



جامعة 20 أوت 1955 – سكيكدة  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
السنة الثالثة تجارة، تخصص تسويق



التطبيق الرابع: من خلال الاستبيان ظهر لنا أن أقل حد ممكن أن يقبل به المستهلك للخصائص من أجل أن يقوم باتخاذ قرار الشراء، ولا يقبل بأي بديل يأخذ أقل من هذا الحد، موضح في الجدول التالي:

الخصائص	الحد الأدنى
السعر المناسب	1
المتانة	1
قدرة المحرك	2
الشهرة	2
التقسيم الداخلي	3

جدول رقم 01: الحد الأدنى لقبول الخصائص

وكذلك من خلال الاستبيان نطلب من المستهلك أن يرتب العلامات حسب امتلاكها للخصائص على ضوء ما يعتقد وكانت البيانات التي تم الحصول عليها كما يلي:

PHILIPS	BRANDT	THOMSON	
4	5	2	السعر المناسب
4	4	2	المتانة
4	5	1	قدرة المحرك
5	3	4	الشهرة
5	3	4	التقسيم الداخلي

جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

السنة الثالثة تجارة، تخصص تسويق

كذلك ظهر بأن ترتيب الخصائص حسب الأهمية يكون على النحو التالي: المتانة، قوة المحرك،

التقسيم الداخلي، الشهرة، السعر.

المطلوب: حدد البديل الأفضل من وجهة نظر المستهلك باستعمال: القاعدة الاقتراعية (الرابطة)،

القاعدة الترتيبية (المعجمية) وأسلوب الحذف.