

المستوى
6

جامعة الدمام
UNIVERSITY OF DAMMAM

الواجبات
والأختبار
الفصلي

سلوك
المستهلك

تنسيق:
نبيل
المطير

دكتور المادة: صالح الرنتيد

2015 - 1436

السؤال (1): السلوك التنظيمي يتكون من الأفراد الذين يشترون السلع والخدمات للإستهلاك الشخصي.

الجواب: الجواب : خطأ

التصحيح : التعريف السابق خاص بالسلوك الفردي ... أما السلوك التنظيمي فهو يشمل المنشآت التجارية والصناعية والزراعية والمؤسسات الحكومية والهيئات غير التجارية والتي لا تستهدف الربح والذين يشترون المنتج بهدف الإستهلاك التنظيمي.

السؤال (2): في أغلب الأحوال يكون سلوك المستهلك سلوك عباطي وعشوائي.

الجواب: الجواب : خطأ

التصحيح : سلوك المستهلك ليس سلوكاً اعتباطياً أو سلوكاً عشوائياً في أغلب الأحوال ، إنما يحكمه ويوجهه هدف أو مجموعة من الأهداف ترمي إلى إشباع حاجاته غير المسبعة حالياً.

السؤال (3): يتسم سلوك المستهلك بالثبات ، وتطابق سلوك المستهلك التنظيمي وسلوك المستهلك الفردي.

الجواب: الجواب : خطأ

التصحيح : سلوك المستهلك لا يتصف بالثبات فهو متغير من وقت لآخر بسبب العوامل الداخليه والخارجية التي يمر بها حيث أنه لو كان ثابتاً لما احتجنا إلى دراسة سلوكه لأنه لن يتغير ، أما بالنسبة للتطابق فأن سلوك المستهلك الفردي يختلف من نواح كثيرة عن سلوك المستهلك التنظيمي ، مما يترتب عليه اختلاف الاستراتيجيات التسويقية المستخدمة في كل من الأسواق الإستهلاكية والأسواق التنظيمية.

السؤال (4): من المواضيع التي استفاد منها علم سلوك المستهلك من علم النفس موضوعات الدوافع والاتجاهات النفسية واثر

دورة حياة الأسرة على القرارات الشرائية.

الجواب: الجواب : خطأ

التصحيح : سلوك المستهلك لا يهتم بالاتجاهات النفسية ولا الجوانب الإجتماعية فهو لا يستفيد منهما في تحديد ما يحتاجه المستهلك وما لا يحتاجه.

السؤال (5): المستهلك التنظيمي عادة يشتري المنتج بكميات أكبر من المستهلك النهائي وكذلك تكون قراراته أقل رشداً

ومنطق.

الجواب: الجواب : خطأ

التصحيح : الشق الأول من العبارة صحيحة والالجواب : خطأ في أنها قراراته ليست أقل رشداً بل أكثر رشداً ومنطقاً .

السؤال (6): كلما زادت البدائل المتاحة وتغيرت الموديلات والموضات والماركات وكلما كان المنتج يشتري لأول مرة ، كلما

كانت البيانات المخزنة في ذاكرة المستهلك غير ملائمة لموقف الشراء وبالتالي زادت أهمية مصادر البحث الخارجية.

الجواب: الجواب : صواب

السؤال (7): لا يوجد علاقة بين الشراء الاندفاعي وبين صفات وخصائص المشتري.

الجواب : الجواب : خطأ

التصحيح : في الكتاب ذكر أنه لا يوجد دليل علمي على وجود علاقة قوية بين شخصية المستهلك وخصائصه وفي السؤال ذكر لا يوجد أيضا ... فقد يظن القارئ بأن الجواب صح ... كما ظننت أنا وبعد سؤال الدكتور عن الأمر هذا ذكر أن النفي المذكور للكتاب هو للعلاقة القوية وليس لأصل العلاقة والصحيح أنه توجد علاقة بين الشراء الإندفاعي وبين صفات وخصائص المشتري.

