

Consumer Behaviour towards Online Shopping and Social Media: Case Study of Egypt

Niveen Mohamed Elsaghier

Lecturer, College of Management And Technology,
Arab Academy for Science, Technology and Maritime Transport



Consumer Behaviour towards Online Shopping and Social Media: Case Study of Egypt

Niveen Mohamed Elsaghier

Lecturer, College of Management And Technology, Arab Academy for Science,
Technology and Maritime Transport

Abstract

The current research aims to investigate the main factors of increasing consumer behaviour towards online shopping. It determines the variables: convenience, selection, information availability and price of products and services provided, which are enhanced by the use of social media.

It was found that convenience, information availability and prices are the factors significantly affecting the attitude of consumers towards online shopping, while having various selections show an insignificant impact on their attitudes towards online shopping. In addition, it was shown that females with young age groups have higher potential towards using online shopping than males with old age groups.

يهدف البحث الحالي إلى معرفة الأسباب الرئيسية لاتجاه العملاء نحو الشراء عبر المواقع الإلكترونية، حيث تم التعرف على بعض المتغيرات مثل سهولة استخدام الموقع، وجود اختيارات عديدة، إتاحة المعلومات المطلوبة، والأسعار الأقل. وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم الطرق لتحسين هذه المتغيرات بحيث يعمل على المستخدم الوصول للمنتج أو الخدمة المطلوبة. ومن خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وجد أن سهولة الموقع، إتاحة المعلومات والأسعار هم المتغيرات الأساسية التي من شأنها تغيير رغبة المستخدم نحو استخدام المواقع الإلكترونية، أما الاختيارات فلم يوجد لها أثر معنوي على سلوك المستخدم نحو المواقع الإلكترونية. أيضاً، وجد أن الإناث الأصغر سناً لديهم رغبة أكثر تجاه الشراء عبر المواقع الإلكترونية.

Keywords: Online Shopping, E-Commerce, Online Shopping Prices, Online Shopping Selections, Online Shopping Convenience, Online Shopping Information, Social Media, Attitude towards Online Shopping, Consumer Behaviour.