

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع

أثر سلوك المستهلك على قرارات الشراء في الأسواق الحديثة في شركة الحلول الأصلية المحدودة في
مدينة الرياض

أسم الطالب

سلام رضا طه

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي الثاني

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	4
1.1. المقدمة:	Error! Bookmark not defined.
1.2. مشكلة الدراسة	Error! Bookmark not defined.
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	Error! Bookmark not defined.
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	Error! Bookmark not defined.
1.3. أهمية الدراسة	Error! Bookmark not defined.
1.3.1. على المستوى النظري:	Error! Bookmark not defined.
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	Error! Bookmark not defined.
1.4. أسئلة الدراسة	Error! Bookmark not defined.
1.5. أهداف الدراسة	Error! Bookmark not defined.
1.6. فرضيات الدراسة	Error! Bookmark not defined.
1.7. نموذج الدراسة	Error! Bookmark not defined.
1.8. منهجية الدراسة	Error! Bookmark not defined.
1.9. الدراسة الميدانية	Error! Bookmark not defined.
1.10. مخطط المشروع المقترح	Error! Bookmark not defined.
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	

Error! Bookmark not defined.

2.1. المقدمة:	Error! Bookmark not defined.
2.2. المتغير المستقل	Error! Bookmark not defined.
2.3. المتغير التابع	Error! Bookmark not defined.
2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	Error! Bookmark not defined.
2.5. الخاتمة	Error! Bookmark not defined.
قائمة المراجع	Error! Bookmark not defined.

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة:

في عالم التجارة الحديث، لم يعد يكفي أن تُنتج الشركات منتجات جيدة، بل أصبح من الضروري أن تفهم كيف يفكر المستهلك، وما العوامل التي تؤثر في قراراته الشرائية. سلوك المستهلك هو علم يهتم بدراسة كيف يتخذ الأفراد قراراتهم لشراء المنتجات والخدمات، ويتأثر هذا السلوك بالعديد من العوامل النفسية، الاجتماعية، الاقتصادية، وحتى الثقافية. هذا البحث يسعى لفهم هذه العوامل، ولمعرفة كيف يمكن للشركات الاستفادة منها لتحسين خدماتها وتقديم عروض تسويقية تلبي رغبات عملائها.

1.2 مشكلة الدراسة

رغم أهمية سلوك المستهلك، إلا أن كثيرًا من الشركات، خاصة الصغيرة والمتوسطة، لا تولي هذا الجانب الاهتمام الكافي. فهي تُطلق منتجات دون دراسة حقيقية لحاجات الزبائن، مما يسبب فشلًا تسويقيًا أو ضعفًا في المبيعات.

1.2.1 فجوات على المستوى النظري

- قلة الأبحاث العربية التي تربط سلوك المستهلك بالتسويق الفعّال.
- نقص في فهم العلاقة بين العوامل النفسية وقرارات الشراء.

1.2.2 فجوات على المستوى التطبيقي

- اعتماد الكثير من الشركات على التقليد أو الحدس دون دراسة فعلية للسوق.
- ضعف استخدام أدوات البحث التسويقي وتحليل البيانات.

✓ السؤال الرئيسي:

ما هي أهم العوامل التي تؤثر على سلوك المستهلك، وكيف يمكن للشركات الاستفادة منها في تصميم استراتيجياتها التسويقية؟

1.3 أهمية الدراسة

1.3.1 على المستوى النظري:

- إثراء المحتوى العربي المتعلق بسلوك المستهلك.

- تعزيز الفهم العلمي للمتغيرات المؤثرة في قرارات الشراء.

1.3.2 على المستوى التطبيقي:

- مساعدة الشركات على تحسين أساليب التسويق.
- توجيه أصحاب المشاريع لفهم عملائهم بشكل أعمق.

1.4 أسئلة الدراسة

1.5 أهداف الدراسة

1.6 فرضيات الدراسة

1.7 نموذج الدراسة

1.8 منهجية الدراسة

1.9 الدراسة الميدانية

1.10 مخطط المشروع المقترح

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1 المقدمة

2.2 المتغير المستقل

العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك، مثل:

2.3 المتغير التابع

2.4 العلاقة بين المتغيرين

قائمة المراجع

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior*. Pearson.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- وزارة التجارة السعودية. (2023) دليل المستهلك.

