

محددات مرونة الطلب السعرية وأثرها على سلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك

— دراسة استقصائية

Determinants of price elasticity of demand and their impact on Algerian consumer behavior towards fish prices-An inductive studyخديم عمر¹، بلوطي نبيل²¹ مخبر البحث في الاقتصاد وتسيير المؤسسات LAREGE، جامعة محمد بن أحمد — وهران 2 (الجزائر)،khedim.omar@univ-oran2.dz² مخبر البحث في الاقتصاد وتسيير المؤسسات LAREGE، جامعة محمد بن أحمد — وهران 2(الجزائر)، Beloutin@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2024/12/13 تاريخ القبول: 2026/05/06 تاريخ النشر: 2026/05/31

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية الى الوقوف على محددات مرونة الطلب السعرية (نوعية السلعة، توفر البدائل، استخدامات السلعة، نسبة الانفاق على السلعة، مستوى الأسعار، توفر المعلومات عن السلعة، مستوى الدخل، القدرة على التأجيل، الفترة الزمنية، والطلب المشترك) ومعرفة مستوى تأثيرها على سلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك، من خلال استبانة موجهة لعينة عشوائية مكونة من 462 فردا من مستهلكي السمك في السوق الجزائري، وتحليل اجاباتهم ببرنامج الحزمة الإحصائية (SPSS/v22)، أين توصلت الدراسة الى أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين محددات مرونة الطلب السعرية وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0,05$.

الكلمات المفتاحية: محددات مرونة الطلب السعرية، نوعية السلعة، مستوى الأسعار، مستوى الدخل، سلوك المستهلك الجزائري، أسعار السمك.

تصنيف JEL: Q21، Q22**Abstract:**

This research paper aims to identify the determinants of price elasticity of demand (commodity quality, availability of alternatives, uses of the commodity, percentage of spending on the commodity, price level, availability of information about the commodity, income level, ability to postpone, time period, and common demand) and understand how it affects the behavior of the Algerian consumer towards fish prices, through a questionnaire directed to a random sample of 462 individuals of fish consumers in the Algerian market and analyze their answers using the statistical package program (SPSS/v22), where the study found that there is an impact statistically significant among the determinants of price elasticity of demand and the behavior of the Algerian consumer is the trend of fish prices at the level of significance $\alpha \leq 0,05$.

Keys words: Determinants of price elasticity of demand, Commodity quality, Price level, Income level, Algerian consumer behavior, Fish prices.

JEL classification codes: Q21, Q22المؤلف المرسل: خديم عمر، الإيميل: khedim.omar@univ-oran2.dz

تمهيد:

قطاع الإنتاج السمكي في الجزائر من القطاعات الواعدة، نظرا للإمكانيات الطبيعية والبشرية التي يمتلكها، فالثروة السمكية من أهم معالم الأمن الغذائي ومصدر مهم للبروتين الحيواني، إلا أنه وبالرغم من هذه الميزات فإن نصيب الفرد الجزائري من هذه المادة لا يزال دون المتوسط العالمي، ونظرا لوجود فجوة غذائية بين ما هو معروض من الأسماك واحتياجات المستهلك الجزائري على المستوى المحلي من جهة وأسعارها المتغيرة باستمرار من جهة أخرى انعكس بالضرورة على سلوكه الشرائي لهذا النوع من المنتجات وبالتالي فإن كل سعر معروض في السوق سيولد مستوى مختلف من الطلب على الأسماك، وهنا تتمحور إشكالية هذه الدراسة في التساؤل التالي:

ما مستوى تأثير محددات مرونة الطلب السعرية على سلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك؟

فرضيات الدراسة: قصد الإجابة على السؤال الرئيسي تم صياغة الفرضية الرئيسة الآتية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محددات مرونة الطلب السعرية وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0,05$.
- تندرج تحت هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الثانوية التالية:

 1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية السلعة وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0,05$.
 2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين توافر بدائل السلعة وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0,05$.
 3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستخدامات المتعددة للسلعة وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0,05$.
 4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين: نسبة الانفاق على السلعة وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0,05$.
 5. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأسعار وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0,05$.
 6. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين توفر المعلومات عن السلعة وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0,05$.
 7. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الدخل وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0,05$.
 8. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القدرة على تأجيل عملية الشراء وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0,05$.
 9. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القدرة الزمنية وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0,05$.
 10. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الطلب المشترك وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0,05$.

أهمية الدراسة:

يشهد المجتمع الجزائري زيادة وتنوع في الحاجات واتساع نطاق الاستهلاك، وفي هذا المسعى يمثل المستهلك الجزائري حجر الزاوية في السوق الجزائرية والحلقة الأخيرة في قناة التسويق، وبالتالي لا يمكن أن تتم العمليات التسويقية بمنأى عن رغبات وأذواق وامكانيات هذا المستهلك، وبما أن السعر يمثل إيرادات وأرباح المنتج فإنه بالمقابل يمثل للمستهلك العنصر الأكثر خصوصية ويترتب على السعر وتغييراته الأثر البالغ على سلوك المستهلك الشرائي، فإن هذه الدراسة تسهم في فهم مستوى تأثير التغير في أسعار السمك على حجم الطلب عليها من وجهة نظر المستهلك، واعتبارها من الدراسات القليلة التي تقدم دليلا تطبيقيا من هذه الزاوية، حيث يمكن أن تساعد رجال التسويق والمنتجين على اتخاذ قرارات أكثر فاعلية، كما يمكن اتخاذها مرجعا لمختلف الباحثين المهتمين بهذا المجال.

أهداف الدراسة:

تسعى دراستنا لبلوغ الأهداف التالية:

- التعريف بمتغيرات محل الدراسة (السعر وأهميته، محددات المرونة السعرية، نظرية الطلب على الأسماك، ...)
- تحليل سلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار الأسماك من خلال ما يعرف بمرونة الطلب السعرية؛
- اختبار صحة الفرضيات من عدمها والمتوقع اجابتها على مشكلة الدراسة؛
- تقديم التوصيات بما يساعد على تسويق المنتجات السمكية بأسعار مناسبة تحفز المستهلك الجزائري على اتخاذ قرار الشراء.

