

## المحاضرة الرابعة :

### • تابع اتخاذ القرار الشرائي

#### السؤال ١

العوامل المؤثرة في عملية التقييم(تقييم البدائل المتاحة)

١- الحاجة الى المنتج

٢- اهمية المنتج بالنسبة للمستهلك

٣- درجة المخاطرة المدركة في عملية الشراء

٤- تعقيد البدائل

٥- جميع ما سبق

#### السؤال ٢

١- كلما كانت الحاجة الى المنتج ماسة كان مجهود التقييم

١- اقل

٢- اكبر

٣- تطول عملية التقييم

#### السؤال ٣

كلما ازدادت اهمية المنتج بالنسبة للمستهلك كان مجهود التقييم

١- اقل

٢- اكبر

٣- تطول عملية التقييم

#### السؤال ٤

كلما زادت درجة المخاطرة المدركة في عملية الشراء كان مجهود التقييم

١- اقل

٢- اكبر

٣- تطول عملية التقييم

السؤال ٥

كلما كانت البدائل معقدة

١- اقل

٢- اكبر

٣- تطول عملية التقييم

السؤال ٦

يرى المستهلك عدد كبير من العلامات التجارية تحت كل نوع من المنتجات ولكن من النادر ان يكون المستهلك على دراية بكل تلك العلامات(اي ليس لديه اي معلومات او فكرة عن بعض تلك العلامات التجارية)

١- صح

٢- خطأ

السؤال ٧

تشير الدراسات الى ان عدد العلامات التجارية المعروفة للمستهلك

١- ما بين ٥ و ١٥ في المتوسط

٢- ما بين ٣ و ١٥ في المتوسط

السؤال ٨

مجموعة العلامات التجارية التي يعرفها المستهلك تنقسم الى

١- المجموعة الغير فعالة

٢- المجموعة المرفوضة

٣- المجموعة الحيوية

٤- جميع ما سبق

السؤال ٩

مجموعة من العلامات التجارية لا يجد المستهلك في شرائها اي فائدة او منفعة

١- المجموعة الغير فعالة

٢- المجموعة المرفوضة

٣- المجموعة الحيوية

### السؤال ١٠

مجموعة من العلامات التجارية التي يستبعد المستهلك من حساباته

١- المجموعة الغير فعالة

٢- المجموعة المرفوضة

٣- المجموعة الحيوية

### السؤال ١١

مجموعة من العلامات التجارية وهي المجموعة المأخوذة في الاعتبار، وتضم عدد صغير من العلامات التجارية التي يتذكرها المستهلك، حيث ينتقي منها العلامة التجارية التي سيشتريها

١- المجموعة الغير فعالة

٢- المجموعة المرفوضة

٣- المجموعة الحيوية

### السؤال ١٢

يتوقف اسلوب المستهلك في اختيار البديل الافضل على عدة عوامل

١- الاهمية التي يعلقها المستهلك على الشراء

٢- خبرة المستهلك وتجاربه السابقة

٣- كمية الوقت المتاح له لإنهاء عملية الشراء

٤- النشاط التسويقي لمنشآت الاعمال

٥- جميع ما سبق

### السؤال ١٣

مجموعة من اساليب الاختيار التي يسترشد بها المستهلك عند اتخاذ قرار الشراء (الانواع الرئيسية)

١- اساليب الاختيار في حالات الاهتمام الكبير بالشراء

٢- اساليب الاختيار في حالات الاهتمام القليل بالشراء

### ٣- اساليب الاختيار التجريبي

٤- جميع ما سبق

#### السؤال ١٤

انواع الاساليب الاختيار في حالات الاهتمام الكبير بالشراء (الانواع الفرعية)

١- الاسلوب التعويضي

٢- اسلوب الاختيار المرحلي

٣- جميع ما سبق

#### السؤال ١٥

انواع اساليب الاختيار في حالات الاهتمام القليل بالشراء (الانواع الفرعية)

١- الاساليب الشمولية (غير التعويضية)

٢- الاسلوب الحذر

٣- اسلوب التكرار

٤- جميع ما سبق

#### السؤال ١٦

انواع اساليب الاختيار التجريبي الفرعية

١- الشراء في ظل الولاء للعلامة التجارية

٢- الاختيار طبقاً للشعور الايجابي العام

٣- الشراء الاندفاعي

٤- جميع ما سبق

#### السؤال ١٧

الاساليب الشمولية (غير التعويضية) تنقسم الى

١- القاعدة الاقترانية

٢- القاعدة الخيارية

٣- القاعدة المعجمية

٤- جميع ما سبق

السؤال ١٨

في الاسلوب التعويضي يقوم المستهلك باختيار البديل الذي

١- يتميز ببعض الصفات الممتازة

٢- لا يتميز ببعض الصفات الممتازة

السؤال ١٩

يلجأ المستهلك الى الاسلوب التعويضي مع المنتجات التي يستحيل ان تتميز كل خواصها بالتميز

