

مفهوم سلوك المستهلك النهائي

د. علاء شكري

ما هو السوق؟

١ "السوق هو مجموعة من المشترين الحاليين والمرقبين الذين لديهم حاجات أو رغبات غير مشبعة ولديهم القدرة والرغبة في الشراء والذين يمكن خدمتهم واشباعهم من جانب المنشأة"

£ رغبة فعلية

£ قدرة شرائية

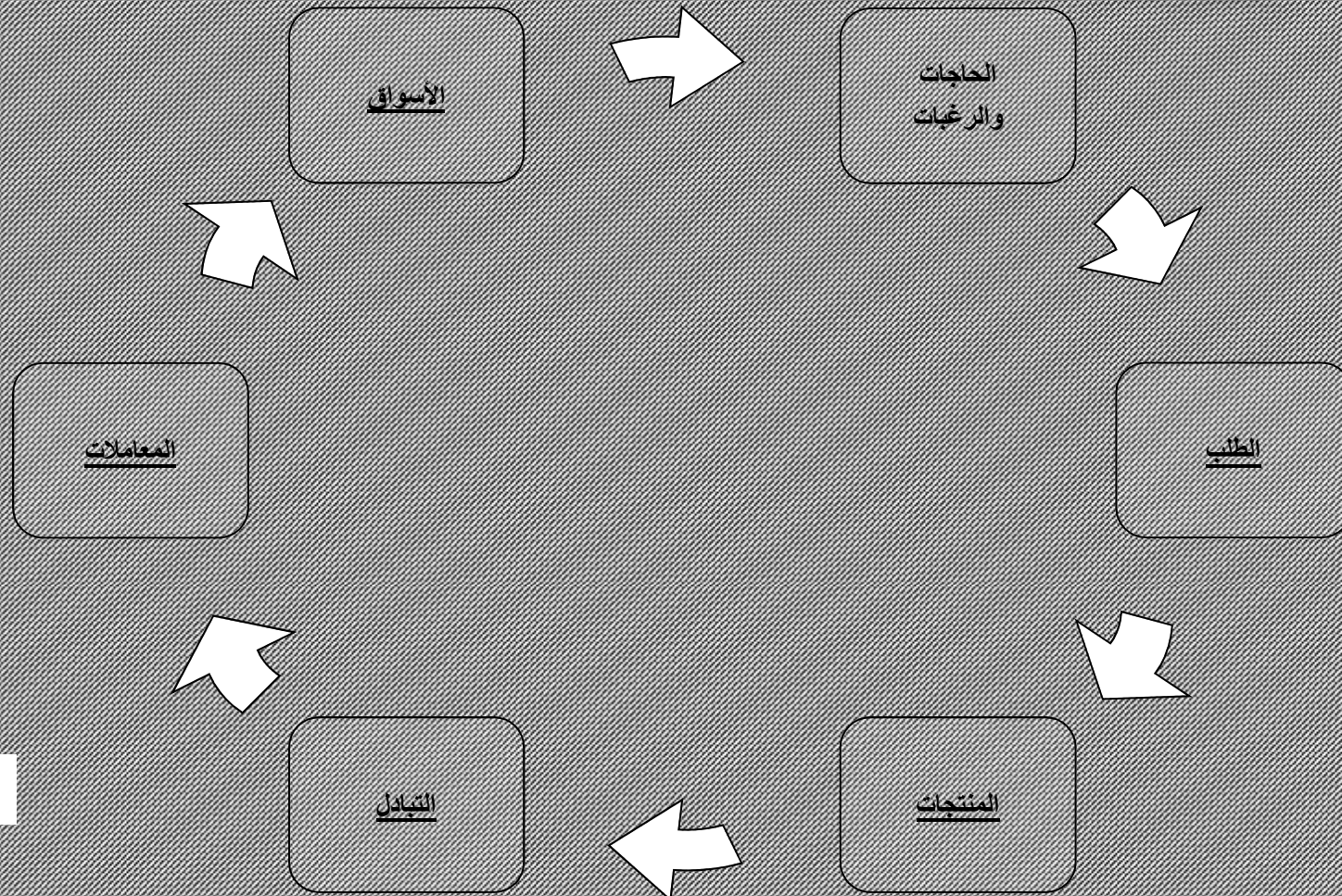
£ سلطة اتخاذ القرار الشرائي

سلوك المستهلك



من المعروف أن العامل المشترك بين البشرية جمعاء هو أنهم جميعاً مستهلكون، مهما اختلفت مواقفهم، أو مستويات تعليمهم، أو اتجاهاتهم، أو قدراتهم الشرائية.

