

الفصل الثاني

اتخاذ القرار الشرائي

انواع القرارات الشرائية :

- قرارات متعلقة بتخصيص الموارد المتاحة
- قرارات متعلقة بشراء المنتجات او عدم شرائها
- قرارات متعلقة بشراء انواع معينة من الماركات
- قرارات متعلقة بالمحل الذي يشتري منه

مراحل عملية اتخاذ القرار الشرائي :



مراحل عملية اتخاذ القرار الشرائي :

اولا : الشعور بالمشكلة الاستهلاكية

- التعريف
- المصدر

ثانيا : البحث عن المعلومات والبدائل المتاحة

- المصادر الداخلية
- المصادر الخارجية
- المصادر الرسمية :
 - تجارية
 - حكومية
 - مستقلة
- المصادر الغير رسمية

ثالثا : تقييم البدائل المتاحة

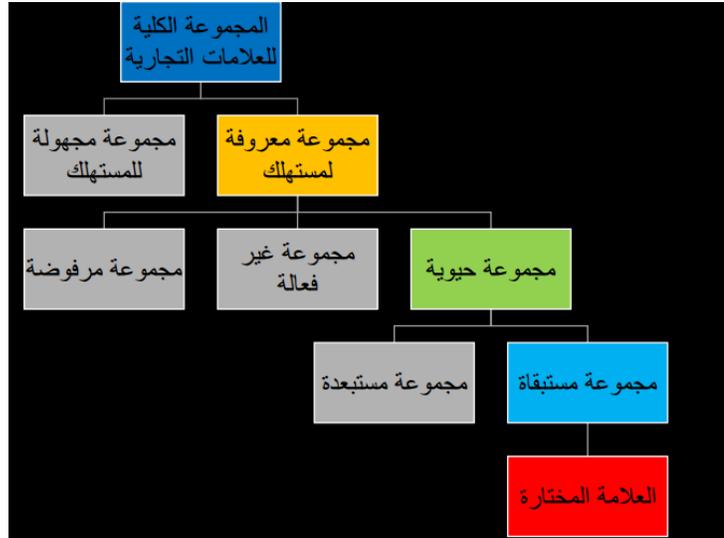
- انواع المعايير
 - معايير موضوعية
 - معايير شخصية

- اهمية المعايير
- حاسمة
- غير حاسمة

عوامل تؤثر في تقييم المنتج

- الحاجة
- الاهمية
- البدائل معقدة
- ازدياد درجة المخاطر

مراحل عملية اتخاذ القرار



رابعاً : اختيار البديل الأفضل

- الاسلوب التعويضي
- الاسلوب الشامل
- القاعدة الاقترائية
- القاعدة الاختيارية
- القاعدة المعجمية
- اسلوب الحذف
- اسلوب التكرار
- الشراء في ظل الولاء للعلامة التجارية
- الاختيار طبقاً للشعور الايجابي العام
- الشراء الاندفاعي

خامساً : عملية الحصول على المنتج واطمأن الشراء

سادساً : تقييم المنتج اثناء الاستهلاك وبعده

- الرضا وعدم الرضا
- الصراع النفسي بعد الشراء

سابعاً : التخلص من المنتج

- **التخلص منه نهائياً** : الاهداء ، المبادلة ، البيع ، القاءه بالقمامه
- **الاحتفاظ بالمنتج** : تخزينة ، استخدامة في غرض جديد ، استخدامة في الغرض الاصلي
- **التخلص منه مؤقتاً** : تاجيره ، اقراضة

اسلوب الحل الروتيني	اسلوب الحل المحدود	اسلوب الحل متوسط المدى	اسلوب الحل المسهب	
قصير جدا	وقت قصير	وقت متوسط	يحتاج إلى وقت طويل	الوقت المطلوب
بدائل شرائية كثيرة جدا	بدائل شرائية كثيرة متشابهة	بدائل متشابهة لكن ليست فريدة	يوجد بدائل كثيرة متنوعة وغير واضحة	وجود بدائل
لا يتطلب معلومات	قليلة	ليست كبيرة	يحتاج إلى كمية كبيرة من المعلومات	كمية المعلومات
لا يوجد اهتمام	بسيط	متوسطة	كبير	اهتمام المشتري
لا يوجد مخاطرة	منخفضة	متوسطة	عالية	درجة المخاطرة
عادة متكررة	متكرر	ليس أول مرة	أول مرة	معدل التكرار
منتجات عادية	منتجات استهلاكية	منتجات خاصة	منتجات معمرة	نوع المنتج

دنيبي بعيونه