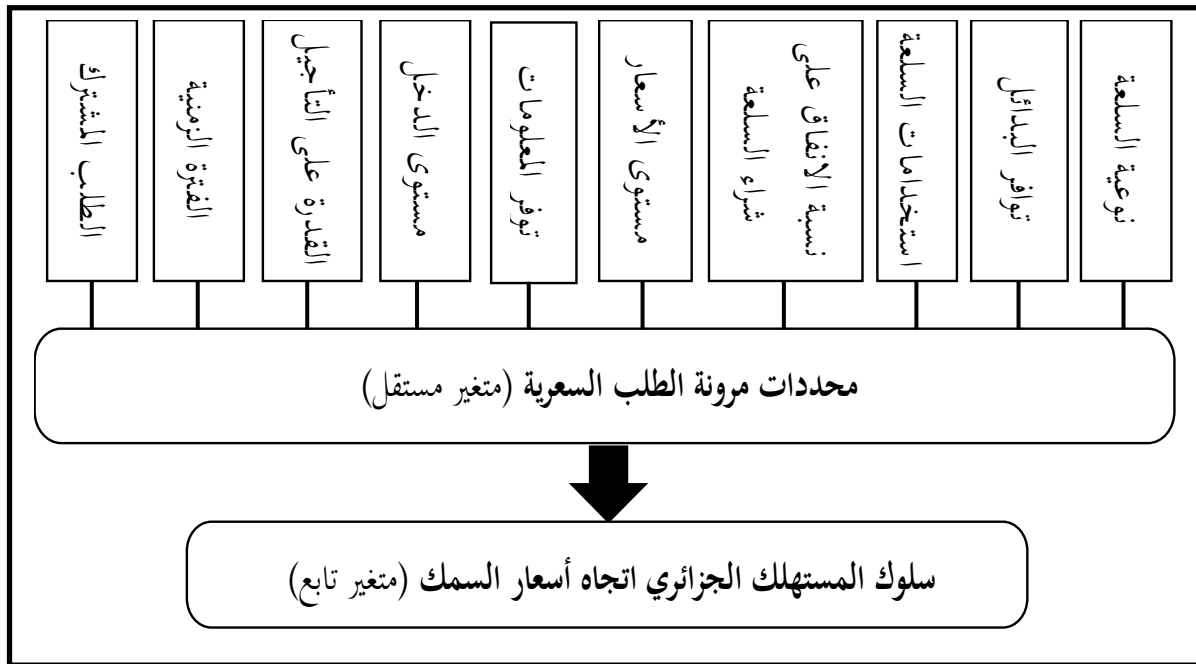
منهج الدراسة:

من أجل الامام بمشكلة الدراسة والوصول لأهدافها، اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي القائم على فحص وتحليل المعطيات من المصادر الثانوية، بالإضافة الى التحليل والاستنتاج للمعلومات المستقاة من الدراسة الميدانية، حيث تم تقسيم الدراسة الى جانبين: جانب نظري تناول الإطار النظري لمتغيرات الدراسة، وجانب تطبيقي خلص الى تحليل نتائج أداة الدراسة (الاستبيان) الموزعة على عينة البحث.

محددات الدراسة:

تقوم هذه الورقة البحثية على دراسة وتحليل سلوك المستهلك اتجاه التغير في أسعار الأسماك، من زاوية رؤية المستهلك الجزائري في السوق الجزائرية فقط، والتركيز على تأثير محددات المرونة السعرية مع فرض أن جميع عوامل السوق الأخرى ذات تأثير ثابت (القيمة الفريدة، جودة المنتج، المعرفة البديل، صعوبة المقارنة، النفقات الكلية، المنفعة النهائية، التكلفة المشتركة، المخزون) على سلوك المستهلك الشرائي، وقد امتدت الدراسة لمدة أربعة (04) أشهر ابتداء من شهر ماي الى غاية أواخر شهر أوت من سنة 2024.

الشكل رقم 1: نموذج الدراسة المقترح



المصدر: من اعداد الباحثان

الدراسات السابقة:

- دراسة Zeithmal (1988)، بعنوان: « **Consumers, Understandings of price and value in USA** »، التي هدفت الى اعتبار أن كل من السعر، القيمة والجودة من المحددات الرئيسية لسلوك التسوق واختيار السلعة، وتوصلت هذه الدراسة الى: أهمية كل من العناصر السابقة في اتخاذ القرار الشرائي، كما وجدت عناصر أخرى غير السعر (الوقت والجهد) تتدخل كذلك في القرار الشرائي. (Zeithmal, 1988)
- وكذا دراسة Walters (1991)، بعنوان: « **The impact of retailer's prices on consumers behavior** »، والتي توصلت الى أن: سياسة الخصم السعري لها أثر سلبي على إيرادات الماركات المنافسة أو البديلة، وهي أكثر فاعلية للماركات ذات الحصة السوقية الكبيرة، كما لها أثر إيجابي على مبيعات السلع غير الضرورية (الكمالية)، وهي في الأخير تختلف من سلعة الى أخرى. (Walters, 1991)
- دراسة بركات (2005)، دراسة بعنوان: « **سيكولوجية التسوق: دراسة في السلوك الشرائي وعلاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية في المجتمع الفلسطيني** » التي هدفت الى التعرف على السلوك الشرائي للمستهلك الفلسطيني في السوق المحلي وعلاقته بالمتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، السكن، مستوى التعليم، العمل، الحالة الاجتماعية والدخل)، حيث وصلت الدراسة الى نتيجة أن: نوع المنتج، العوامل الخارجية والعوامل الشخصية على الترتيب الأكثر تأثيراً على السلوك الشرائي. (بركات، 2005)
- كما قدم Mercy (2009) دراسة بعنوان: « **Price flexibility in relation to consumer purchasing behaviour on line** »، التي هدفت الى الوقوف على الإجراءات المتبعة من الشركات فيما

عنوان المقال: محددات مرونة الطلب السعرية وأثرها على سلوك المستهلك الجزائري ...

