

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

تحليل مقال العوامل المؤثرة في قرار شراء المستهلك للهاتف المحمول

دراسة حالة لطلبة الجامعيين في الجزائر

اعداد وتقديم

هاني عبد الرحمان 

قرار حسام 



حول البحث

اساسيات حول سلوك المستهلك

التعرف على اساسيات سلوك المستهلك



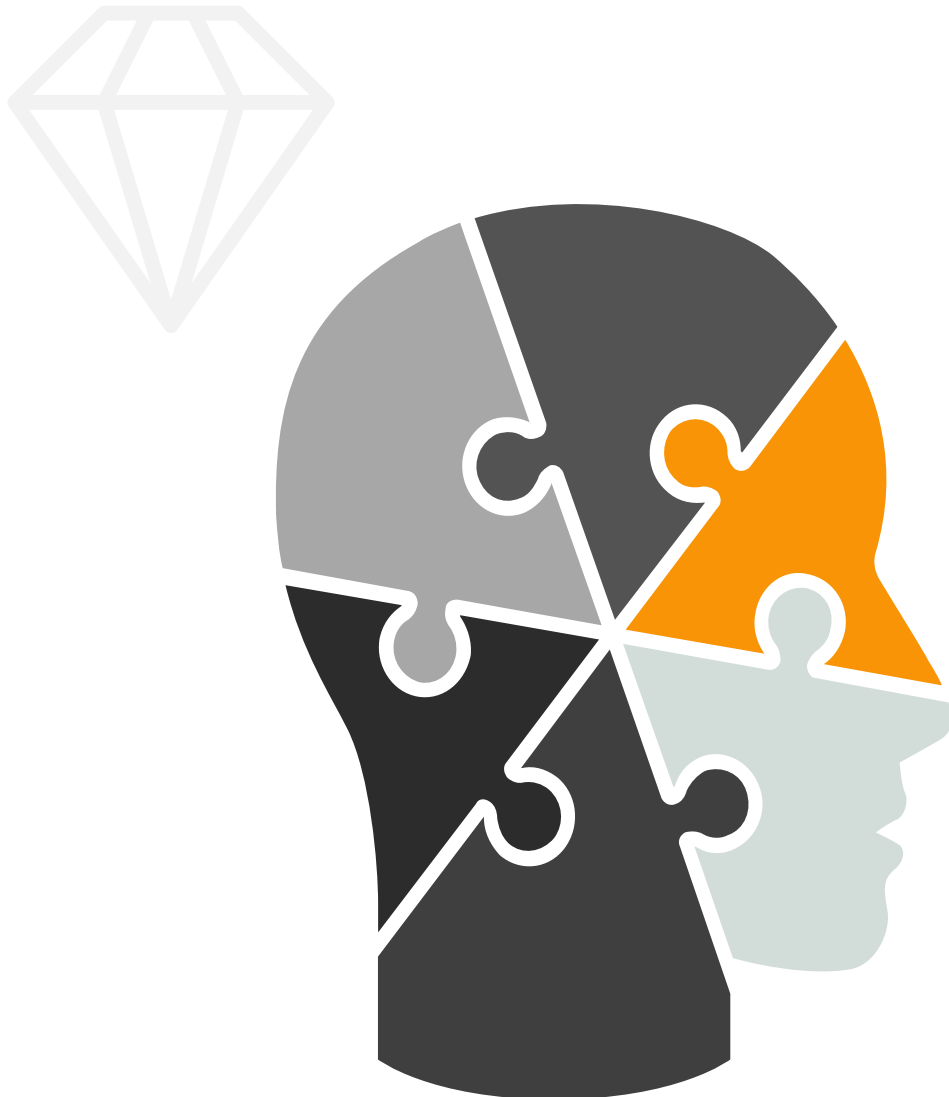
تحليل المقال

ملخص وقراء في المقالة



دراسة حالة

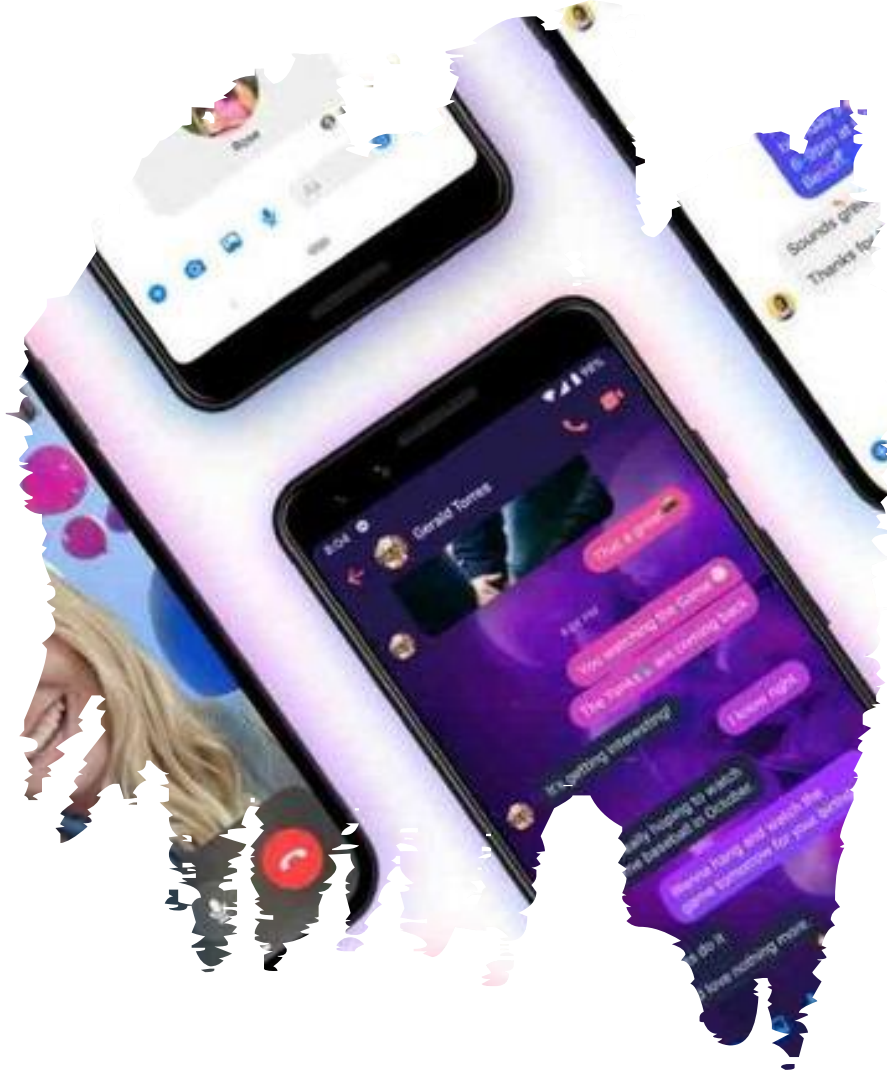
معرفة العوامل المؤثرة في قرار لاشراء للهواتف المحمولة



تعريف المستهلك

المستهلك هو الشخص الذي يشعر و يعترف على وجود حاجة غير مشبعة ويقوم بشراء المنتج ويتخلص منه بعد الاستهلاك وذلك بعد المراحل الثلاث المتعاقبة لعملية الاستهلاك (ماقبل الشراء ,من ثما قرار الشراء , ما بعد الشراء

المستهلك هو الشخص الذي يشعر و يعترف على وجود حاجة غير مشبعة ويقوم بشراء المنتج ويتخلص منه بعد الاستهلاك وذلك بعد المراحل الثلاث المتعاقبة لعملية الاستهلاك (ماقبل الشراء ,من ثما قرار الشراء , ما بعد الشراء).



انواع المستهلك

المستهلك الصناعي



هو فرد او مجموعة من الافراد التي تقوم بشراء منتجات تستخدم في احد ثلاث مجالات اما اعادة البيع او لاستخدامها في تصنيع منتج او تسهيل عملية انتاج وغالبا ما تكون كميات الشراء كبيرة وتمر بمراحل طويلة وقد يكون الشراء لصالح جهات حكومية او منظمات تهدف للربح او منظمات لا تهدف للربح

المستهلك النهائي



هو المستهلك الذي يقوم بشراء المنتج لاستخدامه الشخصي او لايخدام فرد اخر قد يكون فرد من الاسرة او صديق والمهم ان يتم شراء المنتج للاستهلاك النهائي .