١- صح

٢- خطأ

السؤال ٢٠

يلجأ المستهلك الى الاسلوب التعويضي عندما لا يتواجد البديل الذي يتفوق في كل خواصه

١- صح

٢- خطأ

السؤال ٢١

يحدد المستهلك حد ادنى لكل خاصية غير مرغوبة، ويستبعد كل العلامات و المنتجات التي لا تتوفر فيها الحد الادنى من كل الخواص

١- القاعدة الاقترانية

٢- القاعدة المعجمية

السؤال ٢٢

من اهم مميزات القاعدة الاقترانية

١- انها تساعد المستهلك على تخفيض عدد البدائل المطروحة للاختيار

٢- انها تساعد المستهلك على زيادة عدد البدائل المطروحة للاختيار

السؤال ٢٣

العيب الرئيسي للقاعدة الاقترانية بانها غير كافية لتحقيق الهدف المنشود

١- صح

٢- خطأ

السؤال ٢٤

القاعدة الخيارية

١- يحدد المستهلك حد ادنى لكل خاصية، ولكن لا يقبل بالبديل الذي يتوفر فيه الحد الادنى لاي خاصية بمفردها

٢- يحدد المستهلك حد ادنى لكل خاصية، ولكن يقبل بالبديل الذي يتوفر فيه الحد الادنى لأي خاصية بمفردها

السؤال ٢٥

العلاقة المعجمية

- ١- يقوم بترتيب خصائص السلعة التي يريد شراؤها ترتيب تنازلياً طبقاً لأهميتها له
- ٢- يقارن كل العلامة البديلة المتوفرة في السوق من حيث الخاصية الاولى الاكثر اهمية
- ٣- يختار العلامة التي تتميز بأعلى مستوى من الخصائص

٤- جميع ما سبق

السؤال ٢٦

الاسلوب المعجمي يستخدم معيار.....من اسلوب الحذف عند الاختيار

١- اكثر صرامة

٢- اقل صرامة

السؤال ٢٧

الاسلوب المعجمي يحذف كل البدائل فقط عندما لا تتمتع بالحد الادنى من الخواص الاكثر اهمية

١- صح

٢- خطأ

السؤال ٢٩

تم تصنيف الاسلوب المعجمي ضمن الاساليب الشمولية غير التعويضية

١- صح

٢- خطأ

### السؤال ٣٠

اساليب الاختيار التجريبية

١- الشراء في ظل الولاء للعلامة التجارية

٢- الاختيار طبقاً للشعور الايجابي العام

٣- الشراء الاندفاعي

٤- جميع ما سبق

### السؤال ٣١

الولاء للعلامة يعتبر من الاهداف التي يسعى لها مديرو التسويق

١- صح

٢- خطأ

### السؤال ٣٢

يمكن وصف الولاء لعلامة تجارية ما بانها درجة الايجابية في الاتجاهات النفسية للعميل

١- صح

٢- خطأ

### السؤال ٣٣

منشأ الولاء يعود الى ايام صبا الفرد والسنوات الاولى من شبابه

١- صح

٢- خطأ

### السؤال ٣٤

مواصفات المستهلك شديد الولاء لعلامة تجارية ما

١- اكثر ثقة بنفسه من غيره في ما يتعلق باختياره

٢- الشعور بدرجة عالية من المخاطر في عملية الشراء

٣- يكون على الولاء كبير بمحل معين

٤- احياناً ما ينتمون الى اقلية عرقية

٥- جميع ما سبق

السؤال ٣٥

الاختيار طبقاً للشعور الايجابي العام

- ١- لا يركز على خواص معينة ولا يعتمد المقارنة
- ٢- غالباً ما يستخدم في حالة المنتجات المتكررة الضراء ذات الثمن المنخفض و المتوفر
- ٣- لا يترتب عليها درجة مخاطرة عالية

٤- جميع ما سبق

السؤال ٣٦

هو نوع من الشراء العفوي غير المخطط له مسبقاً، ويتم في التو واللحظة بسبب الاساليب البارعة في عرض البضائع داخل المحل التجاري

١- الشراء في ظل الولاء

٢- الشراء الاندفاعي

السؤال ٣٧

خصائص الشراء الاندفاعي

- ١- وجود رغبة مفاجئة في الشراء مصحوبة بإلحاح نفسي
- ٢- الاحساس بحالة عدم توازن نفسي بعدم القدرة على السيطرة على النفس
- ٣- نشوء صراع يحل بالشراء السريع
- ٤- القيام بحد ادنى من التقييم الموضوعي
- ٥- تسود الاعتبارات العاطفية عند التقييم
- ٦- عدم الاهتمام بالنتائج المترتبة على الشراء

