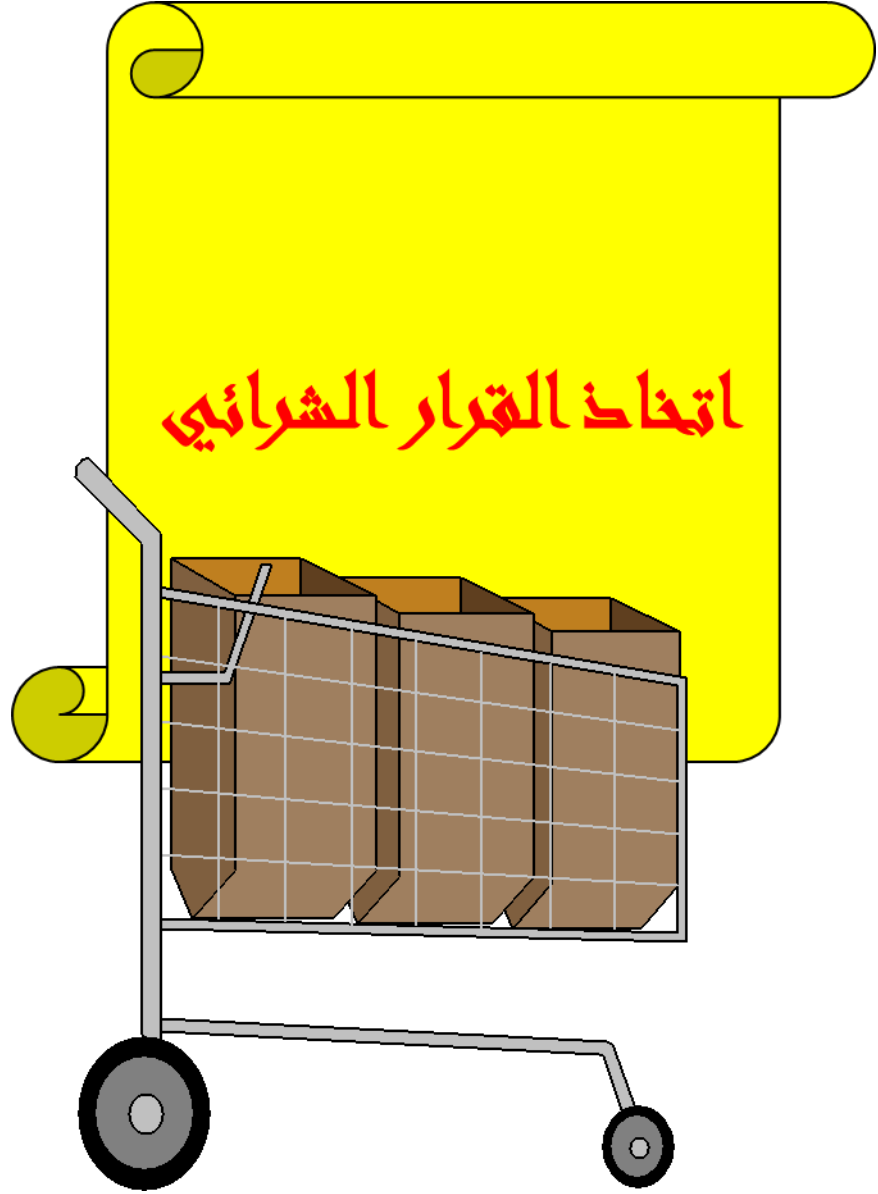


الفصل الثاني: اتخاذ القرار الشرائي

للدكتور: صالح الرشيد



أنواع القرارات الشرائية

- قرارات متعلقة بتخصيص بعض الموارد المتاحة
- قرارات متعلقة بشراء المنتجات أو عدم شرائها
- قرارات متعلقة بشراء أنواع معينة من الماركات
- قرارات متعلقة بالمحل الذي يشتري منه

مراحل عملية اتخاذ القرار الشرائي

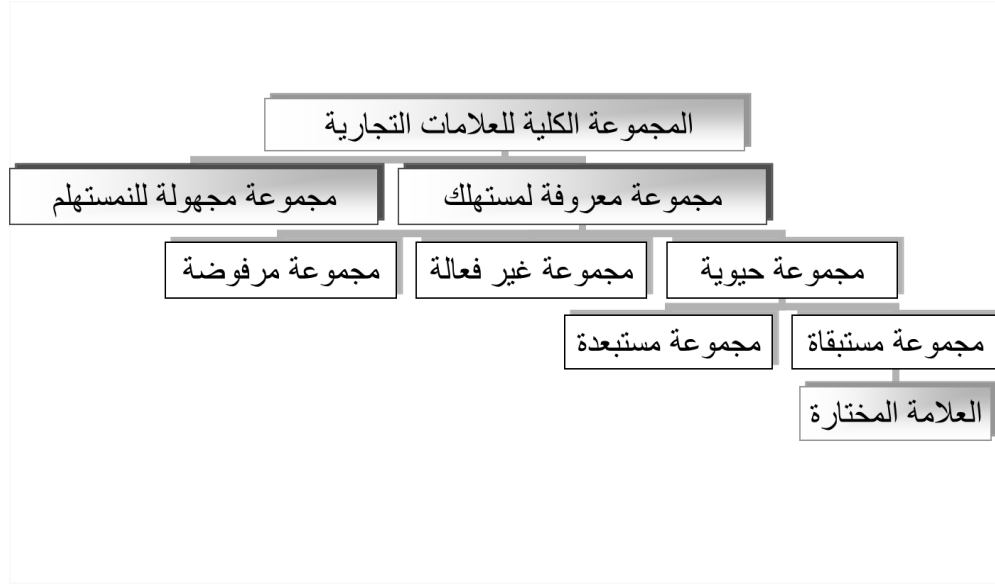
- أولاً: الشعور بالمشكلة الاستهلاكية
- ثانياً: البحث عن المعلومات والبدائل المتاحة
 - المصادر الداخلية
 - المصادر الخارجية
 - المصادر الرسمية
 - » تجارية
 - » حكومية
 - » مستقلة
 - المصادر غير الرسمية

ثالثاً: تقييم البدائل المتاحة

- معايير موضوعية
- معايير شخصية
- المعايير الحاسمة

عوامل تؤثر في تقييم المنتج

- الحاجة
- الأهمية
- البدائل معقدة
- ازدياد درجة المخاطرة



• رابعاً: اختيار البديل الأفضل

- ❖ الأسلوب التعويضي
- ❖ الأسلوب الشامل
- ❖ القاعدة الاقتراعية
- ❖ 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 وإتمام الشراء

• سادساً: تقييم المنتج أثناء الاستهلاك وبعده

الرضا وعدم الرضا

الصراع النفسي بعد الشراء

• سابعاً: التخلص من المنتج

• التخلص منه نهائياً: الاهداء، المبادلة، البيع، القاءه بالقمامة

• الاحتفاظ بالمنتج: تخزينه، استخدامه في غرض جديد، استخدامه في الغرض الأصلي

• التخلص منه مؤقتاً: تأجيله، اقرضه

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