

عملية اتخاذ القرار الشرائي

يهدف هذا الفصل الى:

- التعريف بعملية اتخاذ القرار الشرائي وانواعه.
- دراسة القرار في مرحلة ما قبل، اثناء وبعد الشراء.
- عرض الوسائل التي يستخدمها المستهلك في عملية اتخاذ القرار

ماهية عملية اتخاذ القرار الشرائي

هي العملية العقلانية التي تهدف للوصول للسعر المنطقي العادل والانفاق الاستهلاكي المتوازن واشباع الحاجات على اكمل وجه.

▶ يتناول القرار الشرائي عدد من المواضيع (أنواعه):

- قرارات تتعلق بتخصيص الموارد المتاحة بين أوجه الانفاق المختلفة
- قرارات شراء المنتجات المفضلة لديه دون غيرها
- قرارات تتعلق بولائه لماركات محددة دون غيرها
- قرارات تتعلق بشرائه من محلات تجارية معينة دون غيرها

مراحل اتخاذ القرار الشرائي

الخطوات	المراحل
الشعور بالمشكلة (تغيرات في الوضع الحالي أو المرغوب)	١- مرحلة ما قبل الشراء
البحث عن المعلومات (داخلية وخارجية)	
تقييم البدائل المتاحة (معايير مهمة ومعايير حاسمة)	
اختيار البديل الأفضل (خمس أساليب للاختيار)	
الشراء الفعلي	٢- مرحلة الشراء
تقييم المنتج أثناء الاستهلاك وبعده (الرضا وعدم الرضا)	٣- مرحلة ما بعد الشراء
التخلص من المنتج	

أولاً : مرحلة ما قبل الشراء

1. الشعور بالمشكلة :

أ/ التغيرات التي تحدث في الحالة **الحالية** للمستهلك:

- نفاذ المخزون من السلعة لدى المستهلك
- وصول المخزون من السلع او الخدمات إلى حالة غير مرضية للمستهلك.
- تناقص أو فقدان بعض مصادر الدخل لدى المستهلك يشعره بالقلق.

ب/ التغيرات التي تحدث في الحالة **المرغوبة** للمستهلك:

- تغيرات تؤدي إلى نشأة حاجات جديدة لدى الفرد لم تكن موجودة من قبل .
- نشأة حاجات جديدة ناتجة عن تغير في أوضاعه المهنية أو الحياتية.
- تغيرات ناتجة عن الابتكارات السلعية تولد حاجات لم تكن معروفة.
- نشوء حاجات مهمة للحاجات التي تم إشباعها .

تابع: أولاً : مرحلة ما قبل الشراء

٢. البحث عن المعلومات

أ/ المصادر الداخلية

ب/ المصادر الخارجية

رسمية
(غير
الشخصية)

غير رسمية
(الشخصية)

تجارية

حكومية
مختصة

مصادر مستقلة
(الجمعيات العلمية)

العائلة
الأصدقاء
الأقارب

تابع: أولاً : مرحلة ما قبل الشراء

معايير مهمة



٣. تقييم البدائل
المتاحة

معايير حاسمة

تابع: أولاً : مرحلة ما قبل الشراء

٤. أساليب اختيار المستهلك البديل الأفضل

اهتمام كبير بالشراء

- الأسلوب التعويضي
- الأسلوب المرحلي

اهتمام قليل بالشراء

- الأساليب الشمولية
- أسلوب الحذف
- أسلوب التكرار

الاختيار التجريبي

- الولاء للماركة
- الشعور الإيجابي
- الشعور الاندفاعي

الاختيار بين المنتجات الغير بديلة

- خواص تجريدية للمقارنة
- أسلوب التقييم العلمي

الاختيار بين المحلات التجارية

- عدد من المعايير:
- الموقع، الأسعار، الخدمات، التشكيلة المعروضة

ثانياً: عملية اتخاذ القرار في مرحلة الشراء:

هي مرحلة الشراء الفعلية

▶ ثالثاً: عملية اتخاذ القرار في مرحلة ما بعد الشراء:

١. تقييم المنتج أثناء استهلاكه وبعده.
٢. الصراع النفسي بعد الشراء.
٣. التخلص من المنتج.