



جامعة عين شمس
كلية التجارة
قسم إدارة الأعمال

تأثير دولة المنشأ على اتجاهات المستهلكين في الشراء بالتطبيق على السلع المعمرة في دولة الكويت

The effect of the country of origin on the consumers attitudes
in purchase by application on durable goods in Kuwait

بحث للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

مقدم من الباحث
مبارك وسمي الظفيري

تحت اشراف

الأستاذ الدكتور
عواد محمد عبد الله
أستاذ ادارة الأعمال (م) بجامعة الكويت

الأستاذ الدكتور
أحمد محمد عبد الله
أستاذ ادارة الأعمال (م) بجامعة عين شمس

1427-2006



Ain-Shams University
Faculty of commerce
Business management department

**The effect of the country of origin on
the consumers attitudes in purchase
by application on durable goods in Kuwait**

paper to have master degree

Introduce by
Mubarak Wasmal Al- Zafary

Supervised by

Prof. Dr/
Ahmed Mohammed Abd Allah
Assistant Prof. doctor of management
In Ain Shams university

Prof. Dr/
Awad Mohammed Abd Allah
Assistant Prof. doctor of management
In Kuwait university

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{ وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِّنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ
لَكُمْ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ }

(سورة النحل : آية 78)

شكر وتقدير

الحمد لله من قبل ومن بعد وما توفيقى إلا بالله

يتوجه الباحث لله عز وجل حمداً وشكراً على توفيقه له فى إتمام هذا البحث ويدعو الله سبحانه وتعالى أن يلقى هذا البحث القبول والاستجابة من أساتذته وأن يعود بالنفع على كل من يقرأ هذا البحث ويطيب للباحث أن يتقدم بجزيل الشكر والتقدير لأستاذى الفاضل الأستاذ الدكتور/ أحمد محمد عبد الله أستاذ إدارة الأعمال (م) بكلية التجارة جامعة عين شمس والمشرف على البحث على توجيهاته السديدة وتبنيه لى علميا طوال فترة إعداد الرسالة وتشجيعه الدائم لى فجزاه الله خيرا ما قدم

ويسر الباحث أن يشكر الأستاذ الدكتور/ عواد محمد عبد الله أستاذ إدارة الأعمال المساعد بجامعة الكويت

لمساعدته وتوجيهه حيث كان لى بمثابة الأب 0

كما يطيب لى أن أشكر الأستاذ الدكتور / طاهر مرسى

أستاذ إدارة الأعمال بجامعة قناة السويس

الأستاذ الدكتور/ حسن الحيوان

أستاذ مساعد إدارة الأعمال جامعة عين شمس

لتفضلهم بالموافقة على الاشتراك فى لجنة المناقشة والحكم ، ولهم

جزيل الشكر والعرفان 0

الإهداء

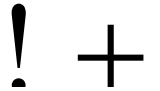
- إلى من أنزل فيه رب العزة آيات تتلى
- إلى من تتوق نفسى إليه
- 000 والدى – رحمه الله
- إلى من علمتنى معنى الصبر والعطاء
- 0000 الى والدتى
- والى إخواني

الملاحق

قائمة المحتويات

م	المحتويات	رقم الصفحة
1	الفصل الأول : الإطار العام للدراسة	
2	- مقدمة البحث	7
3	- التساؤلات البحثية	8
4	- مراجعة الدراسات السابقة	9
5	- أهداف البحث	22
6	- فروض البحث	22
7	- متغيرات البحث	23
8	- أهمية البحث	24
9	- خطة المعاينة	25
10	- مصادر البيانات	25
11	- مجتمع وعينة البحث	25
12	- حدود البحث وقيوده	26
13	- أساليب تحليل البيانات	27
14	الفصل الثاني : تأثير دولة المنشأ على اتجاهات المستهلكين	
15	<u>أولا : دولة المنشأ</u>	29
16	1- مفهوم دولة المنشأ	29
17	2- أثر دولة المنشأ على الاتجاه	30
18	3- العوامل المؤثرة في اتجاهات المستهلكين نحو دولة المنشأ	31
19	4- النظريات والنماذج المفسرة لأثر دولة المنشأ على اتجاهات المستهلكين	36
20	<u>ثانيا : اتجاهات المستهلكين</u>	41
21	1- مقدمة	41
22	2- مفهوم الاتجاهات	42
23	3- تكوين الاتجاهات	47
24	4- خصائص الاتجاهات	50
25	5- وظائف الاتجاهات	52
26	6- قياس الاتجاهات في بحوث التسويق	55