يخص الأسعار على الأنترنت لتحفيز عمليات الشراء، والتحقق من مرونة الأسعار وتأثيرها على السلوك الشرائي للمستهلك، أين خلصت الى أن هناك تأثير قوي لمرونة الأسعار على سلوك المستهلك الشرائي عبر الأنترنت. (Mercy, 2009)

إظهار الفجوة البحثية:

مما لا شك فيه أن الدراسات السابقة التي تم التعرض لها، قد تناولت مفهوم السلوك الشرائي للمستهلك وعلاقته بمتغيرات ديمغرافية، ومحددات كالسعر وسياسة الخصم سعري، القيمة والجودة في التسوق التقليدي، وكذا إجراءات التسعير على الأنترنت وحاولت تفسيره، الأمر الذي تشابهت فيه دراستنا مع الدراسات السابقة إلا أن الاختلاف الجوهرى في هذه الورقة جاء من حيث دراسة تأثير مرونة الطلب السعرية على سلوك المستهلك الجزائري اتجاه منتجات ذات خصوصية محضة (الأسماك) في السوق الجزائرية.

1 - الإطار النظري لمتغيرات الدراسة:

1-1 - مفهوم السعر وأهميته بالنسبة للمستهلك:

يقوم رجال التسويق بوضع السعر على المنتجات التي يقدمونها للسوق، أين تعتبر عملية صياغة سعر مناسب ومقبول من أصعب القرارات التسويقية التي تحقق أرباحا، وذلك لما لهذه العملية من أهمية لا تتوقف على التأثير على عناصر المزيج التسويقي بل تتعداها الى التأثير على سلوك المستهلك، ويعرف السعر على أنه:

- الوحدات النقدية التي يطلبها البائع من المشتري لقاء السلعة. (العسكري، 2000، صفحة 173)
- مجموع القيم التي يكون المستهلك على استعداد لمبادلتها بمجموعة من المنافع المنتظرة وراء تملك أو استخدام المنتج. (أبو فارة، 2010، صفحة 37)

في حين يرى الباحثان أن السعر ما هو إلا ترجمة فنية لقيمة المنتج (سلع/خدمات) في شكل وحدات نقدية للمشتري في فترة زمنية محددة.

وتعود أهمية السعر بالنسبة للمستهلك في كونه عاملا مؤثرا على القدرة الشرائية للمستهلك، بحيث أنها جزء مقتطع من دخله المحدود، والذي يستدعي منه الموازنة بين حجم دخله والأسعار المعروضة مما يضطره في كثير من الأحيان الى تقليص بعض مشترياته، وترتيب أولوياته من الحاجات الضرورية وشبه الضرورية الى الحاجات الكمالية. (أحمد عزام و الزغي، 2011، صفحة 38)

2-1 - تعريف مرونة الطلب السعرية ومحدداتها:

- تطرق عدة باحثين لتعريف مرونة الطلب السعرية، وعرفت كذلك بالمرونة السعرية، حيث هي:
- مدى استجابة الكمية المطلوبة من سلعة ما وتأثرها بالتغير النسبي لسعرها. (أبو عيدة، 2012، صفحة 20)
 - التغير الكبير في الكمية المطلوبة نتيجة التغير النسبي في سعر السلعة، حيث تستخدم هذه المرونة لقياس الحساسية السعرية للمستهلك والمقصود بها مدى تأثير سلوك المستهلك بسعر السلعة. (بوحيمد، 2019، صفحة 477)
- وهنا يؤكد الباحثان على أن مرونة الطلب السعرية هي تعبير لمدى استجابة المستهلك للمتغيرات السعرية خلال فترة زمنية معينة (المرونة السعرية).

في حين يشير الاقتصاديون الى مجموعة من العوامل المحددة لمرونة الطلب السعرية وهي كالتالي: (فاريان، 2000، صفحة 371)

- ✓ **نوعية السلعة:** كلما اعتبرت السلعة ضرورية كلما قلت مرونة الطلب عليها مما يدعو المستهلك الى شرائها بكميات أقل، وبالمقابل كلما تم اعتبارها من السلع الكمالية ارتفعت مرونة الطلب عليها مما يؤدي بالمستهلك الى شراء المزيد منها؛
- ✓ **توافر البدائل:** تقل مرونة الطلب بشكل كبير على السلعة التي يكون عدد بدائلها محدودا، ومثال ذلك: الطلب يعتبر مرنا على أجهزة تلفاز من ماركة Samsung نظرا لوجود عدة بدائل لها، وبالتالي فإن هناك علاقة طردية بين مدى توفر البدائل المتاحة ومرونة الطلب على السلعة؛
- ✓ **الاستخدامات المتعددة للسلعة:** كلما عرفت للسلعة استخدامات متعددة، أدى ذلك الى مرونة أكبر للطلب عليها، والعكس صحيح، فالسلع المعمرة تعرف طلبا مرنا بينما السلع النهائية تعرف بالمقابل طلبا غير مرن عليها؛
- ✓ **الميزانية المخصصة من دخل المستهلك لشراء السلعة:** من الملاحظ أنه كلما ارتفعت النسبة المخصصة من دخل المستهلك لشراء السلعة ارتفعت معها مرونة الطلب عليها، والعكس صحيح، فمثلا ارتفاع سعر الدقيق الواحد من اتصالات الهاتف النقال سيؤدي لرد فعل من جانبنا بسبب ارتفاع فاتورة المكالمات نسبة الى دخلنا، وبالتالي هناك علاقة طردية بين ما يتم انفاقه ومرونة الطلب على السلعة؛
- ✓ **مستوى الأسعار:** قد لوحظ أن الطلب يكون غير مرن على السلعة التي يعرف سعرها ارتفاعا أو انخفاضاً كبيراً، بسبب أن في الحالتين لا يقوم المستهلك باقتناء المزيد من السلعة، حيث في الحالة الأولى يرى المستهلك أن السعر عالي، وفي الحالة الثانية يكون المستهلك قد اشترى الكميات اللازمة منها؛
- ✓ **توفر معلومات عن السوق:** إذا كان المستهلك لا يملك المعلومات عن تغيرات السعر في السوق، فإن الكميات المطلوبة لن تعرف تغيراً، وبالتالي تعرف الأسواق التنافسية مرونة أكبر في الطلب على السلع بعكس الأسواق غير التنافسية؛
- ✓ **مستوى الدخل:** المستهلك الذي يتمتع بدخل مرتفع لا يتأثر طلبه بتغير السعر، ففي كل الأحوال يملك القدرة على شراء السلعة ولا يهتم بوجود بدائل لها، وبالتالي فإن الطلب غير مرن في هذه الحالة، وبالمقابل فإن المستهلك الذي ينتمي الى فئات الدخل المحدود أو الأقل منه يكون حساساً لأي تغير في سعر السلعة، ويهتم بشكل كبير بالبدائل الموجودة إذا ارتفع سعرها، وبالتالي فإن الطلب مرن في هذه الحالة؛
- ✓ **القدرة على تأجيل عملية شراء السلعة:** كلما كان للمستهلك القدرة على ارجاء عملية شراء السلعة كالأجهزة، البيت والسيارة ...، كان الطلب عليها مرناً، وكذلك العكس فإن الطلب على السلعة التي لا يستطيع المستهلك تأجيل شرائها يصبح أقل مرونة؛
- ✓ **طول أو قصر الفترة الزمنية:** يكون الطلب أكثر مرونة على المدى البعيد منه على المدى القريب؛
- ✓ **الطلب المشترك:** إذا عرف استهلاك سلعة ما ارتباطها بسلعة أخرى، فإن المستهلك لا يقوم بشراء السلعة الأولى إذا عرف سعرها انخفاضاً حتى ينخفض كذلك سعر السلعة الثانية (المكملة لها)، وبالتالي فمرونة الطلب على السلع المستقلة يكون أكثر مرونة.

