

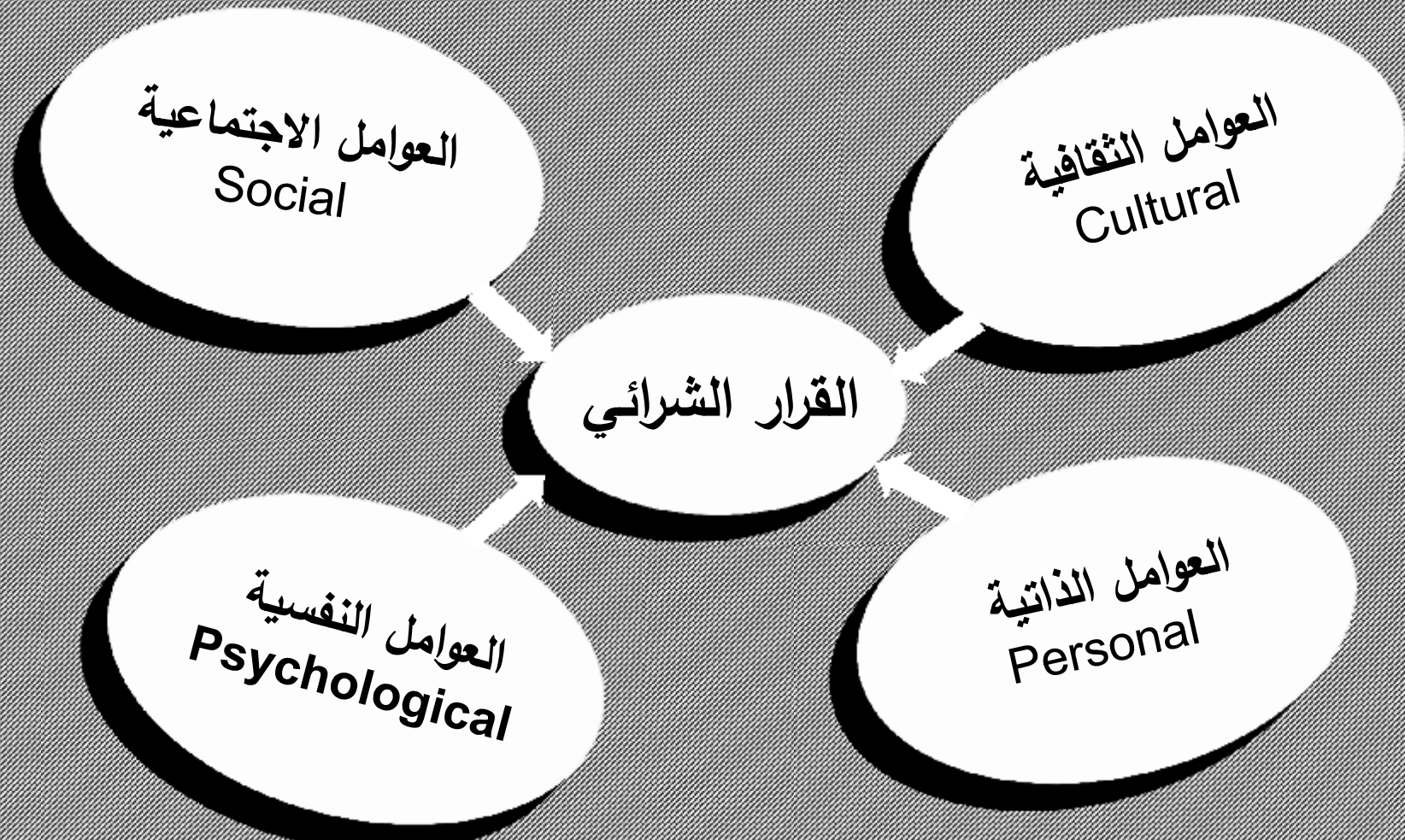
العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك

Influential Factors on Consumer Behaviour

العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك

Influential Factors on Consumer Behaviour

٢



العوامل الثقافية

Factors Cultural

٣

الثقافة

الثقافة الفرعية

الطبقة الاجتماعية

المشترى

١- العوامل الثقافية : (cultural factors) .