م	المحتويات	رقم الصفحة
	<u>ثالثا : تأثير دولة المنشأ على اتجاهات المستهلكين</u>	
	الفصل الثالث : نتائج الدراسة الميدانية	
	- صلاحية واعتمادية الأداة المستخدمة	65
	- الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة	68
	- اختبار صحة فروض الدراسة	69
	اختبار الفرض الأول	69
	اختبار الفرض الثاني	80
	اختبار الفرض الثالث	91
	الفصل الرابع : النتائج والتوصيات	
	- النتائج	103
	- التوصيات	106
	قائمة المراجع المستخدمة :	
	- المراجع العربية	108
	- المراجع الأجنبية	110
	الملاحق :	
	- استمارة الاستقصاء المستخدمة في الدراسة الميدانية	115
	ملخص الدراسة	
	- الملخص باللغة العربية	117
	- الملخص باللغة الإنجليزية	121



الإطار العام للدراسة

تتناول الدراسة فى إطارها العام الترتيب العلمى لكيفية التفكير فى مشكلة البحث محل الدراسة ففى بدايتها تتناول مقدمة تعتبر كمدخل عام لموضوع البحث مع إشارة إلى أهمية الدراسة وأهدافها وكذلك فروض الدراسة 0 ومصادر البيانات وحدود البحث والأساليب المتبعة والتعامل مع البيانات :

- مقدمة البحث 0
- مشكلة البحث والتساؤلات البحثية0
- مراجعة الدراسات السابقة0
- أهداف البحث0
- فروض البحث0
- متغيرات البحث 0
- أهمية البحث 0
- خطة المعاينة 0
- مصادر البيانات 0
- مجتمع وعينة البحث 0
- حدود البحث وقيوده 0
- أساليب تحليل البيانات0

1- مقدمة البحث :

فى ظل المنافسة العالمية ، وتحرير التجارة الدولية ، يواجه المستهلك بملايين المنتجات القادمة من دول أجنبية ، وفى هذا الصدد تلعب دولة المنشأ دوراً كبيراً فى التأثير على اتجاهات المستهلكين نحو منتجاتها ونزعتهم للشراء ، لذا يبدو أن لدولة المنشأة عظيم الأثر على اتجاهات المستهلكين وبالتالي على سلوكهم الشرائى 0

ويقصد بتأثير دولة المنشأ على اتجاهات المستهلكين ، تفضيل أو عدم تفضيل المستهلك لمنتجات دولة معينة ، ويرى البعض أن دولة المنشأة لها تأثير كبير على تكوين الاتجاهات السلبية أو الإيجابية لدى المستهلكين نحو منتجات معينة (1)0

ولكل دولة صورة ذهنية فى عقل المستهلك تكونت بفضل مجموعة من الخصائص المميزة لتلك الدولة ، والتي تعتبر من أهم العناصر المؤثرة فى تكوين اتجاهات المستهلكين نحو تلك الدولة ومنتجاتها ، ويقصد الباحث بالخصائص المميزة للدولة تلك العوامل المؤثرة فى تكوين اتجاهات المستهلكين نحوها مثل التقدم الاقتصادي والتكنولوجي لدولة المنشأة (2)0

فالتقدم الاقتصادي لأى دولة يلعب دوراً هاماً فى تكوين اتجاهات المستهلكين نحو منتجاتها ، حيث أن المستهلك فى الدول النامية يفضل المنتجات التى منشأها دولة متقدمة ، كما أن المستهلك فى الدول المتقدمة يفضل المنتجات المحلية أو المنتجات القادمة من دول أكثر تقدماً (3) ، بالإضافة إلى أنه كلما

(1) Philip R. Cateora, International Marketing., (Boston : Richard D'irwin, 1996),. p.384

(2) Lui lai, Sharon and Chau Yiu, Terry, “ The Impact of Country Image Effects on the perceived Quality of selected Brands of Air Conditioner Marketed in Hong Kong”, (Faculty of Business – Lingnan University., April., 2001).

(3) Osman M. Zain and Norijaya M. Yasin, “ The Importance of country of Origin Information and Perceived product Quality in Uzbekistan”, International Journal of Retail and Distribution Management, Vol. 25, No.4 , 1997 , pp. 138-125 .

