



جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

السنة الثالثة تجارة، تخصص تسويق

التطبيق 01:

أرادت شركة **Brandt** المتخصصة في إنتاج وبيع الأجهزة الكهرو منزليه التعرف على تفضيل المستهلكين ومعرفة مواقفهم اتجاه منتجاتها (الثلاجات) ومقارنة ذلك مع البدائل المنافسة لها السوق.

بعد تحديد العلامات الأشد منافسة بالنسبة لها (**Samsung, LG**) وتحديد الخصائص التي يبحث عنها المستهلك (السعر المناسب، قدرة المحرك، العلامة، الحجم، اللون)، قام رجل التسويق في الشركة بتصميم استبيان يمكن من خلاله تحديد أهم متغيرات النموذج المعتمد في قياس الموقف. وزع الاستبيان على عينة تتكون من 100 شخص وبعد جمعها وتفریغها تم الحصول على النتائج التالية:

جدول رقم (1): أهمية الخصائص عند اتخاذ قرار الشراء

المجموع	غير مهم	قليل الأهمية	وسط	مهم	مهم جدا	
100	1	11	12	30	46	السعر المناسب
100	2	8	13	29	48	قدرة المحرك
100	/	28	25	18	29	العلامة التجارية
100	4	17	23	35	21	الحجم
100	2	6	12	29	51	اللون

جدول رقم (2): مدى توفر الخصائص في البديل **Brandt**.

المجموع	غير متوفر	قليل التوفير	وسط	متوفر	متوفر جدا	
100	11	35	12	23	19	السعر المناسب
100	10	9	14	35	32	قدرة المحرك
100	6	23	31	19	21	العلامة التجارية
100	/	6	2	30	62	الحجم
100	3	13	11	24	49	اللون



**جدول رقم (3): مدى توفر الخصائص في البديل Samsung.**

المجموع	غير متوفر	قليل التوفّر	وسط	متوفر	متوفر جداً	
100	9	21	16	29	25	السعر المناسب
100	8	11	15	32	34	قدرة الحرك
100	15	13	29	25	18	العلامة التجارية
100	2	1	/	32	65	الحجم
100	4	6	11	26	53	اللون

**جدول رقم (4): مدى توفر الخصائص في البديل LG.**

المجموع	غير متوفر	قليل التوفّر	وسط	متوفر	متوفر جداً	
100	12	18	30	22	18	السعر المناسب
100	7	13	20	31	29	قدرة الحرك
100	14	18	33	23	12	العلامة التجارية
100	10	19	18	22	31	الحجم
100	7	16	15	19	43	اللون

**المطلوب:** أوجد موقف المستهلكين اتجاه العلامات الثلاثة ورتبيها حسب ذلك باستعمال نموذج B&T



جامعة 20 أكتوبر 1955 - سكيكدة



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

السنة الثالثة تجارة، تخصص تسويق

في إطار اعداد بحث علمي حول موقف الرأي في تجاه علامات ..... المتوفرة في السوق تم إنجاز هذه الاستبيان بهدف التعرف على مواقفكم تجاه البديل المتوفرة.  
لدى نرجو منكم الإجابة على الأسئلة بما يتفق مع وجهة نظركم مع العلم أن إجاباتكم ستتعامل بسرية تامة ولن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي.

شكرا على حسن تعاونكم

يرجى وضع العلامة X في الخانة المناسبة

الخور الأول: أهمية الخصائص عند اتخاذ قرار الشراء

ما درجة أهمية الخصائص التالية عند اتخاذ قرار شراء ..... ما

المجموع	غير مهم	قليل الأهمية	وسط	مهم	مهم جدا	

الخور الثاني: مدى توفر الخصائص في البديل المتاحة في السوق

ما مدى توفر الخصائص في البديل .....؟

المجموع	غير متوفّر	قليل التوفّر	وسط	متوفّر	متوفّر جداً	



جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

السنة الثالثة تجارة، تخصص تسويق

ما مدى توفر الخصائص في البديل .....؟

المجموع	غير متوفر	قليل التوفّر	وسط	متوفر	متوفر جداً	

ما مدى توفر الخصائص في البديل .....؟

المجموع	غير متوفر	قليل التوفّر	وسط	متوفر	متوفر جداً	

ما مدى توفر الخصائص في البديل .....؟

المجموع	غير متوفر	قليل التوفّر	وسط	متوفر	متوفر جداً	