

## واقع تأثير الجماعات على القرار الشرائي لطلاب جامعات محافظة الخليل عند شراء الملابس

### فريق البحث:

عيسى علي ابو حسين

منذر فوزي او حديد

عبد الله محمد عبيدية

### إشراف:

الاستاذ عبد الناصر دعنا

### الملخص

هدفت هذه الدراسة للتعرف الى واقع تأثير الجماعات المرجعية على القرار الشرائي لطلاب جامعات محافظة الخليل عند اقدامهم على شراء الملابس حيث اخرجت هذه الدراسة خلال شهر تشرين ثاني من العام 2012م حيث تكون مجتمع الدراسة من طلاب وطالبات جامعات محافظة الخليل ( جامعة القدس المفتوحة، جامعة الخليل، جامعة بوليتكنك فلسطين، كلية العروب) وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة والتي بلغت 338 طالب وطالبة من مجتمع الدراسة حيث طبقت الدراسة باستخدام المنهج التحليلي الوصفي وباستخدام استبانة قسمين القسم الاول بيانات عامة والقسم الثاني اسئلة مرحلة القرار الشرائي مفصلة لكل مرحلة وتمت المعالجة الاحصائية باستخدام SPSS برنامج

واظهرت نتائج الدراسة ان الدرجة الكلية لواقع تأثير الجماعات المرجعية على القرار الشرائي لطلاب الجامعات في محافظة الخليل عند بروز الحاجة قبل عملية الشراء وفي مرحلة جمع المعلومات وتقييم البدائل ومرحلة الشراء الفعلي بتقدير متوسط واوضحت الدراسة ان طلاب جامعات محافظة الخليل باختلاف جنسهم او اعمارهم او حالتهم الاجتماعية او مؤهلاتهم العلمية او السنة الدراسية فانهم لا يختلفون في وجهة نظرهم حول واقع تأثير الجماعات المرجعية على قرار الطلبة الشرائي عند شراء الملابس في محافظة الخليل

من خلال النتائج السابقة توصل فريق البحث الى ضرورة اهتمام اصحاب المصانع للملابس بتخصيص اعلانات للطلبة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وتصميم مواقع الكترونية تسهل عملية التجارة الالكترونية بين الطلبة والتجار واستقبال شكاوي الزبائن بشكل دوري وانتقاداتهم وانشاء قاعدة بيانات للزبائن عن طريق قنوات الاتصال التسويقية مع امكانية بيع المنتج حسب رغبة الزبائن بشكل الكتروني وتخصيص صفحات لكل محل تجاري او مصنع على شبكات التواصل الاجتماعي.