

أثر مخاطر التجارة الإلكترونية على المبيعات بالمملكة العربية السعودية

"دراسة تطبيقية على موقع حراج ونون"

"The Impact of E-commerce Risks on Sales in the Kingdom of Saudi

Arabia: An Applied Study on Haraj and Noon Websites."

مشروع تخرج

إعداد

(قائد الفريق) عبد الرحمن بن محمد بن دليم القحطاني

20223006317

عبد الرحمن فليح العنزي

20223006519

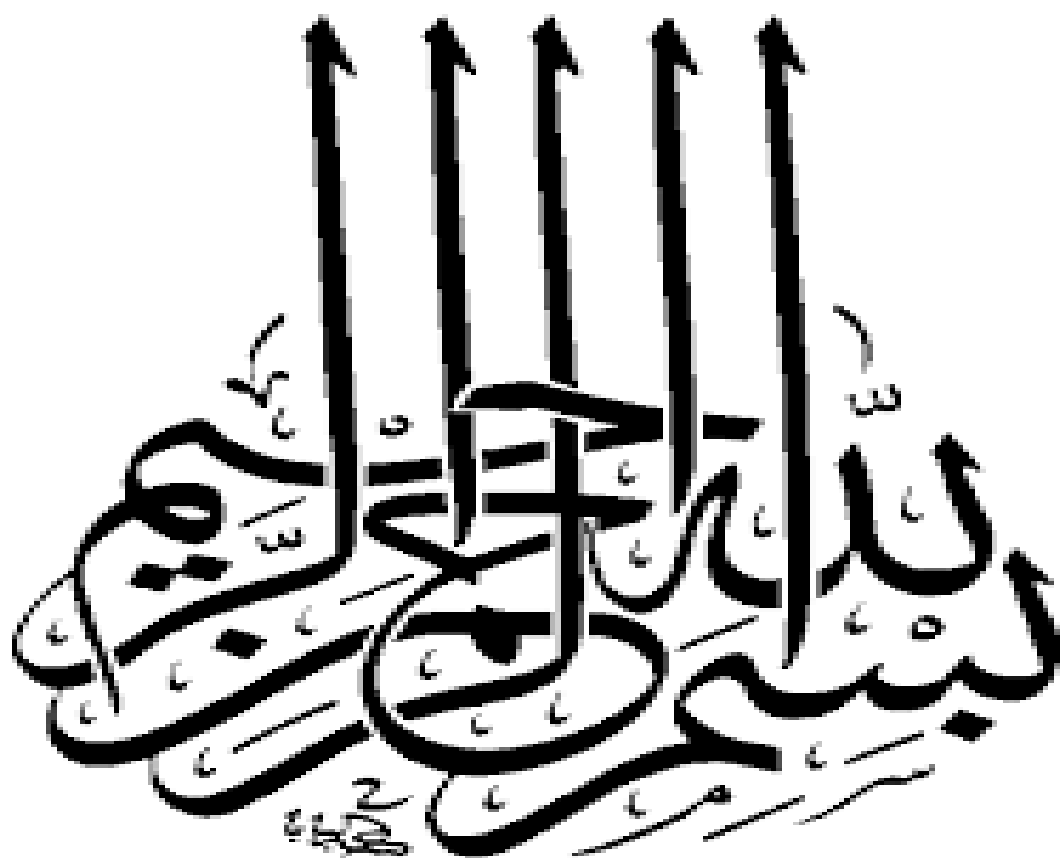
راشد بن علي العبد الكريم

20223006309

إشراف

د. وليد سليمان

2023/1444



الفصل الأول: مشكلة البحث وأهميته

1.1 المقدمة :

من المسلّم به اليوم أن العلم والتقنية هما محركا النمو الاقتصادي، وأن المعرفة أصبحت أساس خلق الثروة، فقد تراجع الاقتصاد التقليدي القائم على رأس المال والعمل كأهم عنصرين في الإنتاج، ليفسح المجال أمام اقتصاد جديد يعتمد على المعرفة بصفة أساسية من أجل تحقيق القيمة المضافة. وقد ظهر هذا الاقتصاد وانتشر في الدول المتقدمة تزامنا مع ما كانت تشهده من ثورة علمية وتقنية غير مسبوقة، والتي تمثلها تقنية المعلومات.

قد أوجدت تقنية المعلومات والاتصالات خدمات جديدة تمثلت في التجارة الإلكترونية والتمويل الإلكتروني والحكومة الإلكترونية وغيرها، وهذه الخدمات يمكن أن تساهم في زيادة الفعالية الاقتصادية، إذ تؤكد الدراسات أن النسبة الأكبر من القيمة المضافة لقطاع تقنية المعلومات والاتصالات تأتي من هذه الخدمات، وهو ما تترجمه السرعة المذهلة لانتشارها، ففيما يخص التجارة الإلكترونية فقد شهدت إقبالا متزايدا على استخدامها من طرف الأفراد والمنشآت والحكومات، خاصة مع تطوير شبكة الإنترنت واستخدامها للأغراض التجارية .

أحدث التجارة الإلكترونية نقلة نوعية هائلة في التجارة، وتمكنت من تغيير ثقافة الشراء حول العالم، والسلوكيات الشرائية، كما تتميز بأنها ذات منفعة تعود على كل من الأفراد والشركات والمجتمع على حدٍ سواء، وتأتي أهمية التجارة الإلكترونية للشركات في الوصول إلى شريحة أوسع من العملاء المحتملين بسهولة وخال وقت أقصر، وتوفير مجال أكبر لعرض المنتجات في كل من الأسواق المحلية والعالمية، بالإضافة إلى تطوير وتحديث منتجاتهم تبعا لرغبات المستهلكين المرئية على الشبكات الإلكترونية، وفرضا عن تقليل المدة الزمنية لإنجاز عمليات البيع والشراء، مما أدى في الآونة الأخيرة لتطور كبير في التجارة الإلكترونية العالمية خاصة في ظل جائحة كورونا (كوفيد-19) التي منعت العالم من التواصل المباشر بين الأفراد، ما أدى إلى نمو ملحوظ بالتجارة الإلكترونية أثناء جائحة كورونا، والتي من الممكن أن تصل لمستويات تقارب 65% من المتسوقين في العالم خال عام 2021م .

