

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Prepared by: Dr. Mona Moustafa Elashry

To

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع

تأثير التجارة الإلكترونية على سلوك الشرائي: بالتطبيق على شركة العثيم
في المملكة العربية السعودية في مدينة الرياض "دراسة حالة

أسم الطالب

صفاء فخري باحميد

2021205642

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	4
1.2. مشكلة الدراسة	5
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	5
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	5
1.3. أهمية الدراسة	5
1.3.1. على المستوى النظري:	6
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	6
1.4. أسئلة الدراسة	6
1.5. أهداف الدراسة	6
1.6. فرضيات الدراسة	6
1.7. نموذج الدراسة	6
1.8. منهجية الدراسة	7
1.9. الدراسة الميدانية	7
1.10. مخطط المشروع المقترح	7
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	7
2.1. المقدمة:	8
2.2. المتغير المستقل	8
2.3. المتغير التابع	8
2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	8
2.5. الخاتمة	9

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

شركة العثيم هي إحدى الشركات الرائدة في مجال السوبر ماركت والخدمات اللوجستية في المملكة العربية السعودية. مع تزايد استخدام التجارة الإلكترونية في السنوات الأخيرة، فإن هذا التطور له تأثير كبير على سلوك المستهلكين وبالتالي على أداء الشركات في هذا المجال

بعض من التأثيرات المحتملة للتجارة الإلكترونية على سلوك الشرائي لشركة العثيم

الوصول إلى قاعدة عملاء أوسع: التجارة الإلكترونية تتيح لشركة العثيم إمكانية الوصول إلى عملاء جدد من مناطق جغرافية مختلفة، مما يوسع من قاعدة عملائها المحتملين.

تغيير أنماط التسوق: العملاء قد يميلون إلى التسوق عبر الإنترنت بدلاً من التسوق في المتاجر التقليدية، مما قد يؤثر على حركة البيع في الفروع.

الأكثر تأثيراً في مجال الأعمال الأمر الذي أهلها لتصبح قطاعاً ونشاطاً قائداً في العديد من الاقتصاديات المتقدمة (بن داودية منور 2014)

ويخضع مفهوم التجارة الإلكترونية باستمرار للتحديث والتأثير دائماً بالتكنولوجيا الحديثة وتعتبر التجارة الإلكترونية من أهم التطورات العالمية التي فرضت نفسها بقوة خلال السنوات العشرة الأخيرة ثم أصبحت إحدى دعائم نظام الاقتصاد الجديد التي يركز على استخدام المتزامن لـإنترنت والتجارة الإلكترونية ولقد ساهم ظهور الإنترنت باعتباره أحد أهم تقنيات الاتصال الحديثة بشكل كبير في تعزيز وتنامي الحجم التجاري الإلكتروني وإيقنت منظمات الأعمال أهمية التجارة الإلكترونية في زيادة القدرة التنافسية وتسويق المنتجات والخدمات وتوفير المعلومات الفورية لمعاملين والمستهلكين

(Chiao &connie.2016)

تكنولوجيا أو ابتكار مالي ينتج عنه نموذج أعمال أو عملية أو منتج جديد له تأثير ع الأسواق والمؤسسات المالية (بن علقمة 2018)

المقدمة

مشكلة الدراسة :

مشكلة الدراسة :

التجارة الإلكترونية هي أحد أهم التطورات التكنولوجية التي شهدها العالم في العقود الأخيرة، حيث أحدثت تغييرات جذرية في طرق التسويق والتسوق وسلوكيات المستهلكين. في المملكة العربية السعودية، شهدت التجارة الإلكترونية نمواً ملحوظاً، وباتت تمثل جزءاً لا يتجزأ من نمط الحياة اليومية للمواطنين والمقيمين على حد سواء.

الفجوات النظرية

على الرغم من الأبحاث المتعددة التي تناولت تأثير التجارة الإلكترونية على السلوك الشرائي للمستهلكين، لا تزال هناك فجوات نظرية في هذا المجال. فمعظم الدراسات السابقة ركزت على السلوك الشرائي بشكل عام، دون التطرق بشكل مفصل إلى تأثير التجارة الإلكترونية على السلوك الشرائي في قطاع التجزئة، وخاصة في المملكة العربية السعودية. كما أن هناك ندرة في الأبحاث التي تتناول تأثير التجارة الإلكترونية على سلوك المستهلكين في شركات التجزئة الكبرى مثل شركة العثيم.

الفجوات التطبيقية:

من الناحية التطبيقية، تواجه شركات التجزئة في المملكة العربية السعودية تحديات متزايدة في مواكبة التطورات التكنولوجية وتلبية توقعات المستهلكين المتغيرة. على الرغم من الاستثمارات الكبيرة في مجال التجارة الإلكترونية، لا تزال هناك فجوة بين توقعات المستهلكين وما تقدمه هذه الشركات عبر قنوات التجارة الإلكترونية. هذا يتطلب دراسة شاملة لفهم تأثير التجارة الإلكترونية على سلوك المستهلكين في هذا القطاع الحيوي.

ما هو تأثير التجارة الإلكترونية على السلوك الشرائي للمستهلكين في شركة العثيم للتجزئة في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية؟

ينتهي هذا الجزء بالسؤال الرئيسي

1.2. أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في أنه يتناول موضوع التجارة الإلكترونية وتأثيرها على السلوك الشرائي للمستهلكين في المملكة العربية السعودية، وهو موضوع حيوي ومتزايد الأهمية في ظل النمو المطرد للتجارة الإلكترونية في المنطقة. فالتحول نحو التجارة الإلكترونية قد أحدث تغييرات جذرية في طرق التسويق والتسوق وسلوكيات المستهلكين، مما يتطلب فهماً أعمق لهذه التغييرات وانعكاساتها على قطاع التجزئة.

1.2.1. على المستوى النظري.

من الناحية النظرية، يسعى هذا البحث إلى سد الفجوات في الأدبيات البحثية المتعلقة بتأثير التجارة الإلكترونية على السلوك الشرائي للمستهلكين. فعلى الرغم من وجود العديد من الدراسات في هذا المجال، إلا أنها ركزت بشكل عام على السلوك الشرائي دون التعمق في تأثير التجارة الإلكترونية على قطاع التجزئة في المملكة العربية السعودية. لذا، فإن هذا البحث سيساهم في إثراء المعرفة النظرية في هذا المجال من خلال التركيز على قطاع التجزئة وشركة العثيم بالتحديد.

1.2.2. على المستوى التطبيقي:

من الناحية التطبيقية، يأتي هذا البحث في وقت حرج تواجه فيه شركات التجزئة في المملكة العربية السعودية تحديات متزايدة في مواكبة التطورات التكنولوجية وتلبية توقعات المستهلكين المتغيرة. فعلى الرغم من الاستثمارات الكبيرة في مجال التجارة الإلكترونية، لا تزال هناك فجوة بين توقعات المستهلكين وما تقدمه هذه الشركات عبر قنوات التجارة الإلكترونية. لذا، فإن نتائج هذا البحث ستساعد شركة العثيم وغيرها من شركات التجزئة في فهم تأثير التجارة الإلكترونية على سلوك المستهلكين وتطوير استراتيجياتها وخدماتها بما يتماشى مع توقعاتهم المتغيرة.

المراجع

١

(بن داودية منور 2014)&(Chiao &connie.2016) ،

(بن علقمة 2018)

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع

مع أطيب الأمنيات بالنجاح والتوفيق

It`s Never Too Late to START. Just Begin!

Best of Luck 😊 *Dr. Mona Moustafa Elashry*