3-1 - نظرية الطلب على الأسماك:

يشير الطلب الى تلك الكميات من السلعة التي يكون فيها المستهلكين راغبين وقادرين على شرائها عند مستويات مختلفة من الأسعار خلال مدة زمنية محددة، ومن هنا يكون الطلب على الأسماك هو الكميات المطلوبة من المستهلكين على الأسماك عند مستويات أسعار مختلفة لها في السوق خلال مدة زمنية معينة. (باللوازم، الحصادي، مسعود، و المبروك، 2023، صفحة 48)

ولا يتجاوز إنتاج الجزائر من الموارد السمكية 250 ألف طن/السنة، بالرغم من امتداد الشريط الساحلي لجزائر يبلغ طول 1200 كلم، ما جعل الجزائر تستجده باستيراد الأسماك المجمدة من فيتنام والصين، ليتم فيما بعد وضعها في قائمة المواد الممنوعة من الاستيراد. (كحال، 2022)

ومن أسباب القفزات في الأسعار: (كحال، 2022)

عنوان المقال: محددات مرونة الطلب السعرية وأثرها على سلوك المستهلك الجزائري ...

- ارتفاع الطلب على السمك مقارنة بالعرض بسبب تقلبات الأحوال الجوية؛
 - اضطراب في موسم النشاط بسبب استخدام بعض الصيادين لمعدات صيد ممنوعة دوليا؛
 - محاولة إبقاء العرض أقل من الطلب من خلال رمي الأسماك في البحر عوض إدخالها إلى الأسواق؛
 - حرص المتدخلين في عملية تسويق السمك على توسيع هامش أرباحهم خاصة على الأنواع متوسطة السعر كـ"السردين" و"الميرلان".
- ونتيجة لذلك، باتت معظم الأسماك خارج اهتمامات المستهلك الجزائري نظرا لتدهور قدرته الشرائية ونقص ثقافته الاستهلاكية، بالإضافة الى غياب رقابة الجهات الرسمية.

4-1 - مفهوم سلوك المستهلك:

- تعددت وجهات النظر التي تطرقت الى تعريف سلوك المستهلك وتباينت باختلاف توجه الباحثين الى:
- نمط سلوكي متبع من طرف المستهلك حسب امكانياته المالية من أجل البحث، الشراء والاستخدام لمنتجات، أفكار أو خبرات قصد اشباع رغباته. (عبيدات ، 1998، صفحة 4)
 - مجموعة الأفعال التي تتأثر مباشرة بالعوامل المؤثرة في قرار شراء المنتجات. (Derbourg & et al, 2004, p. 18)
- وعليه يرى الباحثان أن سلوك المستهلك ما هو إلا جميع التصرفات وردود الأفعال المباشرة التي يبدوها في حدود قدراته المالية حين تعرضه لمنبهات داخلية وخارجية، قصد الحصول على المنتج (سلعة، خدمة أو فكرة) واستخدامه لتوافقه مع حاجات غير مشبعة لديه.

5-1 - أثر تغير السعر على قرار المستهلك:

- يلقى التغير في أسعار المنتجات (السلع والخدمات) استجابة فعلية من طرف المستهلكين تترجم في سلوكياتهم الشرائية وبذلك تؤثر على كل من: عادات المستهلك الشرائية، نوعية المنتج، تكرارات عملية الشراء، ومدى حاجته لهذا المنتج، كما يلي: (أمن علي، 2007، صفحة 128)
- تزداد مبيعات السلعة كلما انخفض سعرها في السوق؛
 - تنخفض مبيعات السلعة كلما انخفضت أسعار السلع البديلة لها؛
 - ترتفع مبيعات السلعة الأصلية كلما انخفضت أسعار السلع المكملة لها؛
 - تزداد مبيعات السلعة كلما ارتفعت المداخل الحقيقية للمستهلكين المحتملين؛
 - ترتفع مبيعات السلعة كلما ارتفعت الميزانية المخصصة للترويج لهذه السلعة.
- وكنتيجة يمكن القول أن هناك علاقة قوية بين تغير سعر السلعة (زيادة أو نقص) وقرار المستهلك وسلوكه الشرائي، وهذه العلاقة يبني عليها رجال التسويق مجمل سياساتهم التسعيرية، وهذا ما سنحاول تأكيده في دراستنا الميدانية.

2 - الدراسة الميدانية:

1-2 - مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع دراستنا البحثية يتكون من مجموع المستهلكين الجزائريين للأسماك في السوق الجزائرية، أين تم توزيع استبيان الكتروني عبر الوسائط المختلفة، في حين تم الحصول على 462 استمارة صحيحة قابلة للتحليل.

