

مقارنة بين دور المخاطر الاجتماعية ومخاطر الاداء على العملية الشرائية المتكاملة : دراسة تطبيقية على المستهلك المصرى مستخدم السيارة الصينى

شاهين عبد الجواد عبد الله بريك

الملخص:

تهدف الدراسة إلى مقارنة بين دور المخاطر الاجتماعية ومخاطر الاداء على العملية الشرائية المتكاملة ، وتعتمد الدراسة على المنهج الوصفى التحليلي ، وتم استخدام قائمة الأستقصاء لإستطلاع آراء عينة الدراسة ، وتألف مجتمع الدراسة من المتعاملين مع وكلاء توكيلات التجميع للسيارات الصينى بمحافظة الإسكندرية ، واستخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية المنتظمة من المترددين على وكلاء السيارات الصينية والبالغ عددهم (٣٧٢) مفردة، وأظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المخاطر الاجتماعية ومخاطر الاداء على العملية الشرائية المتكاملة ، اوصت الدراسة بضرورة تبني فلسفة إدارية شاملة لتطبيق مفهوم المخاطر الاجتماعية وبشكل مستمر، ووضع الخطط والبرامج على مستوى المنظمات.



Abstract:

The study aims to identify the effect of Social risks In Purchasing Decision-Making Stages, the study is based on the descriptive, the study is based on the descriptive analytical method, and using list of Questionnaire to explore the study sample opinions, and study sample consists of agents' clients for Chinese car assembly companies in Alexandria, The researcher collected data using the systematic method of random sampling of the 372 Chinese car dealers. The results revealed that there is a statistically significant relationship between the Social risks and making purchase decision stages. The study recommendations including, the necessity to adopt a comprehensive management philosophy to apply continuously the Social risks and it takes place only through the development of plans and future programs at this organizations.



المقدمة :

تشير المخاطر الاجتماعية إلى الخوف من أن الاختيار الخاطئ للمنتج سيؤدي إلى إحراج المستهلك من قبل الآخرين، أو أن يكون موضع سخرية ، لذا فإن التأكيد على تطوير مفهوم المخاطر الاجتماعية يتطلب من إدارة المنظمة العمل على تفعيل ثقافة التحسين المستمر بكفاءة وفاعلية ولجميع أنظمة وعمليات وآليات العمل بالمنظمة، ولا بد من الإشارة إلى أن المنظمات التي تسعى إلى تطوير مفهوم المخاطر الاجتماعية يتوجب عليها الاهتمام بمجموعة من الأمور التي تزيد من احتمالات النجاح كالعاملون على النظام وفلسفة المديرين وتوجهاتهم، وأيضاً يتوجب عليهم تجنب بعض الأمور التي تؤدي إلى الفشل وتكرار معدل الأعطال وعدم الرضا والخوف من المجهول.

مشكلة الدراسة :

إضافة إلى ما تم التطرق إليه في المقدمة ، ظهرت عدة مواضيع حديثة وجوهرية في مجال العمل الإداري ، والتي تتضمن مجابهة التحديات التي تواجهها المنظمات في بيئة الأعمال، وتسعى في ظلها لتحقيق الريادة والتميز للوصول لموقع متميز، وعلية فقد جاءت هذه الدراسة للأجابة عن السؤال الرئيسي التالي:

ما هو دور المخاطر الاجتماعية ومخاطر الاداء على العملية الشرائية المتكاملة ؟

فروض الدراسة :

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المخاطر الاجتماعية ومخاطر الاداء كأحد أبعاد المخاطر المدركة على العملية الشرائية المتكاملة.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المخاطر الاجتماعية ومخاطر الاداء كأحد أبعاد المخاطر المدركة على العملية الشرائية المتكاملة.



أهمية الدراسة:

أ- الأهمية العلمية :

- ١- تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية مفهوم المخاطر الاجتماعية ومخاطر الأداء كأحد أبعاد المخاطر المدركة و العملية الشرائية المتكاملة والتي لا بد من دراستها بتعمق شديد وذلك لكونه مفهوماً يُمارس في مختلف المجالات .
 - ٢- إنبثقت أهمية الدراسة من خلال دراسة متغيرات المخاطر الاجتماعية، مخاطر الأداء للمخاطر المدركة والعملية الشرائية والتي لم تتم دراستهما معاً على حد علم الباحث وذلك من خلال الاطلاع على البحوث والدراسات العلمية، الأمر الذي حفّزه على تطبيق هذه الدراسة.
- ب- الأهمية العملية:-

تكتسب الدراسة أهميتها العملية من خلال ما يلي:-

- ١- أهمية المتغيرات المبحوثة فالدراسة ركزت على متغيرين مُهمين هما المخاطر الاجتماعية، مخاطر الأداء من جانب والعملية الشرائية المتكاملة من جانب آخر حيث أن لهذين المتغيرين الأثر الأكبر في تطوير المنظمات بشكل عام سواء الإنتاجية منها أو الخدمية.
- ٢- بما أن أغلب المنظمات تُعاني من مشاكل، لذا فإن هذه الدراسة يمكن أن تُسهم في وضع حلول مناسبة لمشاكل واقعية تعاني منها المنظمات.

