



بيروت: 2014-03-07

دراسة للجامعة الأميركية في بيروت: الرجال والنساء يتساوون في عادات التسوق

خلصت دراسة جديدة أجرتها الجامعة الأميركية في بيروت إلى أن عادات التسوق لدى النساء والرجال اللبنانيين هي عادات أقلّ تفاوتاً بكثير مما كان يُعتقد سابقاً.

وقد أجرى الدراسة الأستاذان لورانس لي وليمي حنا-خولي من كلية العليان لإدارة الأعمال في الجامعة. وقد تناولت الدراسة 400 مجموعة من المتسوقين في عدد من محلات الأزياء ومتاجر الأدوات الرياضية في وسط بيروت. وقد عرض البروفسور لي خلاصة الدراسة في المؤتمر الدولي الثالث عشر لاتجاهات التسويق، الذي عقد في كانون الثاني المنصرم في مدينة البندقيّة. وقد دققت الدراسة في الاعتقاد الشائع بين خبراء الأسواق أن الرجال يشترون والنساء يتسوقون، ووجدت أن الرجال ينفقون من الوقت والمال في المتاجر نسبة موازية لما تنفقه النساء فيها.

وقد راقب الباحثان مجموعات المتسوقين وطرحوا على أفرادها أسئلة حول مشترياتهم المقررة وغير المقررة، وكوناً صورة لعادات التسوق المتعلقة بالجنس، في المدينة. وقد وجدوا أن نسبة ذكور أكبر (من نسبة الإناث) تدخل المتاجر وهي قد قررت مسبقاً ما تنوي ابتياعه، لكن هذا الفرق يتلاشى في المتجر حيث يتساوى الذكور والإناث في الوقت الذي يقضونه في المتجر وفي ميلهم لابتياح حاجيات لم تكن في لائحة مشترياتهم المقررة.

وقال البروفسور لي: "لاحظنا استناداً إلى عينة صغيرة جداً أن الذكور يجنحون إلى الانفاق على مشترياتهم غير المقررة سابقاً أكثر مما تنفقه الإناث. وهذا قد يجعلهم في الواقع أهداف أفضل لحملات تشجيع الشراء العفوي".

في الخلاصة، إن الباحثين وجدوا أن لا تأثير لجنس المتسوق أكان ذكراً أم أنثى، أقله على الصعيد اللبناني.

وأردف لي: "لم تكن نتائج الدراسة كما توقعناها أبداً. ولكن ما لا نعرفه هو ما إذا كان التشابه في عادات التسوق بين الجنسين هو ميزة خاصة بلبنان أو إذا كان نمطاً عريضاً يشمل كل الذكور المتأقنين في المدن. وما نرغب به فعلاً هو إجراء هذه الدراسة في أوروبا أو الولايات المتحدة لمقارنة عادات التسوق هناك بعادات التسوق في الشرق. وحالياً لا تؤيد أبحاثنا مقالة نُشرت في مجلة هارفارد للأعمال *Harvard Business Review* ووصفت فيه الاقتصاد النسائي بأنه

مهمّ بشكل يجعله يتفوق على اقتصادي الصين والهند مجتمعين. إذ تظهر أبحاثنا أن الفروقات في السلوك التسوّقي بين الذكور والاناث هي فروقات أخف بكثير".

يُذكر أن البروفسور لورانس لي هو أستاذ مشارك في علم التسويق في الجامعة الأميركية في بيروت. وهو خريج جامعة كامبريدج ومعهد لندن لإدارة الأعمال وجامعة كارولينا الشمالية في مدينة تشابل هيل. وقد علّم مادة التسويق في الولايات المتحدة وأوروبا قبل أن يلتحق بالجامعة الأميركية في بيروت في العام 2006. وقد نُشرت له أبحاث في مجلة أبحاث التسويق *Journal of Marketing Research* والمجلة الدولية للأسواق الناشئة *International Journal of Emerging Markets* و مجلة الأعمال المتعددة الجنسيات *Multinational Business Review*. كما أنه عمل طويلاً كاستشاري في مسائل التسويق الدولي وشارك في إنشاء عدة شركات ناشئة.

أما ليلي خولي – حنا فهي استاذة التسويق في الجامعة الأميركية في بيروت منذ العام 2000. وهي تحمل الماجستير في إدارة الأعمال من جامعة ولاية أوهايو في مدينة بولنغ غرين. وعلمت التسويق والاقتصاد في الولايات المتحدة وفرنسا ولبنان. وتعطي في الجامعة الأميركية في بيروت دروساً متطورة تشمل الاعلام الاجتماعي. وقد نالت مرتين جائزة الامتياز في التعليم. وتتعلق أبحاثها ومهامها الاستشارية بالصناعات الابداعية وتشمل العطور والأزياء في لبنان والتحول الى الرقمنة في الأعمال، في المنطقة.

تأسست الجامعة الأميركية في بيروت في العام 1866 وتعتمد النظام التعليمي الأميركي الليبرالي للتعليم العالي كنموذج لفلسفتها التعليمية ومعاييرها وممارساتها. والجامعة هي جامعة بحثية تدريسية، تضم هيئة تعليمية من أكثر من 600 أعضاء وجسماً طلابياً من حوالي 8500 طالب وطالبة. تقدّم الجامعة حالياً ما يناهز مائة برنامج للحصول على البكالوريوس، والماجستير، والدكتوراه، والدكتوراه في الطب. كما توفر تعليمًا طبيًا وتدريباً في مركزها الطبي الذي يضم مستشفى فيه 420 سريراً.

For more information please contact:

Maha Al-Azar, Director of News and Information, ma110@aub.edu.lb, 01-75 96 85

Website: www.aub.edu.lb

Facebook: <http://www.facebook.com/aub.edu.lb>

Twitter: http://twitter.com/AUB_Lebanon