

## قرار الشراء داخل الأسرة كصورة من صور الاتصال داخل الأسرة

أ . مصباح الهلي  
قسم العلوم الاجتماعية  
جامعة قاصدي مرياح ورقلة

أ. حمزة معمرى  
قسم العلوم الاجتماعية  
جامعة غرداية

### تمهيد:

تتشكل القرارات الأسرية بطابع معين، وذلك استنادا إلى الأسس التي تتحدد بواسطتها عملية اتخاذ القرارات حسب أنواعها، سواء كانت قرارات اقتصادية ومنها قرارات الشراء والاستهلاك، أو قرارات تمس العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة أو خارجها، ولما كانت نتيجة القرار الأسري تتعكس في سلوك يستند إلى عملية اختيار بدائل معينة لمواجهة مواقف مشكلة تتطلب حولا معينة، فإن اختيار الحلول لتلك المواقف يتطلب انتقاء معايير محددة توجه صاحب القرار إلى اختيارات أو بدائل محدودة، فالقرارات الأسرية هي أدوات يتوصل بها إلى تحقيق الوظائف الموكلة إلى الأسرة كنسق اجتماعي قائم في المجتمع، ولهذا تتحدد وظيفة القرار الأسري استنادا إلى الكشف عن الوظائف التي تقوم بها الأسرة في المجتمع.

تعتبر الأسرة ذلك النظام الاجتماعي أو الوحدة الاجتماعية التي تعيش فيها جماعة من الناس تتشأ بينهم علاقات أولية ويعتمدون في معيشتهم على دخل مشترك وهو المورد العام للأسرة، فالأسرة تشكل اللبنة الأساسية للمجتمع والرابط الذي يبقيه متماسكا. ويتوسع حجم الأسرة وتعدد ظروف المعيشة، تزداد متطلبات الحياة مما يؤثر في سلوكها الاستهلاكي والعوامل التي تتحكم فيه، حيث أن إشباع تلك الحاجات يتطلب التعامل مع جهات متعددة لتأمين ذلك.

وعليه سنحاول التعرف عن وظائف القرار الأسري وعمليات التفاعل والاتصال التي تحكم عملية اتخاذ القرارات الاستهلاكية ، وأدوار الأسرة في عملية القرار الشرائي، والمراحل التي تعكس دورة حياتها ومتطلبات ذلك في نسق التفاعل الاجتماعي، والعوامل المؤثرة في القرار الشرائي داخل الأسرة.

إن ما يهدف إليه علم سلوك المستهلك هو العمل على توضيح الكيفية التي تتم فيها عملية اتخاذ قرار الشراء من جانب المستهلك وفهمها لأن هذا الفهم يساعد في بناء قرارات التسويق. وعليه فعملية اتخاذ قرار الشراء عملية متنوعة ومتسلسلة تتراوح ما بين القرارات الروتينية السريعة إلى القرارات التي تحتاج وقتا وجهدا وتكلفة، وباعتبار أن المستهلكين يهدفون من وراء اتخاذ القرارات الشرائية إلى حل مشكلاتهم فإن عملية اتخاذ القرار الشرائي تتكون من ثلاث مراحل:

#### أولا: مرحلة ما قبل الشراء:

- 1- مواجهة إحدى المشكلات الاستهلاكية و الشعور بالحاجة إلى حلها.
- 2- البحث عن المعلومات ذات العلاقة بالمشكلة و جمعها.
- 3- تقييم بدائل الحل.
- 4- اختيار البديل الأفضل.

#### ثانيا: مرحلة الشراء:

-إتمام الشراء.

#### ثالثا: مرحلة ما بعد الشراء:

- 1- الاستهلاك وتقييم العلامة التجارية المشتراة أثناء الاستهلاك و بعده.
- 2- التخلص من المنتج.

