

## المحاضرة السادسة: أنواع وأنماط سلوك المستهلك

مقدمة: تتعدد وتتغير سلوكيات وتصرفات الإنسان بحكم أنه كائن إجتماعي يتأثر بما حوله ويؤثر، ولهذا يختلف سلوك الإنسان الإستهلاكي .

### أولاً: أنواع وتقسيمات السلوك:

ومن أهم التقسيمات في هذا السلوك مايلي:

#### 1- حسب شكل السلوك:

- السلوك الظاهر: وهو التصرفات والأفعال الظاهرة والتي يمكن ملاحظتها من الخارج مثل : النوم، الأكل ، الشرب..
- السلوك الخفي: وهو السلوك الذي لا يمكن مشاهدته أو ملاحظته بشكل مباشر ، بل يمكن الإستدلال عليه من خلال ملاحظة الأوجه المختلفة لسلوك وتصرفات الأفراد الظاهرة.

#### 2- حسب طبيعة السلوك:

- السلوك الفطري: وهو السلوك الذي غالبا ما يصاحب الإنسان منذ ولادته ومن دون الحاجة إلى التعلم أو التدريب
- السلوك المكتسب: وهو السلوك الذي يتعلمه الفرد بوسائل التعلم أو التدريب المختلفة مثل: القراءة، الكتابة، السباحة، القيادة

#### 3- حسب العدد:

- السلوك الفردي: وهو السلوك الذي يتعلق بالفرد وما يتعرض له من مواقف خلال حياته اليومية
- السلوك الجماعي: وهو السلوك الذي يخص مجموعة من الأفراد وليس فردا واحدا، فهو يمثل علاقة الفرد بغيره من الأفراد كأفراد الجماعة التي ينتمي إليها كالأسرة

وجماعة العمل أو الدراسة، وهي علاقة تبادل من حيث الأثر والتأثير، إذ تؤثر الجماعة في الفرد أكثر مما يؤثره الفرد على الجماعة.

#### 4- حسب حداثة السلوك:

- سلوك جديد: وهذا إذا حدث أول مرة ، وبالتالي يعتبر حالة سلوكية جديدة ومستحدثة
- سلوك مكرر قد يكون السلوك مكررا أو معادا ، وقد يكون قريب لما سبقه من تصرفات وأفعال(عنايي بن عيسى ،2010،ص45 )

#### ثانيا: تصنيف المستهلكين :

ان تصنيف المستهلكين يتم حسب مستويات ثلاث:

1. الصفات الشخصية : الجنس , العمر,الدخل,الوضع الاجتماعي
2. العوامل المتعلقة بالسلعة ( المنفعة المطلوبة): وهي المنفعة التي يحصل عليها المستهلك من استخدام السلع وهي تختلف من شخص الى اخر وتعتمد على الشخصية وتختلف من شخص الى اخر
3. مقاييس السلوك : وهذه المقاييس هي:
  - أ -نسبة استعمال المستهلك للسلعة.
  - ب -كمية الشراء للسلعة من قبل المستهلك.
  - ت -الولاء لهذه السلعة من قبل المستهلك.

### ثالثاً: أنماط سلوك المستهلك:

يتميز السلوك الإنساني بصفة عامة ، وسلوك المستهلك بصفة خاصة بالإختلاف وعدم التجانس، ولهذا نجد الأفراد يختلفون من مجتمع لآخر وفي نفس المجتمع ، ومن فرد لآخر ولدى الفرد نفسه في الظروف ومراحل الحياة المختلفة، ولهذا وجدت مجموعة من الأنماط من المستهلكين والتي يتوجب على رجال البيع في المؤسسة التعامل مع كل نمط سلوكي بما يرضي المستهلك ، ويحقق لمؤسسة أهدافها ويتأثر نمط المستهلك بمجموعة من العوامل كطبيعة الشخصية، الإمكانيات المتاحة ، المستوى التعليمي والثقافي ، العادات والتقاليد، وطبيعة السلع والخدمات المراد شرائها ، وفي الجدول التالي إستعراض لبعض أنماط المستهلكين المعروفة. (أيمن علي عمر، ص ص 24.25)

نمط المستهلك	خصائص النمط	كيفية التعامل معه
مستهلك عقلائي	هادئ وعاقل في إتخاذ القرارات الشرائية وتمييز السلع والخدمات والأسعار	مخاطبته بعقلانية وعدم خداعه
مستهلك مندفع	سرعة اتخاذ القرارات الشرائية ، ويندم دائما على معظم القرارات .	عرض أفضل السلع التي تشبع رغبته السريعة في الحصول على السلعة، وعدم احراجه ، وتقبل تغيير بعض السلع له.
مستهلك متردد	لا يشتري بسرعة، كثير التردد ، قد يشتري ثم يعود لإستبدالها	الصبر على ترده وكثرة طلباته واقناعه بمميزات السلعة.
مستهلك متريث	يتريث في معظم قراراته ، يبحث عن أفضل البدائل جودة وسعرا	إقناعه بالسلعة جودة وسعرا
المستهلك الجاهل	لا يعلم شيئا عن امكانيات أو مميزات السلعة ، ويشترى من أجل التفاخر	محاولة إقناعه بمميزات السلعة من أجل إتمام البيع معه
المستهلك الثرثار	كثير الكلام وغالبا لا يشتري في النهاية	الهدوء والإنصات له والتوافق معه حتى تتم صفقة البيع.

## رابعاً: الصعوبات التي تواجه دراسة سلوك المستهلك:

\* صعوبة تحديد مصطلحات ملائمة

\* صعوبة معرفة أو فهم ما يفكر فيه المستهلك

\* صعوبة تفسير سلوكياته تفسيراً واضحاً

\* اختلاف الأذواق و الحاجات من مستهلك لآخر و هذا مرتبط بالخبرة, الذكاء, و هي بالدرجة

الأولى تعتمد على قياس مقاييس ذاتية تختلف من مستهلك لآخر الى سلوك المستهلك