كما شهدت المملكة العربية السعودية تطوراً كبيراً في التجارة الإلكترونية للحاق بعالم التقنية في قطاع التجارة الإلكترونية إلى أن جاء نسبة المتعاملين في التسوق والدفع الإلكتروني نحو 77% من سكان المملكة. (المصدر: تقرير التجارة الإلكترونية غرفة جدة، 2020م)

تأتي هذه الدراسة في ضوء أهمية التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية وتزايد الحاجة إلى فهم أثر المخاطر التي تواجه هذا النوع من التجارة على المبيعات والأرباح. ومن خلال تحليل هذه المخاطر وتحديد الإجراءات اللازمة لتقليلها، يمكن للشركات الممارسة للتجارة الإلكترونية تحسين عمليات البيع وزيادة المبيعات والأرباح في المملكة العربية السعودية.

2.1 مشكلة البحث

تتزايد أهمية التجارة الإلكترونية كوسيلة لإجراء الأعمال التجارية وتحقيق الأرباح في العالم الرقمي الحديث. وتحتل المملكة العربية السعودية موقعاً مهماً في هذا المجال، وتعتبر من القطاعات الاقتصادية الحيوية، حيث شهدت في السنوات الأخيرة ارتفاعاً كبيراً في عدد المستخدمين والمبيعات التي تتم عبر منصات التجارة الإلكترونية المختلفة. ومن بين هذه المنصات، تبرز مواقع التجارة الإلكترونية الشهيرة مثل حراج ونون.

ويعد موقع حراج ونون من بين أكبر المتاجر الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، ومع ذلك فإن هذا النمو السريع للتجارة الإلكترونية يواجه بعض المشاكل والتحديات. إحدى هذه التحديات هي تأثير مخاطر التجارة الإلكترونية على المبيعات.

ويتضمن تأثير مخاطر التجارة الإلكترونية على المبيعات مجموعة من العوامل التي تؤثر على تجربة المستخدم وقراره بشراء المنتجات المعروضة على الموقع. ومن بين هذه المخاطر الأمنية، حيث يمكن للمستخدمين أن يواجهوا خطر التعرض للاحتيال الإلكتروني، وسرقة البيانات الشخصية والمالية. كما يتضمن التأثير السلبي للمخاطر على المبيعات أيضاً قضايا تتعلق بجودة المنتجات المعروضة وخدمة العملاء، حيث يمكن أن يؤدي التسوق الإلكتروني إلى خيبة أمل المستخدمين في حال تلقيهم منتجات ذات جودة ضعيفة أو تجربة سيئة لخدمة العملاء.

علاوة على ذلك، تتأثر المبيعات أيضاً بعدة عوامل أخرى تتعلق بالتجربة الإلكترونية للمستخدمين، مثل سرعة تحميل الموقع، وسهولة التصفح، ووضوح المعلومات المعروضة. ومن الممكن أن يؤدي تأثير هذه العوامل على الرغبة والقدرة على الشراء لدى المستخدمين، مما يؤثر على المبيعات.

وتؤثر مخاطر التجارة الإلكترونية على المستهلكين وتقلل من ثقتهم في الشراء عبر الإنترنت. فالمستهلكين يمكن أن يواجهوا مشاكل مثل الاحتيال على البطاقات الائتمانية، وسرقة الهوية، والتأخير في التسليم، والمنتجات المغشوشة، والتضليل في المعلومات، ومشاكل تتعلق بالضمان والإرجاع والتبديل. وهذه المخاطر قد تؤدي إلى تراجع الطلب على المنتجات المتاحة على مواقع التجارة الإلكترونية وبالتالي تقليل المبيعات.

وفي ضوء هذه المشكلة، يمكن لهذه الدراسة أن تساهم في تحسين الوعي حول المخاطر التي يواجهها المستهلكون عند التسوق عبر الإنترنت، وتقديم توصيات للمتاجر الإلكترونية للتحسين من عملية التسوق وتقليل مخاطرها وبالتالي زيادة المبيعات. ولذلك، يتم تحديد هذه المشكلة كموضوع مهم للدراسة، وهو ما يمكن أن يؤدي إلى تحسين قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية وتعزيز الثقة في هذه الصناعة الحيوية.

3.1 أهمية الدراسة :

توضح أهمية هذه الدراسة من عدة جوانب، فيما يلي :

— الأهمية العلمية

تتمحور أهمية دراسة تأثير مخاطر التجارة الإلكترونية على المبيعات في المملكة العربية السعودية بالتطبيق على مواقع التجارة الإلكترونية الكبرى مثل حراج ونون حول إجراء تحليل شامل للعوامل التي تؤثر على تجربة التسوق عبر الإنترنت والمبيعات. ومع تزايد الاهتمام بالتجارة الإلكترونية في السعودية، يعتبر هذا البحث مهماً لفهم كيفية تأثير مخاطر التجارة الإلكترونية على عمليات البيع وتحديد العوامل التي تؤثر في تحويل المتصفحين إلى مشترين. بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام نتائج هذه الدراسة لتعزيز تجربة التسوق عبر الإنترنت وزيادة المبيعات، ويساهم البحث في إثراء الأدب العلمي المتعلق بموضوع التجارة الإلكترونية وتأثيرها على المبيعات في السوق السعودي. ومن خلال هذا البحث يمكن الكشف عن المخاطر التي يمكن أن تواجه عمليات التجارة الإلكترونية وتأثيرها على المبيعات في السوق السعودي.