أهداف الدراسة :-

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:-



- 1- التعرف على الأطر والمفاهيم للمخاطر الاجتماعية، ومخاطر الأداء من جانب العملية الشرائية المتكاملة من جانب آخر وما يحتويه هذان المفهومان من أفكارٍ لدى عينة الدراسة.
- 2- تحديد الممارسات التي تركز عليها المخاطر الاجتماعية ومخاطر الأداء والعملية الشرائية المتكاملة.
- 3- تقديم توصيات واقتراحات تساعد في تحسين أداء المنظمات من خلال تعزيز دور كلا من المخاطر الاجتماعية، ومخاطر الأداء.

الأطار النظري والدراسات السابقة:

أولاً : المخاطر الاجتماعية

وهي ترتبط بمقدار القبول الاجتماعي للسلعة ورد الفعل من قبل أفراد الجماعة التي ينتمى إليها المستهلك حول السلعة التي قام بشرائها ومن المهم أن تلقى قبولا من الآخرين المحيطين به، وفي حالة رفض السلعة من الآخرين فإنها تشكل في حد ذاتها مشكلة للمستهلك نفسه وخطورة تحول بينه وبين شراء الكثير من السلع.

يعد مفهوم المخاطر المدركة عامل مؤثر في دراسة سلوك المستهلك، حيث يتعرض المستهلكين لمخاطر مختلفة عند الشراء منها (طبيعة المنتج إذا كان سلعة أو خدمة، وطبيعة المستهلك، ومدى توافر المعلومات، ففي حالة الخدمة تكون المخاطر عالية مقارنة بالسلعة (كردي، ٢٠١٤: ص ٢٢)، وقد يقلل المستهلك من المخاطر المدركة عن طريق الولاء لعلامة تجارية معينة قد لاقت قبولا منه أو عن طريق الولاء للعلامات التجارية المشهورة إن حاجة المستهلك للسيطرة على المخاطر سيكون عنصراً هاماً و إيجابياً في تشكل الولاء، أما بالنسبة إلى سعيه للتنوع بين العلامات



التجارية فإنه مرتبط بمنط الولاء الذي سيطوره تجاه العلامة التجارية (Gounaris and Stathakopoulos, 2004 pp.283-306).

ويرى (منصور، ٢٠١١: ص ٦٩) أن العلاقة بين حجم المخاطر المدركة التي يشعر بها المستهلك والسلوك الخاص به عند القيام بالبحث عن معلومات قبل اتخاذ قرار الشراء علاقة طردية حيث كلما زاد حجم المخاطر التي يدركها الأفراد كلما زادت جهودهم وزاد مقدار الوقت المنفق في البحث عن المزيد من المعلومات حول المنتجات البديلة موضوع الاختيار، ومن ثم أصبح مفهوم المخاطر المدركة لاحداث التغيير والتطوير في المنظمات على رأس أولوياتها ، وهناك عدة ابعاد للمخاطر المدركة منها على سبيل المثال : المخاطر الزمنية ، والمخاطر النفسية.

ثانياً : مخاطر الأداء

قد يتعرض المنتج الذي يشتريه المستهلك للفشل في إشباع بعض الحاجات والتي كان يتوقع المستهلك الحصول على نتيجة لقراره بالشراء كذلك قد يفشل المنتج في أداء بعض وظائفه والتي يوقعها المستهلك عند اتخاذه للقرار ويزيد حجم ما يدركه الفرد من هذه المخاطر كلما كان المنتج معقداً من الناحية الفنية، أو إذا تعلقت جوانب الأداء للمنتج ببعض الجوانب الصحية للفرد.

الأنماط المختلفة للمخاطر الأداء والعوامل المتصلة بالمستهلك:

إن قرارات الشراء التي تشتمل على بحث مكثف يستتبعها نوع من المخاطر المدركة أو الاعتقاد بأن للمنتج نتائج سلبية محتملة، و توجد المخاطر المدركة إذا كان المنتج غالي الثمن أو معقد، ويوضح (Solomon,2004,pp.267) ان هناك أنواع مختلفة من المخاطر التي قد يتعرض لها المستهلك مع أصناف المنتجات الأكثر عرضة لكل نوع من هذه المخاطر، والتي يمكن توضيحها على النحو التالي:



مخاطر الأداء:

- ١- المستهلك الأكثر حساسية : المستهلك العملي.
 - ٢- المنتجات الأكثر عرضة للخطر : المنتجات التي يتطلب شراءها و استعمالها ولاءً وبدون فهم مفهوم مخاطر الأداء تتدنى كفاءة العملية التنظيمية الأمر الذي سينعكس سلباً على تحقيق المنظمة لأهدافها بكفاءة وفاعلية، بالإضافة إلى أن تطبيق أي برامج عمل جديدة يتطلب فهم مفهوم مخاطر الأداء عما هو في السابق.
- لذا فإن فهم مفهوم مخاطر الأداء يعد أحد أهم العوامل الحاكمة لنجاح أي منظمة ، ولا بد من الإشارة إلى أن توفر مفهوم مخاطر الأداء ليس وحده يبيّن القصيد بل يتعدى ذلك إلى فن إدارة هذه المفهوم وتوجيهه إلى أفضل استثمار ممكن.

ثالثاً : عملية الشراء:

أ- تعريف عملية الشراء:

عرف (الصحف، ٢٠٠٣: ص١١٧) عملية الشراء على أنها "تلك الإجراءات المرتبطة بقيام فرد ما أو جماعة من الأفراد ، بالاختيار وشراء منتج معين بغرض إشباع الحاجات و الرغبات".

كما عرفها (عبد الحميد، ٢٠٠٥: ص ٩٦) على أنها " مجموعة التصرفات التي تتضمن الشراء واستخدام السلع والخدمات وتشمل أيضا القرارات التي تسبق وتحدد هذه التصرفات".