يمر سلوك المستهلك في ست مراحل تبدأ بالشعور بالحاجة
والرغبة وتنتهي في الأسواق كما في المخطط التالي:



نهاية العرض

الطلب

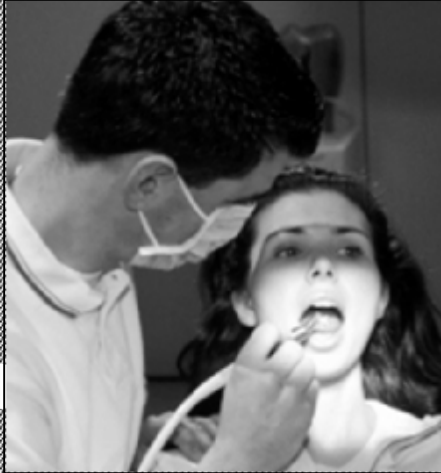


إن طلب المستهلك على سلعة ما يتحدد برغبته في اقتنائها والقدرة الشرائية لديه. وكلنا نعلم المعادلة الصعبة في تعدد الرغبات للأفراد وحاجاتهم أمام الموارد المحدودة، فعلى الفرد أن يختار المنتجات التي تمده بأقصى إشباع ممكن في حدود موارده المالية.

المنتجات



المنتج هو شيء مشبع لحاجة ما،
ويمكن أن يكون على شكل سلعة أو
خدمة.



فالمستهلك يشتري حليب الأطفال
لكي يشبع حاجات أطفاله، ويذهب
الى الطبيب للحصول على خدمة
العلاج.

التبادل



هي عملية اشباع حاجة المستهلك
مقابل شيء ما يمتلكه. وتتم هذه
العملية بين طرفين على الاقل وتتطلب
قدرة كل طرف على الاتصال مع
الطرف الآخر، مع توفير الحرية
المطلقة لقبول أو رفض عرض الآخر.

المعاملات:

البنية الأساسية للتبادل هي المعاملات. فعندما يتفق طرفان على عملية التبادل نقول بان هناك معاملات قد تمت، ومحور هذه المعاملات هو القيمة التي يحصل عليها الطرفان، ومن أبعادها وقت الاتفاق ومكان الاتفاق والمقابل الذي يحصل عليه الطرف الآخر.



الأسواق



إن مفهوم تبادل المعاملات في النهاية
يقودنا إلى مفهوم السوق المستهدف،
الذي يتكون من كافة المستهلكين
الحاليين والمحتملين، الذين لديهم حاجة
أو رغبة معينة ولديهم الاستعداد
والقدرة لإتمام عملية التبادل لإشباع
هذه الحاجة أو الرغبة.

سؤال

من هو المستهلك؟

**المستهلك هو مشتري السلعة أو
الخدمة**

**(المستهلك بصفة عامة هو من يقوم
بشراء المنتجات)**

مفهوم سلوك المستهلك..

Consumer Behaviour Concept

١١

النمط الذي يتبعه المستهلك في سلوكه للبحث أو الشراء أو الاستخدام أو التقييم للسلع والخدمات والأفكار التي يتوقع أن تشبع حاجاته ورغباته.

الفعل الذي يقوم به الفرد في:

شراء واستخدام السلع والخدمات.

العمليات العقلية والاجتماعية التي تسبق وتعقب تلك الأفعال.

أهمية فهم سلوك المستهلك

١٢

الجزء الأهم في العملية التسويقية فهم، لماذا يقوم العميل بالشراء؟

تقسم النظرية التسويقية تحليل
سلوك العميل الى : مستهلك نهائي
و مشتري صناعي.

المستهلك النهائي: الفرد الذي يشتري المنتجات
للاستهلاك الشخصي له أو لأسرته.

اما

المشتري الصناعي: الفرد الذي يشتري المنتجات نيابة
عن المنشأة.

الفرق بين المستهلك والعميل

هل كل مستهلك عميل؟

لا .. لا .. لا

العميل هو الذي يشتري المنتج بصفة منتظمة من محل معين ، وبالتالي فهو عميل (زبون المحل) ، أما المستهلك فهو أيضا يشتري المنتج ، ولكنه ليس لديه ولاء لمحل معين عندما يقوم بالشراء

└─ تبذل المنشآت الجهد والمال لمعرفة الاجابة على التساؤلات التالية:

- └─ لماذا يقوم المستهلك بالشراء؟
- └─ ما هي العوامل المؤثرة على مشتريات المستهلك؟
- └─ من يقوم بعملية الشراء؟
- └─ ما هي معايير الاختيار للمستهلك؟
- └─ كيف يشتري المستهلك؟
- └─ متى يشتري المستهلك؟
- └─ اين يشتري المستهلك؟

نموذج السلوك الشرائي

Model of Buying Behavior

١٦