السؤال (8): أي من التالي لا يعتبر من المصادر الخارجية للمعلومات:

- (a) رجل البيع
- (b) بروشورات المحل
- (c) التجربة السابقة (الجواب الصحيح)
- (d) إعلانات الشركة في الصحف
- (e) المعلومات الموجودة بداخل المحل

السؤال (9): جميع ما يلي يعتبر من العوامل التي تزيد من الجهد المبذول في عملية التقييم بين البدائل ما عدا:

- (a) عندما تكون البدائل معقدة
- (b) ازدياد درجة المخاطرة المدركة
- (c) ازدياد أهمية المنتج
- (d) ارتفاع الحاجة للمنتج (الجواب الصحيح)

السؤال (10): جميع ما يلي يعتبر من العوامل التي أدت لزيادة الإهتمام بسلوك المستهلك ما عدا:

- (a) الحد من التلوث البيئي
- (b) تزايد الرغبة في حماية المستهلك من الشركات المنتج
- (c) قصر دور حياة المنتج
- (d) فشل نسبة كبيرة من المنتجات الجديدة
- (e) غياب المفهوم التسويقي الحديث (الجواب الصحيح)

السؤال (1): كلما زادت أهمية المنتج وزادت الحاجة له كلما زاد الجهد المبذول في تقييم المنتج.

الجواب : الجواب : خطأ

التصحيح : كلما زادت أهمية المنتج وزادت الحاجة إليه قل الجهد المبذول في تقييم المنتج .

السؤال (2): أسلوب الحذف في التقييم يعني أن المستهلك يضع حد أدنى لكل خاصية ويستبعد كل العلامات التي لا تتوفر فيها الحد الأدنى من كل الخواص.

الجواب : الجواب : خطأ

التصحيح : هذا التعريف خاص بالأسلوب الشامل (القاعدة القرنية) أما أسلوب الحذف ففيها يرتب المستهلك الخواص ثم يقوم بحذف البدائل التي لا تتمتع بحد أدنى من الخاصية الأعظم أهمية ومن ثم ينتقل إلى الخاصية الثاني وهكذا .

السؤال (3): الشراء الاندفاعي يزيد كلما زاد عدد المنتجات المشتراه.

الجواب : الجواب : صواب

السؤال (4): عندما يكون الاداء الفعلي أقل من الاداء المتوقع يكون هناك رضا تام.

الجواب : الجواب : خطأ

التصحيح : أنه في حال كان الأداء الفعلي أقل من المتوقع يكون هناك عدم رضا تام . ويتحقق الرضا التام في حال كان الأداء الفعلي يساوي المتوقع أو يتفوق عليه .

السؤال (5): الصراع النفسي حالة يمر بها العميل بعد الشراء تستطيع الشركة التخفيف من حدتها.

الجواب : الجواب : صواب

السؤال (6): العملاء الموالون لا يمرون بخطوة التقييم.

الجواب : الجواب : صواب

السؤال (7): أول مرحلة من مراحل القرار الشرائية التي يمر بها المستهلك:

- (a) اختيار البديل الأفضل.
- (b) إتمام الشراء.
- (c) البحث عن المعلومات.
- (d) التخلص من المنتج.
- (e) جميع الاجابات خاطئة (الجواب الصحيح)

التصحيح : أول مرحلة هي الشعور بالمشكلة .

السؤال (8): جميع ما يلي يعتبر من المصادر الرسمية ماعدا:

- (a) هيئة المواصفات والمقاييس.
- (b) رجال البيع.
- (c) البيانات المطبوعة على المنتج.
- (d) زملاء العمل. (الجواب الصحيح)
- (e) موقع الشركة على الانترنت.

السؤال (9): جميع ما يلي يعبر عن العلامات الموجودة في المجموعة المرفوضة ماعدا:

- (a) لا تتوفر للمستهلك اي معلومات عنها (الجواب الصحيح)
- (b) علامات معروفة للمستهلك.
- (c) علامات سبق تجربتها او سبق تكوين معلومات عنها.
- (d) علامات المستهلك يأخذها في الاعتبار عند الشراء.
- (e) جميع الاجابات صحيحة.

السؤال (10): جميع ما يلي يعتبر من الصفات التي تنطبق على المصادر الداخلية للمعلومات ماعدا:

- (a) معلومات غير شاملة.
- (b) جميع الاجابات خاطئة.
- (c) معلومات سريعة.
- (d) معلومات دقيقة. (الجواب الصحيح)
- (e) معلومات غير مكلفة.

