

أهمية الجودة وأثرها بالمنتج والسعر وعلاقتها بالمستهلك

The Importance of Quality and Its Impact on Products and Price and
Their Relationship with Consumer.

إعداد الطالب:

وائل جمال باحسن 221002445

إشراف

الدكتور/ وليد سليمان

الدكتورة / فاطمة مصطفى

العام الجامعي 2022 / 2023

1 - عنوان البحث:

أهمية الجودة وأثرها بالمنتج والسعر وعلاقتها بالمستهلك

2- مقدمة

في هذه الدراسة ندرس أهمية جودة المنتج في كسب المستهلكين، وكذلك تطوير الأفكار التسويقية وتبني الأفكار التي تركز على المستهلك. أصبحت خدمات الأعمال عاملاً مهماً في نزاعات المنافسة، من ناحية التعاون بين الشركات، ومن ناحية أخرى تلعب دوراً مهماً في تلبية احتياجات ورغبات المستهلكين.

أسفر البحث عن العديد من النتائج، ليس أقلها إن جودة المنتج تلعب دوراً مهماً في اختيار المستهلك النهائي. تعد تلبية احتياجات المستهلك أحد أهم أهداف الشركات لتحسين رضا العملاء، ووفقاً للاستطلاع فإن لمنتج الجيد يبني الثقة بين الشركة والمستخدم النهائي.

تقترح الدراسة أنه باتباع مبادئ الاجتهاد في جودة المنتج، ويجب على الشركات بذل قصارى جهدها لتزويد المستهلكين بأفضل جودة بالسعر المناسب لتلبية احتياجاتهم، وتوضح الدراسة أن هذا له تأثير إيجابي على القدرة التنافسية. والثقة بين المستهلكين والشركات.

3- مشكلة الدراسة:

كثرة المنتجات والشركات في الأسواق والمنافسة الشديدة بين الشركات لبيع منتجاتهم بأكثر كمية وظهور الدائم امام المستهلكين الا ان هناك معوقات في بيع المنتجات، فتبين لنا في المقابلات الشخصية أن المستهلكين ينظرون الى الجودة والسعر في ان واحد وشهرة الشركات، ويرجع الى عدم رضا المستهلك وذلك عدم اهتمام الشركات بجودة المنتج، وعليه يمكن صياغة المشكلة من خلال السؤال الرئيسي الذي ينص على ما هو المؤثر الأساسي في قرار المستهلك؟ لذا قررت التركيز على توضيح مدى التأثير الجودة ودورها في قرارات الشراء لدى المستهلك فيما يتعلق بالمنتج.

4 - أهمية الدراسة:

ظهور أبحاث ودراسات تسويقية تتعلق بقدرة المنتج على مواجهة المنتجات المماثلة والمنافسة معها وتنقسم إلى أبعاد مختلفة، بعضها يتضمن علامات تجارية معروفة للمنتج ويركز عليها، والبعض يركز على شكل المنتج من الناحية الجمالية والمواد المستخدمة، وبعضها يركز على دور الإعلان في توفير المعلومات والتعريف للمستهلكين من مواصفات المنتج وأسعاره ومواقع. والفوائد المتوقعة من ذلك، بما في ذلك تلك التي تراعي توافق المنتج مع البيئة بشكل أساسي للمستهلكين، لكن البعض الآخر يرجع إلى جودته أو سعره.

4.1 - الأهمية التطبيقية:

تعتبر الدراسة مهمة لشركات التي تهتم بالمستهلك لتقديم منتج ذات جودة وسعر مرضي للمستهلكين.

5 - أهداف الدراسة:

يهدف البحث الى اىصال الدور البارز لجودة المنتج في تشكيل قرارات الشراء لدى المستهلكين والعوامل المؤثرة في القرار الشرائي للمستهلكين في السوق ومعرفة سلوك المستهلك في عملية اتخاذ القرار الشرائي.

6 - أسئلة الدراسة:

- ما هو المؤثر الأساسي في قرار المستهلك؟
- كيف يكون لجودة المنتج تأثير لقرار المستهلك بالشراء مع توفر المنتجات البديلة؟
- هل هناك ارتباط بين جودة المنتج والسعر؟

فرضيات الدراسة: وأبرز فرضيات الدراسة أنه توجد علاقة بين الجودة وقرار المستهلك، وتتأثر القرارات

المستهلك الشرائية من حيث (الجودة و السعر) للمنتج.