ب- طبيعة عملية اتخاذ القرار الشرائي:

The Nature of Consumer Purchase Decision Process



أوضحت (المنياوي، ٢٠٠٦: ص٢٧) يهتم رجل التسويق بالتعرف على السلوك الشرائي، وخاصة فيما يتعلق بمختلف الماركات و عدد البدائل المتاحة أمامه. و من المعروف أيضا لرجل التسويق أن المستهلك يصنع العديد من القرارات تتعلق بسلوك عدم الشراء و البعض من هذه القرارات يؤثر على قرارات المستهلك الشرائية . و يوضح الشكل أدناه نموذج لصنع قرارات المستهلك، حيث يعرض كل مجالات التأثير و الإدراك التي تشمل عملية وضع القرارات وهي:

- المعلومات.
- المعاني.
- المعتقدات.
- الانتباه و الاستيعاب.

وتستخدم كل هذه المفاهيم في تفسير المعلومات الجديدة في البيئة. و يساعد اندماج المفاهيم السابقة للمستهلك للقيام بعملية التقييم بين البدائل المتاحة، و ناتج عملية الاختيار يؤدي إلى حدوث تكامل يساعد على خلق النية للشراء.

ج- محددات القرار الشرائي:

وفقاً (عبد الحميد، ٢٠١١: ص ١٣٥) هناك العديد من محددات القرار الشرائي منها:

- أن المستهلك يمكن أن ينسحب خارج نطاق هذه الخطوات قبل إتمام عملية الشراء الفعلي، فقد تكون البدائل المتاحة غير مناسبة، أو لم يتسن له التعرف على تلك البدائل مما يلغى العملية الشرائية.
- تخضع كل المنتجات مهما اختلفت لهذه الخطوات مع الأخذ في الحسبان أن مدة اتخاذ القرار في السلع الغالية الثمن أو تلك المرتبطة بالحياة الشخصية ، أو حياة الأولاد تستحوذ على مساحة أكبر من الوقت ، كما أن



عدم القيام بالخطوات لايغنى أنها لاتدخل فى الحسبان ، إذ إن بعض الأمور قد تتوفر معلومات عنها فى ذهن العميل ، فإن يختزنها لاتخاذ القرار فى الوقت المناسب.

د- العوامل المحددة للشراء:

يرى (عبدالحميد، ٢٠١٣: ص ١٣٥- ١٣٦) هناك أربعة عوامل محددة لعملية الشراء

• طبيعة المشتري:

مما لاشك فيه أن طبيعة المشتري من الأمور ذات التأثير فى اتخاذ القرار الخاص بشراء سلعة أو خدمة معينة ، وتتباين طبائع المشترين وفقاً لمجموعة من المعايير المتعلقة بالشخصية والبيئة الاجتماعية والمؤثرات الثقافية والاقتصادية فى المجتمع وذلك مثل مستوى الثقافة ، والطبقة الاجتماعية التى ينتمى إليها، ومعتقدات الشخصية وتطلعاته ، ووظيفته ودخله ومدى قدرته على التعلم .

• طبيعة السلعة وخصائصها:

تؤثر خصائص السلعة بشكل مباشر على قرار المستهلك وفقاً لجودتها وسعرها والخدمات التى يؤديها المنتج ، ويسعى المنتجون إلى تعظيم الانتفاع من السلعة بإضافة مزايا جديدة لها تتناسب مع حاجات ورغبات المستهلكين .

• طبيعة وخصائص المشترين:

يتأثر المشترين وخاصة فى حالات تقديم الخدمات ، بالمنتج أو البائع ، وذلك عن طريق ما يكونه من ولاء لاسمه فى السوق ، ومدى إمكانية الاعتماد عليه والثقة فيه ، والطابع المميز له فى نفوس المشترين لذا يسعى المنتجون إلى اختيار وتدريب منافذ التوزيع بالصورة التى يمكن أن تترك أثراً طيباً لدى المشترين.



هـ- أسباب المشكلة الاستهلاكية:

يرى (سليمان، ٢٠٠٠: ص ١٤٩ - ١٥٠) أن هناك سببان لوجود مشكلة استهلاكية:

• التغيرات التي تحدث في الحالة الحالية للفرد :

١. نزوب المخزون من السلعة لدى المستهلك (المخزون صفر).
٢. عدم رضا المستهلك عن المخزون الحالي من السلعة (شراء ملابس جديدة تتماشى مع الموضة).
- ٣- تناقص الموارد المالية للمستهلك (أنخفاض الدخل يؤدي إلى خفض الانفاق المالي أصلاح الاجهزه المنزلية المعطلة).

• التغيرات التي تحدث في الحالة المرغوبة:

١. نشوى حاجات جديده لدى الفرد (كما هو الحال مع العروسين فى حالة أنجاب طفل حفاظات غذاء خاص).
٢. نشوى رغبات جديدة لدى الفرد (انتقال الطالب من الثانوى إلى الجامعة شراء ملابس جديدة شراء الكتب والمراجع التى تناسب المرحلة).
٣. ظهور منتجات جديده فى الاسواق .

الدراسات السابقة :

تمثل الدراسات السابقة مصدراً هاماً من مصادر المعرفة ، ومعيناً خصباً من المعلومات التي يحتاج إليها الباحثون والدارسون ، كما أنها تُضيف المجال البحثي بخلاصة نتائج وتوصيات أصحابها، وبذلك تُستثمر الدراسات السابقة كأداة



هامة للتطور والتقدم . حيث يتناول الباحثون المخاطر التي لها علاقة بأبعاد القرار الشرائي من وجهات نظر وأهداف مختلفة.