#### 2-أنواع السلوك الشرائي:

يمكن التمييز بين ثلاث أنواع من السلوك الشرائي تتوافق مع ثلاث أنواع من القرارات وهي:

1- سلوك الحل المتكرر أو السلوك الروتيني(القرار الروتيني): ويكون عند شراء المستهلك لمستلزماته المعتادة والمتكررة حيث يتجاوز عدة مراحل في عملية اتخاذ القرار بسرعة لذلك لا يحتاج لاستهلاك وقت طويل أثناء التسوق.

2- سلوك الحل المحدود(القرار المحدود): يصبح قرار الشراء أكثر تعقيدا عندما يواجه

المستهلك علامات أو ماركات للسلعة غير مألوفة لديه، إن المستهلك في هذه الحالة على علم بالمنتج ولكنه ليس على علم بكل العلامات الخاصة به كذا المميزات التي تنفرد بها كل علامة وهذا النوع من القرار يستهلك وقتا أطول من الأول (الروتيني)

3- سلوك الحل الموسع(القرار الممتد): قد يصل الشراء إلى درجة عالية من التعقيد عندما يواجه المستهلك منتجات لم يعرفها من قبل ولم يتعرف على كيفية استخدامها ويصبح قرار الشراء معقدا لدرجة كبيرة ويمثل حالة من الحالات التي تحتاج لأسلوب حل المشكلات وبطريقة أكثر تعمقا وعليه فالمستهلك يستخدم مراحل عملية اتخاذ القرار الشرائي استخداما كاملا، ومن أمثلة هذا النوع من القرارات تلك القرارات التي تتخذ عند شراء السلع الخاصة والمعمرة كالسيارات والمجوهرات والحاسب الشخصي... من المعروف أن للأسرة تأثير كبير على سلوك أفرادها الشرائي والاستهلاكي ذلك لأن الأسرة تعلم أفرادها كيفية الشراء ، الاستخدام والاستهلاك، كما تقدم الأسرة لأفرادها وخاصة في المراحل الأولى العديد من القيم الاجتماعية والاقتصادية وكذلك العديد من الإرشادات والنصائح التي تساعد الفرد في اتخاذ قراراته المتعلقة بشراء السلع والخدمات.  
**أنماط الأسرة:**

- 1- الأسرة النواة: هي التي تشمل على الأم و الأب والأولاد يعيشون سوية في المسكن نفسه ويطلق عليها بعض الباحثين بالأسرة الزوجية أو الأسرة البسيطة وبشكل عام ينتمي الفرد أثناء مسيرة حياته إلى أسرتين نوويتين هما أسرة ولد فيها وتعرف بأسرة التوجيه لأن الفرد يتلقى فيها معظم القيم والمفاهيم الاجتماعية وأسرة يكونها بالزواج.
- 2- الأسرة المركبة: وتظهر في المجتمعات التي تبيح تعدد الزوجات مثل المجتمعات الإسلامية والعديد من المجتمعات الشرقية.
- 3- الأسرة الممتدة: وهي عبارة عن الأسرة النواة مضافا إليها مجموعة من الأقارب كالجددين أو الأعمام أو الأخوال.
- 4- الأسرة السائبة: وتتكون من زوج وزوجة فقط. (محمد عبيدات، 1995).

### **3- دورة حياة الأسرة:**

يمكن تقسيم المراحل الأساسية التي تمر بها الأسرة إلى خمس مراحل هي:

**1-مرحلة العزوبية:** ينفق دخله في شراء السيارة أو الشقة والملابس وارتياح المطاعم والرحلات والخدمات الترفيهية، ويكثر من قراءة المجلات التي تصور الأحلام والمكالمات الهاتفية.

**2-مرحلة الزواج الحديث:** تعتبر مرحلة ذات ثقل مالي شديد على الزوج وتتصف بأعلى معدل شرائي وبالتالي يصعب اتخاذ القرار بالنسبة لهما كونهما أكثر تأثرا بالإعلانات وجل الإنفاق سينحصر في تأثيث المنزل وشراء السلع المعمرة.

