

جامعة باجي مختار عنابة  
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية

## المحاضرة الثامنة سلوك المستهلك الشرائي

السنة الثانية علوم تجارية    الساعة: 13.30سا    الأستاذة بـلـعـرج  
**02/12/2025**

# محتوى المحاضرة

أولاً: طبيعة سلوك المستهلك

1-تعريف سلوك المستهلك وخصائصه

2-أهمية وأهداف دراسة سلوك المستهلك

ثانياً: العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك

# تعريف سلوك المستهلك

عبارة عن نشاطات الأفراد أثناء اختيار وشراء السلع والخدمات من أجل إشباع رغبات وسد حاجات المستهلك المطلوبة، أي أنه عبارة عن جميع الأنشطة التي يقوم بها الأفراد لاختيار وشراء المنتوجات ذات الجودة العالية والسعر الأقل من أجل إشباع رغباتهم وسد حاجاتهم.

# خصائص سلوك المستهلك

- الأفعال والتصرفات التي يأتيها الأفراد ويقومون بها لا يمكن أن تكون من فراغ أو تنشأ من عدم بل من دافع أو سبب.
- أن السلوك الإنساني هو سلوك هادف
- السلوك الذي يقوم به الأفراد ليس سلوكاً منعزلاً وقائماً بذاته بل يرتبط بأعمال وأحداث تكون قد سبقته وأخرى قد تتبّعه.
- السلوك الإنساني سلوك متنوع.
- السلوك الإنساني هو عملية مستمرة ومتصلة
- سلوك الإنسان هو سلوك مرن
- صعوبة التنبؤ بالسلوكيات والتصرفات التي يأتيها الأفراد.

# أهمية سلوك المستهلك

- تفيد دراسة سلوك المستهلك في التعرف على كافة المعلومات والبيانات التي تساعدهم في الاختيار الأمثل للمنتجات المطروحة وفق إمكاناتهم الشرائية وميولهم وأذواقهم.
- نتائج الدراسات السلوكية والاستهلاكية تفيدهم في تحديد حاجاتهم ورغباتهم بحسب الأولويات التي تحددها مواردهم المالية والظروف البيئية المحيطة.
- يتمكن المؤثرون على القرار الشرائي من إجراء كافة التحليلات اللازمة لنقاط القوة أو الضعف لمختلف البديل المتاحة
- تفيد في تحديد مواعيد التسوق الأفضل للأسرة وأماكن التسوق المرغوبة حسب الطبقة الاجتماعية للمشترى.
- تفيد كافة أطراف العملية الإنتاجية والتسويقية في تحديد أولويات الاستثمار المربحة للمنتجين والمسوقين من ناحية وأولويات الإنفاق وتوزيع الموارد المالية المتاحة من ناحية أخرى بما يضمن لها الأرباح الكافية التي تمكّنها من استمرارية العمل.

# أهداف سلوك المستهلك

- تمكن المستهلك من فهم ما يتخذه يومياً من قرارات شرائية ومعرفة الإجابة على ما يلي:
- لماذا يشتري؟ أي التعرف على الأنواع المختلفة من المنتجات التي يمكن أن تشبع حاجاته ورغباته.
- لماذا يشتري؟ أي التعرف على الأهداف التي من أجلها يقدم المستهلك على الشراء
- كيف يشتري؟ أي يتعرف على العمليات والأنشطة التي تنتهي إليها عملية الشراء
- تتمكن الباحث من فهم العوامل أو المؤثرات الشخصية والعوامل أو المؤثرات الخارجية التي تؤثر على تصرفات المستهلكين.
- تتمكن التسويق من معرفة سلوك المشترين الحاليين والمرتقبين والبحث عن الكيفية التي تسمح له بالتأقلم معهم أو التأثير عليهم.
- يمكن من التعرف على مكان الشراء، تكرار الشراء واستهلاك المنتجات التي تم شراؤها، توزيع المنتج سواء داخل أو خارج البلاد لحظات وفرص الاستهلاك ونوع الاستهلاك.

# العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي

- **العوامل الثقافية**: الثقافة العامة ،الجزئية والطبقة الاجتماعية
- **العوامل الذاتية**: العمر ،نطط الحياة، المنصب أو الوظيفة، الشخصية
- **العوامل النفسية**: الدوافع، الإدراك، التعلم، المعتقدات.
- **العوامل الاجتماعية**: الجماعات المرجعية، العائلة