جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مقياس: سلوك المستهلك

السنة الثالثة تخصص تسويق

د–خلوط جهاد

2026/2025

الفصل الأول: مقدمة عامة حول سلوك المستهلك

يتم تحديد عناصر هذا الفصل في الشكل التالي:



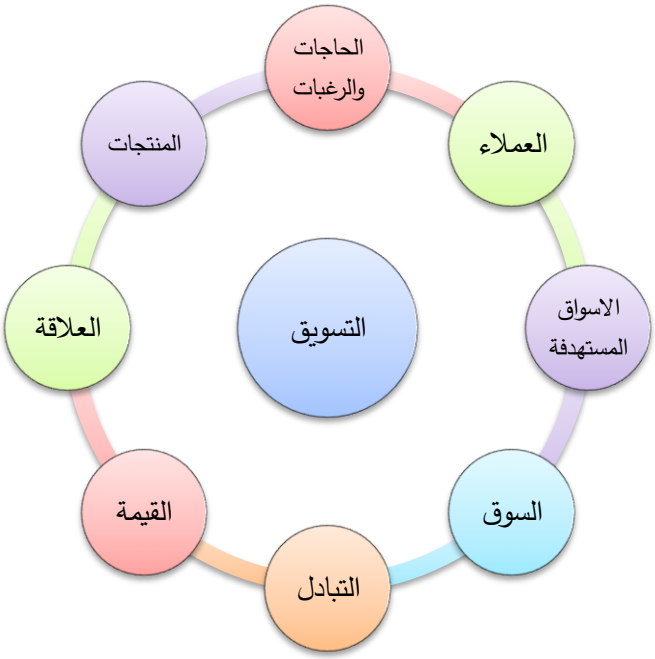
تسعى وظيفة التسويق لإشباع حاجات ورغبات المستهلك، وبالتالي قبل الحديث عن سلوك المستهلك يجب التعرف على التسويق:

أولا: ماهية التسويق

1_ تعريف التسويق:

يعرف **PHILIP KOTTER** التسويق بأنه ": علم وفن اختيار الأسواق المستهدفة، وكسب الزبائن والحفاظ عليهم وتطوير العلاقة معهم من خلال التواصل وتسليمهم شيئا ذا قيمة بالنسبة لهم."

من خلال التعريف السابق يمكن استنتاج النقاط الأساسية التي تظهر في الشكل التالي:



2_ تطور التسويق:

وبالعودة لتطور مفهوم التسويق فإن العملية التبادلية كانت جوهر التسويق حيث يتم" مقايضة" المنتجات بين طرفين أو أكثر ما يشبع أو يساد حاجة كلا الطرفين، ليتطور التسويق من خلال المراحل الموضحة في الجدول التالي:

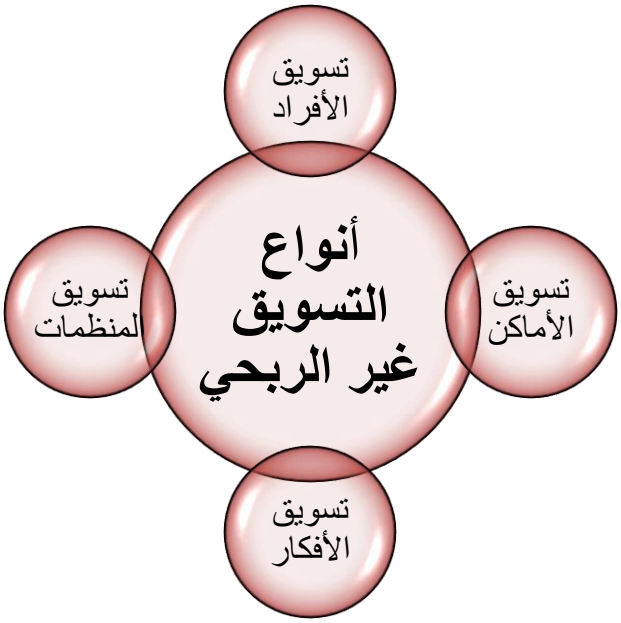
المراحل الرئيسية لتطور التسويق

المرحلة	المرحلة الزمنية	الموقف المميز للمرحلة
مرحلة الإنتاج	قبل عام 1920	" المنتج الجيد يبيع نفسه"
البيع	قبل عام 1950	الإعلان الجيد والمبدع والبيع الشخصي سوف يتغلب على مقاومة وإقناع المستهلكين بالشراء"
التسويق	النصف الثاني من القرن 20	"الزبون هو الملك"... اكتشف حاجة ثم قم باشباعها" .
التسويق	بعد 1970	علاقة مربحة للعميل و المنظمة مع

الاجتماعي		**احترام البيئة** **وتحسين المستوى المعيشي للأفراد.**

3_ اتساع مفهوم التسويق ليشمل المؤسسات غير الربحية:

اقترح العديد من الكتاب في بداية الستينات إلى أن التسويق يجب أن يهتم بقضايا ومواضيع أكثر من المجال ذي التوجه الربحي، والجدول التالي يبين أنواع التسويق غير الربحي:



ثانيا: تعريف سلوك المستهلك وأنواع المستهلكين:

1_ تعريف سلوك المستهلك:

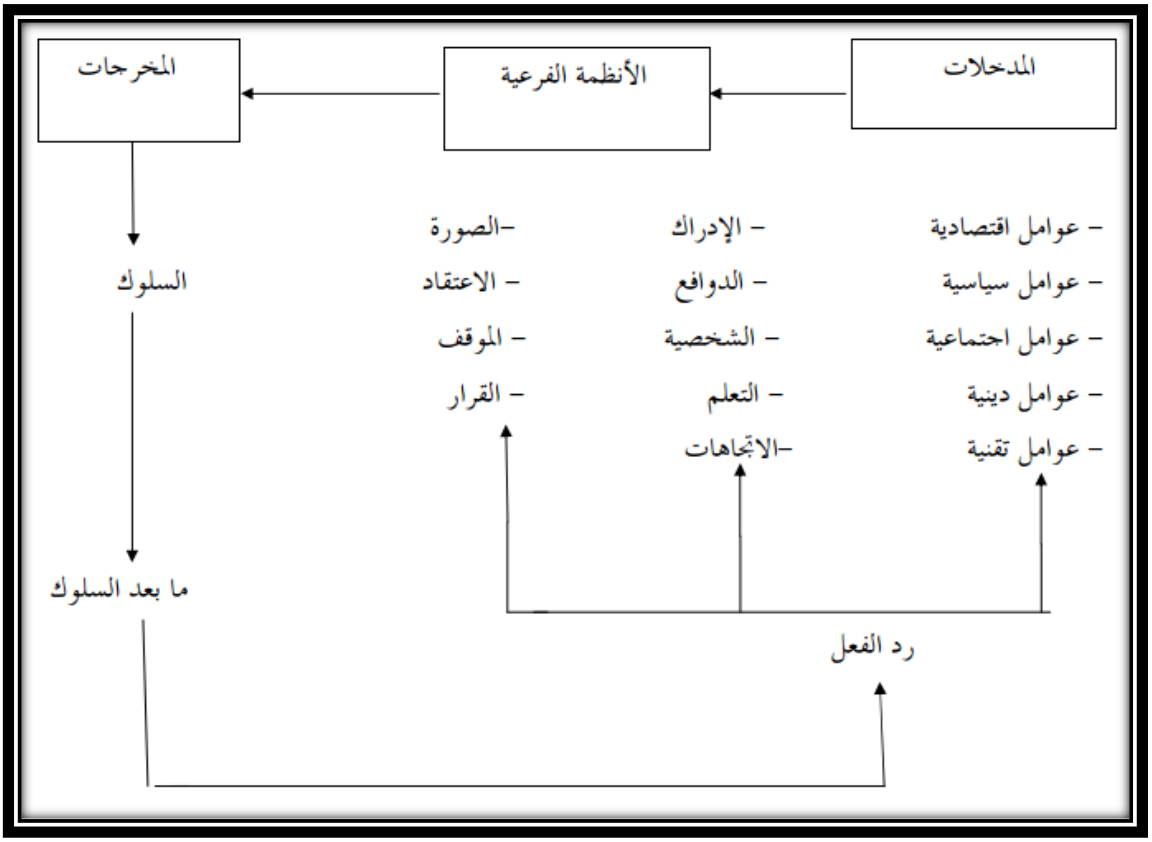
قبل أن نعرف سلوك المستهلك نعرف السلوك الإنساني.