- الأهمية العملية

تساعد هذه الدراسة المتاجر الإلكترونية الكبرى في المملكة العربية السعودية، مثل حراج ونون، في تحسين تجربة التسوق عبر الإنترنت وزيادة المبيعات. بالإضافة إلى ذلك، توفر هذه الدراسة إطاراً لفهم العوامل التي تؤثر على قرارات الشراء عبر الإنترنت وكيفية تحسين تجربة المستخدم للمتاجر الإلكترونية. وعلاوة على ذلك،

سيكون بمقدور المستهلكين في المملكة العربية السعودية الاستفادة من نتائج هذه الدراسة لفهم المخاطر المرتبطة بالتسوق عبر الإنترنت والحد من تلك المخاطر، مما يؤدي إلى تعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية وتحقيق فوائد اقتصادية واجتماعية.

4.1 أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مخاطر التجارة الإلكترونية وتأثير ذلك على المبيعات بالتطبيق على المتاجر الإلكترونية مثل حراج ونون

لتحقيق هذا الهدف، تم تحديد الأهداف الفرعية التالية:

1. التعرف على مستوى مخاطر التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلك .
2. التعرف على أثر مخاطر الأمانة على المبيعات بالمملكة العربية السعودية.
3. التعرف على أثر مخاطر المالية على المبيعات بالمملكة العربية السعودية.
4. التعرف على أثر مخاطر التوصيل على المبيعات بالمملكة العربية السعودية.
5. التعرف على أثر مخاطر الجودة والمطابقة على المبيعات بالمملكة العربية السعودية .
6. تحديد التدابير الأمنية التي يمكن اتخاذها للحد من مخاطر التجارة الإلكترونية، وتحسين الثقة والرضا لدى المستهلكين.
7. تحسين تجربة التسوق عبر الإنترنت من خلال التعرف على المخاطر المحتملة وتحديد العوامل التي تؤثر على سلوك المستهلكين واستجابتهم لهذه المخاطر.
8. تحسين الأداء العام للتجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، وزيادة الثقة بين المستهلكين والبائعين في هذا النوع من الأعمال التجارية.

5.1 أسئلة البحث

السؤال الرئيسي الأول: ما أثر مخاطر التجارة الإلكترونية على المبيعات بالمملكة العربية السعودية

وتتفرع منها عدة أسئلة فرعية هي :

- ما أثر مخاطر الأمانة على المبيعات بالمملكة العربية السعودية؟
- ما أثر مخاطر المالية على المبيعات بالمملكة العربية السعودية؟
- ما أثر مخاطر التوصيل على المبيعات بالمملكة العربية السعودية؟
- ما أثر مخاطر الجودة والمطابقة على المبيعات بالمملكة العربية السعودية؟

6.1 فرضيات الدراسة

استناداً إلى مشكلة الدراسة، فقد قام الباحثون بوضع الفرضيات التالية:

- الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمخاطر التجارة الإلكترونية على المبيعات بالمملكة العربية السعودية
- الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر الأمنية على المبيعات بالمملكة العربية السعودية.
 - الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر المالية على المبيعات بالمملكة العربية السعودية.
 - الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمخاطر التوصيل على المبيعات بالمملكة العربية السعودية.
 - الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمخاطر الجودة والمطابقة على المبيعات بالمملكة العربية السعودية.

7.1 نموذج الدراسة

يهدف هذا النموذج إلى دراسة تأثير مخاطر التجارة الإلكترونية في المبيعات بالمملكة العربية السعودية

، ويتضمن المتغيرات التالية:

- 1- المتغير المستقل: مخاطر التجارة الإلكترونية وتم تقسيمها (المخاطر الأمنية_ المخاطر المالية_ مخاطر التوصيل_ المخاطر الجودة والمطابقة)
- 2- المتغير التابع: المبيعات.

8.1 دافع اختيار الموضوع:

يمكن أن يكون لاختيار موضوع بحث تأثير مخاطر التجارة الإلكترونية على المبيعات في المملكة العربية السعودية بالتطبيق

على موقع حراج ونون العديد من الدوافع، ومن بين هذه الدوافع:

1. أهمية التجارة الإلكترونية: تعد التجارة الإلكترونية من الأساليب الحديثة للتسوق والشراء، وتشهد انتشارًا

واسعًا في العديد من الدول حول العالم. وبما أن المملكة العربية السعودية تسعى جاهدة للتحويل إلى مجتمع

رقمي، فإن دراسة تأثير مخاطر التجارة الإلكترونية على المبيعات في المملكة العربية السعودية تعتبر موضوعًا

هامًا وملموًا.

2. الأهمية الاقتصادية لموضوع البحث: تعتبر التجارة الإلكترونية مصدرًا مهمًا للدخل الاقتصادي في المملكة

العربية السعودية، حيث تعزز النمو الاقتصادي وتوفر فرص عمل جديدة. وبالتالي، يمكن أن يعطي البحث

تفاصيل أكثر عن التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في المملكة، وكيف يمكن التغلب عليها.

3. أهمية تحليل المنافسة: ينافس العديد من التجار الإلكترونيين في المملكة العربية السعودية من خلال منصات

التجارة الإلكترونية المختلفة. لذلك، فإن دراسة تأثير مخاطر التجارة الإلكترونية على المبيعات في مواقع مثل

حراج ونون يمكن أن توفر فهمًا عميقًا لما يجعل بعض المتاجر الإلكترونية تتفوق على الأخرى، وكيف يمكن

للشركات التي تدير هذه المنصات تحسين الأداء وزيادة المبيعات.

4. الفرصة للتطبيق العملي: يمكن تطبيق نتائج البحث على العديد من المنصات التجارية الإلكترونية الأخرى في

المملكة العربية السعودية، وليس فقط على مواقع حراج ونون. وبالتالي، يمكن أن يساعد البحث في تحسين الأداء

العام للتجارة الإلكترونية في المملكة، وتحقيق أهداف اقتصادية واجتماعية أكبر.

