

ملخص الدراسة :

لقد أصبح المستهلك المحور الاساسي لكل عملية تسويقية ،وعليه أصبح من الضروري الأخذ بعين الاعتبار حاجاته ومتطلباته والعمل على إرضائها عن طريق إنتاج منتجات تتوافق مع حاجاته ورغباته ، غير أن المستهلك تنتج منه عدة سلوكيات يجب دراستها ، منها سلوك البحث عن المعلومات فيهتم المستهلك في تلك المرحلة بالبحث عن المعلومات النتاحة وتحديد كافة البدائل التي تحقق له الإشباع المتكامل ، وذلك بعد أن يتعرف المستهلك على المشكلة بحجم كاف يجعله يبدأ في مرحلة البحث عن المعلومات من مختلف المصادر التي يستطيع الوصول إليها ، ويزداد احتمال البحث عن المعلومات عندما يكون المستهلك لديه شعور بأن البدائل المختلفة من الأصناف غير مناسبة أو بيانات غير كافية وإن حجم المعلومات اللازم توفيره للمستهلك بل والوسيلة المستخدمة لعرض هذه المعلومات يتفاوت حسب السلعة فكلما زادت الدرجة في التعقيد للسلع ، فكلما زادت الحاجة إلى معلومات دقيقة حول كل مواصفة لكل منتج .

ولقد حاولنا من خلال هذه الدراسة الدراسة الإجابة على الإشكالية الرئيسية تحليل سلوك البحث عن المعلومات لمستهلكين سيارة لوغان -الجزائر- معتمدين على إستبيان تم اعداده بما يتناسب وأهداف الدراسة ، وتوزيعه على عينة من مستهلكين سيارة لوغان تم اختيارها بصفة عشوائية .

وقد بينت الدراسة أن جميع أفراد العينة قد قاموا بالبحث عن المعلومات على سيارة لوغان من مختلف المصادرالداخلية والخارجية وأنواع المعلومات.

الكلمات المفتاحية :- سلوك البحث عن المعلومات - مصادر المعلومات - معلومات داخلية وخارجية.

Study Summary:

The consumer has become the main focus of each marketing process. Therefore, it is necessary to take into account the needs and requirements and work on the basis of Tariff produce products compatible with the needs and desires. However, the consumer produces several behaviors to be studied. Including the behavior of the search for information in which the consumer at that stage to search for available information and identify all the alternatives that achieve the full satisfaction. Once the consumer has identified the problem sufficiently, he or she begins to look for information from the various sources he can access. The probability of looking for information is increased when the consumer feels that the different alternatives of the items are not suitable or the entities are insufficient and that the size of the information needed to be provided to the consumer and the means used to display this information varies according to the commodity the greater the degree of restriction of the goods in terms of their characteristics. Accurate information about each specification for each product.

In this study, we tried to answer the main problem of studying the behavior of searching for information for Logan consumers - Algeria - based on a questionnaire prepared to suit the objectives of the study. The distribution to a sample of Logan consumers was randomly selected.

The study showed that all the members of the sampl searched for information on logan from various internal and external sources and tatypes of informaiton.

Keyworded :behavior search information coures inteemal and exterem in formation.