حيث جاءت دراسة (كردي، ٢٠١٤) التي هدفت إلى بيان حاجة المستهلك للحماية من المنظور التقليدي والتقني، والكشف عن مدى الحاجة لحماية المستهلك قبل إبرام العقد الإلكتروني. وأسفرت نتائج الدراسة إلى وجود اهتمام وقلق كبير من قبل المستهلكين تجاه آلية وطرق الشركات في الحفاظ على خصوصيتهم الناتجة من التعامل عبر شبكة الانترنت، بالإضافة إلى وجود تدقيق لكل المعاملات الإلكترونية والعمل على حماية البيانات الخاصة بهذه التعاملات و إخضاع جميع الخدمات الإلكترونية إلى سياسات الخصوصية والأمان. كما هدف دراسة (Shaheera and Syeda, 2014) إلى معرفة الارتباط بين المخاطر وثقة المستهلك من خلال التعرف على كيفية تأثير المخاطر على عملية الشراء. وتم توزيع ٣٥٠ استمارة للحصول على النتائج المرجوة التي أكدت بوجود تباين واختلاف بين المستهلكين في تقييم المخاطر المدركة بحسب ثقافة وثقة كل مستهلك تجاه المنتج، بالإضافة إلى أن (الجودة والمصداقية والتصميم والمعلومات الصحيحة) عن المنتج تزيد من ثقة المستهلك، وأن المستهلكين الذين يزيد لديهم المخاطر المدركة عند الشراء يفضلون الاستراتيجيات غير الشخصية لخفض الخطر المدرك. بينما هدفت دراسة (Liu, Brock, Shi, Chu and Tseng, 2013) إلى معرفة اثر الفوائد المدركة والمخاطر المدركة والثقة على السلوك الشرائي عبر الانترنت لمجموعه من المستهلكين في الصين وتم جمع ٥٧٨ عينه صالحه لاستطلاع على الانترنت، وجاءت نتائج الدراسة بأن هناك ثلاث فوائد مدركة تؤثر على سلوك المستهلك (السعر – السرعة – الجودة)، وأن هناك ثلاث عوامل تؤثر في ثقة المستهلك (سمعة المؤسسة – الحصة السوقية – الامان بالنسبة للمستخدم)، وأن الذين لا يتسوقون عبر شبكة الإنترنت ينظرون بدرجة عالية للمخاطر من الذين يتسوقون عبر الشبكة. أما بالنسبة لدراسة (Mansour and Ali, 2009) التي هدفت إلى مقارنة مستوى المخاطر المدركة (الأداء، المالية، المادية،



الأجتماعية، النفسية، الزمنية) بين الانترنت ومتاجر التسوق من خلال اعادة النظر إلى العلاقات بين الخبرة السابقة ونية الشراء مستقبلاً، وجاءت النتائج للتأكيد بأن للتسويق من خلال الانترنت أثر بشكل ملحوظ وقوي خلال العشر سنوات الأخيرة على أسواق الاعمال، وأن الانترنت يمكن الشركات من استكشاف أسواق جديدة لم يمكن الوصول إليها في السابق مع توفير الوقت والجهد، وأكدت النتائج أيضاً أن المخاطر المدركة بأبعادها المختلفة تساهم بشكل قوي في تجنب المستهلك تبني تكنولوجيا الخدمة الجديدة. الأمر نفسه الذي أكدته دراسة (Doolin , Dillmn , Thompson and Corner, 2009) التي هدفت إلى التعرف على أهمية المخاطر المدركة التي تمثلت في (الأداء، المالية، المادية، الأجتماعية، النفسية، الزمنية) من قبل المستهلكين وخبرة الشراء عبر الانترنت حيث تم أخذ عينة مؤلفة من (٧٠٠) مستخدم للانترنت من نيوزيلندا، جاءت النتائج لتعبر عن أن المخاطر المدركة والمنفعة المدركة للشراء بالانترنت بالنسبة للمستهلك مرتبطين بكمية وتكرار الشراء، وأن المخاطر المدركة لخدمات الصرافة الالكترونية بالنسبة للمستهلك تتغير حسب مراحل عملية الشراء، كما أكدت نتائج الدراسة أنه مع تزايد خبرة الأفراد في استخدام الإنترنت فإنهم يصبحون أكثر احتمالاً في البحث عن مصادر معلومات بديلة ويصبحون أقل اعتماداً على التمييز السلعي بموجب الماركة أو العلامة.

ومما سبق ومن الناحية النظرية يتضح للباحث أن للمخاطر المدركة بصفة عامة لها تأثير وعلاقة وتأثير على أبعاد القرار الشرائي لدى المستهلك ، أما على وجه الخصوص وجود أهمية وتأثير لكل من المخاطر الإجتماعية ومخاطر الأداء على العملية الشرائية المتكاملة، الأمر الذي تحاول الدراسة الحالية استكشافه من خلال الدراسة الميدانية.



منهجية الدراسة :

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة ووصفها والتعبير عنها كمياً وكيفياً ، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها ، أما التعبير الكمي فيعطى وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر ، وقد تم استخدام مصدرين اساسيين للمعلومات :

أ- البيانات الثانوية :

والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة ، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة ، والبحث والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة.