5. اتجاهات المستقبل: يمكن الاعتقاد بأن التجارة الإلكترونية ستستمر في النمو في المملكة العربية السعودية، وفي

العديد من الدول حول العالم. لذلك، يمكن أن تساعد دراسة تأثير مخاطر التجارة الإلكترونية على المبيعات في

مواقع مثل حراج ونون في فهم المزيد عن هذا الاتجاه، وكيفية مواكبة هذه التطورات في المستقبل.

9.1 المنهجية :

تم اتباع المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، وأسلوب دراسة الحالة وذلك من خلال :

- **المنهج الوصفي التحليلي:** للتمكن من الوصول لتحقيق أهداف هذه الدراسة الميدانية تم اللجوء إلى استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لطبيعة الموضوع والذي تم الاعتماد فيه على مجموعة من المعطيات، التي من خلالها يتم تفسير الوضع القائم أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها، بهدف الانتهاء إلى وصف علمي دقيق متكامل للظاهرة، بالإضافة إلى أن تطبيق هذا المنهج يساعد في الحصول على بيانات ومعلومات حول موضوع الدراسة.
- **دراسة الحالة:** تهدف للتعرف على خصائص ومضمون حالة أو ظاهرة واحدة بصورة مفصلة ودقيقة، ويركز على تحديد حالة معينة كخطوة أولى ومن ثم جمع معلومات مفصلة ودقيقة عنها كخطوة ثانية، وتحليل المعلومات التي تم جمعها بطريقة عملية للحصول على نتائج مخصصة يمكن تعميمها، من خلال الملاحظة والمقابلات واستخلاص النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المرتبطة بالحالة محل الدراسة حيث تم دراسة حالة آراء عينة من عملاء المتجر الإلكتروني حراج ونون .

— أدوات الدراسة :

تعرف أداة البحث بأنها "الوسيلة التي تتم بواسطتها عملية جمع البيانات بهدف الإجابة عن تساؤلاته ، وسيعتمد الباحثين في جمع البيانات على الاستبانة، والتي تعرف بأنها "صيغة محددة من الفقرات والأسئلة تهدف إلى جمع البيانات من أفراد البحث"

— الأساليب الإحصائية المستخدمة

لتحليل بيانات الدارسة سيتم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) وكذلك سيتم استخدام الإحصائيات الوصفية الاستنتاجية لتحليل البيانات.

1-الإحصاءات الوصفية:

سيتم ذلك عن طريق ترتيب البيانات ومعالجتها عبر الإحصاءات الوصفية التي يتم استخدامها وهي: التوزيعات التكرارية وبعض مقاييس النزعة المركزية والتشتت مثل الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، والغرض من ذلك تحليل متغيرات البحث المستقلة والتابعة.

2-الإحصاءات الاستنتاجية:

سيتم بعض الإحصاءات الاستنتاجية مثل: أساليب تحليل الانحدار والإرتباط وما يصاحبها من

اختبار F(test) وذلك للتحقق من وجود علاقة ارتباطية بين مخاطر التجارة الإلكترونية والمبيعات ز

3-اختبارات أخرى: سيتم استخدام معامل ألفا كرونباخ لاختبار جودة المقاييس وهو من أكثر

الاختبارات شيوعاً.

10.1 حدود الدراسة

- حدود موضوعية :: اهتم البحث بمعرفة تأثير مخاطر التجارة الإلكترونية في كمتغير مستقل مقاسا بـ المخاطر الأمنية _ المخاطر المالية _ مخاطر التوصيل _ المخاطر الجودة والمطابقة على المبيعات كمتغير تابع .
- حدود مكانية : تم تطبيق الدراسة على المتاجر الإلكترونية (حراج ونون).
- حدود زمانية : تم إعداد الدراسة في عام 2023.

11.1 الدراسات السابقة

الدراسات العربية

1-الدراسة	نصر الدين و بخارى (2022)
أهداف الدراسة	هدفت الدراسة إلى تقصي تأثير التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية، خلال الفترة 1995-2020 م.
المتغير المستقل	التجارة الإلكترونية بأبعادها (نسبة مستخدمي الإنترنت ، عدد الأسهم المتداولة عن طريق الإنترنت ، نسبة الاتصالات والحواشيب إلى الواردات الخدمية، نسبة التجارة السلعية للناتج المحلي الإجمالي، عدد الصفقات المنفذة عن طريق الإنترنت ، عدد اشتراكات الهواتف المتنقلة ، نسبة مشتركي الهواتف المتنقلة من السكان)
المتغير التابع	النمو الاقتصادي بأبعاده (الناتج المحلي الإجمالي)

منهجية البحث

انتهجت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والقياسي، والاعتماد على نموذج تحليل الانحدار الخطي المتعدد، للتعبير عن العلاقة بين النمو الاقتصادي وبين المتغيرات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية.

أهم النتائج والتوصيات

توصلت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي لكل من عدد اشتراكات الهواتف المتنقلة، نسبة التجارة للناتج المحلي الإجمالي، وعدد الأسهم المتداولة عن طريق الإنترنت على الناتج المحلي الإجمالي. كما يوجد دلالة إحصائية سالبة لنسبة مستخدمي الإنترنت، ونسبة مشتركي الهواتف المتنقلة من السكان، عدد الصفقات المنفذة عن طريق الإنترنت، ونسبة الاتصالات والحواشيب إلى الواردات الخدمية على النمو الاقتصادي في المملكة، الأمر الذي يعكس ضرورة توجيه التقنية واستخداماتها نحو الأغراض الإنتاجية. ويتضح من ذلك، أهمية التعاون في نشر الوعي وثقافة الاستخدام الهادف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مختلف الأعمال، الأنشطة التجارية اليومية، وفي تطبيقات التجارة الإلكترونية، وكذلك الوعي بأهمية خلق فرص استثمارية جديدة تقوم على الابتكار، والذي يعد المحرك الرئيسي للنمو الاقتصادي والأداة الهامة لتنويع مصادر الدخل.

