



المهمة الثالثة

دراسات نقدية

الموضوع

(نقد ورقة بحثية من حيث مشكلة البحث
وتساؤلاته)

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)

1- مشكلة الدراسة وأسئلتها:

شهدت المملكة العربية السعودية بروز التسوق عبر الإنترنت في السنوات الأخيرة. ما فتح المجال تجاه العديد من التساؤلات حول أهمية التسوق الإلكتروني داخل المجتمع السعودي. هناك سعي زائد لفهم العوامل التي لها تأثير في عمليات تبني المستهلكين التسوق عبر الإلكتروني. من هنا جاءت فكرة الدراسة، التي تتمثل المشكلة الرئيسة فيها في السؤال التالي: ما العوامل التي تؤثر على تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني؟

وينبثق عنهما عدد من الأسئلة الفرعية:

- 1- ما درجة تأثير عامل سهولة الاستخدام على تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني؟
- 2- ما درجة تأثير عامل سهولة الأمان في التعامل على تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني؟
- 3- ما درجة تأثير عامل تنوع المنتجات والأسعار على تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني؟
- 4- ما درجة تأثير عامل سرعة الاستجابة على تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني؟
- 5- ما درجة تأثير عامل تحقيق الفائدة على تبني المستهلك السعودي التسوق الإلكتروني؟



مشكلة البحث

تم عرض مشكلة البحث بشكل ضعيف فلم يستند الباحثون إلى نتائج لدراسات سابقة توضح المشكلة البحثية . فلم يتم صياغاتها وفقاً لرؤية علمية ولم يتم التوثيق من المصادر والمراجع.

بالرغم من ذلك المشكلة جديدة ومتناسبة مع تطورات العصر والتكنولوجيا الحديثة.

تساؤلات البحث

تم صياغة أسئلة البحث بأسلوب كتابي واضح

وجاءت التساؤلات معبرة عن جوانب الموضوع ، فقد تم صياغة تساؤل رئيسي وانبثق

منه مجموعة تساؤلات فرعية

وتضمنت الأسئلة متغيرات الدراسة.

ومع ذلك لي رأي خاص بتساؤلات البحث وهو :

أن التسوق الإلكتروني موضوع مهم ويمكن تقسيم العوامل التي تؤثر في تبنيه في عملية

الشراء إلى العديد من العوامل وليست العوامل المحددة بالبحث فقط.

فهناك عوامل تتعلق بالفرد نفسه (كالنوع، السن، المستوى التعليمي، المستوى

الاقتصادي) وهناك عوامل تتعلق بالمنتج المسوق (منها ما ذكر في البحث)، وهناك

عوامل بيئية واجتماعية.

لذا كان من الممكن أن يتناول البحث العديد من المتغيرات الأخرى المرتبطة بالتسوق

الإلكتروني وصياغة تساؤلات أخرى وذلك يثري البحث.