**3-مرحلة بيت الزوجية الكامل:** تزداد تعقيدات اتخاذ القرار الأسري في هاته المرحلة نتيجة ظهور كثير من المشكلات التي تصاحب الأطفال فقد تكون هذه المشكلات استهلاكية وصحية وتعليمية ....

**4-مرحلة بيت الزوجية الخالي:** نتيجة استقلال الأولاد عن الوالدين تقل النفقات على الوالدين تصبح محصورة في الإجازات والرحلات ووسائل الاستجمام ونتيجة للتقدم في السن فمعظم النفقات تكون في الرعاية الطبية، أما التواصل سيكون محصورا في التفكير في الموت وزيارة البقاع المقدسة....

**5-مرحلة الزوج الباقي على قيد الحياة:** في الغالب تصبح نفقات أحدهما محصورة في الرعاية الصحية وبعض الرحلات والهدايا التي تقدم للأحفاد وبدورهم يعكسون ذلك النمط التواصل من خلال ما يمدونهم من دعم معنوي يبعث فيهم طعم الحياة وقد يفكر الزوج في إعادة الزواج مرة أخرى. (الجريسي،2006).

#### **4-وظيفة القرار الأسري:**

تتحدد وظيفة القرار الأسري استنادا إلى الكشف عن الوظائف التي تقوم بها الأسرة في المجتمع، وبالتالي فإن لهذه القرارات أربع وظائف أساسية هي:

**1- وظيفة المحافظة على النمط ومعالجة التوترات:** وتعني اتخاذ القرارات الأسرية التي تحافظ على القيم الأسرية، إن وظيفة اتخاذ القرار في المحافظة على النمط يواجه مشكلة التوفيق بين المعايير الاجتماعية للأسرة والمطالب الشخصية لأحد أعضائها التي قد يفرضها عليه أي نسق اجتماعي آخر ينتسب إليه كأحد النوادي مثلا.

**2- وظيفة التكامل:** وتعني اتخاذ القرارات الأسرية التي تستهدف توزيع الحقوق والواجبات المنوطة بكل عضو في الأسرة وتحديدها، وتلك التي تيسر لكل منهم الإمكانيات والصلاحيات، كالسلطة والإمكانات المالية وغيرهما، بحيث تستهدف هذه القرارات ضمان التناغم والانسجام بين أعضاء الأسرة، وتستند وظيفة التكامل إلى وحدة الأسس المعيارية بمعنى القيم والمعايير الاجتماعية التي توجه سلوك أفراد الأسرة الدين الإسلامي مثلا.

**3- وظيفة تحقيق الهدف:** الأسرة تحتاج إلى تحديد أهدافها، وإلى أين تتجه لتحقيقها فلهذا كان لابد من وسيلة لتحقيق ذلك عن طريق اتخاذ قرارات وتنفيذها لتحقيق مصالح الأسرة، كقرار الأب إدخال أبنائه مدارس خاصة لتعلم لغات أجنبية، أو قرار الأم والأب في الادخار من أجل بناء مسكن جديد.

**5- وظيفة التكيف:** وتحقق هذه الوظيفة القرارات الأسرية التي تتضمن اكتساب الموارد والإمكانات التي يمكن أن تستغل في تحقيق مطالب الأسرة، فالقرار بإتاحة الفرصة لعمل الزوجة مثلا ، وتأتي هذه الوظيفة لتحقيق التلائم للأسرة مع التغيرات الحادثة خارج نطاقها أو داخله على حد سواء.

#### **5-أدوار الأسرة في مراحل القرار الشرائي:**

**1- المبادرون:** وهم الذين يطرحون ويقترحون الفكرة في البداية، فقد يكون الزوج أو الزوجة أو الأبناء وذلك حسب طبيعة السلعة المراد شراؤها، فمثلا:  
فقد يكون الإبن هو المبادر بشراء جهاز مسجل.  
وقد يكون الزوج هو المبادر بشراء سيارة.