السؤال (1): الصورة الذهنية الموجودة في ذهن المستهلك أحيانا تكون أهم من المميزات الموجودة في المنتج.

الجواب : صواب

السؤال (2): إذا كانت الميزة الموجودة في المنتج غير مهمة لمدير التسويق فهي فعلا غير مهمة للمستهلك.

الجواب : خطأ

التصحيح : إذا كانت الميزة غير مهمة من وجهة نظر مستخدم السلعة فهي غير مهمة على الإطلاق .

السؤال (3): من الاستراتيجيات الناجحة في بناء الموقع التنافسي مهاجمة الموقع التنافسي للعلامة الشركة القائدة.

الجواب : خطأ

التصحيح : المهاجمة ليست من الإستراتيجيات بل هي من أسباب الضعف وفشل الموقع ,

السؤال (4): كلما كان الموقع التنافسي مناسباً لكل الناس كان أفضل.

الجواب : خطأ

التصحيح : لو كان الموقع التنافسي مناسباً لكل الناس فسيجد صعوبة في احتلاله المركز الاول .

السؤال (5): التوسع في الموقع التنافسي تزيد من قوة الموقع التنافسي.

الجواب : خطأ

التصحيح : التوسع يسبب التشويش للموقع ويسبب له ضعف

السؤال (1): يعتبر مفهوم الطبقة الاجتماعية مفهوم غامض وواسع وغير محدد لذلك فإن استخدامه في تحليل سلوك المستهلك قد يؤدي إلى نتائج خاطئة .

الجواب : خطأ

التصحيح: استخدام الطبقة الاجتماعية مهم في تحليل سلوك المستهلك فالمركز الاجتماعي للفرد وطبيعته ووظيفته ومستوى تعليمه ومقدار ثروته كلها عوامل تشكل اسلوب شراءه وتؤثر فيه .

السؤال (2): التمييز بين أنواع الأسر ليس له أي أهمية من الناحية التسويقية.

الجواب : خطأ

التصحيح: التمييز له آثار هامة على الإستراتيجية التسويقية لمنشآت الأعمال فنوع الأسرة وخصائصها الاجتماعية والإقتصادية والديموغرافية كلها تؤثر في قوتها الشرائية والسلع والخدمات التي تشتريها .

السؤال (3): ملابس الزوجة، ملابس الأطفال، قرارات الاستثمار، كلها تعتبر من القرارات الشرائية التي يغلب على اتخاذها الزوجة.

السؤال (4): الجواب : خطأ

التصحيح: ملابس الزوجة وملابس الأطفال هي التي تغلب على إتخاذها الزوجة أما قرارات الإستثمار فهي تكون من الزوج .

السؤال (5): جميع ما يلي يعتبر من الأسباب التي تجعل الشركات تميل إلى توجيه اعلاناتها التجارية نحو الأطفال ما عدا:

(a) تذكر الأطفال للأعلان يكون أكثر

(b) معدل مشاهدة الأطفال للتفااز أعلى

(c) القوة الشرائية للأطفال أعلى (الجواب الصحيح)

(d) ردود أفعالهم الايجابية أفضل

السؤال (6): عندما تستخدم الشركات النجوم أو المشهوريين في مجال معين فهذا مثال على محاولة التأثير على سلوك المستهلكين باستخدام:

(a) الأسرة

(b) الطبقة الاجتماعية

(c) الجماعة المرجعية (الجواب الصحيح)

(d) ثقافة المجتمع

(e) ليس شيئاً مما سبق

السؤال (1): المصادر التجارية هي أحد أنواع المصادر الغير رسمية وتعني كل المعلومات التي تصدر وتعلن من خلال منظمات الأعمال .

الجواب : خطأ

التصحيح : أنها أحد أنواع المصادر الرسمية (غير شخصية)

السؤال (2): جميع ما يلي يعتبر من الشروط الواجب توافرها في القطاع المستهدف ماعدا:

- (a) امكانية التعرف على القطاع
- (b) الوصول للسوق بسهولة
- (c) وجود حاجات مختلفة ومتنوعة بين مجموعة من المستهلكين (الجواب الصحيح)
- (d) كبر حجم السوق وربحيته.

