

المهمة السابعة
قضايا بحثية
نورة مبارك البقمي
جامعة ميدأوشن

أثر التوجه نحو استخدام خدمة تابي على السلوك الشرائي لدى المستهلك في منطقة تبوك

The impact of using Tabby service on consumers purchase behavior in Tabuk Region

أ. يزن أنس حسن فلمبان

Yazan Anas Hassan Flemban

د. ماجد قبل صلاح السلمي

Dr. Majed Qabil Salah Alsolamy

رابط البحث

<https://0810gw89d-1106-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/1465645>

عنوان البحث

أثر التوجه نحو استخدام خدمة تابي على السلوك الشرائي لدى المستهلك في منطقة تبوك

العنوان جيد يعبر عن موضوع مهم وهو أثر التوجه نحو استخدام خدمة تابي على السلوك الشرائي ، حيث تزايد الاعتماد أخيراً على التقنيات الرقمية الحديثة ومنها خدمة الدفع الإلكتروني، وهي بالتالي تؤثر على السلوك الشرائي للمستهلك ومن ثم على الاقتصاد السعودي.

العنوان واضح ومحدد ومختصر ويوضح حدود الدراسة (العينة والمكان)

المتغير المستقل: التوجه نحو استخدام خدمة تابي

المتغير التابع: السلوك الشرائي

مستخلص البحث

جاء المستخلص وافيا وتم عرض هدف البحث، حجم العينة، أدوات البحث، المعاملات الإحصائية، المنهج البحثي، أهم النتائج، عدة توصيات ، الكلمات المفتاحية.



المقدمة

المقدمة قوية تحدث فيها الباحث عن المستهلك وسلوكه وقرار الشراء والعوامل المؤثرة فيه، التطور التكنولوجي وكيف ساهم في تطوير منظمات الاعمال وتغيير طرق الدفع، ومنها خدمة تابي التي تتيح الفرصة لسداد قيمة الشراء بعد 14 يوما من تاريخ استحقاق الدفع أو من خلال التقسيط على 4 دفعات بدون فوائد، هذه الخدمة تسهم في زيادة سلوكيات الشراء للمستهلك السعودي.

دعمت المقدمة بالمراجع العلمية الحديثة وقد تناول الباحث متغيرات العنوان بالمقدمة.

مشكلة الدراسة

تم صياغة المشكلة البحثية في ضوء الأدب النظري لمتغيرات الدراسة وقلة الدراسات التي تناولت تأثير وسائل الدفع الإلكتروني، وتميزت هذه الدراسات بالحدثة. وصيغت المشكلة على هيئة تساؤلات

ما أثر التوجه الشرائي نحو استخدام خدمة تابي لدى سلوك المستهلك في منطقة تبوك؟

تعديل « ما أثر التوجه نحو استخدام خدمة تابي على السلوك الشرائي للمستهلك السعودي»؟

- وتم صياغة عدد من الأسئلة الفرعية على النحو التالي:
- ما واقع اتجاهات المستهلك في منطقة تبوك نحو استخدام خدمة تابي؟
 - ما هي المعايير الذاتية لدى المستهلك في منطقة تبوك المحددة لتوجهه نحو استخدام خدمة تابي؟
 - ما المخاطر المترتبة على الشراء باستخدام خدمة تابي؟
 - ما طبيعة السلوك الشرائي للمستهلك بمنطقة تبوك؟

أهداف الدراسة

وتمثلت أهداف الدراسة فيما يلي:

هدف رئيسي هو « التعرف على أثر التوجه الشرائي نحو استخدام خدمة تابي لدى سلوك المستهلك في منطقة تبوك » وهنا يوجد خطأ في صياغة الهدف

«التعرف على أثر التوجه نحو استخدام خدمة تابي على السلوك الشرائي للمستهلك»

الأهداف الفرعية

١. التعرف على واقع اتجاهات المستهلك في منطقة تبوك نحو استخدام خدمة (تابي).
٢. التعرف على المعايير الذاتية لاستخدام خدمة (تابي).
٣. التعرف على المخاطر المترتبة على الشراء باستخدام خدمة (تابي).
٤. التعرف على طبيعة السلوك الشرائي للمستهلك في منطقة تبوك.

جاءت الأهداف محددة وواقعية يمكن قياسها والتوصل إليها ومعبرة ومتوافقة مع تساؤلات الدراسة.