2-الدراسة

بوشعير (2021)

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على مخاطر التجارة الإلكترونية بأبعادها وأثرها على القرار الشرائي للمستهلك.

المتغير المستقل

التجارة الإلكترونية بأبعادها (المخاطر الأمنية، المخاطر المالية، مخاطر التوصيل، مخاطر الجودة والمطابقة)

المتغير التابع

القرار الشرائي للمستهلك.

منهجية البحث

انتهجت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدام برنامج spss لتحليل البيانات.

أهم النتائج والتوصيات

توصلت الدراسة إلى وجود علاقة وتأثير معنوية بين مخاطر التجارة الإلكترونية والقرار الشرائي للمستهلك، وأظهرت الدراسة أيضا أن كل من (المخاطر الأمنية، مخاطر التوصيل،

مخاطر الجودة والمطابقة) لها تأثير معنوي على القرار الشرائي للمستهلك، ما عدى المخاطر المالية التي لم يكن لها تأثير.

وأوصت بضرورة التأكد من الموقع أو المتجر الإلكتروني المراد الشراء منه وجمع كافة المعلومات المتعلقة قبل الشروع في عملية الشراء، وتجنب كل المواقع الغير معروفة.

الفرا (2019)

3-الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر المخاطر المدركة على نية الشراء عبر الإنترنت لدى المستهلك في قطاع غزة

أهداف الدراسة

المخاطر المدركة (خاطر التسليم، المخاطر المالية، مخاطر المنتج، مخاطر الخصوصية، والمخاطر الاجتماعية)

المتغير المستقل

نية الشراء عبر الإنترنت

المتغير التابع

اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي لإجراء الدراسة، واستخدم الاستبانة الإلكترونية كأداة لجمع البيانات.

منهجية البحث

توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المخاطر المدركة ونية الشراء عبر الإنترنت لدى المستهلك في قطاع غزة ، كما يوجد أثر ذات دلالة إحصائية للمخاطر المدركة على نية الشراء عبر الإنترنت لدى المستهلك في قطاع غزة، وأن هناك موافقة ضعيفة من قبل أفراد عينة الدراسة على وجود المخاطر المالية، مخاطر التسليم، مخاطر الخصوصية، مخاطر المنتج، والمخاطر الاجتماعية.

أهم النتائج والتوصيات

وأوصت الدراسة بضرورة العمل على إنشاء شركة نقل متخصصة تغطي جميع أنحاء قطاع غزة بتكاليف منخفضة، و الاطلاع على تقييم المنتجات وآراء المستهلكين الآخرين قبل شراء المنتجات عبر الإنترنت.

كوكش (2019)

4-الدراسة

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر الثقة عبر الإنترنت على نية العميل للشراء بوجود متغير معدل المخاطر المدركة،

أهداف الدراسة

الثقة عبر الإنترنت	المتغير المستقل
نية العميل للشراء	المتغير التابع
المخاطر المدركة	المتغير الوسيط
استخدم الباحث عدد من الأساليب الإحصائية الوصفية الاستدلالية، والاستعانة ببرامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).	منهجية البحث
و توصلت الدراسة إلى أن مستوى الثقة عبر الإنترنت في مواقع التجارة الإلكترونية كان مرتفع، كما توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجميع اتجاهات الثقة عبر الإنترنت على نية العميل للشراء، وكما توصلت إلى وجود تأثير سلبى للمخاطر المدركة بين الثقة عبر الإنترنت ونية العميل للشراء.	أهم النتائج والتوصيات
البارود (2018)	5-الدراسة
هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التجارة الإلكترونية في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية الوطنية في قطاع غزة.	أهداف الدراسة
التجارة الإلكترونية بأبعادها (المخاطر الأمنية، المخاطر المالية، مخاطر التوصيل، مخاطر الجودة والمطابقة)	المتغير المستقل
الميزة التنافسية	المتغير التابع
انتهجت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدام برنامج spss لتحليل البيانات .	منهجية البحث
توصلت الدراسة إلى أن مستوى آراء العاملين في البنوك التجارية الوطنية العاملة في قطاع غزة حول عمليات التجارة الإلكترونية كان مرتفعاً، ووجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين التجارة الإلكترونية وتحقيق الميزة التنافسية.	أهم النتائج والتوصيات
وأوصت الدراسة بدعم التخطيط للتجارة الإلكترونية من خلال التركيز على تنمية العنصر البشري كإحدى السبل لتسريع تطبيق التجارة الإلكترونية.	
وأوصت بضرورة التأكد من الموقع أو المتجر الإلكتروني المراد الشراء منه وجمع كافة المعلومات المتعلقة قبل الشروع في عملية الشراء، وتجنب كل المواقع الغير معروفة.	

6-الدراسة

يحيوى ،يوسف (2017)

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على ظاهرة التجارة الإلكترونية وأهميتها وأثارها على نواحي الحياة المعاصرة منها الجوانب الاقتصادية منها، وكذلك مناقشة أبرز التحديات والمعوقات التي تقف أمام تطور التجارة الإلكترونية ، و أهم المجالات التي يؤمل من البلدان العربية أن تستفيد من تطبيقات التجارة الإلكترونية فيها.