السؤال (3): جميع مايلي يعتبر من الشروط الفعالة المفروض توافرها في الموقع التنافسي الفعال للمنتج ماعدا:

- (a) توافق الموقع التنافسي مع السوق المستهدف
- (b) التركيز على الصفة ذات الاهمية من وجهة نظر ادارة التسويق (الجواب الصحيح)
- (c) أن يتصف الفرق الذي يقوم عليه الموقع التنافسي بالتميز والاصالة
- (d) أن يكون من الصعب على المنافسين تقليده

السؤال (4): جميع ما يلي يعتبر من صفات سلوك المستهلك ماعدا:

- (a) سلوك المستهلك يعتبر سلوك اعتباطي (الجواب الصحيح)
- (b) سلوك المستهلك يشتمل على الانشطة البدنية والذهنية
- (c) سلوك المستهلك يتأثر بعوامل خارجية مثل الثقافة والأسرة
- (d) سلوك المستهلك يمكن تفسيره والتأثير عليه.

السؤال (5): عندما تريد أحد الشركات أن تميز خدماتها بأنها متوفرة 24 ساعة من خلال الهاتف أو الانترنت؛ فهي هنا الآن

تحاول بناء موقع تنافسي طبقا:

- (a) لجماعة المستهلكين
- (b) لطريقة استعمال المنتج (الجواب الصحيح)
- (c) للعلاقة بين السعر والجودة
- (d) للحاجات النفسية للمستهلكين

السؤال (6): يلجأ المستهلك إلى اسلوب الحل متوسط المدى في الحالات التالية :

- (a) عندما يكون المنتج من المنتجات الميسرة
- (b) إذا كان الشراء يتم لأول مرة
- (c) إذا كانت درجة متوسطة من المخاطرة (الجواب الصحيح)
- (d) عندما تكون البدائل ذات مزايا متنوعة وفريدة

السؤال (7):تعني أن يقوم المستهلك بترتب خصائص السلعة التي يريد شراؤها ترتيبا تنازليا حسب أهميتها له بعد ذلك يقارن كل العلامات البديلة من حيث الخاصية الأولى الأكثر أهمية ويختار العلامة التي تتميز بأعلى مستوى من هذه الخاصية بصرف النظر عن الخواص الأخرى.

السؤال (8): القاعد المعجمية (الجواب الصحيح)

السؤال (9): القاعدة الخيارية

السؤال (10): اسلوب الحذف

السؤال (11): القاعدة الاقترائية

السؤال (12): أثناء بناء الموقع التنافسي للمنتج من المهم الاهتمام بادراك ادارة الشركة وليس ادراك المستهلكين.
الجواب : خطأ

التصحيح : الإهتمام بإدراك المستهلكين وليس الشركة .

السؤال (13): تقسيم سوق معجون الأسنان إلى القطاعات التالية: قطاع لتبييض الأسنان، قطاع لعلاج اللثة، قطاع لإزالة الرائحة الكريهة .. يعتبر مثال على :

(a) تقسيم السوق حسب الاتجاهات النفسية

(b) تقسيم السوق حسب اسلوب المعيشة

(c) تقسيم السوق حسب الطبقة الاجتماعية

(d) تقسيم السوق حسب الفوائد المنشودة في المنتج (الجواب الصحيح)

السؤال (14): تتمتع المصادر غير الرسمية بمصدقية أعلى وثقة أكبر من المصادر الرسمية.
الجواب : صواب

السؤال (15): جميع ما يلي يعتبر من العوامل التي تشجع على الشراء الاندفاعي ماعدا:

(a) رخص المنتجات والحاجة الطفيفة لها

(b) استخدام وسائل تنشيط المبيعات وأساليب العرض الجذابة

(c) عدم وجود قائمة للمنتجات المطلوب شراؤها

(d) طول حياة المنتج (الجواب الصحيح)

السؤال (16): يطلق على استراتيجية اعتبار السوق كله مجموعة كبيرة واحدة ومتجانسة من المشتريين المرتقبين وتجاهل الفروق البسيطة الموجودة بينهم استراتيجية:

(a) تجزئة السوق

(b) التسويق التمييزي

(c) التسويق المركز

(d) التسويق غير التمييزي (الجواب الصحيح)

السؤال (17): استراتيجية السوق المتجانس تعني اعتبار السوق كله مجموعة كبيرة متشابهة من المشتريين المرتقبين.
الجواب : صواب

السؤال (18): يطلق على المستهلك التنظيمي مستهلك نهائي لأن المنتج ينتهي عنده.
الجواب : خطأ
التصحيح : المستهلك النهائي هو المستهلك الفردي .

