



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة المسيلة

Univesite de M'sila

الغلاف الخارجي للسلعة وتأثيره على السلوك الاستهلاكي للفرد

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علم النفس الإرشاد
والتوجيه نظام كلاسيكي بجامعة - المسيلة -

مذكرة لنيل درجة شهادة الماستر في علم النفس

تخصص : تنظيم وعمل

تحت إشراف الدكتور :

- زين الدين ضياف

من إعداد الطالبة :

- زكية حساني

إعداد لجنة المناقشة

رئيسا

مشرفا

عضوا

1 - د/ مجاهدي الطاهر

2 - د/ :ضياف زين الدين

3 - / جلاب مصباح

السنة الدراسية 2011/ 2012

ملخص الدراسة :

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على الدور الذي يلعبه الغلاف الخارجي للسلعة في التأثير على السلوك الاستهلاكي للفرد ومعرفة إلى أي مدى يمكن أن يساهم الغلاف في تغيير رغبة المستهلك ،ومن ذلك تم طرح تساؤل رئيسي لهذا الموضوع مفاده هل يساهم الغلاف الخارجي للسلعة في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك؟ ويندرج تحت هذا التساؤل العام تساولين فرعيين هما :

- هل الغلاف الجذاب للسلع الاستهلاكية له دور في التأثير على المستهلك؟
- هل الاختلاف في عبوات المنتج الواحد له دور للتأثير على القرار الشرائي للمستهلك؟ وللإجابة على هذه التساؤلات قمن بوضع فرضيتين.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية لاستجابات المستهلك لنوع الغلاف الخارجي للسلعة تعزى إلى متغير الجنس .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية لاستجابات المستهلك لمميزات العبوة تعزى لمتغير الجنس . وقد تم اختيار هذه العينة بطريقة عشوائية والمتكونة من 70 طالب وقد قمت بتطبيق استبيان احتوى على 14 بند ، كما استخدمت في ذلك المنهج الوصفي وذلك لملائمته مع طبيعة الدراسة وقد تم إجراء بعض التحليلات الإحصائية وهي : الانحراف المعياري- المتوسط الحسابي- واختبار t لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق لنوع الغلاف ومميزات العبوة في استجابات الجنسين ،وقد كشفت هذه الدراسة على النتائج التالية :
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لنوع الغلاف الخارجي للسلع تعزى لمتغير الجنس .
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمميزات العبوة تعزى لمتغير الجنس .
- وفق للنتائج التالية تم وضع مجموعة من التوصيات .
- التنوع والتجديد فيما يخص العبوات وأغلفة المنتجات الاستهلاكية خاصة من الجانب التقني للغلاف أو العبوة وكذا مادة صنعه .
- الاهتمام بتحسين الجانب الجمالي والترويج للغلاف دون إهمال الجانب الحصاني والصحي باعتباره عنصر هام لدى المستهلك الجزائري.
- يجب أن يكون الغلاف مثيرا ليزيد من رغبة المستهلك في الشراء وذلك من حيث شكله ولونه وصورته .
- مراعاة الشكل الخارجي للعبوة بحيث يكون جميلا وجذابا يلفت النظر إليه ويثير الاهتمام ،لهذا يجب أن يكون شكل العبوة فريدا ومخالف لشكل عبوات السلع الأخرى المنافسة .
- مراعاة التأثير النفسي للألوان .

Résumé de l'étude:

Cette étude visait à tenter d'identifier le rôle joué par l'enveloppe extérieure de la marchandise à influencer le comportement des consommateurs de l'individu et dans quelle mesure peut contribuer à la volonté de changement des consommateurs atmosphérique, et il a été remis en question touche à ce sujet exprimé Est contribue enveloppe extérieure de la marchandise à influencer la décision SPV pour le consommateur? Et relève de cette question générale deux sous-deux questions:

- Est-ce la marchandise couverture attractifs pour le consommateur joue un rôle en influençant le consommateur?
- Est-ce la différence dans des emballages de produits par son rôle d'influencer la décision d'achat du consommateur? Pour répondre à ces questions de bug mis sur deux hypothèses.
- Il existe des différences significatives de la réaction des consommateurs à la nature de l'enveloppe extérieure de la marchandise en raison du sexe variable.
- Il existe des différences significatives de la réaction des consommateurs aux avantages de l'ensemble en raison du sexe variable.

Ils ont été choisis échantillon aléatoire et composé de 70 étudiants avez-vous demandé questionnaire figurant sur le point 14, tel qu'il est utilisé dans cette approche descriptive afin d'adéquation avec la nature de l'étude a été réalisée une analyse statistique de: l'écart-type - la moyenne arithmétique - et le test t de test pour voir si Il y avait des différences dans le type de couverture et des avantages sociaux dans les réponses entre les sexes, cette étude a mis en évidence les résultats suivants:

- Il ne existe pas des différences importantes quant au type de l'enveloppe extérieure de la marchandise en raison du sexe variable.
- En accord avec les résultats suivants ont mis au point une série de recommandations.

Suggestions et recommandations:

Après ces études et les résultats obtenus seront tenter d'évaluer quelques-unes des suggestions et des recommandations à l'intention des chercheurs après nous, tels que:

- 1 - la diversification et l'innovation en matière de conditionnement et d'emballage des produits de consommation en particulier de l'aspect technique de l'enveloppe ou de l'emballage, ainsi que du matériel fait.
- 2 - attention à l'amélioration de l'aspect esthétique et la promotion de la couverture sans pour autant négliger le côté Alhassani et de la santé comme un élément important des consommateurs algériens.
- 3 - devrait être une excellente ambiance pour le désir croissant des consommateurs à acheter en termes de forme, de couleur et d'image.
- 4 - Sous réserve de l'extérieur de l'emballage afin qu'il soit beau et attrayant attire l'attention sur lui et, curieusement, ce doit être une forme unique de l'emballage et contrairement à la forme de biens d'autres forfaits compétitifs.
- 5 - la prise en compte de l'impact psychologique des couleurs