

ملخص البحث

"تأثير التسوق عبر الإنترنت على القرارات الشرائية للشباب"

أن التسوق عبر الإنترنت يحتاج إلى مزيد من الإهتمام بما يتناسب مع إنتشاره المضطرد، لذا يهدف البحث الحالي إلى :-

- * التعرف على درجة إقبال الشباب عينة البحث على التسوق الإلكتروني.
- * تحديد الفروق للأوزان النسبية لأكثر المنتجات شراء عبر الإنترنت لدى شباب(عينة البحث).
- * تحديد الفروق بين الشباب عينة البحث في الإستجابات لمقياس التسوق عبر الإنترنت تبعاً لإختلاف المتغيرات الديموجرافية.

*تحديد الفروق بين الشباب عينة البحث في الإستجابات لمقياس القرارات الشرائية عبر الإنترنت تبعاً لإختلاف المتغيرات الديموجرافية

* دراسة نسبة إسهام المتغيرات المستقلة المدروسة في تفسيرها لتباين العوامل المؤثرة على إتخاذ قرار الشراء لدى الشباب (عينة البحث).

* الكشف عن طبيعة العلاقة بين مقياس التسوق عبر الإنترنت ومقياس القرارات الشرائية للشباب (عينة البحث).

* الكشف عن طبيعة العلاقة بين مقياس التسوق عبر الإنترنت ومقياس القرارات الشرائية ومتغيرات الدراسة و يتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة البحث الأساسية وقوامها (350)شباب من الجنسينم اختيار العينة بطريقة غرضية من مستويات اجتماعية اقتصادية مختلفة من(حضر وريف) محافظة القاهرة وتم تطبيق استمارة البيانات العامة ومقياس التسوق عبر الإنترنت ومقياس القرارات الشرائية

وتوصلت نتائج البحث الى

* 56.3% من أفراد عينة البحث مقبلين بدرجة كبيرة على التسوق عبر الإنترنت
* إختلاف الأوزان النسبية الأوزان لأكثر معوقات التسوق الإلكتروني حيث اتضح أن أكثر معوقات التسوق عبر الإنترنت كانت عدم وجود ضمانات لمعظم البضائع المبيعة بنسبة 10.5%

* وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في التسوق عبر الإنترنت وفقاً لمتغير الجنس وكانت قيمة (ت) كانت (6.288) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) لصالح الإناث.

* توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في التسوق عبر الإنترنت وفقاً لمتغير محل الإقامة لصالح أفراد العينة المقيمين بالحضر.

* توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في التسوق عبر الإنترنت وفقاً لمتغير السن وكانت قيمة (ف) كانت (49.186) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) ، (0.05) فيأتي في المرتبة الأولى أفراد العينة ذوي السن من 26 سنة فأكثر حيث كانوا أكثر إقبال علي الشراء.

* توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في التسوق عبر الإنترنت وفقاً لمتغير مستوى تعليمي لشباب عند قيمة (ف) كانت (42.318) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01)، لصالح المستوى التعليمي الاعلى

* وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في التسوق عبر الإنترنت وفقاً لمتغير الدخل الشهري للأسرة لصالح الدخل المرتفع

* وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في القرارات الشرائية وفقاً لمتغير الجنس وكانت قيمة (ت) كانت (13.429) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) لصالح الإناث.

* وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في القرارات الشرائية وفقاً لمتغير محل الإقامة لصالح أفراد العينة المقيمين بالحضر.

* وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في القرارات الشرائية وفقاً لمتغير مستوى تعليمي لشباب لصالح المستوى التعليمي الاعلى

* وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في القرارات الشرائية وفقاً لمتغير الدخل الشهري للأسرة لصالح مستوى الدخل المرتفع

- * يتضح إن المستوى التعليمي كان من أكثر العوامل المؤثرة على القرارات الشرائية بنسبة 0.765 ، يليهاالتسوق عبر الانترنت بنسبة 0.571
- * وجود علاقة ارتباط طردي بين محاور مقياس التسوق عبر الانترنت ومحاور مقياس القرارات الشرائية عند مستوى دلالة 0.01، 0.05
- * وجود علاقة ارتباط طردي بين محاور مقياس التسوق عبر الانترنت ومحاور مقياس القرارات الشرائية وبعض متغيرات الدراسة عند مستوى دلالة 0.01، 0.05