ب- البيانات الأولية :

لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة لجأ الباحث إلي جمع البيانات الأولية من خلال قائمة الاستقصاء ، والتي تم جمعها عن طريق المقابلة الشخصية لخدمة أغراض الدراسة.

مجتمع الدراسة :

يقصد به جميع المفردات محل الدراسة ، وهو عبارة عن كافة المتعاملين مع وكلاء توكيلات شركات تجميع السيارات الصيني في جمهورية مصر العربية والبالغ عددها (١٠) شركات قطاع خاص.



جدول رقم (١) توزيع أفراد مجتمع الدراسة

BYD	جىلى	بريليانس	انفى	تيجو	ايمجراند		
٣٥	٣٦	٨٤	١٥٠	١٤٧	٩٦٠	البافارية	
٢٥	٢٨	٦٣	١١٠	١١٢	٨٥٠	المصرية العالمية	
٢٤	٢٢	٤٦	١٠٥	١٠٩	٧٤٠	أوتوموتيف	
٤٦	٣٩	٨٣	٩٠	١٠٧	٧٥٠	هيونداي	
٢٠	٢٨	٥٨	٧٦	٨٨	٣٤٤	ايتامكو	
٤٧	٥٨	١١٢	٢٩٨	٣٧١	١٣٥٠	الطارق	
٢٧	٤٨	٩٧	٢١٠	٢٢٨	٩٢٣	الكمونى	
٢٩	٣٧	٨٢	٩٧	١٢٩	٦٥٠	ابو غالى	
١٩	٢٣	٤٩	٦٢	٧٦	٣٥٠	اخوان بركات	
٢٨	١٥	٣٩	٤٨	٥٦	٢٧٧	الدولية لتجارة السيارات	
١١٢١٠	٣٠٠	٣٣٤	٧١٣	١٢٤٦	١٤٢٣	الاجمالي	
%١٠٠	%٠.٧	%١	%٤	%٦.١٣	%٣.١٥	%٦٥.٤	النسبة

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على جريدة البورصة المصرية ٢٠١٥ الخميس ٨ يناير

حجم العينة:

اعتمد البحث على أسلوب العينة العشوائية المنتظمة من المترددين على وكلاء السيارات الصينية لأجراء الصيانة ودفع الأقساط ، والتي تحدد حجمها وفقاً لبرنامج Decision Analyst Stat.2 أصبح حجم العينة ٣٧٢ مفردة ومدى المعاينة ٣٠ وباختيار المفردة الأولى رقم ٤ عشوائياً فإن مفردات العينة تكون (٤ ، ٣٤ ، ٦٤ ، ٩٤ ، وهكذا) ، ، ومن ثم يكون الوزن النسبي وحجم العينة لمجتمع الدراسة كما في الجدول رقم (٢) التالي:



جدول رقم (٢) حجم العينة لعملاء توكيلات السيارات الصينية

حجم العينة	الوزن النسبي	عملاء الوكالة	الوكالات
٤٧	١٢.٦%	١٤١٢	البافارية
٤٠	١٠.٦%	١١٨٨	المصرية العالمية
٣٤	٩%	١٠٤٦	أوتوموتيف
٣٧	١٠%	١١١٥	هيونداي
٢٠	٥.٥%	٦١٤	ايتامكو
٧٤	٢٠%	٢٢٣٦	الطارق
٥٢	١٤%	١٥٣٣	الكموني
٣٤	٩%	١٠٢٤	ابو غالى
١٩	٥.٢%	٥٧٩	اخوان بركات
١٥	٤.١%	٤٦٣	الدولية لتجارة السيارات
٣٧٢	١٠٠%	١١٢١٠	الإجمالي

المصدر: من اعداد الباحث وفقاً لمجتمع الدراسة

وقد تمثلت وحدة المعاينة فى عملاء وكلاء توكيلات جميع السيارات الصينية فى محافظة الأسكندرية وقد حرص الباحث خلال جمع البيانات على ما يلي:

- التعريف بنفسه وبعنوان البحث و أهداف البحث.
- التأكد من توفر وقت لدى العملاء يسمح لهم بالإجابة على أسئلة بشكل دقيق.
- جمع البيانات خلال أيام الاسبوع المختلفة ومن أماكن مختلفة لدى الوكلاء و ذلك من أجل تخفيض تحيز الوقت والمكان.

أداة الدراسة :

تم استخدام قائمة الأستقصاء حول أثر المخاطر الاجتماعية على مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء كأداة لخدمة أغراض الدراسة ، والتي تم جمعها عن طريق المقابلة الشخصية.

بناء أداة الدراسة :

من أجل تحديد آراء واتجاهات المتعاملين مع وكلاء توكيلات شركات تجميع السيارات الصينى ، ومدى إسهام معرفة العاملين بالمخاطر الاجتماعية فى مواجهة مشكلات المتعاملين ، تم إعداد قائمة الأستقصاء لجمع البيانات الأولية من أفراد مجتمع الدراسة ، وقد جاء البناء على النحو التالى :

أ- محاور أداة الدراسة :

أشتملت على محورين أساسيين هما : المخاطر الاجتماعية و مخاطر الأداء ، والعملية الشرائية المتكاملة ، وقد استخدم الباحث مقياس ليكرت الخماسى لقياس المحورين حسب التنوع حيث أحتوى كل محور على مجموعة من الأبعاد لقياس متغيرات الدراسة كالتالى :

المحور الأول : الخاص بالمتغير المستقل (المخاطر) حيث تم تقسيمه إلى :

- المخاطر الاجتماعية بواقع (٤) أسئلة .

