

المهمة الرابعة
قضايا بحثية
نورة مبارك البقمي
جامعة ميدأوشن



مجلة الواحات للبحوث و الدراسات المجلد 7 العدد 2 (2014) : 129 – 157

مجلة الواحات للبحوث و الدراسات

رمد 7163-1112 المجلد 7 العدد 2 (2014) : 129 – 157

<http://elwahat.univ-ghardaia.dz>

دور برامج تنشيط المبيعات في التأثير على السلوك الإستهلاكي السلبي عند المستهلك الأردني

عبدالله محمد الهرش - جامعة البلقاء التطبيقية الأردن-

Abdullah.hersh@gmail.com

رابط البحث

**file:///C:/Users/Hedy%20Group/Downloads/%D8%AF%D9%88
%D8%B1-%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D9%85%D8%AC-A-
1.pdf**

عنوان البحث

دور برامج تنشيط المبيعات في التأثير على السلوك الاستهلاكي السلبي عند المستهلك الأردني

العنوان جيد يعبر عن موضوع مهم ومؤثر على السلوك الاستهلاكي ومجال التطبيق واضح
(المستهلك الأردني)

المتغير **المستقل**: برامج تنشيط المبيعات

المتغير **التابع**: السلوك الاستهلاكي السلبي

المتغير **الوسيط**: خصائص المستهلك والسلعة

المقدمة

المقدمة تحدثت دور التسويق في تشكيل وصنع هوية المؤسسة، وأهمية الترويج في العملية التسويقية، برامج تنشيط المبيعات وأثرها السلبي على سلوك المستهلك.

مقدمة تفتقر إلى المراجع العلمية، ةتحتاج مزيد من التوضيح حول مظاهر السلوك الاستهلاكي السلبي

مشكلة الدراسة

لم تعرض المشكلة البحثية نتائج لدراسات سابقة يستند إليها الباحث في تحديد مشكلة الدراسة الحالية

وتم صياغة تساؤل رئيسي واحد وهو :

هل هنالك أثر سلبي على السلوك الاستهلاكي للمستهلك الأردني ينتج عن برامج تنشيط المبيعات بكافة أنشطتها سواء كانت تخفيضات أو مسابقات أو عينات مجانية أو قسائم توزع على المستهلكين والتي تنتهجها مراكز التسوق المنتشرة في مدينة عمان.

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى الإجابة على بعض التساؤلات هي:

- هل هناك أثر سلبي لبرامج تنشيط المبيعات التي تنتهجها مراكز التسوق على سلوك المستهلك الأردني؟
 - هل هنالك فرق في سلوك المستهلك الاستهلاكي الذي يتأثر ببرامج تنشيط المبيعات يعزى لجنسه وعمره ومستواه التعليمي ومستوى دخله وعدد أفراد أسرته؟
 - هل هنالك فرق في سلوك المستهلك الاستهلاكي الذي يتأثر ببرامج تنشيط المبيعات يعزى لنوع السلعة سواء كانت سلعة ميسرة أو سلعة تحتاج لتسوق أو سلع خاصة؟
- وهذه الأهداف يمكن تحقيقها عن طريق أداة الدراسة.

وقد جاءت الأهداف بعد الأهمية

أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من التالي :

أهمية دراسة السلوك الإستهلاكي للمستهلك كونه يؤثر على حياته الإقتصادية بشكل عام .
أهمية دراسة التأثير السلبي لبرامج تنشيط المبيعات على المستهلك الأردني كون معظم الدراسات أجابت على أهمية برامج تنشيط المبيعات على أداء منظمات الأعمال التسويقي من زيادة لأرباحها ومبيعاتها وحصتها السوقية .
نتائج هذه الدراسة سوف يكون لها أهمية في الخروج بتوصيات وتطبيقات عملية تفيد كل من المستهلك ومراكز التسوق .

لم يتم فصل الأهمية النظرية والتي تمثلت في الفقرة الأولى والثانية، عن الأهمية التطبيقية والتي مثلتها الفقرة الثالثة.

مفاهيم وتعريفات الدراسة

تم تناول الخلفية الأدبية من خلال عدة نقاط:

- تنشيط المبيعات.
- سلوك المستهلك الشرائي.
- وتم عرض المفاهيم الخاصة بالدراسة داخل الاطار النظري ولم يعرض الباحث أية تعريفات إجرائية لمتغيرات الدراسة.

الدراسات السابقة

تم عرض 4 دراسات سابقة ثلاثة منهم دراسات أجنبية مابين عام 2013 الى 2011، ودراسة واحدة عربية، وهي دراسات حديثة وقت اعداد الدراسة، ولم يراعي الترتيب الزمني في عرض هذه الدراسات، وتميزت بمنهجية عرض واضحة ، حيث تم عرض اسم الباحث والسنة وعنوان الدراسة ثم الهدف منها، ولم يتم عرض الأداة المستخدمة، ولا قوام العينة، إنما تم توضيحاًهم النتائج التي توصلت لها الدراسة ولم يقدم الباحث تعقيب على تلك الدراسات

فرضيات الدراسة

تحدد فرضيات الدراسة في:

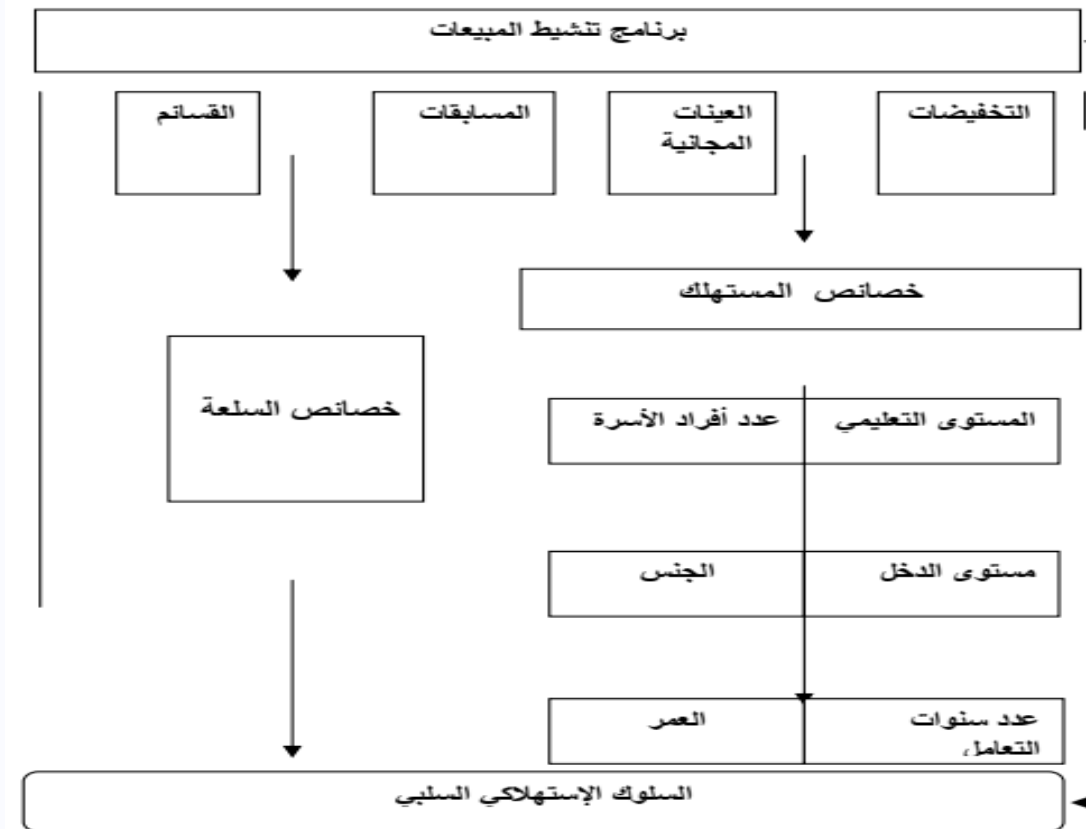
1- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين برامج تنشيط المبيعات لدى مراكز التسوق وبين السلوك الاستهلاكي السلبي عند المستهلك الأردني وينشق منها فرضيات فرعية

2- لا يوجد هنالك فروق ذات دلالة إحصائية بين برامج تنشيط المبيعات وبين السوك الإستهلاكي السلبي لدى المستهلك الأردني تعزى لخصائص المستهلك (الجنس، العمر، عدد مرات التعامل، المؤهل العلمي، مستوى الدخل) وتفرع من هذه الفرضية فرضيات فرعية لكل متغير على حده.

3- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين برامج تنشيط المبيعات وبين السلوك الاستهلاكي السلبي لدى المستهلك الأردني تعزى لنوع السلع.

جميع الفروض صفرية/ يوجد قصور في فروض الدراسة **لا يوجد توافق وتوحيد بين أهداف الدراسة وتساؤلات الدراسة وفروض الدراسة.**

نموذج الدراسة



منهجية الدراسة

المنهج: الوصفي التحليلي

العينة: عينة عشوائية لم يذكر الباحث عدد العينة

أسلوب وطريقة جمع البيانات: لم يتم شرح كيفية التطبيق وأدوات الدراسة

الأساليب الإحصائية المستخدمة: تم الاعتماد على الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية : SPSS

التحليل الاحصائي

استخدام أسلوب تحليل الانحدار المتعدد

اختبار مان-وتني

احتساب معامل الارتباط R

اختبار كروسكال والاس

احتساب معامل الاعتمادية لمقياس الدراسة واستخدام طريقة الاتساق الداخلي

لفقرات الدراسة

مناقشة النتائج والتوصيات

وقد أسفرت نتائج الدراسة عن:

- أن جميع النشاطات المكونة لبرامج تنشيط المبيعات لها أثراً على السلوك الاستهلاكي السلبي عند المستهلك الأردني بإستثناء برامج المسابقات.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين برامج تنشيط المبيعات وبين السلوك الاستهلاكي السلبي لدى المستهلك الأردني تعزى للجنس.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين برامج تنشيط المبيعات وبين السلوك الاستهلاكي السلبي لدى المستهلك الأردني تعزى للعمر.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين برامج تنشيط المبيعات وبين السلوك الاستهلاكي السلبي لدى المستهلك الأردني تعزى لمستوى الدخل، المستوى التعليمي، لعدد أفراد الأسرة، نوع السلعة)

وبذلك تم رفض الفروض الصفرية وقبول الفرضية البديلة.

وتم التعليق على نتائج الدراسة إحصائياً فقط ولم يتم ربطها بالدراسات السابقة، ولم يتم إعطاء تفسيرات من وجهة نظر الباحث في أسباب هذه النتائج.

توصيات الدراسة

لا يوجد