

ملخص: سعت هذه الدراسة الى تحقيق مجموعة من الأهداف منها التعرف على

الوقت الذي ينفقه المستهلك الأردني في عملية التسوق. وتحديد توجهات التسوق لدى المستهلك الأردني ومحاولة التوصل الى وصف للمستهلك الأردني وتحديد أي نوع من المستهلكين هو. إضافة إلى سعيها إلى تقديم توصيات في مجال بناء وتطوير استراتيجية تجارة التجزئة بناء على فهم دوافع وتوجهات وعادات التسوق لدى المستهلك الأردني. توصلت الدراسة إلى أن المستهلك الأردني يقوم بعملية التسوق بشكل منتظم أسبوعيا وأن كل عملية تسوق تستغرق في المتوسط من ساعة إلى ساعتين تقريبا. وأن لدى المستهلك الأردني توجهات محددة نحو عملية التسوق، حيث أنه متسوقا نشطا مهتما ومستمتعا بعملية التسوق، حساسا للسعر، مخططا لعملية التسوق، تقليديا في عملية التسوق، شخصيا، وغير مستخدم للبطاقات الائتمانية. كما وتتأثر توجهات المستهلك الأردني نحو التسوق بمتغيراته الديمغرافية.

الكلمات الدالة: توجهات التسوق ، السلع الميسرة ، المستهلك الأردني.

Abstract;

This study is an attempt to reach a clear understanding of the Jordanian consumer's shopping orientations toward convenience goods. Subsequently the study comes up with the following finding: The Jordanian consumer's shopping action take place weekly with one to two hours for each shopping case. The Jordanian consumer have a certain shopping orientations, that he is not an apathetic shopper, he is price sensitive, economy planner shopper, involved traditional shopper and he is personalized Shopper. But he is not a heavy user for credit card through shopping process. The finding shows significant differences of Jordanian consumer's shopping orientations according demographical variables.

The researchers submitted some recommendations which would improve the retailing strategies including merchandise mix and retail service mix.