



المهمة السادسة

دراسات نقدية

الموضوع

(نقد ورقة بحثية من حيث فروض البحث)

نورة مبارك البقمي

جامعة ميدأوشن

SN: 2437-0525 / EISSN: 2602-5078

JBAES: مجلد (08)، عدد (02)، 2022، ص: 011-028



مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية



www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/313/

موقع المجلة:

العوامل المؤثرة على تبني المستهلك السعودي للتسوق الإلكتروني

Factors Affecting The Saudi Consumer's Adoption of Electronic Shopping

اعطيات بنعمر، ^{1*} BEN AMOR Atiyet، benamoratiyet@su.edu.sa

بشاير العصيمي، ² AL OSSIMI Bashayer، B_hk_1996@hotmail.com

¹ أستاذ مساعد، كلية العلوم والدراسات الإنسانية قسم إدارة الأعمال، جامعة شقراء (المملكة العربية السعودية)

² طالبة باحثة، كلية العلوم والدراسات الإنسانية قسم إدارة الأعمال، جامعة شقراء (المملكة العربية السعودية)

4- فرضيات الدراسة:

تتحدد فرضية الدراسة الرئيسة في:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة للعوامل المؤثرة في تبني التسوق الإلكتروني (سهولة استخدام، والأمان في التعامل، والتنوع في الأسعار والمنتجات، وسرعة الاستجابة، وتحقيق الفائدة) في تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني.

ومن الفرضية الرئيسة للدراسة تأتي الفرضيات الفرعية وتتحدد في:

- 1- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة الاستخدام في درجة تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني.
- 2- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأمان في التعامل في درجة تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني.
- 3- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتنوع المنتجات والأسعار في درجة تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني.
- 4- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسرعة الاستجابة في درجة تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني.
- 5- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعامل تحقيق الفائدة في درجة تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني.

فرضيات الدراسة

صيغت فرضيات الدراسة في صورة فرض رئيسي تنبثق منه عدة فرضيات فرعية. وكانت هذه الفرضيات معبرة عن متغيرات الدراسة ، واتسقت الفرضيات مع بعضها.

لكنها صيغت كلها صفرية، كان يمكن أن تصاغ بطريقة الفروض البديلة حيث أن موضوع التسوق الالكتروني موضوع العصر وتعددت به الدراسات فيمكن صياغة فروض بديلة بناءً على نتائج الدراسات السابقة.