2-2 - جمع وتحليل البيانات:

1-2-2 - أداة جمع البيانات:

بغرض استقاء البيانات الميدانية تم استخدام استبانة لمعرفة مدى تأثير مرونة الطلب السعرية على سلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك، أين كانت الإجابات وفق سلم ليكرت الخماسي، وفي هذا الخصوص تم تقسيم أداة الدراسة الى 03 محاور كما يلي:

✓ المحور الأول: الخصائص الشخصية للعينة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، حجم الأسرة، والدخل)؛

✓ المحور الثاني: محددات مرونة الطلب السعرية (14 فقرة)؛

✓ المحور الثالث: سلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك (07 فقرات).

2-2-2- أدوات تحليل البيانات:

من أجل اختبار صحة الفرضيات من عدمها اعتمد الباحثان على مجموعة من الأدوات الإحصائية التي تتوافق مع طبيعة الدراسة، نذكر منها:

- برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (IBM SPSS Statistic) اصدار 2022، لتحليل ووصف البيانات المتحصل عليها؛
- مفاهيم في الإحصاء الوصفي تمثلت في: التكرار، النسبة المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري من أجل معرفة وتحليل اتجاهات أفراد العينة المبحوثة حول متغيرات الدراسة.
- اختبارات إحصائية: معامل ألفا كرونباخ، معامل الارتباط بيرسون (R)، معامل التحديد (R^2)، القيم الاحتمالية (sig) والانحدار الخطي البسيط.

3-2 - ثبات أداة الدراسة:

الجدول رقم 1: قياس ثبات الأداة باستخدام معامل ألفا كرونباخ

معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	محور الدراسة
0.743	01	1 نوعية السلعة
0.755	02	2 توافر البدائل
0.739	01	3 استخدامات السلعة
0.733	01	4 نسبة الانفاق على السلعة
0.741	02	5 مستوى الأسعار
0.738	02	6 توفر المعلومات
0.745	01	7 مستوى الدخل
0.727	01	8 القدرة على التأجيل
0.743	02	9 الفترة الزمنية
0.726	01	10 الطلب المشترك
0.669	14	اتجاه أبعاد المحور الثاني
0.546	07	المحور الثالث: سلوك المستهلك
0.750	21	الاتجاه العام

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS/v22

عنوان المقال: محددات مرونة الطلب السعرية وأثرها على سلوك المستهلك الجزائري ...

الملاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة ألفا كرونباخ لأداة القياس التي بلغت 0.75 جاءت أكبر من 0.60، مما يدل على فعالية المقياس وهي قيمة بدلالة إحصائية عالية، ما يعني أن هناك ثبات واستقرار لنتائج محاور أداة القياس بحيث أن هناك إمكانية الحصول على نفس النتائج في حالة تكرار الاختبار على نفس الأشخاص وفي نفس الظروف.

4-2 - التحليل الوصفي للعينة المبحوثة:

1-4-2 - خصائص العينة المبحوثة:

الجدول رقم 2: البيانات الشخصية لعينة الدراسة

المتغير	الخيار	التكرار	النسبة المئوية %	القراءة التحليلية
الجنس	ذكر	253	54.8	من الملاحظ أن عينة الدراسة تجاوزت بشكل كبير مع الاستبيان، حيث استهدفت كلا الجنسين وبأغلبية لفئة الذكور بنسبة 54.8%، فيما بلغت فئة الاناث 45.2%؛ كما تميزت هذه العينة بانتماء غالبية أفرادها لفئة الشباب والتي تراوح عمرها ما بين 19 الى 40 سنة بنسبة 72.5%؛ في حين كشفت العينة المبحوثة على أن غالبية مستهلكي السمك المشاركين في هذا الاستبيان ذوي مستوى جامعي، ما يعكس درجة الوعي الثقافي بأهمية وقيمة استهلاك هذه المادة (السمك)؛ كما وأن ما نسبته 79.7% من عينة الدراسة تعيش في أسرة تتكون من 04 أفراد فما فوق؛ حيث كشف تحليل الاستبيان أن 43.9% من حجم العينة المبحوثة التي تستهلك السمك تنتمي لفئة الدخل أكثر من 50 ألف دينار جزائري، في حين أقل نسبة عادت للفئة التي دخلها أقل من 18 ألف دينار جزائري.
	أنثى	209	45.2	
السن	أقل من 18 سنة	0	0	
	19-40 سنة	335	72.5	
	41-60 سنة	127	27.5	
	أكثر من 60 سنة	0	0	
المستوى التعليمي	ابتدائي	0	0	
	أساسي	125	27.1	
	ثانوي	13	2.8	
	جامعي	324	70.1	
حجم الأسرة	شخص واحد	23	5	
	شخصين	0	0	
	ثلاثة أشخاص	71	15.3	
	أكثر من ثلاثة أشخاص	368	79.7	
الدخل	أقل من 18 ألف دج	60	13	
	18000-30000 دج	62	13.4	
	30001-50000 دج	137	29.7	
	أكثر من 50000 دج	203	43.9	

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS/v22

2-4-2 - عرض وتحليل المحور الثاني:

الجدول رقم 3: استجابة العينة لأسئلة المحور الثاني

رقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب حسب الأهمية
1	يدرك المستهلك أهمية تناول المنتجات السمكية وحاجة الجسم لعناصرها الغذائية	4.68	0.63	عالية جدا	1
2	يتغير حجم طلب المستهلك للسمك إذا توفرت منتجات بديلة عنه بأسعار تنافسية	4.18	0.7	عالية	8
3	تزداد امكانية تحول المستهلك الى بديل السمك (الدجاج) كلما سمحت الفرص	4.23	0.75	عالية جدا	7
4	كلما كانت للأسماك استعمالات أخرى تقل مراعاة المستهلك لأسعارها	3.21	1.1	متوسطة	14
5	يتغير حجم الطلب على الأسماك إذا كانت تتطلب جزء كبيرا من دخل المستهلك	4.5	0.57	عالية جدا	3
6	يولي المستهلك أهمية كبيرة للسعر أثناء شرائه للسمك مقارنة بمعايير الشراء الأخرى	4.3	0.69	عالية جدا	6
7	يتغير حجم الطلب على السمك بتغير أسعاره في السوق	4.6	0.50	عالية جدا	2
8	يتأثر حجم الطلب على السمك إذا كان المستهلك على علم بتغير أسعارها	4.42	0.59	عالية جدا	4
9	يعتبر المستهلك أسواق بيع السمك أسواقا تنافسية	3.88	0.75	عالية	12
10	لا يراعي المستهلك أسعار السمك إذا كان دخله مرتفعا	4.13	0.82	عالية	9
11	يستطيع المستهلك تأجيل عملية شراء السمك لوقت لاحق إذا لم يتقبل السعر	4.39	0.64	عالية جدا	5
12	يكون المستهلك أكثر اهتماما بسعر السمك إذا زادت فترة تسوقه لشرائها	4.02	0.72	عالية	10
13	يتغير حجم الطلب على السمك كلما كانت فترة عرضه في السوق طويلة	3.94	0.74	عالية	11
14	يتغير حجم الطلب على السمك إذا كان شراؤه مرتبط بشراء منتجات أخرى	3.73	0.80	عالية	13
المحور الثاني: محددات مرونة الطلب السعرية		4.15	0.32	عالية	