7 - الدراسات السابقة:

- دراسة قامت بها الباحثة **لمياء عامر** بعنوان (أثر السعر على قرار الشراء دراسة حالة قطاع خدمة الهاتف النقال) للسنة الجامعية 2005 / 2006 ، جامعة الجزائر3 كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية ، و هي عبارة عن مذكرة ماجستير غير منشورة تتناول مشكلة تأثير السعر بناء على القيمة المتصورة على قرار الشراء النهائي للمستهلك ، والتي استنتجت فيها أن قرار الشراء يتحدد بتفاعل العوامل التالية: هناك العديد من العوامل أهمها: وهي الجودة ، ثم السعر ، استنتاجي هو أن الجودة هي المحدد الرئيسي الأول لقرار الشراء النهائي للمستهلك ، والجودة هي الدافع الأول للمستهلك النهائي للدفع للتعامل مع وكالات الخدمة ، يليها عامل السعر.

- دراسة (Ashok Kumar et, al) بعنوان (مستوى جودة القدرة التنافسية كحجر أساس) بسنة 1999 تهدف هذه الدراسة إلى تحديد الأبعاد الأساسية التي يمكن لمنظمات الأعمال أن تنافسها وتشكل قدرتها التنافسية وهي السعر والجودة والمرونة ونظام التوزيع ، وتعتبر أن الجودة هي العامل الأساسي الذي يحدد التنافس. وخلصت الدراسة إلى أن قوة المنظمة مرتبطة بقدرتها التنافسية، ويمكن تطوير القدرة التنافسية وتحسينها باستمرار من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات.

- الدراسة الباحث: **بلال بن زكري** بعنوان: "جودة المنتج وأثرها على رضا العملاء " جامعة أم البواقي كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارة وعلوم التسيير – تخصص تسويق الخدمات 2013-2014 توصلت هذه الدراسة الى إن الهدف الأساسي لمعالجة هذا البحث هو تقديم إطار نظري يحدد مختلف المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمات وقد تبين من خلال الدراسة أن تقييم العملاء لجودة الخدمة يعتمد على توقعات وإدراك العملاء لجودة الخدمات المقدمة وأن هذه التوقعات والإدراك يختلف من عميل إلى آخر، كما أن جودة الخدمة تعمل وبشكل أساسي على تحقيق رضا العميل.

- هدفت دراسة **عوض وآخرون** بعنوان "أبعاد جودة الخدمة وأثرها في سلوك الزبون الشرائي بالشركة السودانية لتوزيع الكهرباء المحدودة لفترة من 2015 - 2021 م." بسنة 2022 , يشير هذا البحث إلى أبعاد جودة الخدمة التي لها التأثير الأكبر على السلوك الشرائي للعملاء، مما يوفر بيانات لمساعدة الإدارة التنظيمية على

قياس جودة الخدمة التي تقدمها وتحديد أهم الأبعاد التي يقدرها العملاء بدرجة عالية نسبيًا. خاصة عند تقييم جودة هذه الخدمات. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت على الاستبيانات لجمع البيانات والمعلومات من عينة بحثية قوامها (77) فردًا. استنتجات البحث: توجد علاقة إيجابية مباشرة بين تطبيق بُعد جودة الخدمة والسلوك الشرائي للعملاء، والاستجابة السريعة لطلبات العملاء وشكاواهم، وتقديم خدمات آمنة تحفز السلوك الشرائي للعملاء، والتنمية. تقديم خدمات مستمرة ومتواصلة لإرضاء العملاء، وبالتالي زيادة كثافة الاستهلاك، وجود عالقة طردية بين التعرف على رغبات واحتياجات الزبائن ودفعهم نحو الشراء والاستخدام.

- دراسة قراوي، غازي بسنة 2015 "تناولت الدراسة تأثير جودة الخدمة على رضا الزبون الخارجي." تمثلت مشكلة الدراسة في هل يمكن اعتبار جودة الخدمة عاملاً هاماً في كسب و تحقيق رضى الزبون الخارجي، هدفت الدراسة إلى إظهار مدى أهمية جودة الخدمة في رفع رضا الزبون الخارجي الذي يؤدي إلى نجاح واستمرارية المؤسسة، كما هدفت إلى تناول الموضوع من جوانب متعددة لإظهار بعض الحقائق التي تفيد الموضوع وتثري المكتبة الجامعية، محاولة تحسيس المؤسسة الجزائرية بأهمية متغيري البحث ومعالجة الخلل الناتج عن إهماله من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: لا تقتصر الجودة على الجوانب المتعلقة بالخصائص و الصفات المميزة للمنتج فقط بل تتعدى إلى احترامه ومطابقته للمعايير المخطط لها ... إلخ، يتم تحقيق الجودة في المؤسسات قبل وأثناء وبعد العملية الإنتاجية، لا تتوقف جودة الخدمة عند حد معين، فهي تتطور وتحسن بشكل مستمر. ومن أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة: على المؤسسة تحسين جودتها بشكل مستمر وذلك لكسب رضا زبائنها، تحسين صورتها، تخفيض تكاليفها، الجودة لا تأتي من فراغ بل لابد من وضع إستراتيجية للتحسين المستمر حتى تحقق المؤسسة ما يطمح إليه زبائنها، على المؤسسة الترويج لمنتجاتها، وذلك لزيادة نسبة استعمالها من خلال إبراز مزاياها وجودة مواصفاتها.