السؤال (19): الشعور بالمشكلة خطوة لايلزم أن يمر بها كل قرار شرائي والدليل أننا أحيانا نشتري أشياء لانحتاج لها.
الجواب : خطأ
التصحيح : الشعور بالمشكلة هي نقطة البداية في عملية إتخاذ القرار الشرائي .

السؤال (20): المجموعة غير الفعالة تتكون من العلامات التجارية المجهولة عند المستهلك والتي يستبعدنا من حسابها بسبب عدم توافر المعلومات اللازمة أو لتصوره أن علامتها التجارية تتصف بمزايا وخواص أقل من مزايا وخواص العلامات الأخرى.
الجواب : خطأ
التصحيح: المجموعة الغير فعالة هي من العلامات التجارية المعروفة عند المستهلك .

السؤال (21): المستهلك التنظيمي يتكون من الأفراد الذين يشترون السلع والخدمات للاستهلاك الشخصي.
الجواب : خطأ
التصحيح : هذا خاص بالمستهلك الفردي أما التنظيمي فهو فهي التي تشمل المنشآت التجارية والصناعية

السؤال (22): جميع ما يلي يعتبر من أسباب التي تدعو للاهتمام بسلوك المستهلك ماعدا:
(a) تثقيف العميل لاتخاذ القرار الشرائي الرشيد (الجواب الصحيح)
(b) تطوير وتحسين الخدمات
(c) التأثير في الاتجاهات النفسية للمستهلكين
(d) التعرف على العوامل الاجتماعية المؤثر على القرار الشرائي

السؤال (23): لجمعيات الخيرية والمؤسسات الحكومية لا تعتبر من أنواع المستهلكين التنظيميين لأنها منظمات غير ربحية.
الجواب : خطأ
التصحيح : أنها تعتبر مستهلكين تنظيميين .

السؤال (24): في مرحلة تقييم البدائل المتاحة يقوم المستهلك باستخدام عدد من المعايير منها معايير موضوعية ومنها معايير شخصية. أي من المعايير التالية يعتبر معيار موضوعي بفترض المستهلك يريد أن يشتري حاسب ألي:

- (a) سعة الذاكرة (الجواب الصحيح)
- (b) الصورة الذهنية للشركة المصنعة
- (c) التصميم الجميل للشئنة الحاملة
- (d) جميع الاجابات صحيحة

السؤال (25): يتسم سلوك المستهلك بالثبات، وتطابق سلوك المستهلك التنظيمي وسلوك المستهلك الفردي.
الجواب : خطأ

التصحيح : لا يتسم سلوك المستهلك بالثبات إنما هي أنشطة وتصرفات التي يقدم عليها المستهلكون أثناء بحثهم عن السلع ولا تتطابق سلوك المستهلك التنظيمي وسلوك المستهلك الفردي بل تختلف من ناحية الكمية وطريقة اتخاذ قرار الشراء وعدد الأشخاص المشاركين في اتخاذ القرار والمعايير المستخدمة للتقييم .

السؤال (26): من العوامل التي تؤكد على دراسة سلوك المستهلك اكتشاف الفرص التسويقية وهي تعني تحليل السوق وتقسيمه إلى قطاعات متعددة.

الجواب : خطأ

التصحيح : العوامل التي تؤكد على دراسة سلوك المستهلك تجزئة السوق وتقييمه وهي تعني تحليل السوق وتقسيمها إلى قطاعات متعددة .

السؤال (27): لا علاقة بين الرضا عن أداء المنتج في الماضي وبين الولاء.

الجواب : خطأ

التصحيح رضا المنتج يرتبط إرتباطاً وثيقاً بالولاء .

السؤال (28): في الاسلوب التعويضي يقوم المستهلك بأخذ كل خواص المنتج في الاعتبار عند التقييم

الجواب : خطأ

التصحيح : هذا في الأسلوب الشمولي ... أما التعويضي يقوم المستهلك باختيار البديل الذي يتميز ببعض الصفات الممتازة والتي تعوضه عن بعض الصفات الأخرى الغير مقبولة أو المتدنية .