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS/v22

عنوان المقال: محددات مرونة الطلب السعرية وأثرها على سلوك المستهلك الجزائري ...

الملاحظ من الجدول رقم (03) أن عينة الدراسة تدرك جيدا قيمة وأهمية السمك في غذاء الانسان، ما يثبتته درجة الموافقة العالية جدا على الفقرة الأولى ضمن محددات مرونة الطلب السعرية، بمتوسط حسابي قدر بـ 4.68 وانحراف معياري بلغ 0.68، فيما أتت في المرتبة الثانية الفقرة الثانية من مستوى الأسعار بمتوسط حسابي قدر بـ 4.6 وانحراف معياري بـ 0.5، في حين جاء في المرتبة الأخيرة استخدامات السلعة بمتوسط حسابي 3.21 وانحراف معياري 1.1، وعلى العموم فإن محددات مرونة الطلب السعرية ككل قد لاقت درجة موافقة عالية من طرف أفراد العينة المبحوثة بمتوسط حسابي بلغ 4.15 وانحراف معياري 0.32.

2-4-3 - عرض وتحليل المحور الثالث:

الجدول رقم 4: استجابة العينة لأسئلة المحور الثالث

رقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	يسعى المستهلك من وراء شراء السمك الى تلبية حاجات غذائية	4.42	0.69	عالية جدا
2	يعتبر توفر السمك بمختلف أنواعه دافعا أساسيا للشراء	3.91	0.83	عالية
3	يملك المستهلك معلومات مسبقة عن الأسماك وأهميتها قبل قيامه بعملية الشراء	3.74	0.94	عالية
4	يرتكز المستهلك في اختياره لنوع السمك على المعلومات المهمة لعملية الشراء	3.98	0.84	عالية
5	يتغير سلوك المستهلك الشرائي وفقا لتغير أسعار الأسماك	4.45	0.61	عالية جدا
6	تؤثر ميولات المستهلك وتفضيلاته لأنواع محددة من السمك على قراره الشرائي	4.35	0.61	عالية جدا
7	تؤثر جودة السمك المعروض في تحديد سلوك المستهلك الشرائي	4.32	0.55	عالية جدا
	المحور الثالث: سلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك	4.17	0.38	عالية

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS/v22

والملاحظ أيضا من الجدول رقم (04) أن المتوسط الحسابي لسلوك المستهلك اتجاه أسعار السمك بلغ 4.17 ما يجعله أعلى من المتوسط الحسابي الفرضي وبانحراف معياري قدر بـ 0.38، وبدرجة موافقة عالية تدل على استجابة كبيرة لسلوك المستهلك الجزائري اتجاه تغيرات أسعار السمك.

2-5-5 - اختبار صحة الفرضيات من عدمها وتحليلها:

- قبل اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة، نمر الى اختبار الفرضيات الفرعية، حيث سنطبق قاعدة:
- قبول الفرضية العدمية H_0 عندما تكون القيمة الاحتمالية sig أكبر من مستوى الدلالة 5%؛
- قبول فرضية الوجود H_1 عندما تكون القيمة الاحتمالية sig أصغر من مستوى الدلالة 5%.

2-5-1 - اختبار الفرضيات الفرعية وتحليلها:

الجدول رقم 5: معامل الارتباط بيرسون بين محددات مرونة الطلب السعرية وسلوك المستهلك اتجاه أسعار السمك

معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R ²)	القيمة الاحتمالية sig	
0.262**	0.069	0.000	نوعية السلعة
0.087	0.008	0.062	توافر البدائل
0.245**	0.060	0.000	استخدامات السلعة
0.485**	0.235	0.000	نسبة الانفاق على السلعة
0.263**	0.069	0.000	مستوى الأسعار
0.295**	0.087	0.000	توفر المعلومات
0.144**	0.021	0.002	مستوى الدخل
0.477**	0.227	0.000	القدرة على التأجيل
0.212**	0.045	0.000	القدرة الزمنية
0.373**	0.139	0.000	الطلب المشترك
0.528	0.279	0.000	المحور الثاني: محددات مرونة الطلب السعرية

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS/v22

يتضح من خلال الجدول رقم (05) النتائج النهائية التالية، والتي تم الاعتماد فيها على درجة الارتباط حسب

Lehman(Lehman, 2005, p. 123)

1. اختبار الفرضية الأولى: وجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) ضعيفة بين نوعية السلعة وسلوك المستهلك اتجاه أسعار السمك وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، وقيمة ارتباط بينهما بلغت 0.262 وقيمة معنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 ما يؤدي الى رفض الفرضية العدمية H0، وقبول الفرضية البديلة H1.

2. اختبار الفرضية الثانية: وجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) ضعيفة جدا بين توافر بدائل السلعة وسلوك المستهلك اتجاه أسعار السمك، وقيمة ارتباط بينهما بلغت 0.087 وقيمة معنوية تساوي 0.062 وهي أكبر من 0.05 ما يؤدي الى قبول الفرضية العدمية H0 التي تقول إنه لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين توافر بدائل السلعة وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك.

3. اختبار الفرضية الثالثة: وجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) ضعيفة بين استخدامات السلعة وسلوك المستهلك اتجاه أسعار السمك وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، وقيمة ارتباط بينهما بلغت 0.245 وقيمة معنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 ما يؤدي الى رفض الفرضية العدمية H0، وقبول الفرضية البديلة H1.

