

تأثير السعر في الجودة المدركة وفي القرار الشرائي لدى المستهلك في
سورية

**The Influence of price on perceived quality and
purchasing Decision by Syrian consumer**

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم الإدارة - اختصاص التسويق

إعداد الطالب

حمزة محمود الخوالدة

إشراف

الدكتورة مهي قطاع

العام الدراسي الميلادي 2010

العام الدراسي الهجري 1431

الملخص

تقوم الفكرة الأساسية لهذا البحث على تطبيق النموذج الخاص بدراسة أثر السعر على الجودة المدركة والرغبة الشرائية للمنتج والمقترح من قبل (Monroe et al,1991)، وذلك من خلال دراسة مجموعة من العلاقات بين متغيرات البحث، وهي:

- 1 - أثر السعر على الجودة المدركة لثلاثة أنواع من المنتجات (معمرة - متوسطة العمر - غير معمرة) حيث تم دراسة أثر السعر على الجودة المدركة لكل نوع من أنواع المنتجات المقترحة في البحث.
- 2 - أثر السعر على الرغبة في شراء المنتجات (معمرة - متوسطة العمر - غير معمرة) حيث تم دراسة أثر السعر على الرغبة في شراء كل نوع من أنواع المنتجات المقترحة.
- 3 - أثر السعر على الجودة المدركة والرغبة الشرائية للمنتجات (المعمرة - متوسطة العمر - غير المعمرة) وذلك تبعا للنوع الاجتماعي.

اعتمد الباحث في القسم النظري على توضيح علاقة التسعير بالجودة المدركة والرغبة في شراء المنتجات كذلك تقديم بعض الأدبيات السابقة التي تناولت نفس موضوع الدراسة.

قبل الدخول في الدراسة الرئيسية اعتمد الباحث على عينة ملائمة (طلاب الجامعة) لاختيار منتجات البحث التلفزيون (منتج معمر)، القميص (متوسط العمر)، معجون الأسنان (غير معمر) وكذلك تم تحديد مجموعة من الأسعار لكل منتج من قبل عينة قصدية بهدف الحصول على أسعار تعبر عن مستويات جودة مختلفة.

شملت عينة الدراسة الرئيسية 384 شخص من المستهلكين السوريين الموجودين في دمشق خلال فترة الدراسة وتم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات وقد توصلت الدراسة إلى أن سعر المنتج المعمر وغير المعمر هو أحد العوامل المؤثرة على إدراك المستهلك للجودة بينما لم نجد أي تأثير معنوي لسعر المنتج متوسط العمر على الجودة المدركة. كذلك توصلت الدراسة لوجود تأثير معنوي للسعر على رغبة المستهلك السوري في شراء كل المنتجات المدروسة في البحث. كما توصلت الدراسة لوجود اختلاف بين الذكور والإناث في إدراكهم لجودة المنتج المعمر المنخفض الثمن حيث لا تدرك الإناث أي جودة للمنتج المعمر المنخفض الثمن. كذلك يختلف الذكور والإناث في إدراكهم لجودة المنتج المتوسط العمر وكافة الأسعار كما يختلف الذكور والإناث في رغبتهم بشراء المنتج متوسط العمر وكافة الأسعار. في حين يختلف الذكور والإناث في إدراكهم لجودة المنتج غير المعمر المتوسط والمنخفض الثمن بينما لا يوجد اختلاف بين الذكور والإناث في رغبتهم بشراء المنتج غير المعمر وكافة الأسعار.