وقد تكون الزوجة هي صاحبة المبادرة بشراء غسالة صحن.

**2- المؤثرون:** وهم الذين يقومون بدور التحفيز أو التشجيع على الشراء أو عدم الشراء، وغالبا هم الأكثر حصولا على المعلومات كالإبن الذي يحاول إقناع والده بشراء سيارة من ماركة معينة.

**3- متخذو القرار:** وهم الأفراد الذين يحددون بصفة نهائية قرار شراء السلعة من عدمه، ويتقاسم الزوجان غالبا سلطة اتخاذ قرار الشراء، وذلك بحسب طبيعة السلعة وأهميتها،

ومقدار القوة المالية والمعنوية التي يتمتع بها كل منهما داخل الأسرة، وعليه فمهمة متخذ

القرار الإجابة على التساؤلات التالية:

هل سيتم الشراء أم لا؟

ما الذي سيتم شراؤه؟

كيف سيتم الشراء نقدا أم بالتقسيط؟

متى سيتم الشراء؟

من أين سيتم الشراء؟

**4- المشتري:** وهو الشخص الذي يباشر شراء السلعة أو الخدمة، ولا يتعدى دوره غالبا أكثر من مجرد تنفيذ القرار الذي تم اتخاذه، سواء شارك في اتخاذه أم لم يشارك فهو مجرد أداة لتنفيذ ما سبق تحديده بواسطة مقرر الشراء.

**5- المستخدمون أو مستهلكو السلعة:** وهم الذين يستخدمون أو يستهلكون السلعة فعليا وبشكل نهائي.

يقترح أحد الأبناء شراء حاسوب، ويقوم ابن آخر بمحاولة التأثير في الوالدين، ويقرر الأب والأم شراؤه من ماركة معينة ومن متجر معين، والأب يقوم بعملية الشراء الفعلي، ويتم استخدامه بواسطة أفراد الأسرة كافة.

**6- دور الزوجين في اتخاذ القرار الشرائي:**

**1-قرارات تتخذ-غالبا-من قبل الزوج:**

**2-قرارات تتخذ-غالبا-من قبل الزوجة:**

**3-قرارات مشتركة:**

**-خريطة قرارات الشراء بين الزوج والزوجة**

|                                |   |                            |
|--------------------------------|---|----------------------------|
| منطقة قرارات الزوجة            |   |                            |
| السلع الغذائية<br>أدوات المطبخ | مستحضرات التجميل<br>ملابس الزوجة              | نفوذ أكثر للزوجة           |
| ملابس الأطفال                  | السكن<br>السفر للخارج<br>الأدوات الكهرومنزلية | منطقة<br>القرارات المشتركة |
|                                | السيارات<br>ملابس الزوج                       | نفوذ أكثر للزوج            |
|                                | خدمات التأمين والتوفير<br>الإصلاح والصيانة    |                            |
| منطقة قرارات الزوج             |   |                            |

المصدر: العوادلي سلوى، الإعلان وسلوك المستهلك، ص 99.

#### 7-العوامل المؤثرة في دور الزوجين في عملية القرار الشرائي:

- 1- نوع المنتج موضوع الشراء: مثلا السيارات للزوج، وملابس الأطفال وطعامهم للزوجة.
- 2- فلسفة الأسرة حول دور كل من الزوجين في اتخاذ القرار: وتعود ذلك لعدة عوامل منها:

-المستوى التعليمي لكل من الزوجين: تدل الدراسات أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي للزوجين كلما زادت مشاركة الزوجة في اتخاذ القرارات الشرائية داخل الأسرة.

-طبيعة القيم التي تربي عليها الزوجان: تختلف القيم من مجتمع لآخر، وفي دراسة للمجتمع الأمريكي كمقارنة بين الأسر ذات الأصل المكسيكي، والأسر ذات الأصل الأنجلو سكسوني حيث يسود في هذه الأخيرة القرارات المشتركة بين الزوجين، وفي دراسة أخرى وجد أن الأزواج في الدول النامية يتخذون قرارات فردية بصورة أكبر، بينما فاق عدد القرارات المشتركة في الدول المتقدمة.