- مخاطر الأداء بواقع (٤) أسئلة .

أى يكون إجمالى المحور الأول وهو (المخاطر) بواقع (٨) أسئلة .

المحور الثانى : الخاص بالمتغير التابع (والعملية الشرائية المتكاملة) حيث تم تقسيمه إلى:



- التعرف على المشكلة (٤) أسئلة.
 - البحث عن المعلومات بواقع (٤) أسئلة.
 - تقييم البدائل بواقع (٤) أسئلة .
 - الشراء بواقع (٤) أسئلة .
 - ما بعد الشراء بواقع (٤) أسئلة .
- أى يكون إجمالى المحور الثانى وهو (العملية الشرائية المتكاملة) بواقع (٢٠) سؤال .

أختبار ثبات وصدق المقاييس المستخدمة فى دراسته :

أ- أختبار ثبات أداة دراسته :

قام الباحث بالتأكد من ثبات أداة الدراسة بأختبار معامل الثبات (ألفا كرونباخ) كما هو موضح بالجدول (٣) :

جدول رقم (٣) معامل ثبات أداة دراسته

متغيرات الدراسة	عدد العبارات	معامل الثبات
المتغير المستقل	٨	٠,٩٤٦
المحور الاول (المخاطر الاجتماعية)	٤	,٧٩٢
المحور الثانى (مخاطر الأداء)	٤	,٨٦١
المتغير التابع (العملية الشرائية المتكاملة)	٢٠	٠,٨٨٢
المحور الثانى (التعرف على المشكلة)	٤	,٨٧٢
المحور الثالث (البحث عن المعلومات)	٤	,٨٧٥



المحور الرابع (تقييم البدائل)	٤	,٨٣٢
المحور الرابع (الشراء)	٤	,٧٦٣
المحور الرابع (ما بعد الشراء)	٤	,٨٣٩

المصدر : من إعداد الباحث نتيجة للتحليل الأحصائي

من الجدول السابق رقم (٣) يتضح أن المقياس المستخدم لقياس عبارات المتغير المستقل كان ثابتاً بمعامل ثبات مساوياً (٩٤.٦ %) أكبر من (٧٠ %) ، وكذا المقياس المستخدم لعبارات المتغير التابع كانت ثابتة أيضاً حيث كان معامل الثبات مساوياً (٨٨.٢ %) أكبر من (٧٠ %) ، وتعتبر هذه القيم مؤشراً لصلاحية أداة الدراسة للتطبيق بغرض تحقيق أهدافها من خلال الأجابة على أسئلتها ، مما يشير إلى إمكانية ثبات النتائج التي يمكن أن تسفر عنها عند تطبيقها .

ب- اختبار معامل الصدق :

١ - صدق المحكمين :

والذي يعتبر أبسط أشكال صدق المحتوى حيث يعبر عن المظهر العام للمقياس والتقييم الذاتي لمدى قدرة الفقرات المتضمنة في المقياس على قياس المفهوم قيد الدراسة ، ومن هذا المنطلق وللتأكد من مدى صدق وصلاحية المقياس المستخدم في الدراسة الحالية تم عرضه على عدد من الأساتذة الأكاديميين لأخذ وجهات نظرهم بخصوص محتواها ومدى تعبيرها عن موضوع دراسته ، وقد تم الاخذ ببعض الملاحظات التي وجدت أنها مناسبة لتطوير واستخدام قائمة الأستقصاء المستخدمة في الدراسة الحالية.



٢ - صدق البناء :

يقصد بصدق المقياس Validity بمدى قدرته على قياس الشيء المراد قياسه بدقة ، وقد تم حساب الصدق بطريقة الأتساق الداخلى عن طريق حساب معامل الارتباط لكل محور مع الدرجة الكلية من خلال معامل ارتباط بيرسون كما يتضح من الجدول رقم (٤) :

جدول رقم (٤) معامل صدق أداة الدراسة

معامل الصدق	عدد العبارات	متغيرات الدراسة
٠,٩٧٢	٨	المتغير المستقل
,٧٢٥	٤	المحور الأول (المخاطر الاجتماعية)
,٨٨٩	٤	المحور الثانى (مخاطر الأداء)
٠,٩٣٩	٢٠	المتغير التابع
,٩٣٣	٤	المحور الأول (التعرف على المشكلة)
,٩٣٥	٤	المحور الثانى (البحث عن المعلومات)
,٩١٢	٤	المحور الثالث (تقييم البدائل)
,٨٥٨	٤	المحور الرابع (الشراء)
,٩١٥	٤	المحور الرابع (ما بعد الشراء)

المصدر : من إعداد الباحث نتيجةً للتحليل الإحصائى

من الجدول السابق رقم (٤) يتضح أن المقياس المستخدم لقياس عبارات المتغير المستقل كان صادقاً بمعامل (٩٧.٢ %) ، وكذا المقياس المستخدم لعبارات المتغير التابع كان صادقاً أيضاً حيث كان معامل الصدق مساوياً (٩٣.٩)



(%) ، وتعتبر هذه القيم مؤشراً لصلاحية أداة الدراسة للتطبيق بغرض تحقيق أهدافها من خلال الأجابة على أسئلتها ، مما يشير إلى إمكانية صدق النتائج التي يمكن أن تسفر عنها عند تطبيقها .