- دراسة Rao and Monroe سنة 1989 م، أثبت أن المستهلكين يدركون أن العلاقة بينهما علاقة قوية فالسعر المرتفع يعني جودة مرتفعة.

- دراسة **Lichtenstein and Burton** سنة 1989م , أن أدراك المستهلكين للعلاقة بين السعر و الجودة تتوقف على طبيعة المنتجات سواء كانت معمرة ام غير معمرة أو شبه معمرة.
- دراسة لـ الباحثين **زرقان وفاء ولعربي نسيمه**، تحت عنوان **ثير السعر على قرار سلع التسوق**، دراسة على عينة من المستهلكين. جامعة أكلي محند اولحاج، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير وهي عبارة عن مذكرة ماستر أكاديمي غير منشورة، تهدف الى معالجة موضوع السعر وتأثيره على سلع السوق ، يُشار إلى أن الجودة هي أهم عامل في اختيار سلع السوق ، حيث يعتقد المستهلكون أن الأسعار المرتفعة هي مؤشر على الجودة.
- دراسة التي قام بها الباحث **لبسط سعد** بعنوان " أثر سعر الخدمة على القرار الشرائي للمستهلك النهائي دراسة قطاع الخطوط الجوية الجزائرية للسنة الجامعية /2011 2012 " جامعة الجزائر 3 كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير وهي عبارة عن مذكرة ماجستير غير منشورة، يتناول موضوع تأثير سعر الخدمة على قرار الشراء النهائي للمستهلك، والتي تحددها عدة عوامل وهي ان السعر الأول يليه الجودة ، بشرط أن يكون قد تم إثبات أن الجودة هي أهم عامل يحفز المستهلك لشراء الخدمة و بعدها السعر.

* سوف يتم زيادة الدراسات السابقة بعد مراجعة البحث المبدئي.

8 - المنطلقات النظرية للدراسة

ينطلق البحث على عدة نظريات قائمة من تراكم معرفي بحثي سابق، يرمي إلى أهمية جودة المنتج والسعر للمستهلك، وأيضا تنطلق الدراسة من نشر المعرفة لدى الشركات مما سيؤدي إلى تحسين جودة المنتج بتكلفة مناسبة للمستهلك مما سوف يزيد فرصة الربح للطرفين.

9. منهجية وطرق البحث

لقد تبنت الدراسة أسلوب البحث الوصفي وأسلوب البحث الميداني.

10. أدوات الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة عينة عشوائية من المستهلكين والمتكردين للأسواق والشركات الخدمية.

10.1 - أداة جمع البيانات:

لجمع البيانات اللازمة فقد تم الاعتماد على أسلوب الاستبانة ء، حيث تم توزيع استمارة باللغة العربية موجهة للمستهلكين لاستجوابهم مباشرة او ارسالها عن طريق التواصل الاجتماعي.

10.2 - التحقق من صدق وثبات الأداة:

سوف يتم وضع درجات لكل فقرة من الاستبيان وبعد تسليم الاستبيانات سوف يتم جمع البيانات وحساب نقاطها و استخدام اختبار (كرونباخ ألفا).

11. مجالات الدراسة

11.1 - المجال المكاني: كافة المناطق – المملكة العربية السعودية.

11.2 - المجال البشري: عينة من المستهلكين

11.3 - المجال الزمني: عام 2023 م

12. التبويب المقترح وفق الخطة الزمنية

12.1 - المقدمة: وتشتمل على: أهمية الموضوع وأسباب اختياره، أهداف البحث، تساؤلات البحث،

الدراسات السابقة، منهج البحث، حدود البحث، تقسيمات البحث.

12.2 - الفصل الأول: مفهوم الجودة وأهميته.

12.3 - الفصل الثاني: تأثير جودة المنتج على السعر.

12.4 - الفصل الثالث: تأثير جودة المنتج على قرار الشراء

12.5 - الفصل الرابع: الدراسة الميدانية.

12.6 - الخاتمة: وتشتمل على أهم النتائج والتوصيات.

13 - المراجع.

14 - الفهرس.

15 - مراجع الدراسة العربية والاجنبية المبدئية:

1- Seeven Cohen and William Elmicke, Project Focused Total. Quality. Management, In the New

York City, Department of Parks and Recreation Public Administration Review. sept. 1994 vol 54 No

5.p.450

2- محمد عبيدات: «سلوك المستهلك: مدخل سلوكي - استراتيجي، دار المستقبل للنشر والتوزيع 1998

3- حمد الغدير و رشاد ساعد: «سلوك المستهلك، مدخل متكامل، دار زهران للنشر، عمان، الأردن،

* سوف تزيد المراجع بعد مراجعة البحث المبدئي.