٧- جميع ما سبق

السؤال ٣٨

عوامل لها علاقة بالشراء الاندفاعي

- ١- العوامل المتعلقة بالمنتجات
- ٢- العوامل المتعلقة بالنشاط التسويقي

### ٣- العوامل المتعلقة بالمستهلكين

٤- جميع ما سبق

### السؤال ٣٩

عوامل زيادة المشتريات غير المخططة من السوبرماركت

١- حجم الفاتورة المواد المشتراه

٢- عدد المنتجات المشتراه

٣- رحلات التسوق الرئيسية

٤- تكرار عملية الشراء

٥- عدد سنوات الزواج

٦- عدم وجود قائمة للمنتجات المطلوبة شراؤها مع الفرد

٧- جميع ما سبق

### السؤال ٤٠

تؤثر كثير من العوامل الموقفية بصورة متفاوتة على طبيعة الاختيار اثناء عملية الشراء مثل

١- ضيق الوقت

٢- كمية المعلومات المتاحة عن البدائل

٣- التأثيرات الراجعة لوجود افراد الاسرة معا

٤- التأثيرات الراجعة لوجود الاخرين حول المستهلك في المحل التجاري

٥- الشكل الذي تقدم به المعلومات عند نقطة البيع

٦- جميع ما سبق

### السؤال ٤١

حصيلة التقييم الذي يقوم به المستهلك للبدل المختار بعد استهلاكه والذي انتهى فيه الى ان اداء المنتج الفعلي يساوي التوقعات المعقودة عليه او يتفوق عليها

١- رضا المستهلك

٢- عدم رضا المستهلك

### السؤال ٤٢

حصيلة التقييم الذي يقوم به المستهلك للبدل المختار بعد استهلاكه والذي انتهى فيه الى ان اداء المنتج الفعلي ادنى من التوقعات المعقودة عليه

١- رضاء المستهلك

٢- عدم رضا المستهلك

### السؤال ٤٣

يرتبط رضا المستهلك ارتباطاً وثيقاً بدرجة إدراكه للجودة التي يتصف بها المنتج

١- صح

٢- خطأ

### السؤال ٤٤

يرى ماون ان لجودة المنتجات ٨ ابعاد يجب على المنشآت الاهتمام بها ومنها..

١- الاداء

٢- الكياسة

٣- الثبات

٤- عدد الخواص

٥- جميع ما سبق

### السؤال ٤٥

يرى ماون ان لجودة المنتجات ٨ ابعاد يجب على المنشآت الاهتمام بها ومنها

١- المتانة

٢- تقديم المنتج في الوقت المناسب

٣- الذوق العام والجوانب الجمالية

٤- حقوق الملكية الخاصة بالعلامة التجارية

٥- جميع ما سبق

### السؤال ٤٦

طرق رئيسية للتعبير عن عدم الرضاء

- ١- الشكوى لمدير متجر التجزئة
- ٢- تجنب الشراء من نفس المحل واقناع الاخرين بالابتعاد عنه
- ٣- اتخاذ الاجراءات الرسمية
- ٤- مقاطعة الشركة البائعة
- ٥- انشاء تنظيم بديل لأمداد المستهلكين بالسلع(الجمعيات التعاونية)
- ٦- عدم فعل اي شيء

٧- جميع ما سبق

#### السؤال ٤٧

من طرق عدم الرضاء اتخاذ الاجراءات الرسمية وهي

- ١- تقديم شكوى للجهة الرسمية المختصة
- ٢- كتابة خطاب الى احد الصحف المحلية
- ٣- رفع الامر الى القضاء

٤- جميع ما سبق

#### السؤال ٤٨

كشفت الدراسة ايضاً ان المستهلكين السعوديين غير الراضيين عن السلعة بعد الشراء نادراً ما يقومون بالتالي

- ١- رد السلعة للمحل
- ٢- الشكوى لدى الجهات المختصة
- ٣- اهداء السلعة للآخرين
- ٤- المطالبة بتخفيض سعر السلعة
- ٥- عرض المشكلة بالصحف
- ٦- عدم عمل شيء

٧- جميع ما سبق

#### السؤال ٤٩

الصراع النفسي بعد الشراء هو نوع من عدم التوازن النفسي الناتج من تلقي المستهلك لمعلومات متضاربة بعد اتخاذ القرار الشراء مما يدفعه الى محاولة تخفيضه او معالجته