عنوان المقال: محددات مرونة الطلب السعرية وأثرها على سلوك المستهلك الجزائري ...

4. اختبار الفرضية الرابعة: وجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) متوسطة بين نسبة الانفاق على السلعة وسلوك المستهلك اتجاه أسعار السمك وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، وبقيمة ارتباط بينهما بلغت 0.485 وقيمة معنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 ما يؤدي الى رفض الفرضية العدمية H_0 ، وقبول الفرضية البديلة H_1 .
 5. اختبار الفرضية الخامسة: وجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) ضعيفة بين مستوى الأسعار وسلوك المستهلك اتجاه أسعار السمك وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، وبقيمة ارتباط بينهما بلغت 0.263 وقيمة معنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 ما يؤدي الى رفض الفرضية العدمية H_0 ، وقبول الفرضية البديلة H_1 .
 6. اختبار الفرضية السادسة: وجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) ضعيفة بين توفر المعلومات حول السلعة وسلوك المستهلك اتجاه أسعار السمك وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، وبقيمة ارتباط بينهما بلغت 0.295 وقيمة معنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 ما يؤدي الى رفض الفرضية العدمية H_0 ، وقبول الفرضية البديلة H_1 .
 7. اختبار الفرضية السابعة: وجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) ضعيفة جدا بين مستوى الدخل وسلوك المستهلك اتجاه أسعار السمك وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، وبقيمة ارتباط بينهما بلغت 0.144 وقيمة معنوية تساوي 0.002 وهي أقل من 0.05 ما يؤدي الى رفض الفرضية العدمية H_0 ، وقبول الفرضية البديلة H_1 .
 8. اختبار الفرضية الثامنة: وجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) متوسطة بين القدرة على تأجيل عملية الشراء وسلوك المستهلك اتجاه أسعار السمك وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، وبقيمة ارتباط بينهما بلغت 0.477 وقيمة معنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 ما يؤدي الى رفض الفرضية العدمية H_0 ، وقبول الفرضية البديلة H_1 .
 9. اختبار الفرضية التاسعة: وجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) ضعيفة بين القدرة الزمنية وسلوك المستهلك اتجاه أسعار السمك وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، وبقيمة ارتباط بينهما بلغت 0.212 وقيمة معنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 ما يؤدي الى رفض الفرضية العدمية H_0 ، وقبول الفرضية البديلة H_1 .
 10. اختبار الفرضية العاشرة: وجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) ضعيفة بين الطلب المشترك وسلوك المستهلك اتجاه أسعار السمك وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، وبقيمة ارتباط بينهما بلغت 0.373 وقيمة معنوية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 ما يؤدي الى رفض الفرضية العدمية H_0 ، وقبول الفرضية البديلة H_1 .
- كنتيجة لما سبق، فإن الجدول يوضح معاملات الارتباط بين محددات مرونة الطلب السعرية وسلوك المستهلك اتجاه أسعار السمك، والتي جاءت كلها طردية (موجبة) وبدرجات متفاوتة تراوحت بين 0.087 كأقل معامل ارتباط لتأثير توافر البدائل، ليصل الى أعلى قيمة له 0.477 لتأثير القدرة على تأجيل عملية الشراء على سلوك المستهلك.

2-5-2 - اختبار الفرضية الرئيسية وتحليلها:

الجدول رقم 6: نتائج التحليل الخطي البسيط

النموذج	معامل Beta	T المحسوبة	T الجدولية	الدلالة الاحصائية
الثابت	1.506	7.535	1.960	0.000
محددات مرونة الطلب السعرية	0.640	13.349	1.960	0.000

(**) ارتباط معنوي عند مستوى دلالة 1%.

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS/v22

بالرجوع الى نتائج الجدول رقم 5 أيضا نلاحظ وجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) متوسطة بين محددات مرونة الطلب السعرية وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك، وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05، حيث بلغت قيمة الارتباط بين متغيري الدراسة 0.528 وبقية احتمالية sig تساوي 0.000 (أقل من 0.05)، مما يؤدي الى رفض الفرضية الصفرية H_0 ، وقبول فرضية الوجود H_1 التي تدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين محددات مرونة الطلب السعرية وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك عند مستوى معنوية أقل من 0.05.

في حين قدرت قيمة معامل التحديد بـ 0.279 أي أن المتغير المستقل (محددات مرونة الطلب السعرية) يؤثر بنسبة 27.9% في المتغير التابع (سلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك)، والنسبة المتبقية والمقدرة بـ 72.1% تعزى لمتغيرات أخرى لم تتطرق لها دراستنا الحالية.

وبالاعتماد على الجدول رقم 6 يمكن كتابة معادلة الانحدار البسيط كالتالي: $y = 1.506 + 0.640x$

أي: سلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك = $0.640 + 1.506$ محددات مرونة الطلب السعرية أي أنه كلما تغيرت محددات مرونة الطلب السعرية بدرجة واحدة تغير سلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك بـ 64%.

الخلاصة:

يشكل السمك مادة غذائية صحية لجسم الانسان، وإن توفرها على مائدة المستهلك الجزائري يراعي عدة اعتبارات، من بينها تلك التي تشكل محددات مرونة الطلب السعرية قسما منها، لابد على الأطراف الفاعلة في عملية تسويق المنتجات السمكية الأخذ بعين الاعتبار الفروقات المسجلة في مجال مداخيل الأسر الجزائرية قصد تسهيل وصول كافة طبقات المجتمع الى هذه المادة. وأمام التبريرات التي تقدمها هذه الأطراف من: قلة الوفرة وتفوق الطلب على العرض (تبريرات حكومية)، ضعف القدرة الشرائية وغلاء مختلف الأصناف السمكية (تبريرات المستهلك)، تحكم بعض المتعاملين في أسعار البيع الأولي لإنزال السمك في الموانئ وكيفية التوزيع وغياب الرقابة (تبريرات جمعيات الصيادين)، والممارسات غير المهنية لبعض الصيادين مثل إعادة بيع الكميات المتبقية بعد تخزينها في الثلاجات، وكذا رمي الفائض منها في البحر لكي لا تكون هناك وفرة في المنتج التي من شأنها أن تطيح بالأسعار (تبريرات جمعية حماية المستهلك)، تبقى المسؤولية الأكبر في هذه الوضعية على عاتق المستهلك باعتباره الحلقة الأخيرة وجوهر السلسلة التوزيعية، نظرا لغياب ثقافته الاستهلاكية فلو قاطع المستهلك شراء السمك لتراجع الصيادون والوسطاء عن هذه الممارسات غير اللائقة لتفادي تضررهم.