المتغير المستقل

التجارة الإلكترونية

المتغير التابع

اقتصاديات الأعمال المعاصرة

منهجية البحث

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي

أهم النتائج والتوصيات

توصلت نتائج الدراسة الأهمية البالغة لهذه الثورة المعلوماتية وتطورها السريع، وأثارها المستقبلية المحتملة على إعادة تشكيل الهياكل الاقتصادية التقليدية. وقد أوضحت الدراسة العديد من المعوقات والتحديات أمام هذه الدول والتي ينبغي العمل على تذليلها في سبيل الاستفادة من تطبيقات التجارة الإلكترونية لما لها من الآثار الإيجابية على مختلف قطاعاتها الاقتصادية. كما أشارت الدراسة إلى العديد من المجالات والقطاعات المختلفة التي يمكن لهذه الدول أن توظف تقنية المعلومات والتجارة الإلكترونية فيها لتفعيلها وتطويرها.

7-الدراسة

عليان والسلامات (2016)

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى الكشف عن العوامل المهمة للتنبؤ بسلوك عقد الصفقات بالتجارة الإلكترونية، كما وهدفت أيضا إلى الكشف عن المصادر المهمة للمخاطر المصاحبة للتجارة الإلكترونية من خلال استخدام العملاء للمواقع الإلكترونية عبر الإنترنت.

المتغير المستقل

مصادر المخاطر الناتجة عن صفات المواقع

المتغير التابع

الصفقات بالتجارة الإلكترونية

منهجية البحث

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي

أهم النتائج والتوصيات

توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذات دالة إحصائية لتوفر "إدراك المخاطر الموجودة في سياق الصفقة ، ووجود أثر ذات دالة إحصائية بين مصادر المخاطر الناتجة عن صفات المواقع (كمتغيرات مستقلة) والمسلك التمويلي للصفقات بالتجارة الإلكترونية كمتغير تابع وأوصت الدراسة بضرورة إجراء برامج من قبل الأسواق المالية حول خصائص مواقع التجارة الإلكترونية، وكيفية التعامل معها ، وإنشاء منظمة للتعامل مع وعي العملاء بالتجارة الإلكترونية بطريقة منهجية وموحدة.

النعيى (2016)

8-الدراسة

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على المخاطر المدركة للدفع الإلكتروني بأبعاده (المخاطر الاجتماعية المدركة، المخاطر المالية المدركة، مخاطر الخصوصية المدركة، المخاطر الأمنية المدركة، المخاطر الزمنية المدركة، مخاطر التوصيل المدركة، مخاطر ما بعد البيع المدركة)

تحديد مستوى وأثرها على الاستعداد للشراء من خلال المواقع الإلكترونية،

المخاطر المدركة بأبعاده (المخاطر الاجتماعية المدركة، المخاطر المالية المدركة، مخاطر الخصوصية المدركة، المخاطر الأمنية المدركة، المخاطر الزمنية المدركة، مخاطر التوصيل المدركة، مخاطر ما بعد البيع المدركة)

المتغير المستقل

الاستعداد للشراء من خلال المواقع الإلكترونية.

المتغير التابع

استخدام البرنامج الإحصائي SPSS وانتهج البحث المنهج الوصفي لتحليلي

منهجية البحث

توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة قد تأثروا تأثيراً سلبياً في استعدادهم للشراء عبر الإنترنت نظراً لوجود المخاطر المدركة.

أهم النتائج والتوصيات

وأوصت الدراسة بضرورة تجنب المواقع المشبوهة والغير معروفة، وبضرورة التأكد من الموقع وقوانينه قبل القيام بالشراء .

محمود واخرون (2014)

9-الدراسة

أهداف الدراسة	هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير تطبيق التجارة الإلكترونية على زيادة المبيعات في بنك الخرطوم – السودان.
المتغير المستقل	التجارة الإلكترونية
المتغير التابع	زيادة المبيعات
منهجية البحث	استخدم البحث المنهج الوصفي والتحليلي والمنهج الاستقرائي والاستنباطي والتاريخي ومنهج دراسة الحالة باستخدام أداة الدراسة المتعارف عليها (الاستبانة) .
أهم النتائج والتوصيات	توصلت الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية تزيد من مبيعات البنك وأن البنك يهتم من خلال استخدام التجارة الإلكترونية بتلبية احتياجات ومتطلبات الزبائن وتحقيق أعلى درجات الرضا لديهم . وأوصت بضرورة الاهتمام بمجال التجارة الإلكترونية باعتبارها التكنولوجيا الراححة اليوم وضرورة إنشاء مواقع إلكترونية يعرض البنك من خلالها أعماله ومنتجاته .
10-الدراسة	بريكة و شوق (2014)
أهداف الدراسة	هدف الدراسة إلى معرفة تحديات وسائل الدفع الإلكتروني بالوكالات البنكية (BNA-CPA-BADR-CNEP) بأم البواقي،
المتغير المستقل	وسائل الدفع الإلكتروني
المتغير التابع	الوكالات البنكية
منهجية البحث	لاعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات .
أهم النتائج والتوصيات	توصلت الدراسة إلى أن الوكالات البنكية محل الدراسة تقر بأن هناك نسبة عالية من المخاطر التي تواجه وسائل الدفع الإلكتروني خاصة مخاطر استخدام البطاقة البنكية وضعف الرقابة على إجراءات نظم الدفع الإلكتروني وأيضا يمكن إرجاعه إلى ضعف البنية التشريعية لوسائل الدفع الإلكتروني على المستوى الوطني.