تعريف سلوك المستهلك

السلوك الذي يقوم به المستهلك عندما يبحث ويشترى ويستعمل ويقيم ويتخلص من السلع والخدمات التي يتوقع ان تشبع حاجاته بعد استهلاكها .

ويعرف سلوك المستهلك بأنه ذلك التصرف الذي يبرزه المستهلك في البحث عند شراء أو استخدام السلع والخدمات، أو الأفكار أو الخبرات التي يتوقع أنها ستشبع رغباته أو حاجاته، وحسب الإمكانيات الشرائية المتاحة



العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك

العوامل الخارجية

تتضمن كلا من (العوامل الثقافية, العوامل الاجتماعية
العوامل الشخصية , العوامل النفسية).



العوامل الداخلية

تتضمن العوامل الداخلية كلا من الادراك
والاتجاهات الشخصية وكذلك التعلم والارتباط





ملخص تحليل المقال

تهدف هذه الدراسة الى معرفة العوامل المؤثرة على قرار الشراء للهاتف المحمول للاهمية البالغة له لدى المسوق والمستهلك على حد سواء كما استهدفت هذه الدراسة فئة الطلبة الجامعيين ولمعرفة نتائج الدراسة وضع استبيان "العوامل المؤثرة على قرار الشراء للهاتف المحمول" يحتوي 33 بندا قسمت على المحاور التالية: (السعر, العلامة التجارية, الاعلان خدمة ما بعد البيع, خصائص الهاتف, التأثير النفسي, التأثير الاجتماعي) وزعت على بعض الجامعات الجزائرية وبعد تحليلها نتج ان قرار شراء الهاتف يتاثر بأربع عوامل رئيسية تنصدها خصائص المنتج بعدها العوامل النفسية والعلامة التجارية بينما يحتل السعر المرتبة الاخيرة من ناحية اخرى الاعلان والخدمة ما بعد البيع والعوامل الاجتماعية لا تؤثر على قرار شراء المستهلك .

الكلمات المفتاحية: المستهلك - سلوك المستهلك - قرار الشراء - العوامل النفسية - خصائص المنتج - الهاتف المحمول

الاشكالية



ماهي العوامل المؤثرة على قرار شراء الطلبة الجامعيين للهاتف النقال؟

اهمية الدراسة



تتمثل في :- فهم العلاقة بين العوامل الخارجية والنفسية التي تؤثر على سلوك الفرد .
مساعدة رجال السوق على وضع استراتيجيات التسويقية لدعم المركز التنافسي لدى المؤسسة .

اهداف الدراسة



تتمثل في :تحديد العوامل المؤثرة على قرار شراء الطلبة الجامعيين للهاتف المحمول ومعرفة ترتيب العوامل من الاكثر الى الاقل تأثيرا على قرار شراء الطلبة الجامعيين الجزائريين للهاتف النقال

سلوك المستهلك

تعريف المستهلك

من يقوم بشراء السلع والخدمات لاستعماله الشخصي أو استعمال أفراد أسرته أو الأفراد الذين يعيلهم أو كتقديمها كهدية لشخص آخر

سلوك المستهلك

"مجموعة من التصرفات التي تصدر عن الأفراد، والمرتبطة بشراء واستعمال السلع والخدمات، وبما في ذلك عملية اتخاذ القرارات التي تسبق وتحدد هذه التصرفات

اهداف دراسة سلوك المستهلك

اولا بالنسبة للمستهلك :تمكنه من فهم ما يتخذه من قرارات شرائية، وتساعده على معرفة الإجابة على الأسئلة المعتادة التالية: ماذا يشتري؟ لماذا يشتري؟ كيف يشتري.

ثانيا بالنسبة للباحث : تمكنه من فهم كل من العوامل والمؤثرات الشخصية والخارجية التي تؤثر على المستهلك.

ثالثا بالنسبة لرجل التسويق :تهدف الى معرفة سلوك المشترين الحاليين والمحتملين وعرفة كيفية التأثير والتاقلم معهم بالاضافة الى وضع استراتيجيات تسويقية مناسبة لتاثير على المستهلك .

01. قرار الشراء

يعتبر قرار الشراء عملية يتم من خلالها حل مشكلة معينة، وهو يتمثل في سلسلة من الخطوات التي تبدأ بالشعور بالمشكلة الحاجة إلى شراء منتج الذي يلبي هذه الحاجة وتقييم البدائل والتكلفة .