يعرف **السلوك** بأنه "أي نشاط يصدر عن الإنسان سواءً كان أفعالا يمكن ملاحظتها وقياسها كالنشاطات الفسيولوجية والحركية أو نشاطات تتم على نحو غير ملحوظ كالتفكير والتذكر والوساوس وغيرها" .

المستهلك : هو ": كل شخص طبيعي أو معنوي يستعمل سلعة أو خدمة.

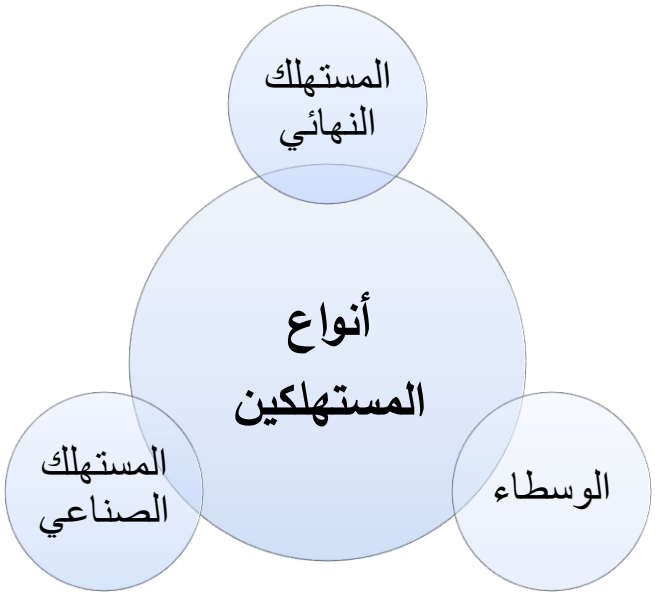
سلوك المستهلك :حسب Engel هو "" الأفعال والتصرفات المباشرة للأفراد من أجل الحصول على المنتج أو الخدمة، ويتضمن إجراءات اتّخاذ قرار الشراء."

وهناك من يعتبر سلوك المستهلك بمثابة نظام تفاعلي فيه مجموعة من الأنظمة الفرعية كما يوضحه الشكل التالي:



2_أنواع المستهلكين:

إن لفظ المستهلك يعبر عن نوعين من المستهلكين المستهلك النهائي والمستهلك الصناعي وهو التقسيم الأكثر شيوعا؛ وهناك من يضيف الوسطاء:



ثالثا: أسباب دراسة سلوك المستهلك:

توجد عدة أسباب تدعو إلى دراسة سلوك المستهلك نذكر منها ما يلي:



رابعا: أهمية دراسة سلوك المستهلك:

_ إن دراسة سلوك المستهلك مهمة لعدد من الأطراف يمكن إيجازها فيما يلي:

1_ أهمية دراسة سلوك المستهلك بالنسبة للمستهلكين:

دراسة سلوك المستهلك تساعد المستهلك على فهم عملية شرائه و مراحل قرار الشراء، كما تفيده في معرفة ما يلي:

- ماذا يشتري؟

-لماذا يشتري؟

_ كيف يشتري؟

2_ أهمية دراسة سلوك المستهلك بالنسبة للمنظمة:

