

تساؤلات البحث

التساؤل الرئيسي: ما تأثير التسويق الإلكتروني على سلوك المستهلك؟ ويتفرع منه التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما أثر التسويق الإلكتروني فيما يتعلق ببعد (سهولة الوصول) على سلوك المستهلك؟
٢. ما أثر التسويق الإلكتروني فيما يتعلق ببعد (المصداقية) على سلوك المستهلك؟
٣. ما أثر التسويق الإلكتروني فيما يتعلق ببعد (التفاعل) على سلوك المستهلك؟
٤. ما أثر التسويق الإلكتروني فيما يتعلق ببعد (التأثيرات الفنية) على سلوك المستهلك؟

أهداف البحث

١. الكشف عن أثر التسويق الإلكتروني فيما يتعلق ببعد (سهولة الوصول) على سلوك المستهلك.
٢. التعرف على أثر التسويق الإلكتروني فيما يتعلق ببعد (المصداقية) على سلوك المستهلك.
٣. تحديد أثر التسويق الإلكتروني فيما يتعلق ببعد (التفاعل) على سلوك المستهلك.
٤. الكشف عن أثر التسويق الإلكتروني فيما يتعلق ببعد (التأثيرات الفنية) على سلوك المستهلك.
٥. رصد وتحديد فاعلية دور التسويق الإلكتروني في دعم سلوك المستهلك.
٦. التعرف على أهم خصائص ومميزات التسويق الإلكتروني والتي تساعد في رفع مستوى الميول الاستهلاكية.

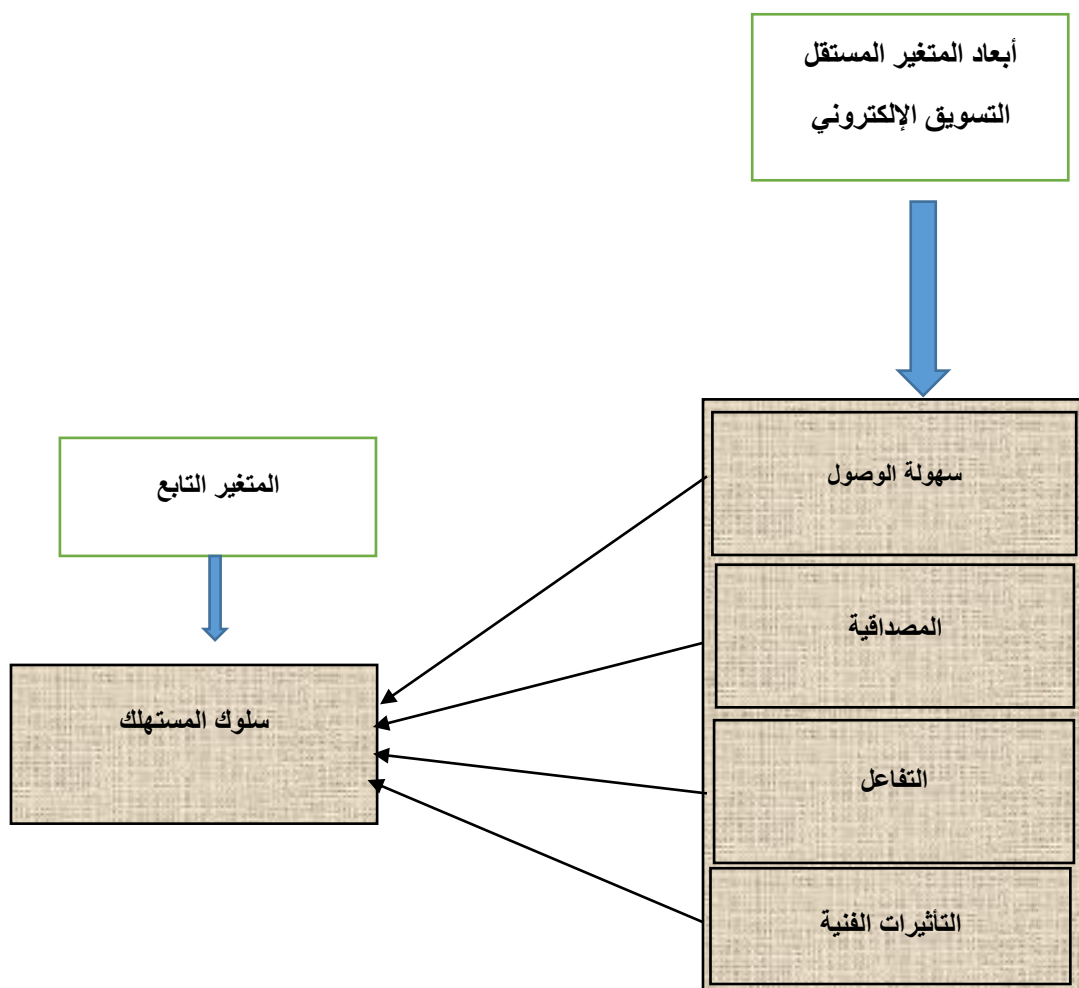
فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) لأبعاد التسويق الإلكتروني على سلوك المستهلك بمنطقة الرياض، ويتفرع منه الفرضيات التالية:

١. الفرضية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) لأبعاد التسويق الإلكتروني (سهولة الوصول) على سلوك المستهلك.
٢. الفرضية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) لأبعاد التسويق الإلكتروني (المصداقية) على سلوك المستهلك.
٣. الفرضية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) لأبعاد التسويق الإلكتروني (التفاعل) على سلوك المستهلك.
٤. الفرضية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) لأبعاد التسويق الإلكتروني (التأثيرات الفنية) على سلوك المستهلك.

نموذج البحث

شكل (١) نموذج البحث



مكان التطبيق المقترح للبحث

سيتم تطبيق البحث على عينة من سكان مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية وبخاصة الذين يسكنون حي العليا، وتم اختيار حي العليا نظراً لكثرة مراكز التسويق في هذا الحي وتنوع فئات المستهلكين الذين يعيشون في حي العليا.

منهجية البحث

فلسفة البحث

البحث سوف يعتمد على الفلسفة التفسيرية التي تركز على فهم وتفسير السلوك البشري والظواهر الاجتماعية من خلال عدسة المعاني الذاتية والسياقات الاجتماعية وغالبًا ما يستخدم المفسرون الأساليب النوعية، مثل المقابلات والملاحظات والتحليل النصي لاستكشاف ثراء الظواهر الاجتماعية وتعقيدها.

والبحث سيستخدم الجانب التطبيقي وسيتم عرض المنهج المتبع في البحث، ومجتمع البحث، وعينة البحث، وإجراءات إعداد أداة البحث وتطبيقها، والأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل وتفسير النتائج المتحصل عليها.

منهج البحث

نظراً لطبيعة موضوع البحث والأهداف التي يسعى لتحقيقها، فسوف يتم استخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي، والذي يعرف بأنه " أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة"، (عبيدات وآخرون، ٢٠٢٠: ٤٦).

استراتيجية البحث

تشير استراتيجية البحث إلى الخطة الشاملة أو الهيكل الذي يوجه المشروع البحثي، بدءًا من تصوره وحتى تحليل البيانات النهائية وتتمثل استراتيجية البحث الحالي في استخدام الاستبيان الإلكتروني وجمع البيانات عن عينة البحث.

توع البحث

البحث من النوع الكمي كونه سيعتمد على أداة الاستبيان، وسيتضمن البحث الكمي جمعًا وتحليلًا منهجيًا للبيانات الرقمية لاختبار الفرضيات وفحص الأنماط وإقامة العلاقات بين المتغيرات.

طرق جمع البيانات

تتمثل أداة البحث في الاستبانة التي تم سوف يتم تصميمها بالاستفادة من الإطار النظري، والبحوث والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث وسوف تتكون الاستبانة في صورتها الأولية من جزأين أساسيين على النحو التالي:

الجزء الأول: يمثل البيانات الأولية لأفراد مجتمع البحث وهي: (النوع، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، مستوى الدخل، عدد سنوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً).