الأساليب الإحصائية المستخدمة :

سوف يتم توييب وجدولة وتحليل بيانات الدراسة باستخدام الحاسب الآلى من خلال البرنامج الإحصائى (SPSS-N.21) Statistical Package for Social Sciences) الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية ، والذى يقوم بتحليل بيانات واختبار الفروض باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

١- توصيف بيانات عينة الدراسة باستخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة، ولتحديد الاستجابة تجاه محاور وأبعاد الدراسة التي تضمنتها أداة الدراسة .

٢- المتوسطات كمقاييس للنزعة المركزية، والوزن النسبى .

٣- تحليل (ANOVA) وذلك لقياس وجود مفهوم العملية الشرائية المتكاملة بمعنوية أم لا .

٤- تحليل الانحدار المتعدد المتدرج لقياس أثر المخاطر الاجتماعية على مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء .

٥- اختبار معنويات المعاملات باستخدام (t) ، (f) وذلك لمعرفة ما إذا كانت المعاملات التي تم الحصول عليها من كل التحليلات السابقة وكذلك نموذج الدراسة كان معنوياً أم لا .



الدراسة الميدانية :

نتيجة فروض الدراسة : والذي ينص على:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المخاطر الاجتماعية كأحد أبعاد المخاطر المدركة والعملية الشرائية المتكاملة.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مخاطر الأداء كأحد أبعاد المخاطر المدركة والعملية الشرائية المتكاملة.

١- تأثير المخاطر الاجتماعية كأحد ابعاد المخاطر المدركة والعملية الشرائية المتكاملة:

وعند اختبار الفرض الرئيسي الأول (المخاطر الاجتماعية) على المتغير التابع (مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء) كما جاء في الجدول رقم (٥) كانت نتيجة معامل الإنحدار (٠.٥٤٦) مما يكون له أثراً طردياً، ولبيان معنوية هذا المعامل تم استخدام اختبار (t) ذو الطرفين والذي يختبر مدى اختلاف هذا المعامل عن الصفر معنوياً ، وبالأشارة إلى القيمة الاحتمالية (P-value) حيث كانت مساوية للصفر مما يدل على معنوية معامل الإنحدار ، وهذا يعنى أن فهم مفهوم المخاطر الاجتماعية بطريقة مناسبة ذات تأثير على مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء .

جدول رقم (٥)

معامل الإنحدار ومعنويته باستخدام اختبار (t) للمخاطر الاجتماعية

المعنوية	t	B		المخاطر الاجتماعية
٠.٠٠٠	٢٤.٠٢٩	١.٨٤٥	الحد الثابت	
٠.٠٠٠	٢٧.٣١٤	٠.٥٤٦	البعد الأول	

المصدر : من إعداد الباحث نتيجة للتحليل الأحصائى



كما يبين جدول تحليل التباين رقم (٦) ، من أن النموذج معنوي وفقاً لقيمة (f) والبالغة (٧٤٦.٠٢٩) تحت مستوى معنوية (٠.٠٥) وهذا يؤكد على أن المخاطر الاجتماعية لها أثر على مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء.

جدول رقم (٦)

تحليل التباين (ANOVA) للمخاطر الاجتماعية

المعنوية	إحصائية f	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	
		٧٩.٩٣٦	١	٧٩.٩٣٦	بين المجموعات
٠.٠٠٠	٧٤٦.٠٢٩	٠.١٠٧	٣٧٠	٣٩.٦٤٥	داخل المجموعات
			٣٧١	١١٩.٥٨١	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث نتيجةً للتحليل الأحصائي

٢- تأثير مخاطر الأداء كأحد أبعاد المخاطر المدركة والعملية الشرائية المتكاملة

تم إجراء تحليل إنحدار بسيط كما في الجدول رقم (٧) ، والذي يقيس أثر الفرض الرئيسي الثاني للمتغير المستقل (مخاطر الأداء) على المتغير التابع (والعملية الشرائية المتكاملة) حيث كان معامل الإنحدار (٠.٦٣٥) وبهذه النتيجة يكون التأثير طردياً (إيجابياً) ، ولبيان معنوية هذا المعامل تم استخدام اختبار (t) ذو الطرفين والذي يختبر مدى اختلاف هذا المعامل عن الصفر معنوياً ، وبالإشارة إلى القيمة الاحتمالية (P-value) حيث كانت مساوية للصفر مما يدل على معنوية معامل الإنحدار وأن مخاطر الأداء لها أثر قرار الشراء.



مقارنة بين دور المخاطر الاجتماعية ومخاطر الأداء على العملية

شاهين محمد الجواد محمد الله بريك

جدول رقم (٧) معامل الإنحدار ومعنوية باستخدام اختبار (t) للمخاطر الأداء

المعنوية	t	B		المخاطر الأداء
٠.٠٠٠	٧.٥٠	١.١٩	الحد الثابت	
٠.٠٠٠	١٧.١٩	٠.٦٣٥	البعد الثاني	

المصدر : من إعداد الباحث نتيجةً للتحليل الأحصائي

كما يشير جدول تحليل التباين رقم (٨) ، من أن النموذج معنوي وفقاً لقيمة (f) والبالغة (٢٩٥.٥٠٢) تحت مستوى معنوية (٠.٠٥) وهذا يؤكد على أن مخاطر الأداء لها أثر على مراحل اتخاذ قرار الشراء .

