

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع أثر استراتيجيات التسعير على ولاء العملاء في قطاع التجزئة

أسم الطالب
أحمد محمد علي الغامدي

مشروع تخرج- ١
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د. عبد الرحيم نادر
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي
٢٠٢٥م- الفصل الأول

جدول المحتويات

٣	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
٤	١,١. المقدمة:
٥	١,٢. مشكلة الدراسة
٥	١,٢,١. فجوات على المستوى النظري
٥	١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي
٥	١,٣. أهمية الدراسة
٥	١,٣,١. على المستوى النظري:
٥	١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:
٦	١,٤. أسئلة الدراسة
٦	١,٥. أهداف الدراسة
٦	١,٦. فرضيات الدراسة
٦	١,٧. نموذج الدراسة
٧	١,٨. منهجية الدراسة
٧	١,٩. الدراسة الميدانية
٧	١,١٠. مخطط المشروع المقترح
٨	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
٩	٢,١. المقدمة:
٩	٢,٢. المتغير المستقل
٩	٢,٣. المتغير التابع
٩	٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
١٠	٢,٥. الخاتمة
١٠	قائمة المراجع

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١ . المقدمة:

تعد استراتيجيات التسعير من العوامل الأساسية التي تؤثر على قرارات المستهلكين في قطاع التجزئة. يهدف هذا البحث إلى دراسة العلاقة بين استراتيجيات التسعير وولاء العملاء، حيث يساهم التسعير العادل والجذاب في تحسين تجربة العملاء وتعزيز ولائهم للعلامة التجارية.

١,٢. مشكلة الدراسة

على الرغم من أهمية استراتيجيات التسعير، لا يزال تأثيرها المباشر على ولاء العملاء غير واضح بشكل كامل. الفجوات البحثية تشمل:

١,٢,١. فجوات على المستوى النظري

نقص في الأبحاث التي تربط بين استراتيجيات التسعير المختلفة (مثل التسعير النفسي، التسعير الديناميكي) وولاء العملاء.

١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي

اختلاف تأثير استراتيجيات التسعير باختلاف الفئات المستهدفة والعوامل الاقتصادية المحيطة.

السؤال الرئيسي: كيف تؤثر استراتيجيات التسعير المختلفة على مستويات ولاء العملاء في قطاع التجزئة؟

١,٣. أهمية الدراسة

١,٣,١. على المستوى النظري:

المساهمة في إثراء الأدبيات العلمية حول العلاقة بين التسعير وولاء العملاء.

١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:

تقديم توصيات لأصحاب الأعمال حول كيفية تحسين استراتيجيات التسعير لزيادة ولاء العملاء.

١,٤ . أسئلة الدراسة

١. ما هي العلاقة بين استراتيجيات التسعير وولاء العملاء؟
٢. ما هي أكثر استراتيجيات التسعير فعالية في تعزيز ولاء العملاء؟

١,٥ . أهداف الدراسة

- . تحليل أثر استراتيجيات التسعير على ولاء العملاء.
- . تقديم توصيات حول الاستراتيجيات الأكثر فعالية في تحقيق الولاء.

١,٦ . فرضيات الدراسة

- . هناك علاقة إيجابية بين التسعير العادل وولاء العملاء.
- . استراتيجيات التسعير الترويجية تزيد من تكرار الشراء ورضا العملاء.

١,٧ . نموذج الدراسة

- . المتغير المستقل: استراتيجيات التسعير.
- . المتغير التابع: ولاء العملاء.

١,٨ . منهجية الدراسة

- استخدام المنهج الوصفي التحليلي.
- جمع البيانات من خلال استبيانات موجهة للعملاء في قطاع التجزئة.

١,٩ . الدراسة الميدانية

دراسة حالة على عدد من متاجر التجزئة وتحليل تأثير التسعير على سلوك العملاء

١,١٠ . مخطط المشروع المقترح

سيتم تقسيم البحث إلى جزأين: الأول يتناول الأساس النظري، والثاني يتناول التحليل الميداني والتوصيات

٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

٢,١ . المقدمة:

تناولت العديد من الدراسات السابقة أثر التسعير على سلوك المستهلكين، وسنسلط الضوء على أهم هذه الدراسات.

٢,٢ . المتغير المستقل

التعريف باستراتيجيات التسعير المختلفة وتأثيرها على قرارات الشراء.

٢,٣ . المتغير التابع

تعريف ولاء العملاء وأهم العوامل التي تؤثر عليه.

٢,٤ . العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تحليل العلاقة بناءً على الدراسات السابقة والبيانات المتاحة.

٢,٥. الخاتمة

١. تشير الدراسات السابقة إلى أن استراتيجيات التسعير الفعالة تؤثر بشكل مباشر على قرار العميل بالبقاء مع علامة تجارية معينة أو الانتقال إلى منافس آخر.
٢. يمكن للشركات استخدام استراتيجيات تسعير مبتكرة مثل التسعير القائم على القيمة أو الخصومات الذكية لتعزيز ولاء العملاء.

قائمة المراجع

١. كوتلر، فيليب، وكيلر، كيفن. (2016) *إدارة التسويق*. بيرسون.
٢. مونرو، كينيث ب. (2003). *التسعير: اتخاذ قرارات مربحة*. ماكجرو هيل.
٣. فوجل، ف.، إيفانسنشيتزكي، ه.، وراماشان، ب. (2008). *محركات حقوق العملاء والمبيعات المستقبلية*. مجلة التسويق.
٤. مراجعة هارفارد للأعمال. (2020) *كيف تؤثر استراتيجيات التسعير على ولاء العملاء*. متاح على www.hbr.org :
٥. ماكينزي وشركاه. (2021) *مستقبل تسعير التجزئة*. متاح على www.mckinsey.com