-العقيدة الدينية للأسرة: وكشفت أحد الدراسات أن الأزواج في العائلات الكاثوليكية المتدينة تأثير أكبر من زوجاتهم في اتخاذ القرارات الشرائية، بينما الأزواج في العائلات اليهودية وغير المتدينة يشركون زوجاتهم في اتخاذ معظم القرارات، وفي ظل الإسلام تضع العقيدة السمحة القوامة في يد الرجل، وتكون للرجل الكلمة الأخيرة في اتخاذ القرار مع السماح لزوجته بمشاركته في الرأي وإسداء النصيحة في إطار المودة بينهما.

**3-عمل الزوجة:** إن دخول المرأة عالم الشغل مع ارتفاع مستوى تعليمها وازدياد دخلها، كل ذلك أدى إلى زيادة إسهامها في عملية اتخاذ القرارات الشرائية داخل الأسرة. (الجريسي، 2006)

### 8-تأثير الأطفال على القرارات الشرائية:

إن تأثير الأطفال على بعض القرارات الشرائية لا يمكن تجاهله فالأطفال معينون بالاستهلاك في وقت مبكر كبقية أعضاء العائلة الآخرين، ويختلف تأثير الأطفال من أسرة إلى أخرى، وبمستوى أعمار هؤلاء وطبيعة السلعة، فنجد مثلا أن الأطفال الأكبر سنا يكون تأثيرهم أكبر بقرارات شراء السلع والخدمات الأسرية مثل الرحلات، أو غرف النوم، أو أجهزة الكمبيوتر، من أخرى فإن الأطفال ذوي السن الأصغر يؤثرون في قرارات شراء السلع الاستهلاكية مثل الشوكولاتة والألعاب أو نوع معين من الغذاء.

(Terrel ,G.Williamas ,1982)

ومن الجدير بالذكر إن تأثير الأطفال يأتي في مختلف مراحل القرار الشرائي من طرح الفكرة ولغاية الشراء، وخاصة لبعض الماركات التجارية التي يلعبون فيها دور المستخدم مثل أجهزة الكمبيوتر أو بعض معاجين الأسنان أو سلع استهلاكية أخرى، والجدول الموالي يوضح ذلك:

| سلع يستهلكها الأولياء | سلع تستهلكها العائلة   | سلع يستهلكها الطفل     | عمر الطفل         |
|-----------------------|------------------------|------------------------|-------------------|
| تأثير معدوم           | تأثير معدوم            | تأثير ضعيف             | أقل من 6 سنوات    |
| تأثير ضعيف            | تأثير ضعيف             | تأثير غير مسيطر        | من 6 إلى 8 سنوات  |
| تأثير على بعض السلع   | تأثير بدون سلطة القرار | تأثير مسيطر لبعض السلع | من 8 إلى 10 سنوات |
| تأثير على بعض السلع   | تأثير بدون سلطة القرار | تأثير مسيطر            | من 10 إلى 12 سنة  |

المصدر: بن عيسى عنابي، سلوك المستهلك، ص 247.



أما بالنسبة للمراهقين والشباب فإن اهتماماتهم تختلف عن مرحلة الطفولة، بحيث أن اهتمامهم يزداد أكثر بالأنشطة الرياضية والترفيهية والملابس والذهاب إلى المطاعم ودور السينما، أما قراراتهم الشرائية فتصبح أكثر استقلالية، كما يتوقع أن يكون لبعضهم في هذه المرحلة دخلا ماليا مستقلا سواء كان ذلك من آبائهم أو من العمل خارج المنزل .  
 (مرعوش إكرام، 2009).

