

# عوامل التسويق المؤثرة على قرار شراء المستهلك في سوق الدواجن الأردني

اعداد

زياد رمضان عطا عبدالله

المشرف

أ.د. صائب الجنايدة

المشرف المساعد

د.محمد عاشور

2020حزيران, جامعة الزيتونة الأردنية,

## الملخص

تهدف هذه الرسالة إلى دراسة وتحليل دور عوامل التسويق (الجودة ، السعر ، العلامة التجارية ، صورة الشركة، شعار الحلال ،وبلد المنشأ) في قرار الشراء للمستهلك في سوق الدواجن الأردني. حيث ان مشكلة الدراسة اقتبست من الفجوة المتمثلة في كيفية فهم سلوك المستهلك الأردني من قبل شركات الدواجن الأردنية. يهدف هذا البحث إلى تصميم منتج يناسب ويحاكي رؤى المستهلكين من قبل شركات الدواجن الأردنية بسبب وجود منافسة بينها ووجود منافسة مع شركات أجنبية ايضا. تم استخدام الاستبانة كأداة قياس في هذه الفئة من سكان المملكة الاردنية الهاشمية، حيث كان عدد العينة (339) من المستهلكين الأردنيين. تم استخدام العينة الملائمة وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS. أثبتت النتائج أن جميع المتغيرات (الجودة والسعر والعلامة التجارية وصورة الشركة وشعار الحلال وبلد المنشأ) لها دلالة إحصائية وتؤثر على قرار الشراء بشكل متباين بينهما. هذه الدراسة مفيدة للباحثين الأكاديميين وشركات الدواجن الأردنية والحكومة الأردنية لدعم الاقتصاد الوطني.

**الكلمات المفتاحية:** عوامل التسويق, قرار الشراء, سوق الدواجن الأردني.