة

➤ الاستجابة هو ما يقوم به الفرد كردة

فعل للمؤثر

➤ يتم التعزيز إما إيجابي او سلبي

نظرية الاستجابة للمثيرات



## سلوك المستهلك

### • العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي 8-8

رابعاً: العوامل النفسية

• المعتقدات والمواقف:

- المعتقدات: هي «تصور الفرد عن شيء ما والذي يقوده إلى اختيار سلوك معين»
- المواقف: هي «عبارة عن وجهات النظر وفي احساسات وتقييمات وميول الفرد تجاه هدف او فكرة والتي تكون سلبيًا او إيجابيًا»

# سلوك المستهلك

حالة دراسية  
147 صفحة