

## ٣ - الأدوار والكانة

يشارك الفرد في أكثر من جماعة ، فهو عضو في أسرة ، وفى نادى ، وفى نقابة ، وفى منظمة ....الخ

وهكذا فإن وضع الفرد في كل جماعة يمكن التعبير عنه بالدور والكانة فالدور يتكون من الأنشطة التي يتوقع الآخرين من الفرد قيامه بها أو بلغة أخرى: الدور هو كل ما يتوقعه الآخرين من الفرد ، وكل دور يحمل مكانة تعكس الاحترام العام المرتبط به في المجتمع . فدورك كمدير تسويق أو مبيعات أو حسابات أو موارد بشرية في إحدى الشركات له مكانة في المجتمع تفوق المكانة التي تتمتع بها وأنت طالب في الجامعة . وكمدير إحدى هذه الإدارات فإنك سوف تشتري نوع الملابس والسيارة التي تعكس دورك ومكانتك

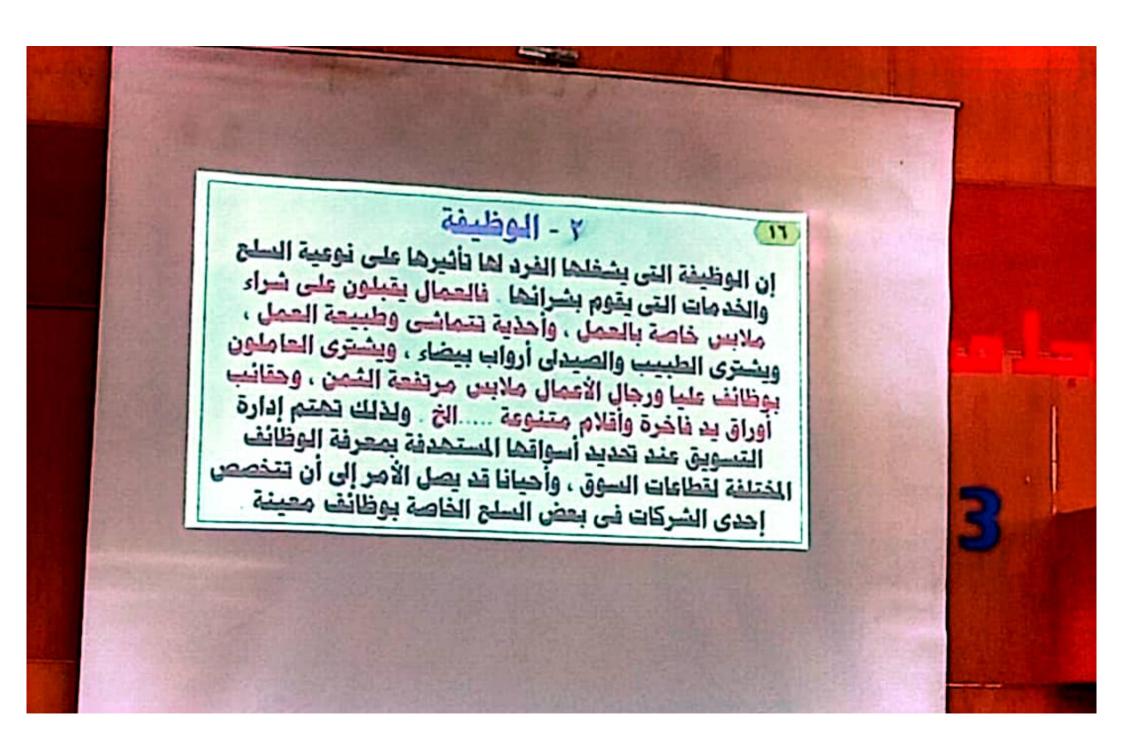
#### ثالثًا: العوامل الشخصية

١ - العمر ومراحل دورة حياة الأسرة

يقوم الأفراد بتغيير السلع والخدمات التى يقبلون عنى شرائها بتغير مراحل الحمر ، كما أن الاستهلاك ونوع المنتجات يتغير بتغير المرحلة في دورة حياة الأسرة

وقد أثبتت الدراسات الحديثة أن هناك العديد من المراحل فى دورة حياة الأسرة ، والتى تختلف من حيث نوع وحجم الاستهلاك ، بداية من الأعرب الذى لم يسبق له الرواج ولا يقيم فى منزل الأسرة ، ثم المتروجين حديثاً وليس لديهم أطفال ، ثم من لديهم أطفال أصغر من