الدراسات الأجنبية

(Hong at al, 2019)	1-الدراسة
هدفت الدراسة هو تحديد نية الشراء بين المستهلكين الماليزيين عبر الإنترنت تجاه المتاجر الإلكترونية .	أهداف الدراسة
(مخاطر الخصوصية، مخاطر التسليم، المخاطر المالية، مخاطر أداء المنتج، مخاطر الوقت، المخاطر النفسية المخاطر الاجتماعية ومخاطر ما بعد البيع)	المتغير المستقل
نية الشراء بين المستهلكين عبر الإنترنت.	المتغير التابع
تم استخدام في هذه الدراسة البحث الكمي، وتم تحليل البيانات باستخدام التحليل الوصفي وتم اختبار الفرضيات باستخدام Smart PLS،	منهجية البحث
توصلت الدراسة إلى أن مخاطر الخصوصية ومخاطر التسليم مهمة لنية الشراء بين المستهلكين عبر الإنترنت في ماليزيا. وفي الوقت نفسه، فإن المخاطر المالية ومخاطر أداء المنتج ومخاطر الوقت والمخاطر النفسية والمخاطر الاجتماعية ومخاطر ما بعد البيع ليست مهمة لنية الشراء. ويشير هذا إلى أن المستهلكين الماليزيين عبر الإنترنت يميلون إلى الاهتمام بمعلوماتهم الشخصية التي أسوء استخدامها من قبل أطراف ثالثة في حدود إذنبهم من أجل منع مخاطر الخصوصية في أنشطة التسوق عبر الإنترنت.	أهم النتائج والتوصيات
(Ranaweera, 2019)	2-الدراسة
هدفت الدراسة إلى التعرف على مخاطر الدفع الإلكتروني للقطاع المصرفي التي تؤثر على مخاطر المدفوعات الإلكترونية.	أهداف الدراسة
(المخاطر الأمنية، المخاطر المتصورة، المخاطر التشغيلية والمخاطر المالية) كأبعاد للمخاطر	المتغير المستقل
مخاطر المدفوعات الإلكترونية	المتغير التابع
تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتم تصميم استبيان على أساس الأهداف.	منهجية البحث
أظهرت النتائج أن المخاطر المالية تحظى باعتبار كبير من قبل مستخدمي التجارة الإلكترونية أكثر من الأنواع الأخرى من المخاطر المرتبطة بالدفع الإلكتروني.	أهم النتائج والتوصيات

وأوصلت الدراسة بتقليل المخاطر المرتبطة بالدفع الإلكتروني في القطاع المصرفي، وهذا من شأنه أن يساعد في جميع أنظمة الدفع الإلكتروني لتوفير خدمة آمنة وموثوقة لعملاء البنوك.

(Ariffin at al, 2018)

3-الدراسة

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى فحص العلاقة بين ستة عوامل للمخاطر المتصورة المتمثلة في (المخاطر المالية، مخاطر المنتج، مخاطر الأمان، مخاطر الوقت، المخاطر الاجتماعية، المخاطر النفسية) حيث هذه الدراسة العلاقة بين الأبعاد السابقة ونية الشراء عبر الإنترنت.

المتغير المستقل

(المخاطر المالية، مخاطر المنتج، مخاطر الأمان، مخاطر الوقت، المخاطر الاجتماعية، المخاطر النفسية)

المتغير التابع

نية الشراء عبر الإنترنت.

منهجية البحث

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام الاستبيانات في جمع البيانات. لاختبار صحة الأدوات.

أهم النتائج والتوصيات

توصلت الدراسة إلى وجود خطر محسوس لدى المستهلكين عندما ينوون الشراء عبر الإنترنت، وأن مخاطر المستهلكين المتصورة عندما ينوون الشراء عبر الإنترنت تكون هناك خمسة عوامل من المخاطر المتصورة لها تأثير سلبي كبير على نية المستهلك للشراء عبر الإنترنت، في حين تبين أن المخاطر الاجتماعية غير مهمة. ومن بين هذه العوامل تعد المخاطر الأمنية هي العامل الرئيسي لردع المستهلكين عن الشراء عبر الإنترنت والأكثر تأثيراً.

(Sharma, & Chuang, 2016)

4-الدراسة

أهداف الدراسة

هدفت إلى التعرف على المخاطر وطرق الأمان في التجارة الإلكترونية، وقد قام الباحثون بدراسة واقتراح إدارة المخاطر في مجال التجارة الإلكترونية من منظور شامل، ومناقشة المخاطر الموجودة والمنهجية التي يمكن استخدامها لإدارة تلك المخاطر والتي تتضمن مخاطر ذات أولوية عالية للأعمال التجارية على الإنترنت.

مخاطر التجارة الإلكترونية (مخاطر الوقت، المخاطر المالية، مخاطر المنتجات، مخاطر التسليم، ومخاطر أمن المعلومات)	المتغير المستقل
الأعمال التجارية على الإنترنت	المتغير التابع
تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي	منهجية البحث
توصلت الدراسة لوجود الكثير من قضايا الأمان والخصوصية التي تعتبر ثغرات في معاملات التجارة الإلكترونية، والتي تشمل نقل وتبادل المعلومات والمنتجات والخدمات بواسطة الإنترنت ووسائل الدفع.	أهم النتائج والتوصيات
وأوصت الدراسة بوجود مساهمة المؤسسات المالية والحكومة بإيجاد حلول لقضايا الأمان والخصوصية وعمل تحليلات دقيقة ستجلب في نهاية المطاف قدراً كبيراً من الشفافية والكفاءة في عمليات التجارة الإلكترونية.	
(Okeke, 2015)	5-الدراسة
هدفت الدراسة إلى تصنيف عملاء الدفع الإلكتروني في نيجيريا على أساس المشاركة العالية والمنخفضة، ومعرفة عوامل خطر الأمن المدركة التي تعتبر المهيمنة في التصنيف.	أهداف الدراسة
المخاطر المدركة بأبعادها المتمثلة في (أمن المخاطر النفسية، مخاطر الجودة، مخاطر خسارة الوقت، المخاطر المالية، مخاطر الأمن)	المتغير المستقل
المدفوعات الإلكترونية في نيجيريا	المتغير التابع
تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام الاستبيانات في جمع البيانات. لاختبار صحة الأدوات.	منهجية البحث
توصلت النتائج إلى أن بطاقات الصراف الآلي لديها مشاركة عالية، وتليها الهاتف المصرفي، في حين أن آخرين مثل بطاقات ماستر وفيزا من بين أمور أخرى أقل مشاركة.	أهم النتائج والتوصيات
(Y.Masoud, 2013)	6-الدراسة