*- هي مجموعة من العوامل التي يعبر الفرد من خلالها عن اسلوبه في التعامل اليومي من خلال تجاربه الانسانية السابقة وتشمل :

أ- الثقافة العامة : (culture)

*- هي عبارة عن التراكم المعرفي والقيمي لمفاهيم يستخدمها المجتمع مع البيئة ، ويتم توريثها للأجيال القادمة .

*- تعتبر معيار شخصي للتعامل مع الآخرين .

مثال : المواطن يقوم بإجراء الفحص الدوري سنويا .

ب- الثقافة الفرعية : (sub-culture)

*- هي تلك الثقافة التي تمتلك سمات وصفات سلوكية خاصة يمكن تمييزها عن غيرها من المجتمعات الأخرى ضمن الثقافة العامة .

*- يمكن ان تعطي تطابق شخصي او اجتماعي لأعضائها قياسا مع غيرها من الثقافات

*- مثال تناول الفئات العمرية غير الشابة اطعمة خالية من الدهون حفاظا على صحتهم.

ج- الشريحة الاجتماعية : (social class)

*- تحتوي المجتمعات على شرائح اجتماعية مختلفة يعتمد ذلك على :

*- الدخل * - التعلم * - مكان الإقامة * - المهنة الخ .

*- هذا يساعد على التمييز بين هذه الشرائح الاجتماعية .

*- الشريحة الاجتماعية : هي التجانس النسبي لأقسام او اجزاء المجتمع ، ويشترك اعضائها باهتمامات وسلوكيات مشتركة .

العوامل الاجتماعية

Social Factors

٦

جماعات المرجعية
Reference Groups

الاسرة
Family

الدور والمكانة
Roles & Statuses

٢- العوامل الاجتماعية : (social factors)

- تمثل مجموعة العلاقات التي تربط الفرد بالآخرين ، ويؤثر ويتأثر بهم مثل :

أ- الجماعات المرجعية : (reference group)

*- هي تلك الجماعات التي تؤثر بشكل مباشر او غير مباشر على اتجاهات الافراد وسلوكهم مثل :

*- الاصدقاء * - جماعات العمل * - الجيران * - النقابات * - الجمعيات .

*- هذه الجماعات ممكن ان تؤثر على سلوك المرضى من حيث تفاعلهم او شراءهم للخدمات الصحية .

ب- العائلة : (family)

- *- تعتبر المجموعة الاولى التي يتأثر بها الفرد ويؤثر بها .
- *- لذلك فان قرار شراء الخدمات الصحية سيتأثر بقرار العائلة .
- *- مثل اجراء عملية جراحية .

ج- المكانة : (status)

- *- تمثل الموقع الذي يحتله الفرد في المجموعة الاجتماعية للفرد .
- *- مثال : يذهب الفرد للتبرع بالدم قبل غيره بسبب مكانته بين المجموعة .

العوامل الذاتية أو الشخصية *Personal Factors*

٩

Personal Factors العوامل الذاتية

العمر ومراحل دورة
حياة الاسرة

المهنة و الظروف الاقتصادية

نمط الحياة

الشخصية

٣- العوامل الشخصية : (personal factors)

10

*- تشمل العوامل التالية :

أ- العمر : (age)

- *- للعمر تأثير كبير على السلوك الشرائي للخدمة الصحية .
- *- كلما زاد العمر زاد الاعتماد زاد اعتماد المريض او الفرد على نفسه في شراءه للخدمات الصحية .
- *- القانون يشترط موافقة ولي الامر على اجراء عملية جراحية للمرضى التي تقل اعمارهم عن ١٨ سنة .
- *- ايضا يمكن ان يطبق ذلك على كبار السن من حيث موافقة ابنائهم على الإجراءات الطبية لهم .

