

العوامل المؤثرة على ولاء المستهلك الفلسطيني للماركات العالمية الاجنبية المشهورة في قطاع الاحذية في مدينتي الخليل وبيت لحم من وجهة نظر المستهلك الفلسطيني

فريق البحث:

محمد اسماعيل طميري

شادي جواد ابو اسنينة

أحمد محمد سباعرة

اشراف:

الاستاذ ناصر دعنا

الملخص

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على العوامل المؤثرة على مدى ولاء المستهلك الفلسطيني للعلامة التجارية المشهورة في قطاع الاحذية في مدينتي الخليل وبيت لحم وكما هدفت للتعرف على مدى المام المستهلك الفلسطيني بالعلامة التجارية من الاحذية في مدينتي الخليل وبيت لحم والتعرف على مدى حرص المستهلك الفلسطيني عند قيامه بعملية الشراء حصوله على الاحذية التي تحمل ماركات تجارية عالمية مشهورة وايضا هدفت الى التعرف على ما تتمتع به الماركات التجارية العالمية في قطاع الاحذية من مزايا تنافسية تؤدي الى كسب ولاء المستهلك الفلسطيني

استخدام فريق البحث المنهج الوصفي التحليلي لاجراء هذه الدراسة والذي يعتمد على دراسة الظاهرة وتحديد خصائصها ووصف طبيعتها ونوعية العلاقة بين متغيراتها وذلك لملائمة هذا الاسلوب لطبيعة مشكلة الدراسة

وقد تم استخدام اداتين للدراسة وهما الاستبانة بشكل اساسي فقد تم بناء الاستبانة للتعرف على مدى ولاء المستهلك الفلسطيني للعلامة التجارية العالمية المشهورة في قطاع الاحذية والكتي والمقالات الدراسات السابقة كاداة ثانوية وتم توزيع الاستبانة بحيث تم اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة وتكونت العينة من 200 استبانة تم استعادة 164 منها وقد تم تحليلها ومعالجتها احصائيا

وقد توصل فريق البحث الى مجموعة من الاستنتاجات كان اهمها تبين ان هناك علاقة بين ولاء المستهلك وبين الخصائص المدركة للمنتج وان هناك علاقة بين ولاء المستهلك وبين نوعية الدعاية والاعلان وان هناك علاقة بين ولاء المستهلك وبين التكاليف المدركة

وقد خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات اهمها على الشركات ان تكثف الاعلانات والحملات الترويجية المختلفة ان تقوم الشركات بعرض منافع وخصائص المنتج بشكل تفصيلي من اجل زيادة ادراك المستهلك بخصائص المنتج ومنافعه وعلى الشركات ان تركز على الانعكاسات الاجتماعية الايجابية الناجمة عن استخدام المنتج وان تحاول الشركات تقليل التكاليف المالية وغير المالية التي يتكبدها المستهلك عند شراء منتجاتها.