السؤال (29): يزداد الجهد المبذول في عملية التقييم:

- (a) كلما كانت البدائل معقدة (الجواب الصحيح)
- (b) كلما كانت الحاجة إلى المنتج ماسة
- (c) كلما كان المنتج أقل أهمية
- (d) كلما قلت درجة المخاطر المدركة

السؤال (30): من الطرق التي يلجأ إليها بعض المستهلكين من أجل معالجة الصراع النفسي الذي يحصل بعد عملية الشراء هو المطالبة بتخفيض سعر السلعة.

الجواب : خطأ

التصحيح : من الطرق تخفيض مستوى توقعاته عن المنتج .

السؤال (31): جميع مايلي تعتبر من صفات المستهلك شديد الولاء ماعدا:

(a) واثق من نفسه.

(b) لا يشعر بدرجة عالية من المخاطرة (الجواب الصحيح)

(c) راضي عن المنتج أو المحل

(d) يختلف درجة الولاء حسب نوع المنتج والعلامة.

السؤال (32): كل ما كانت موارد الشركة كبيرة و ضخمة فهذا يساعد على اتباع استراتيجية التسويق الموحد.

الجواب : خطأ

التصحيح : هذا يساعد على استراتيجية التسويق المميز .

السؤال (33): من الأفضل دائما التركيز على فرق واحد في تصميم الموقع التنافسي.

الجواب : خطأ

التصحيح : من الأفضل تحديد عدد الفروق التي يتميز بها المنتج والعلامة وليس فرق واحد .

السؤال (34): الصورة التي ترسم في أذهان المستهلكين عن المنتج أكثر أهمية لنجاحه من خصائصه الفعلية.

الجواب : صواب

السؤال (35): يكثر استخدام تقسيم السوق حسب العوامل السلوكية نظرا لسهولة قياس هذه العوامل وسهولة الحصول عليها.

الجواب : خطأ

التصحيح : استخدام التقسيم حسب العوامل الديموغرافية

السؤال (36): تقسيم السوق طبقا لمعدل الاستهلاك يعتبر نوع من تجزئة السوق حسب:

(a) المعايير السلوكية (الجواب الصحيح)

(b) المعايير الاجتماعية

(c) المعايير الثقافية

(d) المعايير الديموغرافية

السؤال (37): جميع ما يلي يعتبر من المصادر الشخصية ماعدا:

(a) الخبرة السابقه (الجواب الصحيح)

(b) زملاء العمل

(c) الخبراء في المنتج

(d) احد افراد الاسره

السؤال (38): جميع ما يلي يعتبر من المبررات التي يقدمها أصحاب فكرة التركيز على ميزة واحدة في تصميم الموقع التنافسي ما عدا:

(a) أن المستهلكين يميلون إلى اختيار المنتجات التي تتمتع بعدد أقل من المزايا (الجواب الصحيح)

(b) يؤدي إلى زيادة ادراك العملاء لهذه الميزة وتذكرهم الدائم لها

(c) يؤدي التركيز إلى تفوق الشركة بهذه الميزة

(d) يؤدي إلى كسب تصديق وثقة العملاء

السؤال (39):تعني أن يحدد المستهلك حدا أدنى لكل خاصية يرغبها في المنتج ويستبعد كل العلامات والمنتجات التي لا تتوفر فيها الحد الأدنى من كل الخواص.

(a) القاعد المعجمية

(b) القاعدة الخيارية

(c) اسلوب الحذف

(d) القاعدة الاقترائية (الجواب الصحيح)

السؤال (40): قرار شراء العائلة لمكنسة كهربائية يعتبر نوع من أنواع القرارات:

(a) المتعلقة بتخصيص الموارد المتاحة

(b) المتعلقة بشراء المنتجات من عدمه (الجواب الصحيح)

(c) المتعلقة بشراء علامة تجارية بعينها

(d) الخاصة باختيار المحلات التجارية

السؤال (41): الحاجه هي:

(a) الشعور بالحرمان من الفرد (الجواب الصحيح)

(b) معنى من معاني الرغبه

(c) القدرة علي الشراء

(d) كل ماسبق