ب- نمط الحياة : (life style)

*- يختلف الافراد في نمط حياتهم مع اشتراكهم في الثقافة ، والوظيفة ، والشريحة الاجتماعية .

*- نمط الحياة الفردي ناتج عن :

*- البيئة المحيطة بالإنسان .

*- الانشطة التي يقوم بها الفرد .

*- اهتمامات الفرد واراءه .

*- لذا على العاملين في مجال التسويق ان يبحثوا عن العلاقات القائمة ما بين الخدمات المقدمة وانماط الحياة للمرضى .

ج- الشخصية : (personality)

- *- تعتبر الشخصية من اهم المقومات في تقييم سلوك الفرد .
- *- الشخصية : هي استجابة الفرد المتميزة للمثيرات او الاحداث الاجتماعية وكيفية توافقه معها .
- *- سلوك الفرد يتأثر بعاملين :
 - أ- سمات الفرد وخبرته في الحياة .
 - ب- المؤثرات الخارجية المحيطة بالفرد .
- *- هذه العوامل السابقة تساعد الفرد على حسن اختياره للخدمات الصحية والمستشفى والاطباء الخ .

العوامل النفسية

Psychological Factors

١٣

الدافع
Motivation

الاتجاه
Attitudes

الادراك
Perception

التعلم
Learning

١ - الدوافع Motivation

١٤

١١ القوى الكامنة التي تحرك الافراد نحو اتباع سلوك معين..
او

١١ الناتج السلوكي للحاجة، يعمل على الوصول الى الهدف الذي يشبع تلك الحاجة.

١١ الحاجات اما جسدية او نفسية

ما هي الدوافع ؟

١٥

“هي القوى الكامنة التي تحرك
الافراد نحو اتباع سلوك
معين”

✕ “حاجة او رغبة معينة تؤدي
بالإنسان الى أن يتصرف بطريقة ما”



دوافع الشراء

١٦

١١ يوجد دوافع معقدة تقف خلف القرارات الشرائية:

١٢ الدوافع الخفية والدوافع المصرح بها.

