

الأنسان والإدراك :

١. الفرد لا يقبل كل البيانات التي يتعرض لها .
٢. لا يهتم الفرد بكل المؤثرات التي يلاحظها وإنما علي جزء منها .
٣. قد يستوعب الفرد جزءاً مما يهتم به من مؤثرات ولا يستوعب الباقي .
٤. قد يستوعب الفرد الجزء الذي يهتم به ولكن ربما يلاحظه بطريقة قد لا تكون موضوعية .
٥. يتفاعل الفرد ما استوعبه من معلومات ويفسرها بطريقة الخاصة متأثراً بخبراته وتجاربه وخصائصه الشخصية .

تعريف الإدراك الحسي :

هو عملية اختيار المثيرات الحسية وتنظيمها وتفسيرها بطريقة تجعل لها معنى للفرد وتجعلها متسقة من وجهة نظره مع العالم من حوله .

الأجهزة الحسية في الإنسان :

يستقبل الإنسان المعلومات الخاصة بالمؤثرات الخارجية عن طريق حواسه الخمس ونسبي تلك المعلومات بالمدخلات الحسية ومنها (استجابته للالوان - للروائح - للأصوات - للمس - للتذوق

المستويات الحسية لدي الأفراد :

١. الحد الأدنى (المطلق) للإحساس ... هو أقل مستوي يستطيع الفرد عنده الشعور بإحساس ما بحيث إذا قلت قوة المثير الحسي عنه ينعدم تأثيره علي الفرد .
٢. الحد الأقصى (النهائي) للإحساس ... هو أقصى مستوي يستطيع الفرد عنده الشعور بإحساس ما . وبذلك فإن لكل فرد مجالاً يستطيع فيه ملاحظة المثيرات الخارجية عن وعي .
٣. الفرق المميز للإحساس ... ويسمي الإحساس التبايني وهو المقدار الذي يجب أن يزيده المثير الحسي حتي يشعر الفرد بوجود فرق في الإحساس .

عوائق الإدراك الحسي :

١. عوائق مرتبطة بالمؤثرات التسويقية ... تختلف محصلة الإدراك الحسي لدي المستهلكين باختلاف طبيعة المثيرات الحسية التي يستخدمها مديرو التسويق في برامجهم التسويقية والترويجية والتي قد يكتنفها بعض الغموض .
٢. عوائق نفسية مرتبطة بالمستهلك ... ومنها :
أ. التعرض الانتقائي للمثيرات الحسية . وهو درجة ملاحظة الفرد لمؤثر متواجد في محيط أجهزة الاستقبال الحسية لديه .

وأهم عوامل تؤثر في تعرض المستهلك للمثيرات الحسية ما يلي :

١. خبرة الفرد وتجاربه الماضية .
٢. اليقظة الإدراكية للفرد . أي درجة استعداده لملاحظة المثيرات الحسية المحيطة به .
٣. درجة تكيف الفرد مع المثير الحسي .
ب. الإعاقة الإدراكية للمثيرات الحسية . من خلال تجاهل الفرد للكلمة الهائل من الإعلانات عن المنتجات وغيرها .
ج. الدفاع الإدراكي ضد المثيرات الحسية . مثلاً يتجنب المدخنين المقالات والأخبار عن التدخين .
د. الانتقاء الإدراكي للمثيرات الحسية . ينتقي الفرد ما يهمله من مثيرات حسية ويهمل الباقي .

وهذه العملية تتأثر بثلاث عوامل رئيسية هي :

١. طبيعة المثير الحسي .. ينجح المثير في لفت النظر كلما كان غير تقليدي أو قوي .
٢. توقعات المستهلك عن المثير الحسي .. يميل الأفراد في العادة إلي رؤية ما يتوقعون أن يروه .

٣. **دوافع المستهلك وقت استقبال المثير الحسي** .. كلما زادت حاجة المستهلك لشيء ما وكان لديه دافع قوي لإشباع تلك الحاجة تركز اهتمامه علي ذلك الشيء وحده وأهمل باقي الأشياء والمؤثرات الأخرى الموجودة في البيئة المحيطة به .
هـ. **الانتباه الانتقائي للمثيرات الحسية** .. ترتبط بالحاجات غير المشبعة للأفراد .
و. **التحريف الانتقائي للمثيرات الحسية** .. تخضع بعض المثيرات الحسية التي يهتم بها المستهلك

نوع من التحريف نتيجة للعوامل التالية :

١. الحكم علي الأشياء من خلال مظهرها الخارجي .
٢. الحكم علي الأشياء طبقاً لصورة نمطية مسبقة .
٣. الحكم علي الأشياء باستخدام عناصر لا علاقة لها بها .
٤. الحكم علي الأشياء طبقاً للانطباع الأول عنها .
٥. التسرع في الحكم علي الأشياء والقفز إلي النتائج .

المخاطر المدركة :

هي الشعور بعدم التأكد الذي يخامر المستهلك عندما لا يستطيع الحكم علي النتائج المترتبة علي قراراته الشرائية .

أسباب إدراك المخاطر الشرائية :

١. طبيعة المستهلك .. هناك عدة عوامل تؤدي بالمستهلك إلي درجة عالية من المخاطرة وهي :
 - درجة الإحساس العام بالمخاطرة .
 - الخبرة السابقة بالمنتج .
 - الموارد المالية المتاحة .
 - الخبرة الشرائية .
 - ثقة المستهلك في قدرته الشرائية .
٢. طبيعة المنتج .. بعض المنتجات بها مخاطر أكبر من غيرها مثل الأجهزة الالكترونية والكهربية .
٣. طبيعة الموقف الشرائي .. تزيد المخاطرة عند الشراء بالبريد أو الهاتف .
٤. ثقافة المجتمع .. تتوقف درجة المخاطرة جزئياً علي طبيعة المجتمع وثقافته وتختلف من مجتمع إلي آخر .

أنواع المخاطر المدركة :

١. المخاطر المالية : شعور المستهلك بأن المنتج الذي اشتراه لا يساوي ثمنه .
٢. المخاطر الوظيفية : شعور المستهلك بأن المنتج لن يؤدي وظيفته كما هو متوقع .
٣. المخاطر البدنية : شعور المستهلك بأن المنتج سيتسبب في إيذائه .
٤. المخاطر النفسية : شعور المستهلك بأن المنتج سيسبب له الأذى النفسية جراء استخدامه .
٥. المخاطر الاجتماعية : شعور المستهلك بأن المنتج سيسبب له حرج اجتماعي .
٦. المخاطر الزمنية : شعور المستهلك بضياع الوقت في شراءه للمنتج .

وسائل تخفيض المخاطر المدركة :

١. جمع المعلومات اللازمة عن المنتج قبل الشراء .
٢. الولاء لعلامة تجارية معينة .
٣. شراء العلامة التجارية الأكثر شهرة .
٤. الشراء من المحلات التجارية المشهورة .
٥. شراء أغلي المنتجات .
٦. الحصول علي تأكيدات بجودة المنتج .

مجهود شخصي / حنان آل حيان / دافوره هاتم دعواتكم لي