

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	6
1.3.1. على المستوى النظري:	6
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	7
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	
1.	1
2	
2.1. المقدمة:	12
2.2. المتغير المستقل	13
2.3. المتغير التابع	13
2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	13
2.5. الخاتمة	13
قائمة المراجع	14

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 المترامن لانتترنت والتجارة الإلكترونية ولقد ساهم ظهور الإنترنت باعتباره أحد أهم تقنيات الاتصال الحديثة بشكل كبير في تعزيز وتنامي الحجم التجاري الإلكتروني وايقنت منظمات الأعمال أهمية التجارة الإلكترونية في زيادة القدرة التنافسية وتسويق المنتجات والخدمات وتوفير المعلومات الفورية لمعاملين والمستهلكين

(Chiao &connie.2016)

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

اقتباسات:

"لقد أثرت التجارة الإلكترونية بشكل كبير على سلوك المستهلكين عند اتخاذ قرارات الشراء. فقد أصبح من السهل على المستهلكين الوصول إلى مجموعة واسعة من المنتجات والمقارنة بينها وشرائها بسرعة وراحة من خلال الإنترنت." - د. أحمد محمد، أستاذ التسويق بجامعة القاهرة.

"التجارة الإلكترونية قد أحدثت ثورة في طريقة تسوق المستهلكين وعملية اتخاذ قرارات الشراء. فالوصول السهل للمنتجات واختيار الأفضل منها بالإضافة إلى سرعة التوصيل قد غيرت بشكل جذري سلوك المستهلك الشرائي." - أ. سمر حسن، مدير التسويق بشركة جرير.

"التسوق عبر الإنترنت أصبح نمطًا سائدًا بين المستهلكين بفضل توفير الوقت والجهد والإمكانية الكبيرة للمقارنة والاختيار. هذا التغير في سلوك المستهلك أثر بشكل كبير على قطاع التجارة الإلكترونية وخطط التسويق لدى الشركات." - د. مها عبد الله، أستاذة إدارة الأعمال بالجامعة الأمريكية في القاهرة.

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)

أسئلة البحث:

سؤال البحث الرئيسي:

ما هو تأثير التجارة الإلكترونية على سلوك الشرائي للمستهلكين؟

أسئلة البحث الفرعية:

ما تأثير سهولة الوصول على سلوك الشرائي لدى شركة العثيم في المملكة العربية السعودية في مدينة الرياض؟

ما تأثير الموثوقية على سلوك الشرائي لدى شركة العثيم في المملكة العربية السعودية في مدينة الرياض؟

ما تأثير التفاعلية على سلوك الشرائي لدى شركة العثيم في المملكة العربية السعودية في مدينة الرياض؟

أهداف البحث:

الهدف العام للبحث هو:

التعرف على أثر التجارة الإلكترونية على سلوك الشرائي للمستهلكين.

اهداف البحث الفرعية:

تحديد أثر سهولة الوصول على سلوك الشرائي لدى شركة العثيم في المملكة العربية السعودية في مدينة الرياض.

تحديد أثر الموثوقية على سلوك الشرائي لدى شركة العثيم في المملكة العربية السعودية في مدينة الرياض.

تحديد أثر التفاعلية على سلوك الشرائي لدى شركة العثيم في المملكة العربية السعودية في مدينة الرياض.

فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية H1

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية للتجارة الإلكترونية على سلوك الشرائي للمستهلكين.

الفرضية الفرعية الاولى Ha

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية لسهولة الوصول على سلوك الشرائي لدى شركة العثيم في المملكة العربية السعودية في مدينة الرياض.