أهمية الدراسة

قسمت الأهمية إلى:

- أهمية علمية. (ما تضيفه الدراسة للتراث الأدبي واثراء المكتبة العربية) نظرا لوجود ندرة في الدراسات العربية التي ركزت على الموضوع محل الدراسة، وتسلط الضوء على موضوع بحثي حديث
- أهمية عملية. (ما تقدمه الدراسة من نتائج تساعد في تغيير وجهات نظر المستهلكين داخل المملكة وذلك من خلال توضيح فوائد ومخاطر استخدام هذه الخدمة)

جاءت الأهمية بشكل محدد وواضح سواء على المستوى العلمي أو العملي

مفاهيم وتعريفات البحث

- عرف الباحثين مصطلحات الدراسة علمياً
- وسائل الدفع الالكتروني/ الشراء الآن والدفع لاحقاً/ السلوك الشرائي/ المستهلك/ خدمة تآبي.
- مراجع حديثة.
- **الاطار النظري للدراسة:**
تم تناول متغيرات الدراسة في العرض النظري حيث تطرق الباحثون الى:
خدمة الشراء الآن والدفع لاحقاً
أهمية خدمة الشراء الآن والدفع لاحقاً
تحديات ومخاطر خدمة الشراء الآن والدفع لاحقاً
خدمة تآبي.
السلوك الشرائي للمستهلك
- الاطار النظري جيد تم عرضه بطريقة واضحة ومتسلسل وفقاً للعنوان.

الدراسات السابقة

تطرق الباحث الى الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت السلوك الشرائي للمستهلك، وطريقة / خدمة الشراء الآن والدفع لاحقاً.

وتم عرض دراسات حديثة بداية من 2022م، ورتبت الدراسات من الحديث إلى القديم وتناولت الدارسة اسم الباحث والسنة، الهدف من الدراسة، المنهج البحثي، العينة، الأداة، أهم النتائج. وعقب الباحث على الدراسات السابقة من خلال مدى الاستفادة من هذه الدراسات ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.

فرضيات الدراسة

فرضيات الدراسة:

١. يوجد تأثير معنوي نحو اتجاهات المستهلك نحو استخدام خدمة (تأبي) على طبيعة السلوك الشرائي للمستهلك في منطقة تبوك.
٢. يوجد تأثير معنوي نحو المعايير الذاتية للمستهلك نحو استخدام خدمة (تأبي) على طبيعة السلوك الشرائي للمستهلك في منطقة تبوك.
٣. يوجد تأثير معنوي نحو المخاطر المترتبة على استخدام خدمة (تأبي) على طبيعة السلوك الشرائي للمستهلك في منطقة تبوك.

الفروض بديلة، استندت إلى الاطار النظري، وشملت الفروض جميع متغيرات الدراسة. وجاءت معبرة عن الأهداف والتساؤلات.

نموذج الدراسة

لا يوجد



منهجية الدراسة

تم استخدام المنهج الكمي في اعداد الدراسة واعتمدت الدراسة على مصدرين للبيانات .

- البيانات الأولية: وتم جمعها من خلال الاستبيان وتفرغ البيانات وتحليلها ببرنامج spss
- البيانات الثانوية: من خلال الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة.

مجتمع وعينة الدراسة: كافة سكان منطقة تبوك من المستخدمين لخدمة تابي، ولجأ الباحث لاختيار عينة عشوائية من المستخدمين المستهلكين، ووزعت الاستبانة إلكترونياً، وبلغت العينة (435) مستجيب

الأساليب الإحصائية:

معامل الارتباط/ معامل ألفا كرونباخ وذلك لتقنين أداة الدراسة التكرارات والنسب المئوية

المتوسط الحسابي والوزن النسبي

اختبار (chi-Square) لتحليل محاور وأبعاد الدراسة

اختبار الانحدار الخطي (Linear Regression).

مناقشة النتائج والتوصيات

وقد أسفرت نتائج الدراسة عن:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاتجاهات المستهلك نحو استخدام خدمة تابي على طبيعة السلوك الشرائي لديهم.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعايير الذاتية للمستهلك نحو استخدام خدمة تابي على طبيعة السلوك الشرائي لديهم.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر المترتبة على استخدام خدمة تابي على طبيعة السلوك الشرائي لديهم
- تم اثبات صحة الفروض

ولم يتم التعليق على نتائج الدراسة، من وجهة نظر الباحث ولا توجد تفسيرات للنتائج ولم تربط بالدراسات السابقة

توصيات الدراسة

في ضوء نتائج البحث قدم الباحثون عدة توصيات منها:

- 1- تعزيز ثقافة استخدام خدمة تابي بما يساهم في إحداث تغيرات اجتماعية وثقافية
- 2- تحسين خدمة تابي بما يشكل نقطة أمان لإستقرار الأسرة من خلال الموازنة بين عمليات الشراء وعمليات السداد الفوري
- 3- تثقيف المستهلكين وتشجيعهم على متابعة الحسابات الإلكترونية والمتاجر التي تروج للمنتجات والخدمات واختيار السعر الأفضل وعدم الانسياق وراء حملات الترويج.

تم عرض المراجع العلمية حيث قسمت الى مراجع عربية وأخرى اجنبية تميزت بالحدثة.