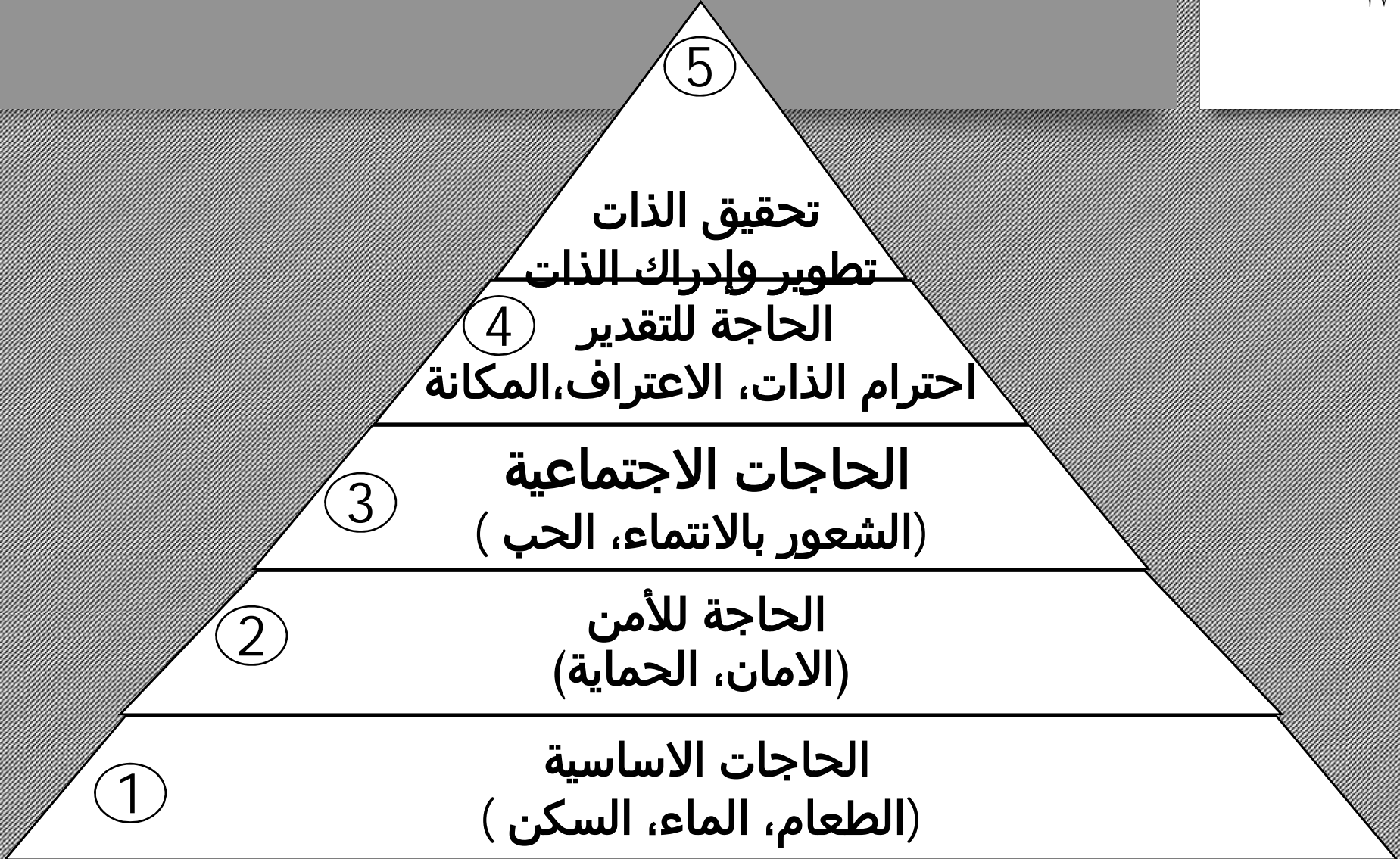
١٣ ما هو الدافع وراء شراء ساعات روكس؟

١٤ لذا من الممكن تحليل الدوافع باستخدام هرم الحاجات لماسلو.

هرمية الحاجات لماسلو

Maslow Needs Hierarchy

١٧



الصفات، المنافع ، الدوافع هل هناك فرق؟

¶ **الصفات** " ماذا يحمل المنتج من صفات؟ في شكل مواصفات ومحتويات ومقاييس أداء "

¶ **المنافع** " المكافأة التي يحصل عليها العميل من شراء المنتج ، أي ماذا يريد العميل ؟ طعام ، أداء مميز ، توفير نفود، سعادة أولاد ، صحة "

¶ **الدوافع** " لماذا يريد العميل هذه المنتجات؟ مثل التخلص من مشكلة، وضع اجتماعي مميز ، احترام .. "

تحويل الحاجات إلى منافع ومنتجات

المنتج	المنفعة	الحاجة
مياه - مشروبات	الارتواء من العطش	الحاجة إلى الشراب
نظم الأمان - أحزمة الأمان	حفظ النفس	الحاجة إلى الأمان
النوادي - الموبايل	صداقة (مثلاً)	الحاجات الاجتماعية
السيارات الفخمة - المجوهرات	نيل احترام الناس	الحاجة إلى المكانة
الكتب - التعلم	الابتكار	الحاجة إلى تحقيق الذات

٢ - الإدراك Perception

٢٠

١ عملية تلقي وتنظيم واستيعاب المعلومات والمغريات البيعية
عن طريق الحواس الخمس.

١ تؤثر الطريقة التي يدرك بها الفرد المثيرات الخارجية على
رد فعل الفرد.

١ الإدراك.. وعلاقة المثير بالأشياء المحيطة وظروف الفرد.