أهداف الدراسة	هدفت الدراسة في التعرف على المخاطر المدركة لدى المستهلكين للتسوق عبر الإنترنت وفحص تأثير أبعاده (المخاطر المالية، مخاطر المنتجات، مخاطر الوقت، مخاطر التسليم، ومخاطر أمن المعلومات) على سلوك التسوق عبر الإنترنت في الأردن.
المتغير المستقل	المخاطر المدركة (المخاطر المالية، مخاطر المنتجات، مخاطر الوقت، مخاطر التسليم، ومخاطر أمن المعلومات)
المتغير التابع	سلوك التسوق عبر الإنترنت
منهجية البحث	تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي.. وتم استخدام الاستبيانات في جمع البيانات. لاختبار صحة الأدوات وتم تحليل البيانات باستخدام "SPSS 17", "Amos 18".
أهم النتائج والتوصيات	توصلت الدراسة أن المخاطر المالية ومخاطر المنتج والتسليم المخاطر، ومخاطر أمن المعلومات تؤثر سلبا على سلوك التسوق عبر الإنترنت. وأظهرت النتائج أيضا أن البعدين الآخرين، المخاطر الزمنية المتصورة والمخاطر الاجتماعية المتصورة ليس لها تأثير على التسوق عبر الإنترنت. وأوصت الدراسة بتزود المسوقين بأهمية إدراك المستهلكين للمخاطر من أجل تبني استراتيجيات مناسبة للحد من المخاطر في بيئة التسوق عبر الإنترنت.

الخاتمة

بناءً على ما تم تقديمه في هذا البحث، يمكن القول إن التجارة الإلكترونية تعد من الوسائل الحديثة والفعالة في زيادة المبيعات والأرباح في المملكة العربية السعودية. ومع ذلك، فإن هذا النوع من التجارة يحتوي على مخاطر عدة تؤثر بشكل كبير على الثقة والمصداقية والأمان في عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت.

وتشير الدراسات إلى أن العوامل التي تؤثر على قرار المستهلك في الشراء عبر الإنترنت تتضمن موثوقية المتاجر الإلكترونية وسهولة الدفع والتسليم والتوصيل، وهي العوامل التي يمكن أن تتأثر بالمخاطر التي تواجه هذا النوع من التجارة. وبالتالي، فإن الحاجة إلى تحسين سياسات الأمان والحماية للتجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية تصبح أمراً ضرورياً للحفاظ على مستوى الثقة والمصداقية والأمان في عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت.

على هذا الأساس، يجب على الشركات الممارسة للتجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية تبني سياسات وإجراءات فعالة للحفاظ على أمن البيانات والخصوصية وضمان موثوقية المتاجر الإلكترونية وتوفير خدمات التحقق والتأكد من المتاجر ومصادر الدفع والتوصيل. وعند تحقيق هذه الأهداف، يمكن للشركات الممارسة للتجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية زيادة الثقة والمصداقية والأمان لدى المستهلكين، وزيادة عدد العملاء وتحسين المبيعات والأرباح.

المراجع

- بوشعير، زكرياء و دهيمي، بلخير. (2021). مخاطر التجارة الإلكترونية وأثرها على القرار الشرائي للمستهلك. -دراسة حالة لأراء عينة من المستهلكين المتعاملين مع المتجر الإلكتروني Jumia، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.
- بارود، إياد محمد محمود، والشرفا، ياسر عبد طه. (2018). دور التجارة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الوطنية في قطاع غزة، (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية (غزة)، غزة.
- حسونة، أحمد عدنان صالح، والفرا، ماجد محمد عبد السلام. (2019). أثر المخاطر المدركة على نية الشراء عبر الانترنت لدى المستهلك في قطاع غزة، (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية (غزة)، غزة.
- عليان، ميساء عزيز شفيق، والسلامات، وصفي عارف. (2016). أثر المخاطر في الحد من التجارة الإلكترونية في الأردن، (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الهاشمية، الزرقاء.
- كوكش، ثائر جعفر، والبدر، فايز أحمد. (2019). الأثر المعدل للمخاطر المدركة على العلاقة بين الثقة عبر الأنترنت والنية في الشراء لدى مواقع التسوق الإلكترونية في الأردن (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- مخي، سارة و بريك، السعيد 2014 تحديات وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية أم البواقي رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة ام البواقي ، الجزائر .
- نعيمة يحيواوي، مريم يوسف. التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 6.

- نصر الدين، فيفيان محمد صالح، بخاري، عبلة بنت عبد الحميد محمد، و السلمي، تهماني مسعود. (2022). تأثير التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، مج6، ع19، 86 - 103..
- النعيمي، خالد محمد حسن. (2016). أثر مخاطر الدفع الإلكتروني المدركة في الاستعداد للشراء: دراسة ميدانية من وجهة نظر عملاء البنوك التجارية البحرينية. (أطروحة ماجستير). جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- Ariffin, S. K., Mohan, T., & Goh, Y. N. (2018). Influence of consumers' perceived risk on consumers' online purchase intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(3), 309-327
- Masoud, E. Y. (2013). The effect of perceived risk on online shopping in Jordan. *European Journal of Business and Management*, 5(6), 76-87.
- Okeke, T. C. (2013). Perceived risk/security and consumer involvement with electronic payments in Nigeria: A discriminant analysis. *IOSR Journal of Business and Management*, 14(6), 57-67.
- Sharma, S., Ku, C.-Y., & Chuang, Y.-T. (2016). An Approach to Risk anagement for E-Commerce. *Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS)*, (p. 34). Chiayi, Taiwan
- Ranaweera, H. M. B. P. (2019). Risk of electronic payments of the banking sector in Sri Lanka: Case of Colombo district. *International Journal of Social Science and Technology*, 4(1), 26-38.

