

التكليف الأول : دراسات نقدية

مقدمه الباحث/ محمد عبد العزيز بن تن

نقد البحث بعنوان "العوامل المؤثرة على تبني المستهلك السعودي للتسوق الإلكتروني" والمنشور في مجلة إدارة الأعمال والدراسات الإقتصادية.....من حيث العنوان والمستخلص والمقدمة.

أولا عنوان البحث:

1. الوضوح: العنوان غير واضح إلى الحد الذي يفهم بسهولة موضوع البحث، فقد يفهم من العنوان أن البحث يتناول العوامل التي أدت إلى تبني التسوق الإلكتروني وقد يفهم أيضا العوامل التي تؤثر في التسوق الإلكتروني
 2. الدقة: يحتاج العنوان إلى مزيد من الدقة كي يعكس محتوى البحث، الذي يركز على العوامل التي أدت إلى تبني المستهلك السعودي للتسوق الإلكتروني
 3. الكلمات المفتاحية: يحتوي عنوان البحث على كلمات مفتاحية مهمة مثل "المستهلك السعودي"، "التسوق الإلكتروني"، و"العوامل المؤثرة"، مما يساعد في تحديد المتغيرات التي تناولها البحث
 4. العنوان عام نسبيا وغير محدد للجوانب التي يركز عليها البحث، على سبيل المثال، لا يوضح فئات المستهلكين أو نوع المنتجات أو أي شكل من أشكال التسوق الإلكتروني التي كانت محل الدراسة.
- وبناء عليه فالعنوان ليس جذابًا بشكل خاص وقد لا يثير اهتمام القارئ بشكل كبير

اقتراحات للتحسين:

إضافة تفاصيل أكثر تحديداً: يمكن إضافة كلمات أو عبارات لتحديد نطاق البحث بشكل أدق، على سبيل المثال، إذا كان البحث يركز على فئة معينة من المنتجات (مثل الأزياء أو الإلكترونيات)، يمكن تضمين ذلك في جعل العنوان أكثر جاذبية للقارئ، عن طريق إعادة صياغة العنوان لجعله أكثر إثارة للاهتمام. على سبيل المثال، يمكن استخدام عبارة مثل "محفزات ومعوقات" بدلاً من "العوامل المؤثرة"

أمثلة لعناوين مقترحة لتحسين الدلالة على متغيرات وطريقة ونتائج الدراسة:

1. "محفزات ومعوقات تبني المستهلك السعودي للتسوق الإلكتروني في قطاع الأزياء"
2. "العوامل الحاسمة في تبني المستهلك السعودي للتسوق عبر الإنترنت: دراسة استكشافية"

ثانياً المستخلص:

"هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة في تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني من حيث (سهولة الاستخدام، والأمان في التعامل، وتنوع الأسعار والمنتجات، وسرعة الاستجابة، وتحقيق الفائدة)، وتحديد درجة أهمية العوامل المؤثرة في عملية تبني التسوق الإلكتروني من وجهة نظر المستهلكين في المملكة العربية السعودية. وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي من أجل جمع البيانات وتحليل الفرضيات، وتمثل مجتمع الدراسة من المستهلكين عامةً في السوق السعودي وخاصة مستخدمي التسوق الإلكتروني. وأما عينة الدراسة فقد بلغت (1084) ممن أجابوا على أداة الدراسة، وقد كان اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة. وأظهرت نتائج الدراسة أنه يوجد أثر للعوامل المؤثرة (سهولة الاستخدام، والأمان في التعامل، وتنوع الأسعار والمنتجات، وسرعة الاستجابة، وتحقيق الفائدة)، في مستوى تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني، كذلك جاء عامل سرعة الاستجابة في المقدمة من ناحية درجة التأثير في تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني."

الهدف من الدراسة واضح ومذكور بشكل مباشر في المستخلص، وقد ذكر في المستخلص العوامل التي تناولتها الدراسة وهو معرفة العوامل المؤثرة في تبني المستهلك السعودي للتسوق الإلكتروني وتحديد درجة أهميتها، يذكر المستخلص العوامل المحددة التي تم فحصها (سهولة الاستخدام، الأمان في التعامل، تنوع الأسعار والمنتجات، سرعة الاستجابة، وتحقيق الفائدة، يوضح المستخلص المنهجية المستخدمة (المنهج الوصفي التحليلي) وطريقة جمع البيانات حجم العينة كبير: يذكر المستخلص حجم العينة (1084)، مما يعطي انطباعاً بالموثوقية النتائج موجزة: يلخص المستخلص أهم النتائج، مثل وجود تأثير كبير للعوامل المذكورة على تبني التسوق الإلكتروني، وأهمية عامل سرعة الاستجابة، يكرر المستخلص عبارات وكلمات مثل "العوامل المؤثرة"، مما يجعله أقل بلاغة وركاكة الأسلوب على الرغم من تحديد العوامل، إلا أن النتائج لا تقدم تفاصيل حول حجم أو طبيعة تأثير كل عامل بشكل فردي والخاتمة محدودة لا يقدم المستخلص استنتاجاً قوياً حول الآثار المترتبة على هذه النتائج أو توصيات محددة.

ثالثاً المقدمة

يعتبر التسوق الإلكتروني- في السنوات الأخيرة- الوسيلة الشائعة للتسوق بدرجة كبيرة نظراً لفوائده العديدة لكل من المستهلك والبائع على حد سواء (Padmavathy & Swapan, 2017). لقد أدت التطورات في قطاع

المعلومات والاتصالات الى تغييرات مهمة في بنية التجارة الدولية، وقادت الى ظهور نوع جديد من التجارة أطلق عليه التجارة الالكترونية \ التي شكل فيها الأنترنت العصب الرئيس لنشاطها وتميز النمط الجديد للتجارة بمجموعة من الخصائص عن التجارة التقليدية، فالتجارة الالكترونية مرحلة متطورة من التجارة استخدمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في توزيع السلع والخدمات على المستوى العالمي. لقد أدركت دول عديدة حول العالم تلك الحقيقة فبدأت بتهيئة وإعداد البنية التحتية اللازمة لتطور تلك التجارة، وبالرغم من أهمية التجارة الإلكترونية إلا أنها لم تشكل نسبة كبيرة من حجم التعاملات في بعض الدول بل ظلت التجارة تتم بصورتها التقليدية عدا بعض الشركات التجارية

- واضح أن المؤلفين لم يشيروا في مقدمة بحثهم إلا إلى مرجع واحد وهو الأمر الذي يعد خرق لقواعد الكتابة العلمية لمقدمة الأبحاث، فأى معلومة ذكرها الباحث تحتاج إلى دعم، إما ببيانات أو مراجع، فعلي سبيل المثال: في تعريف المؤلفين للتجارة الإلكترونية " نوع جديد من التجارة أطلق عليه التجارة الالكترونية \ التي شكل فيها الأنترنت العصب الرئيس لنشاطها وتميز النمط الجديد للتجارة بمجموعة من الخصائص عن التجارة التقليدية، " كان ينبغي أن يضيف الباحث المرجع المناسب، وعلي صعيد آخر تعتبر المقدمة قصيرة جدا لم تقدم للبحث بما يكفي لمعرفة أهميته وعلاقته بالأبحاث السابقة ومردوده علي المجتمع المحلي أو الدولي، وقد نلاحظ أيضا حاجة المؤلفين إلى مراجعة لغوية للبحث،