١- صح

٢- خطأ

السؤال ٥٠

يلجأ المستهلك لتخفيض هذا الصراع النفسي الى احد الوسائل التالية

- ١- تجاهل المعلومات الجديدة (العكسية) تماما
- ٢- اقناع نفسه بانه اتخذ القرار الشرائي الصحيح
- ٣- تفسير المعلومات بطريقة انتقائية
- ٤- تخفيض مستوى التوقعات عن المنتج
- ٥- البحث عن الاعلانات التجارية والمصادر التي تدعم قراره وتجنب اعلانات المنافسة
- ٦- محاولة اقناع الاصدقاء بمميزات هذه العلامة بهدف اقناع نفسه بها
- ٧- التحدث مع المستهلكين السابقين لشراء هذه العلامة التجارية وشعرو بالرضاء

٨- جميع ما سبق

السؤال ٥١

انواع التخلص من المنتج

- ١- الاحتفاظ بالمنتج
- ٢- التخلص منه مؤقتاً
- ٣- التخلص منه نهائياً

٤- جميع ما سبق

السؤال ٥٢

طرق الاحتفاظ بالمنتج

- ١- استخدامه في غرضه الاصلي
- ٢- استخدامه في غرض جديد
- ٣- تخزينه

٤- جميع ما سبق

السؤال ٥٢

طرق التخلص من المنتج مؤقتاً

١- تأجيله

٢- اقتراضه

٣- جميع ما سبق

السؤال ٥٣

طرق التخلص من المنتج نهائياً

١- القائه في القمامة

٢- اهدائه لآخر

٣- مبادلته بمنتج اخر

٤- بيعه

٥- جميع ما سبق

السؤال ٥٤

طرق بيع المنتج

١- بيعه مباشرة للمستهلك

٢- بيعه من خلال الوسيط

٣- بيعه للوسيط

٤- جميع ما سبق

السؤال ٥٥

اساليب حل المشكلة الاستهلاكية

١- اسلوب الحل المسهب

٢- اسلوب الحل المتوسط المدى

٣- اسلوب الحل المحدود

#### ٤- اسلوب الحل الروتيني

٥- جميع ما سبق

#### السؤال ٥٦

تتصف قرارات الشراء في البداية

١- بالبساطة

٢- بالتعقيد

#### السؤال ٥٧

يتطلب وقتاً طويلاً وجهداً كبيراً في البحث ولا يتوقف تفكير المستهلك في المنتج وتحليله حتى بعد شراءه واستهلاكه مثل السيارات والمنازل

١- اسلوب الحل السهب

٢- اسلوب الحل متوسط المدى

٣- اسلوب الحل المحدود

٤- اسلوب الحل الروتيني

#### السؤال ٥٨

يتناسب مع المنتجات التسويقية ومتوسط الثمن يلجأ الافراد الى هذا الاسلوب في حالة تكرار شراء احد السلع المعمرة مثل الاجهزة الكهربائية والخدمات الفندقية

١- اسلوب الحل السهب

٢- اسلوب الحل متوسط المدى

٣- اسلوب الحل المحدود

٤- اسلوب الحل الروتيني

#### السؤال ٥٩

هو عملية تبسيط اتخاذ القرار باتباع احد القواعد البسيطة في الاختيار حيث اشتر ارخص البدائل المتوفرة في السوق

١- اسلوب الحل السهب

٢- اسلوب الحل متوسط المدى

٣- اسلوب الحل المحدود

٤- اسلوب الحل الروتيني

السؤال ٦٠

اسلوب عرض البضائع داخل المتجر مثل الخبز او الحليب في رحلة التسوق الاسبوعية يؤثر في القرار الشرائي المرتبط ب ..

١- اسلوب الحل السهب

٢- اسلوب الحل متوسط المدى

٣- اسلوب الحل المحدود

٤- اسلوب الحل الروتيني

السؤال ٦١

يعتبر من اقل الحقول المحدودة تعقداً..

١- الشراء الاندفاعي

٢- الشراء الاعتيادي

٣- الشراء المتكرر

السؤال ٦٢

هناك نوعين من اساليب الحل الروتيني هما.

١- اسلوب الحل المتكرر

٢- اسلوب الحل الاعتيادي

٣- جميع ما سبق

السؤال ٦٣

اسلوب الحل المتكرر يتطلب الشراء المتكرر نوعاً ما من ...

١- الحقول المحدودة

٢- الحقول المستمرة

٣- الحقول المستقرة

### السؤال ٦٥

يتطلب الشراء المتكرر نوعاً من الحقوق المستمرة بسبب..

١- عدم رضا المستهلك عن البديل الذي تم شراؤه من قبل

٢- نفاذ المخزون من السلعة المرغوبة من الاسواق

٣- سحب السلعة المرغوبة من الاسواق

٤- جميع ما سبق ذكره

ABDULLAH007