كانت الدولة متقدمة تكنولوجيا كلما اكتسبت منتجاتها سمعة عالية ، وذلك لوجود تحيز إيجابي نحو المنتجات المتقدمة ذات التكنولوجيا العالية فى الإنتاج والتصنيع 0⁽¹⁾

وكلما كانت الخصائص المميزة للدولة خصائص جيدة وذات سمعة عالية ، كلما انعكس على الصورة الذهنية لمنتجاتها ، حيث توصف بالجودة والقيمة العالية والسهولة فى الاستخدام والأمان 00 الخ 0 بالإضافة إلى أن الاتجاه نحو دولة المنشأ يعتبر من الأبعاد المؤثرة على القدرة التنافسية للمنتجات ، وعلى ذلك فإن فهم ودراسة هذه الاتجاهات وأثرها على السلوك الشرائى للمستهلكين يمثل ركنا أساسيا فى تصميم الاستراتيجيات التسويقية 0⁽²⁾

ويرجع اهتمام الباحث بدراسة تأثير دولة المنشأ على اتجاهات المستهلكين فى دولة الكويت إلى الرغبة فى تدعيم القدرات التنافسية للمنتجات الكويتية محليا ودوليا فى إطار تنوع الصادرات الوطنية كتوجه قومى ، ولمساعدة المخططين للنشاط التسويقي فى شركات الأعمال الكويتية المستوردة للمنتجات على فهم سلوك المستهلك الكويتى والتنبؤ به 0

2 - التساؤلات البحثية :

يمكن للباحث صياغة المشكلة الرئيسية للبحث كما يلى :

يعد دراسة أثر دولة المنشأ على السلوك الشرائى للمستهلك من الدراسات التى لقيت اهتماما واسع النطاق من قبل الباحثين فى علم التسويق ، وذلك أن دراسة وفهم أثر دولة المنشأ على اتجاهات المستهلكين يساهم فى تحسين عملية التخطيط والتنفيذ للاستراتيجيات التسويقية ⁽³⁾، كما أن دراسة وفهم أثر دولة المنشأ على اتجاهات المستهلك الكويتى فى الشراء يعد ذو أهمية خاصة لإدارات التسويق فى

⁽¹⁾Ibid

⁽²⁾ هبه فؤاد على إسماعيل : محددات تكوين الاتجاه دولة المنشأ وانعكاسها على تصميم المزيج التسويقي بالتطبيق على السلع المعمرة (رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة – كلية التجارة ، 2002) ص 40

⁽³⁾ Paul Chao and Pola B. Gupta, “Information Search and efficiently of consumer choice of New Cars : Country of Origin Effects “, International Marketing Review, vol. 12, No. 6, 1995.

الشركات الكويتية فى منافستها مع الشركة الأجنبية التى تسوق منتجاتها فى الكويت ، وبناء على ما سبق فإن الباحث يطرح عدد من الأسئلة للإجابة عليها من خلال هذا البحث وهى كما يلى :

1- ما هو تأثير الصورة الذهنية لدولة المنشأ على اتجاهات المستهلك الكويتى فى الشراء ؟

2- ما هو تأثير التقدم الاقتصادي والتكنولوجي لدولة المنشأ على اتجاهات المستهلك فى شراء منتجاتها ؟

3- ما هو تأثير الدوافع العقلية فى الشراء (الجودة والسعر) على اتجاهات المستهلك الكويتى فى الشراء ؟

3 - مراجعة الدراسات السابقة :

يعد موضوع تأثير دولة المنشأ (country of Origin Effect) من الموضوعات التى اهتم بها الباحثون فى علم التسويق ، ولقد حظت باهتمام واسع النطاق ، لذا وجد الباحث من الأهمية بمكان استعراض بعض تلك الدراسات فى ترتيب زمنى لإظهار التطور الذى حدث فى معالجة الموضوع ، وهى كما يلى :

(1) دراسة “Megee & Spiro” (1990) ⁽¹⁾ وعنوانها :

“Salesperson, Product and Country of Origin Effects on Attitudes and Intentions to Purchase” .