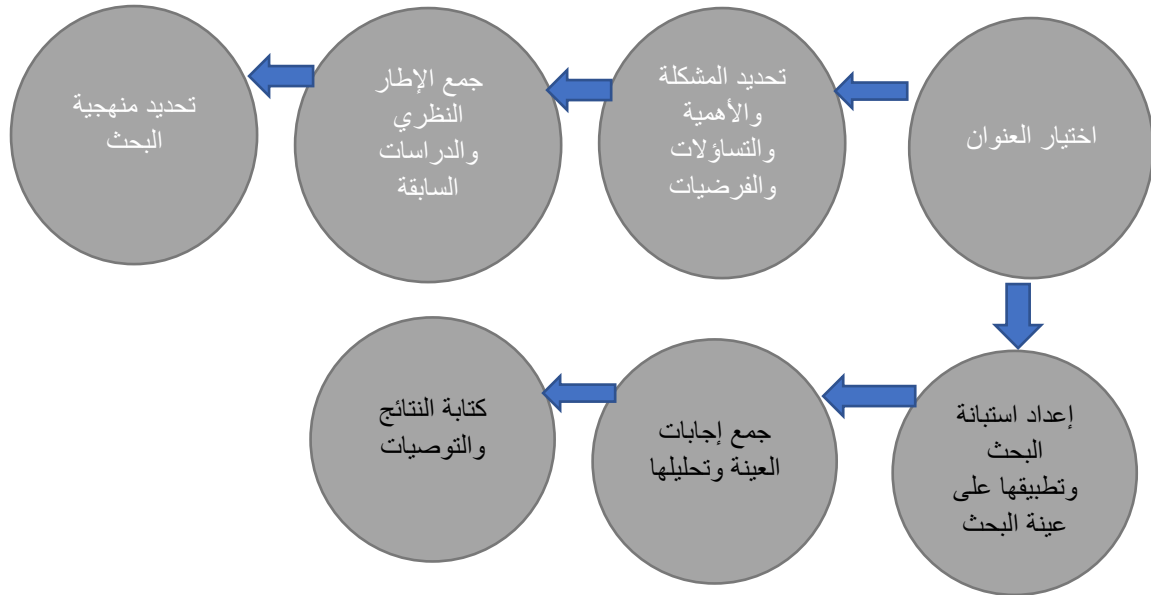
الجزء الثاني: محددات موضوع التسويق الإلكتروني وأثره على الاستهلاك.

الأساليب الإحصائية

في سياق تحليل بيانات البحث والإجابة على فرضياتها، سوف يتم توظيف الحزمة الإحصائية SPSS-25 من خلال استخدام الأساليب الإحصائية الوصفية والارتباطية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية لعرض خصائص عينة البحث وصفيًا.
- الرسوم البيانية لعرض خصائص بيانيًا
- المتوسطات الحسابية لتحديد درجة موافقة عينة البحث
- الانحرافات المعيارية للتعرف على درجة تشتت استجابات عينة البحث عن متوسطها الحسابي
- معاملات ارتباط بيرسون للتأكد من صدق الاتساق الداخلي لعبارات وأبعاد استبانة البحث.
- معامل ألفا كرونباخ للتأكد من ثبات أبعاد استبانة البحث
- تحليل التباين الأحادي والمتعدد لاختبار معنوية أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع

المخطط المقترح لمشروع البحث



شكل (٢) المخطط المقترح لمشروع البحث

جدول المحتويات

- ١ -	تساؤلات البحث.....
- ١ -	أهداف البحث.....
- ١ -	فرضيات البحث.....
- ٢ -	نموذج البحث.....
- ٢ -	مكان التطبيق المقترح للبحث.....
- ٣ -	فلسفة البحث.....
- ٣ -	منهج البحث.....
- ٣ -	استراتيجية البحث.....
- ٣ -	توع البحث.....
- ٣ -	طرق جمع البيانات.....
- ٤ -	الأساليب الإحصائية.....
- ٤ -	المخطط المقترح للمشروع.....