نتائج الدراسة:

أسفرت دراستنا على جملة من النتائج نوجزها في الآتي:

- ✓ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين محددات مرونة الطلب السعرية وسلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك، وهو ما يعكس درجة اعتماد نموذج الدراسة المقترح؛
- ✓ وجود أثر بارز لهذه المحددات على رد فعل المستهلك اتجاه أسعار السمك في السوق الجزائري في مقدمتها تأثير نوعية السلعة، مستوى الأسعار ونسبة الانفاق على السلعة من ميزانية المستهلك والتي احتلت المراتب الثلاثة الأولى على التوالي؛
- ✓ عدم تسجيل تأثير محدد توافر البدائل على سلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك يعزى لارتفاع أسعار هذه البدائل (الدجاج واللحوم الحمراء) خلال فترة الدراسة؛
- ✓ يتأثر سلوك المستهلك الجزائري اتجاه أسعار السمك بعوامل أخرى غير محددة لمرونة الطلب السعرية.

عنوان المقال: محددات مرونة الطلب السعرية وأثرها على سلوك المستهلك الجزائري ...

توصيات الدراسة: على ضوء النتائج التي أفرزتها هذه الدراسة، تقرر تقديم التوصيات التالية:

- ✓ العمل على التعرف على ردود أفعال المستهلكين اتجاه التغير في السعر، والتي تقدم صورة واضحة لتغيرات طلب المستهلك، قصد خلق التوافق بين طرفي السوق (المستهلك والبائع)؛
- ✓ يجب على التجار في إطار سعيهم لتلبية احتياجات ورغبات المستهلك الجزائري الأخذ في الحسبان قدرته المادية وتفضيلاته المختلفة؛
- ✓ دعم الصيادين ومربي الأسماك من خلال قروض إسلامية بدون فوائد، وتقديم كافة التسهيلات لإنشاء مشاريعهم في إطار الاستثمار في قطاع الصيد البحري وتربية المائيات، قصد المساهمة في تخفيض أسعار هذه المنتجات الى مستويات مقبولة؛
- ✓ فتح آفاق بحثية لمعالجة موضوع تقدير مرونة الطلب السعرية على المدى البعيد، وذلك بعدم الاكتصار على استخدام الاستبيان بأسئلة مغلقة فقط كأداة لجمع المعلومات، أين يجب تدعيمها بمقابلات ميدانية مع أهل الاختصاص وقادة الرأي.

الهوامش والمراجع:

1. Derborough, M. C., & et al. (2004). Pratique du marketing. Berti Edition.
2. Lehman, A. (2005). Jmp for Basic Univariate and Multivariate Statistics: A Step-by-step Guide. Cary: NC: SAS Press.
3. Mercy. (2009). Price flexibility in relation to consumer purchasing behaviour on line. Sweden: Blekinge institute of technology.
4. Walters, L. M. (1991). The impact of retailer's prices on consumers behavior. Internation Marketing Review, 4, pp. 32-45.
5. Zeithmal, g. W. (1988). Consumers, understandings of price and value in USA. International Journal of Business and Management , 4(11), p. 53.
6. أحمد شاكر العسكري. (2000). التسويق: مدخل استراتيجي للبيئة التسويقية وسلوك المستهلكين والمزيج التسويقي (الإصدار 01). نابلس- فلسطين: دار الشروق للنشر والتوزيع.
7. حسين عبد الكريم باللوازم، إيمان قاسم الحصادي، مروان عمران مسعود، و رمزي بالقاسم مُجد المبروك. (2023). دراسة اقتصادية تحليلية لمحددات الطلب على لحوم الأسماك بمدينة درنة. مجلة آفاق اقتصادية، 9(17)، الصفحات 43-66.
8. حمزة كحال. (29 11 2022). العربي الجديد. تاريخ الاسترداد 06 22 2024، من الجزائر: الوسطاء يرفعون أسعار السمك: <https://www.alaraby.co.uk/economy/السمك-الوسطاء-يرفعون-أسعار>
9. زكريا أحمد عزام، و فلاح الزغبى. (2011). سياسات التسعير: مدخل منهجي تطبيقي متكامل. عمان: دار الميسرة للنشر.
10. زياد بركات. (2005). سيكولوجية التسوق: دراسة في السلوك الشرائي وعلاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية في المجتمع الفلسطيني. مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الانسانية)، 19(3)، الصفحات 953-980.
11. عبد الله ابراهيم أحمد بوحميد. (2019). مرونة الطلب السعرية وظاهرة انتقال العبء الضريبي: حالة تطبيقية على القطاع العقاري السكني والتجاري بالملكة العربية السعودية. مجلة التجارة والتمويل، 39(2)، الصفحات 465-496.
12. عمر أمين علي. (2007). قراءات في سلوك المستهلك (الإصدار 2). مصر: الدار الجامعية.
13. عمر محمود أبو عيدة. (2012). مدى تفوق مرونة الطلب السعرية على العوامل الأخرى المؤثرة على حساسية المستهلك الفلسطيني - دراسة ميدانية على الأجهزة والأدوات الكهربائية المستوردة. مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الانسانية والاجتماعية، 01(28)، الصفحات 11-45.
14. مُجد عبيدات . (1998). سلوك المستهلك: مدخل استراتيجي. عمان: دار المستقبل للنشر والتوزيع.
15. هال فاربان. (2000). الاقتصاد الجزئي التحليلي: مدخل حديث. (أحمد يوسف عبد الخير، و أحمد راشد أبو زيد، المترجمون) المملكة العربية السعودية: النشر العلمي والمطابع جامعة الملك سعود.
16. يوسف أبو فارة. (2010). إدارة الأسعار في الأسواق التقليدية والإلكترونية وأسواق المياه (الإصدار 01). الأردن: دار إثراء.