الإدراك

الإدراك هو عملية تلقي المعلومات وتنظيمها
وتحديد معنى لها

يعتمد إدراكنا لما نلتقاه من رسائل على خبراتنا
السابقة

نحن ندرك الرسائل التسويقية التي تصل
إليها بشكل انتقائي (الإدراك الانتقائي) ويعني ذلك:
الانتباه للمثيرات القوية - إدراك ما يتفق مع ما نعرفه من
معلومات - الاحتفاظ بجزء يسير من هذه الرسائل (الاحتفاظ
الانتقائي) - كما أن المستهلك قد يفهم الرسالة على غير ما
قصدته المسوق (الخلل الانتقائي) لذا يحرص المسوقون أن يكون
الخلل عند حده الأدنى

نستنتج مما سبق اختلاف الأفراد في طريقة إدراك نفس
المثير وبالتالي في رد الفعل اتجاه هذا المثير حسب:

عمليات الإدراك الثلاث:

الإدراك الانتقائي

الاحتفاظ الانتقائي

الخلل الانتقائي

٣ - التعلم Learning

٢٣

١١ تغيرات في سلوك الفرد نتيجة الخبرة.
بمعنى آخر

١١ التغيرات في سلوك الفرد نحو الاستجابة تحت تأثير
خبراته أو ملاحظته للأنشطة التسويقية.

التعلم

يهدف المسوقون إلى ترك خبرات موجبة لدى المستهلك عن منتجاتهم (تعلم)

تتحول هذه الخبرات الموجبة (عادة) مع الوقت إلى سلوك يدعم اتخاذ القرارات نحو شراء منتجات الشركة التي قامت بتعليم المستهلك

العوامل الأزيمة للتعلم

٢٥

μ يعتبر التعلم نتاج التفاعل بين مجموعة من
العوامل:

μ الدافع

μ المداخل

μ الاستجابة

μ الدعم:

μ العقاب

٤ - الاتجاه او الميول

١- التقييم، المشاعر العاطفية، واتجاهات التصرف الدائمة
الايجابية أو السلبية نحو بعض الاشياء او الافكار.
بمعنى اخر

١- موقف الفرد الايجابي او السلبي اتجاه الاشياء او الافكار.

١- ميول الفرد له علاقة بالسلوك الاستهلاكي (تكوين الانطباع)

الاتجاهات

الاتجاه هو استعداد مكتسب يجعل الفرد يقبل أو يرفض شيء معين بشكل ثابت

بصفة عامة تؤثر اتجاهات الفرد على سلوكه الشرائي حيث يميل الفرد إلى شراء ما يتوافق مع اتجاهاته

من خصائص الاتجاهات:
للإتجاه هدف وهو الشيء الذي يتكون حوله -
الاتجاه
تميل الإتجاهات إلى الاستقرار وصعوبة التغيير -
أنها قابلة للتعميم -
يمكن تغيب الإتجاهات ولكن تحتاج لفقت طويلا ، -

خصائص الاتجاهات

تتصف
بالثبات

مكتسبة

قابلة للتعميم

تخص شيء
معين
(الهدف) ولها
قوة ومسار نحوه

مكونات الاتجاه او الميول

٢٩

┆ المكون الادراكي:

┆ المكون العاطفي:

┆ المكون السلوكي:

ولاء العميل

٣٠

 يشير الولاء: إلى أن المستهلك على استعداد ، على الأقل وفي بعض الأحيان إلى التخلي عن الرغبات الخاصة به لمصلحة الصنف.

 الولاء الزائف مقابل الولاء الحقيقي

 أنماط الولاء:

 ولاء شديد:

 ولاء معتدل:

 ولاء متنقل:

 المتحولون:

مصادر الولاء للمنتجات

العاطفي

للاسم

للصفات الحاكمة

الارتباط

ارتفاع تكلفة التغيير

التعامل الطويل المألوف

المرتبط بالراحة