02. العوامل النفسية

يتأثر السلوك الشرائي للفرد بمحددات ذاتية ترجع إلى الفرد نفسه – كالدوافع والادراك والتعلم والشخصية والاتجاهات

01. خصائص المنتج

هي سمة من سمات المنتج لتلبية مستوى رضا احتياجات العملاء ورغباتهم، من خلال امتلاك المنتج واستخدامه. أما اجرائيا: هي السمات التي تشكل الهاتف المحمول، وتمثل في: السمات الداخلية كجودة الكاميرا، سعة التخزين، تعدد التطبيقات، الدقة، البساطة في التصميم، قوة البطارية، والسمات الخارجية كاللون، الوزن، السمك، الحجم، التصميم والتميز

العوامل المؤثرة على قرار شراء الهاتف النقال لطلبة الجامعيين

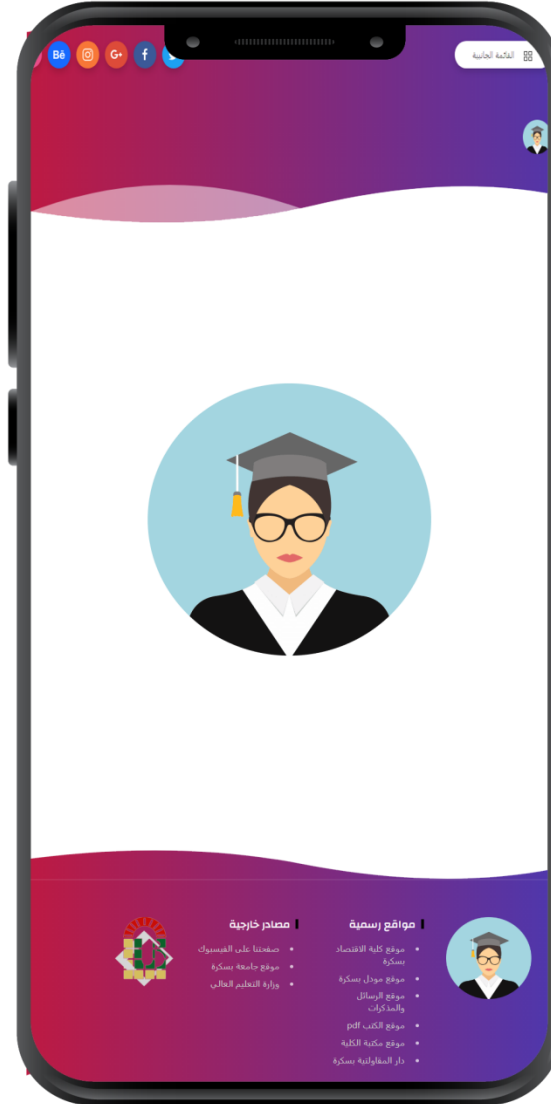
العلامة التجارية

حيث الدراسات السابقة أظهرت نها
تخلق تصور لدى المستهلك ممايشجعه
لاقتناء هواتف ذات علامات معينة



الأسعار

كذلك أهمية لدى المستهلك بالرغم من
احتلاله المرتبة الرابعة، فالمستهلك يريد
هواتف تتمتع بخصائص عالية التقنية، جذابة
وفي ذات الوقت بأسعار معقولة تتواءم
وقدراته الشرائية، بينما لم يكن للعوامل:
الإعلان،العوامل الاجتماعية، خدمة ما بعد
البيع أي تأثير على قرار الشراء لدى عينة
الدراسة بالرغم من أن الدراسات السابقة أثبتت
أهميتها لدى المستهلك



خصائص المنتج

يولي المستهلك اهتمام بالغ الأهمية
لخصائص لهاتف كسعة الذاكرة، جودة
الكاميرا، قوة البطارية تعدد التطبيقات،
والبساطة أو خصائص خارجية
مظهرية(كاللون،الشكل، الحجم،
التصميم، الوزن، السمك، الملحقات.)



العوامل النفسية

إذ أظهرت النتائج أن المستهلك يقبل
على شراء الهاتف النقال لإشباع حاجات
ودوافع سواء كانت عقلية أو عاطفية، أو
لتحقيق المتعة،



شكراً لكم