السادسة ، ثم من لديمم أطفال اكبر من السادسة ، ثم التروجين ولديمم أولاد كبار ولكن ما زالوا يعولوهم ...... وهكذا



## الشخص يمكن إرجاعه إلى نمط الفرد في المعيشة في الحالم الحيط كما هو معبر عنه من خلال الأنشطة الختلفة التي عوم بها ، واهتماماته ، وأرائه . فنمط الحياة يصور لنا ككل في تفاعله مع البيئة الحيطة ويمكن تعريف أنماط الحياة على أنها - النماذج والظاهر التي تعكس حياة الناس ، وكيفية إنفاقهم لوقتهم وأمواهم

## أنواع الدوافج

أ - دوافع أوليه

وهى التى تدفع الشخص إلى شراء سلعة معينة بغض النظر عن ماركتها ، كما هو الحال عند شراء سيارة بهدف النقل أو ثلاجة بهدف حفظ الأغذية .

ب - دوافع انتقائية

وهى التى تدفع الفرد إلى شراء ماركة معينة من السلعة كما هو الحال عند شراء سيارة تويوتا أو شراء ثلاجة ايديال ح - دوائج التعامل :

وهى التى تؤثر على قرار الشخص بالشراء من محل معين نقد نجد الشخص يفضل الشراء من متجر معين لجموعة من الأسباب تشمل مناسبة الأسعار أو الخدمة الجيدة أو الموقع المناسب أو الامانة في التعامل ، أو تنوع تشكيلة السلع العروضة في الحل أو الصداقة مع مندوبي البيع في المتجر

ويعمل رجال التسويق على دراسة دوافع المستهلكين من خلال بحوث التسويق ، وخاصة بحوث الدوافع لمعرفة العوامل المؤثرة على الشراء أو عدم الشراء ، وتستخدم في هذا المجال المقابلات المتعمقة ، والقابلات الجماعية أو كليهما .

#### ٢ - الإدراك

يتعد بالإدراك عملية تفسير ما يحسه الانسان من خلال حواسه الختلفة ، وهي حاسة السمح والبصر والشم واللمس والتذوق

ويتأثر إدراك الفرد لسلعة أو خدمة معينة بالعوامل الاتية

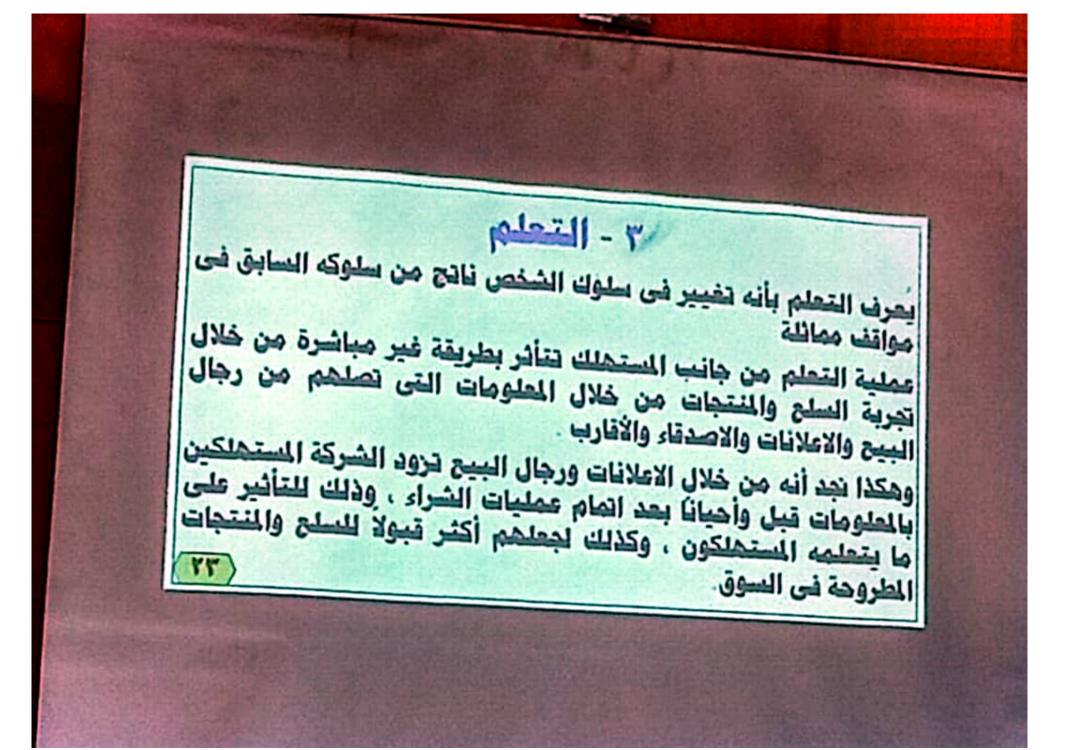
١ - خصائص المؤثر ( السلعة أو الخدمة أو الاعلان أو غيرها ) من
حيث الحجم واللون والموقع ودرجة التكثيف والحركة .