جدول رقم (٨) تحليل التباين (ANOVA) للمخاطر الأداء

المعنوية	إحصائية f	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	
٠.٠٠٠	٢٩٥.٥٠٢	٥٣.٠٩٨	١	٥٣.٠٩٨	بين المجموعات
		٠.١٨٠	٣٧٠	٦٦.٤٨٤	داخل المجموعات
			٣٧١	١١٩.٥٨١	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث نتيجةً للتحليل الأحصائي

ومما سبق يتم قبول الفرض الرئيسي ، والذي يؤكد على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المخاطر الاجتماعية والعملية الشرائية المتكاملة، كما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مخاطر الأداء والعملية الشرائية المتكاملة.



النتائج

١- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المخاطر الاجتماعية والعملية الشرائية المتكاملة

حيث بلغ معامل الارتباط المعنوي المخاطر الاجتماعية (٠.٨١٨) وهذا يؤكد على أن المخاطر الاجتماعية كأحد أبعاد المخاطر المدركة لها أثر والعملية الشرائية المتكاملة ويرجع ذلك إلى الخوف من أن الاختيار الخاطئ للمنتج سيؤدي إلى إخراج المستهلك من قِبل الآخرين، أو أن يكون موضع سخرية.

٢- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مخاطر الأداء والعملية الشرائية المتكاملة

حيث بلغ معامل الارتباط المعنوي لمخاطر الأداء (٠.٦٦٦) وهذا يؤكد على أن مخاطر الأداء كأحد أبعاد المخاطر المدركة لها أثر على والعملية الشرائية المتكاملة ويرجع ذلك إلى الخسارة التي يمكن أن يتحملها المشتري في حالة عدم أداء المنتج لما يتوقع منه على أكمل وجه.

التوصيات

١- أن تكون هناك مبادرات إلى تطوير وفهم المخاطر الاجتماعية ، وبالشكل الذي يمكن من خلاله تحقيق المرونة والقدرة على مواكبة التغيرات السريعة في أذواق المستهلكين.

٢- ضرورة اعتماد موازنات مالية وذلك لدعم وتمويل البرامج والأنشطة التي تساعد العاملين على التغلب على المخاطر التي تواجه المستهلكين عند اتخاذهم قرار الشراء وبما يتناسب مع التغيرات السريعة الذي يشهده العالم من شدة المنافسة وبالتالي كثرة المعروض.



- ٣- وضع خطة استراتيجية لتوفير والموارد البشرية ذات الكفاءة العالية القادرة على التعامل مع المخاطر الاجتماعية التي يتعرض لها المستهلكين، والاستجابة لكافة الظروف والمتغيرات التي تواجههم.
- ٤- ضرورة الدعم المتواصل للعنصر البشرى وذلك لما لهذا العنصر من أثر كبير في الحفاظ على العملاء الحاليين وكسب عملاء جدد.



المراجع

المراجع العربية:

1. الصحن، محمد فريد، (٢٠٠٣)، "التسويق"، الدار الجامعية، الإسكندرية.
2. المنيأوي، عائشة مصطفى، (٢٠٠٦) "سلوك المستهلك"، مكتبة عين شمس، القاهرة، الطبعة الثالثة.
3. سليمان، أحمد علي، (٢٠٠٠)، "سلوك المستهلك"، الإدارة العامة للطباعة والنشر، المملكة العربية السعودية.
4. عبد الحميد، طلعت أسعد، (٢٠٠٥)، "سلوك المستهلك: المفاهيم العصرية والتطبيقات"، مكتبة الشقري، الرياض، السعودية.
5. عبد الحميد، طلعت أسعد، (٢٠١١)، "الإتصالات التسويقية المتكاملة (طريقك إلى قلب وفكر العميل)"، منشأه المعارف، الإسكندرية.
6. عبد الحميد، طلعت أسعد، (٢٠١٣)، "التسويق الفعال (كيف تواجه تحديات القرن ٢١)"، منشأة المعارف، الإسكندرية.
7. كردي، أحمد السيد، (٢٠١٤)، "المخاطر المدركة لدى المستهلك النهائي في التسويق الإلكتروني وتأثيرها في إتخاذ قرار الشراء عبر الإنترنت (بالتطبيق على مستخدمي الإنترنت بمصر في شراء السلع المعمرة)"، جامعة بنها، كلية التجارة، رسالة ماجستير.

المراجع الاجنبية:

1. Doolin, Bill, & Dilllon, Stuart & Thompson, Fiona & Corner, James, (2009), "Perceived Risk , the internet shopping experience and online purchasing behavior", A new Zealand Perspective, Journal of global information management, Vol.13, No 2, pp. 324-336
2. Gounaris, Spiros & Stathakopoulos, V. , (2004), " Antecedents and consequences of brand loyalty : an empirical study ", Journal of Brand Management, Vol.11, No.4, pp.283-306.
3. Liu, Matthew Tingchi & Brock, James & Shi, Gui Cheng & Chu, Rongwei & Tseng, Ting-Hsiang, (2013), " Perceived benefits, perceived risk, and



- trust"**, Influences on consumers, group buying behaviour, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 25, No. 2, pp. 225-248.
4. Mansour, Samadi & Ali, Yaghoob, (2009), "**A Survey of the Effect of Consumers' Perceived Risk on Purchase Intention in E-Shopping**", Business Intelligence Journal - August, Vol. 2, No. 2, pp. 261-275.
 5. Shaheera, Amin & Syeda, Shawana, Mahasan, (2014), "**Relation Ship Between Consumers Perceived Risk and Consumers Trust : A Study of Soinsbury Storc**", Middle-East Journal of Scientific Research, vol .19, No.5, pp. 647-655.
 6. Solomon, Michael, (2004), "Consumer behavior: buying, having, and being", Fifth Edition, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NEW JERSEY.