الفرضية الفرعية الثانية Hb

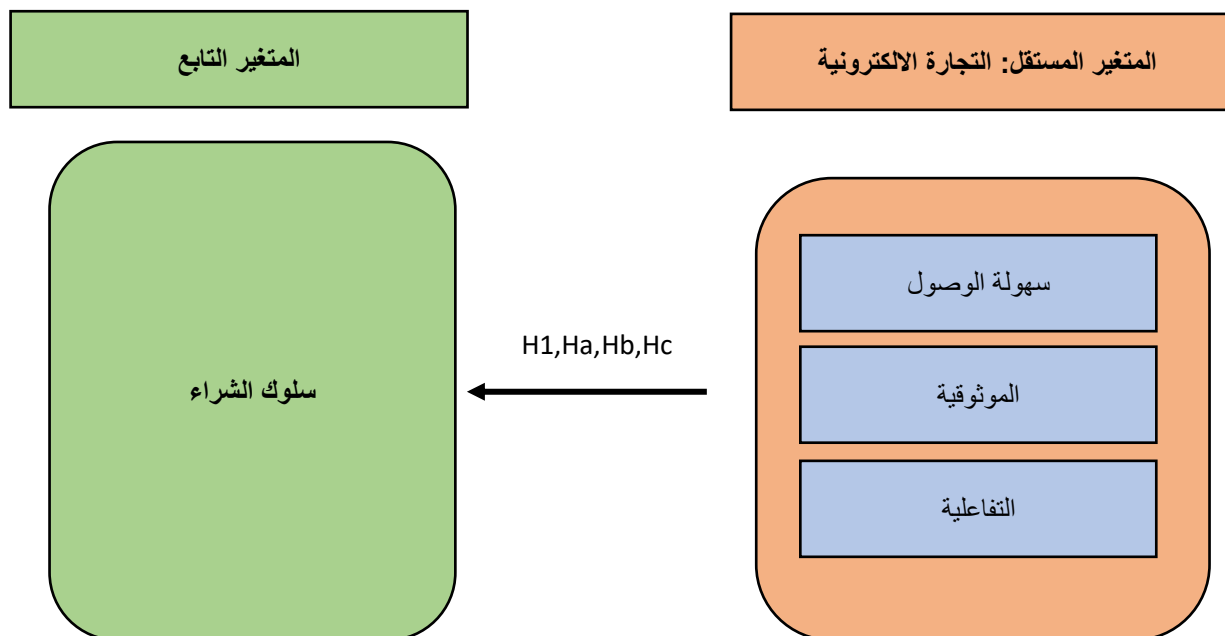
توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية للموثوقية على سلوك الشرائي لدى شركة العثيم في المملكة العربية السعودية في مدينة الرياض

الفرضية الفرعية الثالثة Hc

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية للتفاعلية على سلوك الشرائي لدى شركة العثيم في المملكة العربية السعودية في مدينة الرياض

نموذج البحث:

شكل 1: نموذج البحث

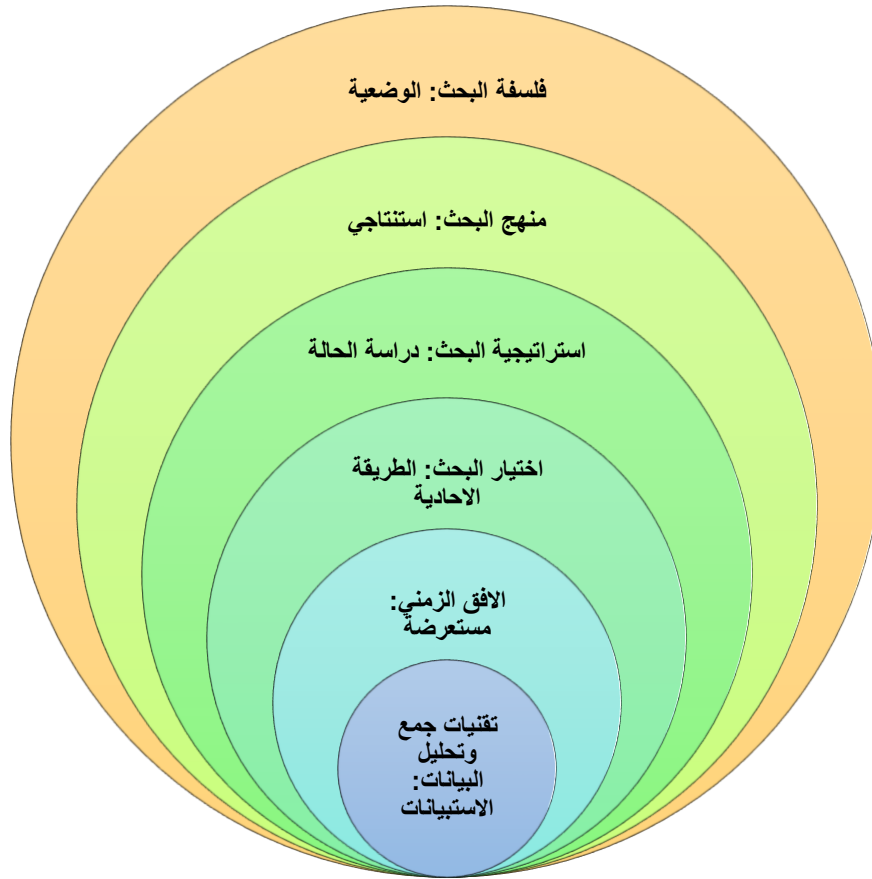


تم التصميم بواسطة: الباحثة (٢٠٢٤)

منهجية البحث:

فلسفة البحث: الوضعية
منهج البحث: استنتاجي
استراتيجية البحث: دراسة الحالة
اختيار البحث: الطريقة الاحادية
الافق الزمني: مستعرضة
تقنيات جمع وتحليل البيانات: الاستبيانات

شكل 2: تصميم البحث



تم التصميم بواسطة: الباحثة (٢٠٢٤)

الدراسة الميدانية:

شهدت السنوات الأخيرة تحولاً جذرياً في سلوكيات المستهلكين مع التطور المتسارع للتجارة الإلكترونية. فقد أصبح بإمكان المستهلكين اليوم شراء مختلف المنتجات والخدمات بكل يسر وسهولة عبر الإنترنت، مما أثر بشكل مباشر على قراراتهم الشرائية. وتبرز أهمية هذه الدراسة في سياق التحول الرقمي المتسارع الذي تشهده المملكة العربية السعودية، والذي انعكس على نمو قطاع التجارة الإلكترونية بشكل ملحوظ.

تم اختيار قطاع تجارة التجزئة، وتحديدًا المواد الغذائية، لكونه من أكثر القطاعات ديناميكية و تأثراً بالتجارة الإلكترونية. ويشهد هذا القطاع منافسة شديدة بين العديد من الشركات التي تسعى إلى جذب المستهلكين من خلال تقديم تجربة شراء مميزة عبر الإنترنت.

تُعد شركة العثيم من الشركات الرائدة في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية، و تتمتع بحضور قوي من خلال سلسلة واسعة من الفروع التي تغطي مختلف مناطق المملكة. و قد أدركت شركة العثيم أهمية مواكبة التطورات التكنولوجية و اتجهت نحو تطوير منصتها للبيع عبر الإنترنت، بهدف تلبية احتياجات عملائها المتزايدة و تعزيز تواجدتها في سوق التجارة الإلكترونية.

كما تهدف هذه الدراسة الميدانية إلى قياس تأثير التجارة الإلكترونية على سلوك الشراء لدى عملاء شركة العثيم في مدينة الرياض، وذلك من خلال دراسة الأبعاد التالية:

سهولة الوصول: (Accessibility) سيتم قياس مدى سهولة تصفح موقع العثيم الإلكتروني و العثور على المنتجات المرغوبة، و سهولة إتمام عملية الشراء.

الموثوقية: (Reliability) سيتم قياس مدى ثقة العملاء في منصة العثيم الإلكترونية من حيث أمان المعلومات الشخصية و المالية، و وضوح سياسات الشحن و الاسترجاع.

التفاعلية (Interactivity): سيتم قياس مدى تفاعل منصة العثيم الإلكترونية مع العملاء، و توفيرها للمعلومات الوافية عن المنتجات و العروض الترويجية، و إمكانية التواصل مع خدمة العملاء بسهولة.

هيكل المشروع:

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي

الفصل الخامس: المناقشة والخاتمة

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

موقع العثيم (٢٠٢٤)، متاح في (<https://www.othaimmarkets.com>)، تاريخ الاتاحة ١٦ يوليو ٢٠٢٤

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

أسمر حسن مدير التسويق بشركة جرير

د. مها عبد الله، أستاذة إدارة الأعمال بالجامعة الأمريكية في القاهرة.

- د. أحمد محمد، أستاذ التسويق بجامعة القاهرة.

(بن علقمة 2018)