نتائج دراسة ميدانية عن دور أفراد الأسرة (الأسرة السعودية في شراء الحاسب المنزلي):

| الأولاد (%) | الأم (%) | الأب (%) | الأب والام (%) | الجميع (%) | الدور                               |
|-------------|----------|----------|----------------|------------|-------------------------------------|
| 27          | 16       | 35       | 03             | 19         | أول من فكر في شراء الجهاز           |
| 10          | 10       | 59       | 02             | 19         | الشخص الذي جمع المعلومات            |
| 13          | 12       | 56       | 02             | 17         | الشخص الذي وضع البدائل              |
| 10          | 16       | 58       | 02             | 13         | الشخص الذي اختار وقت الشراء         |
| 13          | 10       | 58       | 02             | 17         | الشخص الذي اختار ماركة الجهاز       |
| 14          | 11       | 55       | 02             | 18         | الشخص الذي اختار مواصفات الجهاز     |
| 09          | 08       | 67       | 02             | 14         | الشخص الذي اختار المتجر             |
| 07          | 11       | 72       | 02             | 08         | الشخص الذي اختار أسلوب الدفع        |
| 10          | 15       | 64       | 02             | 09         | الشخص الذي اتخذ قرار الشراء النهائي |
| 04          | 08       | 79       | 03             | 07         | الشخص الذي دفع ثمن الجهاز           |
| 05          | 06       | 73       | 03             | 13         | الشخص الذي قام فعليا بشراء الجهاز   |
| 25          | 10       | 29       | 04             | 33         | الشخص الذي يستخدم الجهاز بكثافة     |

المصدر: خالد بن عبد الرحمان الجريسي، سلوك المستهلك، ص184.

ويشير الجدول أن مشاركة الأم كانت دائما محدودة للغاية باستثناء إظهار الحاجة للجهاز، بل هي نادرا ما تشارك الأب في مراحل اتخاذ القرار ولا تتجاوز نسبة مشاركتها (2-3%).

يبرز دور الأولاد واضحا في مراحل خلق الحاجة للجهاز واستخدامه بكثافة، سواء بصفتهم المنفردة أو عند مشاركة باقي أعضاء الأسرة، وهذا الدور للأبناء متوقع، حيث إنهم لا يندمجون غالبا في قضايا فنية أو اقتصادية تخص القرار، إلا في حدود خلق الحاجة إلى الجهاز، وإشباع هذه الحاجة بالاستخدام.

**خلاصة:** وكنتيجة لما سبق فإن معظم الدراسات العربية والأجنبية أثبتت أن تساوي القوة بين الزوج والزوجة داخل الأسرة هو مجرد وهم, فنسبة 55% تمثل قرارات الأب، وتصل أحيانا إلى

ما يقارب 80% ويعود السبب في الدور البارز للأب في اتخاذ القرارات الأسرية إلى الدور الاجتماعي والنفسي الذي يؤديه داخل الأسرة سواء من حيث رؤيته لنفسه كقائد للأسرة, أو من حيث رؤية أفراد الأسرة أنفسهم له كقائد ، فقد يكون للدور المركزي للأب تأثيره في هذا السلوك المسيطر. كل هذه الاتجاهات والآراء تفتح المجال أمام العديد من الباحثين وتطرح مزيدا من التساؤلات التي تركز بدرجة أو بأخرى عن مدى فعالية القرارات الشرائية داخل الأسرة إذا ما زاد الغموض الذي يسود الوسط الأسري.....

### قائمة المراجع:

- 1-خالد بن عبد الرحمان الجريسي (2006): سلوك المستهلك.دراسة تحليلية للقرارات الشرائية . الرياض.
- 2-محمد عبيدات(1995): سلوك المستهلك.مدخل سلوكي. المستقبل للنشر والتوزيع.عمان.
- 3-مرعوش إكرام (2009): مدى تأثير الإعلان على سلوك المستهلك. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الحاج لخضر باتنة.
- 4 - Terrel, G. Williams, **Consumer Behavior : Fundamentals and Strategies**, New York, West Publistting compagny, 1982.