ولقد استهدفت الدراسة التعرف على تأثير دولة المنشأ ومنتجاتها وجنسية رجال البيع على اتجاهات المشتري الصناعي ونزعه للشراء ، ولقد توصل الباحثان إلى وجود تأثير لجنسية رجال البيع والمنتج على اتجاهات المشتري الصناعي، كما تلعب دولة المنشأ دورا كبيرا فى التأثير على عملية الشراء الصناعي 0

⁽¹⁾Lynn W.Mcgee&Rosann Spiro., “Salesperson, Product and Country of Origin Effects on Attitudes and Intentions to Purchase” Journal of Business Research., Vol, 22 , 1 January, 1990., pp 21-23

(2) دراسة "زناتي" (1990) ⁽¹⁾ وعنوانها :

"دراسة مقارنة لمدى إدراك المستهلك المصري لبعض المنتجات الأمريكية واليابانية المسوقة في مصر"

ولقد استهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين خصائص المنتجات الأجنبية والمجهودات التسويقية والتفضيلات السلعية للمستهلكين ، وتقديم بعض المقترحات للمنشآت الأمريكية التي تتنافس مع المنشآت اليابانية في مصر ومحاولة الاستفادة من هذه النتائج في أسواق مشابهة لمصر ، وتوصل الباحث الى النتائج التالية⁰

1- يجب على الشركات الأمريكية التي تسوق منتجاتها في مصر أن تقوم بدراسة أكثر للسوق المصري بحيث تركز على اتجاهات ورغبات المستهلك المصري⁰

2- يجب على الشركات اليابانية والأمريكية أن تعيد النظر في سياساتها السعرية في مصر⁰

3- يجب على الشركات المصرية أن تدرس سياسات واستراتيجيات التسويق في المنشآت الأجنبية خاصة وأن هناك اتجاه متزايد لتشجيع المنتجات الوطنية تحت شعار (صنع في مصر)⁰

(3) دراسة "Marcous et al." (1995) ⁽²⁾ وعنوانها :

"The Attitudes Underlying Preferences of Young Urban Educated Consumers Toward products Made in Western Countries".

ولقد استهدفت الدراسة التعرف على تأثير المتغيرات الاجتماعية والثقافية على تفضيل مستهلكي الحضر أو المدن لمنتجات معينة مصنوعة في بولندا بالمقارنة مع نفس المنتجات المصنوعة في الدول الغربية ودراسة أثر الولاء القومي للمستهلك وحساسيته للمؤثرات الشخصية والعوامل الديموجرافية على تفضيل دولة المنشأ لكل

⁽¹⁾ محمد ربيع زناتي : دراسة مقارنة لمدى إدراك المستهلك المصري لبعض المنتجات الأمريكية واليابانية المسوقة في مصر (المجلة العلمية للتجارة والتمويل ، جامعة طنطا - كلية التجارة ، 1990)⁰

⁽²⁾ Jean Sebastien Marcous et al., "The Attitudes Underlying Preferences of Young Urban Educated Consumers Towards Products made in Western Countries" Poland, 1995.

من الملابس ، مستحضرات التجميل ، المنتجات الإلكترونية ، وتوصل الباحثون إلى النتائج الآتية : -

1- اتضح من الدراسة عدم اعتراف المستهلكين بتفضيلهم لدولة منشأ واحدة على كل الدول⁰

2- يشتري الشباب البولندي المنتجات المصنعة في الدول الغربية أكثر من شرائهم للمنتجات البولندية⁰

3- بالرغم من غياب أثر تفضيل دولة منشأ واحدة على كل الدول ، لكن توجد بعض الاختلافات في السلوك الشرائي للمستهلكين تشير إلى تحكم متغيرات السوق مثل الجودة والسعر⁰⁰ الخ⁰

(5) دراسة "Cheron&Propeck" (1997) ⁽¹⁾ وعنوانها :

"The Effects of the country of origin on the evaluation of products : a state of the art review and research propositions".

ولقد استهدفت الدراسة بيان أثر دولة المنشأ على تقييم المستهلكين للمنتجات ، ولقد توصل الباحثان إلى أن تأثير دولة المنشأ على تقييم المستهلك للمنتجات الأجنبية تأثير جوهري (خاصا تأثير جودة المنتج على نزعة المستهلك للشراء) ، ولقد توصلت الدراسة أيضا إلى أن تأثير دولة المنشأ على تقييم المستهلك يتكون من 6 عناصر ، وهي كما يلي: 1- مستوى جودة المنتج 2- مستوى سعر المنتج 3- سمعة المنتج 4- الضمان وخدمات ما بعد البيع 5- درجة معرفة المستهلك بالمنتج 6- دولة تجميع المنتج⁰

(6) دراسة "Nijessen et al" (1999) ⁽²⁾ وعنوانها :

"Attitude toward the purchase of foreign products: Extending the model".

(1) Emmanuel Cheron& Jan Propeck, "The Effects of the country of origin on the evaluation of products : a state of the art review and research propositions".

(2) Edwin J.Nijssen et al., "Attitude toward the purchase of foreign products: Extending the model".