

التصحيح النموذجي للاستدراكي لمادة أساسيات التسويق 1

السنة الثانية علوم تجارية

الجواب الأول: نوضح الاختلاف بين العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي للمستهلك الفرد عن تلك المؤثرة على السلوك الشرائي للمستهلك المنظمة من خلال الجدول الآتي: (4 نقاط)

العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي للمستهلك الفرد	العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي للمستهلك المنظمة
- العوامل الثقافية؛ - العوامل الاجتماعية؛ - العوامل النفسية؛ - العوامل التسويقية. لا بد من شرح كل عامل وإعطاء أمثلة.	- العوامل البيئية؛ - العوامل التنظيمية؛ - العوامل التفاعلية بين الأفراد؛ - العوامل الفردية. لا بد من شرح كل عامل وإعطاء أمثلة.

التعليق على الجدول وتوضيح أهم الفروق الموجودة وأين تكمن. (3 نقاط)

الجواب الثاني: التبادل حالة خاصة من التعامل ويكمن الفرق بينهما في المقابل الممنوح ففي التبادل عادة ما يكون المقابل ماديا أو نقديا أو عينيا أما التعامل فيمكن ان يكون المقابل شيء معنوي (مثلا التعاملات الشخصية المقابل يكون عبارة عن التقدير والاحترام...). (2نقاط)

الجواب الثالث: هناك اختلاف بين مراحل اتخاذ القرار الشرائي بالنسبة للمستهلك الفرد ومراحل القرار الشرائي بالنسبة للمستهلك المنظمة نوضحه من خلال الجدول الآتي: (4 نقاط)

مراحل القرار الشرائي بالنسبة للمستهلك	مراحل القرار الشرائي بالنسبة للمنظمة
- الشعور بالمشكلة؛ - البحث عن المعلومة؛ - تقييم البدائل؛ - قرار الشراء؛ - تقييم ما بعد الشراء. لا بد من شرح المراحل وإعطاء أمثلة.	- الشعور بالمشكلة؛ - وصف خصائص المنتج وصفاته؛ - البحث عن الموردين؛ - استقبال وتحليل العروض؛ - اختيار الموردين؛ - إجراء الطلبية؛ - متابعة وتقييم النتائج. لا بد من شرح المراحل وإعطاء أمثلة.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه انه هناك تشابه في المرحلة الأولى والأخيرة إلا ان الشعور بالمشكلة وتحديدها بالنسبة للمنظمة تكون أكثر تعقيد عنها بالنسبة للفرد ونفس الشيء بالنسبة للمرحلة الأخيرة. أي أن العملية الشرائية الخاصة بالمنظمة تتميز بنوع من التعقيد والصعوبة عن العملية الشرائية الخاصة بالفرد وهذا راجع لحجم الطلبية وطبيعتها، طبيعة الأفراد المشاركين في اتخاذ القرار الشرائي، وحجم الميزانية المخصصة للشراء، صف إلى ذلك أن العملية الشرائية الخاصة بالمنظمة موجهة للعملية الإنتاجية فمستوى جودة المشتريات يؤثر على جودة المخرجات مما يؤثر على سمعة المؤسسة وبقيتها في السوق، في حين أن العملية الشرائية الخاصة بالفرد موجهة للاستخدام الشخصي. (3 نقاط)

الجواب الرابع: الفرق بين الرضا والولاء يكمن في كون الرضا عبارة عن شعور في حين الولاء يجمع بين الجانب الشعوري والجانب السلوكي. فالرضا عبارة عن حالة إدراك المشتري لكفاية أو عدم كفاية القيمة التي حصل عليها مقارنة بحجم التضحية التي يتحملها، في حين يعبر الولاء عن نية والتزام كبير من المشتري بإعادة الشراء والتعامل مع خدمة أو سلعة أو علامة تجارية أو مؤسسة بعينها في المستقبل رغم مختلف التأثيرات الموقفية والتسويقية التي تهدف إلى تعديل السلوك الشرائي، ورغبة الفرد بالتحدث بإيجابية عن السلعة أو الخدمة أو العلامة التجارية أو المؤسسة أمام الآخرين. ويعتبر الرضا هو المرحلة السابقة للولاء وليس بالضرورة أن يتحول كل مشتر راض إلى وفي لمؤسسة أو علامة تجارية بعينها، ولكن بالضرورة أن يكون المشتري الوفي راضيا عن منتجات علامة تجارية أو مؤسسة بعينها. (4 نقاط)