

أوال: مفهوم سلوك المستهلك وأبعاده وقبل التطرق لماهية سلوك المستهلك ال بد لنا أن نعطي تعريف لمصطلحي السلوك والمستهلك. 1. تعريف السلوك ويتضمن ذلك ما هو ظاهر يمكن مالحظته وما هو كامن داخل الفرد ال يمكن مالحظته مثل التفكير والتخيل والتذكر، ويعني ذلك أن السلوك عبارة عن ردود الأفعال الداخلية والخارجية التي تصدر عن الفرد حيال المنبهات أو المثيرات الداخلية أو 2. تعريف المستهلك: هناك العديد من التعاريف التي أعطيت للمستهلك نذكر منها: 1.2. التعريف الأول: المستهلك هو "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بسلوك معين في إطار حلقة تسويقية منطلقها سلوك المستهلك ومضمونها والتي تتميز بالحركية والتجدد وحسب درجة تأثير مختلف العوامل وطبيعة 2.2. التعريف الثاني : يعرف المستهلك بأنه الشخص العادي أو الإعتباري الذي يقوم بشراء السلع والخدمات من السوق إستهالكه الشخصي أو لغيره بطريقة رشيدة في الشراء وإستهالكه. كما تجدر الإشارة هنا إلى أنه هناك فرقا واضحا بين "المشتري"، يشتري منتج ما ليس بالضرورة هو الذي يستخدمها أو يستعملها، أما العميل فهو الفرد الذي يشتري احتياجاته بصفة منتظمة من أحد المحالت التجارية، فمصطلح العميل يرتبط أكثر بشركة معينة أو بمحل تجاري معين، بينما ال يرتبط مصطلح المستهلك بأي شركة أو بأي محل تجاري . 3. أنماط المستهلكين: يستخدم لفظ المستهلك للتمييز عادة بين نوعين أساسيين من المستهلكين: 1.3. الأفراد: هناك تعاريف عديدة للمستهلك وفيما يلي واحدة منها: "المستهلك الفردي هو الشخص الذي يقوم بشراء السلع والخدمات للاستعمال الشخصي) شراء صابون الوجه بالنسبة للمرأة) أو لاستهلاك العائلي) شراء الشكوالته لكل العائلة) أو لتستهلك من طرف فرد العائلة أو لتقديمها كهدية لصديق" كما أن هناك من كتاب التسويق من يشير إلى "قطاع الأفراد والأسر" للتعبير على هذا المفهوم. 2.3.