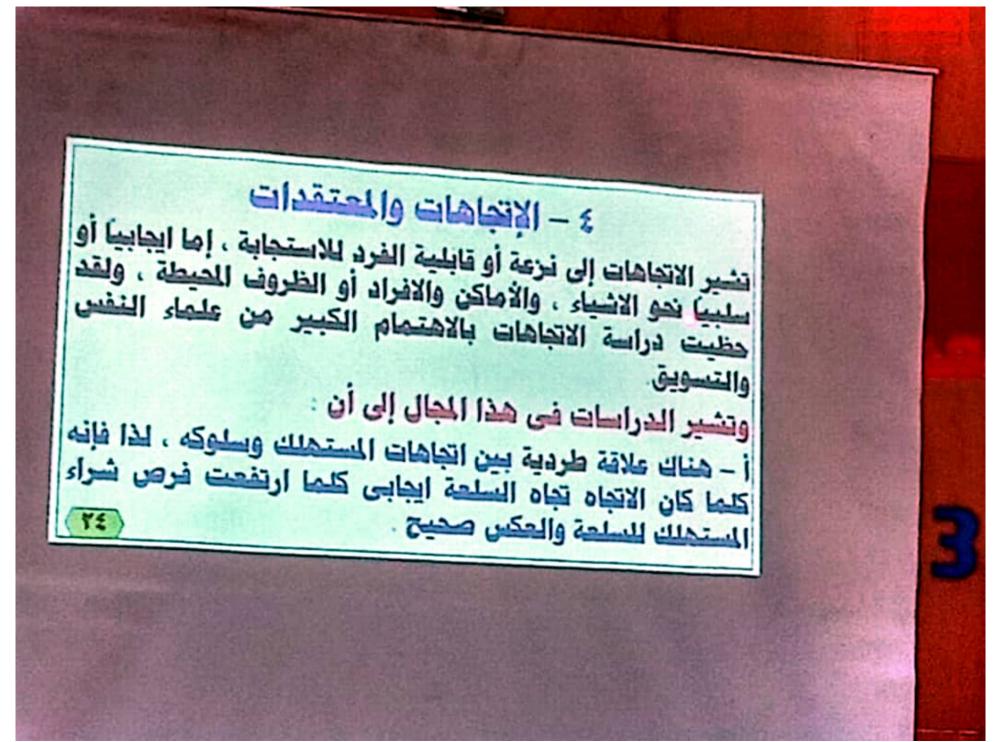
٧ - الاستعداد الذهني والنفسى للمستملك

٢ - الخبرات السابقة .

٤ - العوامل الاجتماعية والحضارية

"





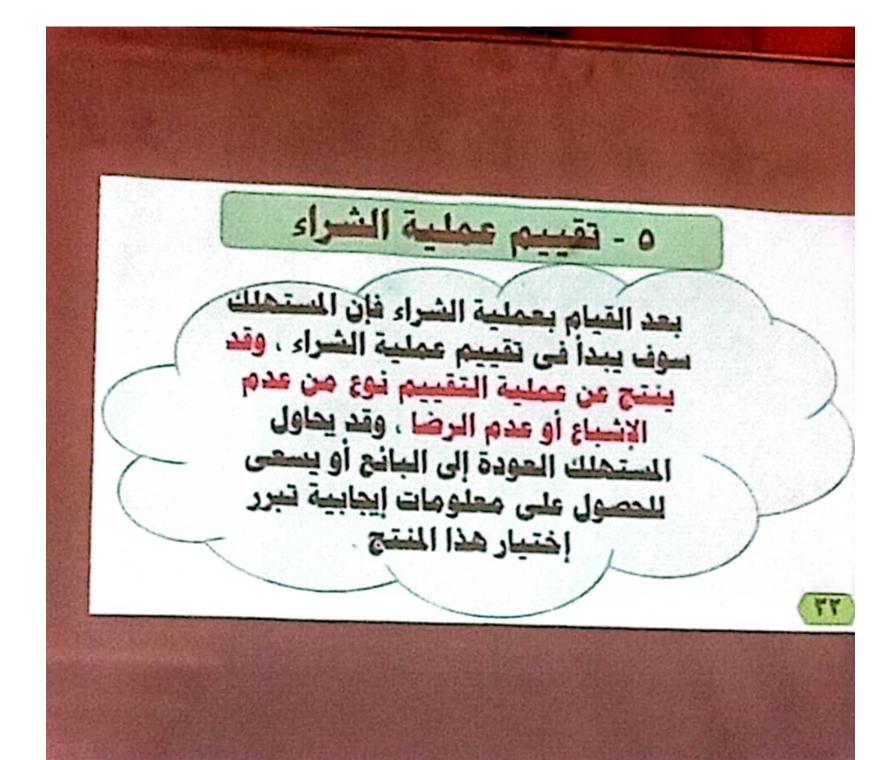
يقوم المشترى فى هذه المرحلة بإختيار المنتج أو الماركة بناء على نتائج تقييم البدائل فى المرحلة السابقة ، وفى أثناء هذه المرحلة يتم مناقشة والاتفاق على قضايا من بينها السعر ، ومواعيد التسليم ، الضمان ، والصيانة ....الخ ثم تنفيذ عملية الشراء.

(71)

٢ - من الحوامل الشخصية المؤثرة على سلوك المستملك :
أ - الوظيفة.
ب - الأوضاع الإقتصادية.
ج - أ ، ب معا.

ع - المرحلة الأولى من مراحل عملية اتخاذ القرار الشرائى : أ - إدراك المشكلة. ب - البحث عن معلومات. ج - تقييم البدائل. د - الشراء.





#### ٢ - تقييم البدائل

يضع المستملك أو المسترى مجموعة من المعايير والمؤشرات التى يمكن من خلالها مقارنة خصائص المنتج ، وتعتبر هذه المؤشرات والمعايير بمثابة خصائص وصفات مرغوبة من جانب المسترى أو المستملك ، وإذا نتج عن التقييم وجود ماركة تجارية أو أكثر يكون المستملك مستعداً لشرائها ، فإنه يكون مستعداً للتحرك إلى المرحلة التالية من قرار الشراء.

٨ - إن الأفراد الذين يتشابحون في الثقافة والطبقة الاجتماعية
والوظيفة ، يجب أن يتشابحوا أيضاً في أنماط حياتهم

٩ - الدوافح الإنتقائية هي التي تدفع الشخص إلى شراء سلعة معيشة
بخض النظر عن ماركتها.

١٠ – هناك علاقة طردية بين إتجاهات المستهلك وسلوكه الشرائى.



## ٢ - البحث عن العلومات

بعد إدراك الشكلة أو الحاجة من جانب المستحلك ، فإنه يبدأ في المحث عن المعلومات ، مواصفات وخصائص المنتج ، مواصفات وخصائص المنتج ، مواصفات وخصائص البائع ، الضمان والخدمة والأسحار ، وعند البحث عن المعلومات فإن المستحلك قد يتجه إلى مصدر واحد أو عدة مصادر ونجاج المستحلك في مرحلة البحث عن المعلومات يعطيه فرصة ، ونجاج المستحلك في مرحلة البحث عن المعلومات يعطيه فرصة في التحرف على الكثير من الماركات والعلامات التجارية البديلة



## تطبيقات الفصل الثالث السؤال الأول ضع علامة (√) أمام العبارة العديدة ، وعلامة (×) أمام العبارة الخاطئة لكل هن المبارات التالية : ١ - فهم وتفسير والتنبؤ بسلوك المستهلك الشرائي يمثل إحدى المحام الرئيسية لإدارة التسويق وخاصة التى تتعامل مع الأسواق الصناعية. ٢ - يتعرض المستخلك لشيرات تسويقية تتمثل في القوى الاقتصادية والتكنولوجية والسياسية والثقافية

٣ - يعتبر العمر ومراحل دورة حياة الأسرة من العوامل الاجتماعية

المؤثرة على سلوك المستملك

# السؤال الثاني اختر الإجابة الصحيحة من بين الإجابات الختلفة

– من الحوامل الثقافية التي تؤثر على سلوك الستملك ب - الجماعات المرجعية. - الطبقة الإجتماعية. د - الأدوار والمكاتة.

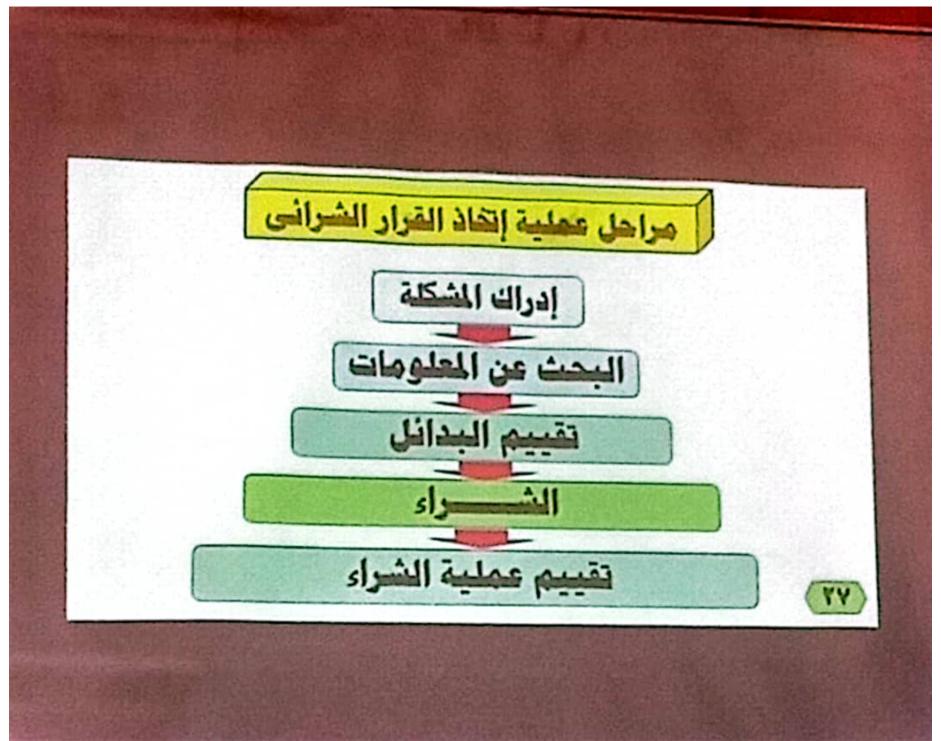
ج - الأسرة.

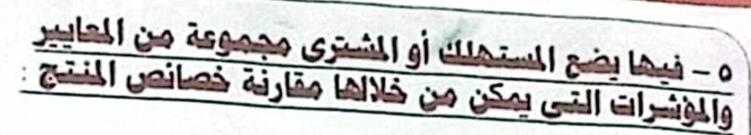
-الحوامل النفسية المؤثرة على سلوك الستهلك ، ليس من

ب - نمط الحياة.

ج - الإدراك.

د - التعلم.





ب - مرحلة البحث عن المعلومات. د - مرحلة تقييم عملية الشراء.

أ ـ مرحلة إدراك المشكلة. ج ـ مرحلة تقييم البدائل.



٤ - تحتبر الثقافة بمفهومها الحام من أكثر الحوامل المؤثرة على سلوك المستهلك

٥ - من الجماعات المرجعية الثانوية والتي تؤثر على السلوك الشرائى
المستحلك : الأسرة ، الأصدقاء ، والجيران

٣ - يتأثر الأفراد في سلوكهم الشرائى بالجماعات التي لا ينتمون اليها.

٧ - لا يتغير الاستحلاك ونوع المنتجات بتغير المرحلة في دورة حياة الاسرة.

75

