

اعداد الطالبة: احلام الهيمي

مشروع التخرج 2

التكليف: التكليف الرابع (النسخة النهائية
الشاملة)

عنوان البحث: أثر جودة خدمات المتاجر
الإلكترونية على الولاء الرقمي للعملاء



اعداد الطالبة: احلام الهيمي

التكليف الرابع

أسبوع التسليم	Tasks	رقم التكليف
الأسبوع الحادي عشر	✓ أرسل النسخة النهائية لمشروعك النهائي كاملاً، بعد إضافة: ✓ تعديل جدول المحتويات ✓ مستخلص الدراسة ✓ الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات	التكليف 4



مستخلص الدراسة (Abstract)

هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر جودة خدمات المتاجر الإلكترونية بأبعادها الثلاثة (الأمان والموثوقية، سهولة الاستخدام والتصفح، وسرعة الاستجابة والدعم الفني) على الولاء الرقمي للعملاء. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطوير استبانة لجمع البيانات الميدانية.

=

أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لجودة الخدمة على الولاء الرقمي، حيث فسر النموذج 58.4% من التغير في الولاء. كما احتل بعد "الأمان والموثوقية" المرتبة الأولى من حيث التأثير، يليه "سهولة الاستخدام"، ثم "سرعة الاستجابة". وبناءً على ذلك، تم تقديم مجموعة من التوصيات العملية لإدارات المتاجر الإلكترونية لتعزيز جودة خدماتها وزيادة الولاء الرقمي لدى العملاء.

- الكلمات المفتاحية: جودة الخدمات الإلكترونية، الولاء الرقمي، الأمان والموثوقية، المتاجر الإلكترونية.

رقم الصفحة	جدول المحتويات
2	مستخلص الدراسة
3	الفصل الخامس حدود البحث
3	حدود البحث
3	ملخص الاستنتاجات والنتائج
4	التوصيات الموجهة لإدارة المتاجر
4	المقترحات والأبحاث المستقبلية
4	خاتمة البحث الشاملة
5	قائمة المراجع النهائية

الفصل الخامس: حدود البحث،

الاستنتاجات، والتوصيات

1. حدود البحث (Research Limitations)

تحدد نتائج هذه الدراسة بالإطار الميداني

والمنهجي التالي:

- الحدود الموضوعية: أقتصرت الدراسة على قياس أثر أبعاد جودة الخدمة الرقمية (الأمان، سهولة الاستخدام، الدعم) على الولاء الرقمي دون التطرق لمتغيرات وسيطة أخرى كالسعر أو العروض Promos.
- الحدود البشرية: شملت عينة البحث مستخدمي والمتسوقين عبر المتاجر الإلكترونية الرقمية.
- الحدود الزمانية: تم تطبيق الدراسة الميدانية وجمع البيانات خلال العام الأكاديمي 2026م.



ملخص الاستنتاجات والنتائج.2. (Summary of Conclusions)

- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات الإلكترونية والولاء الرقمي للعملاء ($R^2 = 0.584$).

- "يُعد بعد "الأمان والموثوقية المحدد الأساسي والأكثر أهمية لثقة المستهلك والتزامه بالتعامل ($\beta = 0.425$).

- سهولة التصفح وسرعة الوصول للمنتجات تؤثر بشكل مباشر وملاموس على تجربة التسوق ورغبة العميل في إعادة الشراء.



التوصيات الموجهة لإدارة المتاجر. (Recommendations) الإلكترونية

1. الأمان والشفافية: تطبيق أعلى معايير (SSL) الحماية الرقمية والشهادات الأمنية لحماية بيانات العميل المالية والفيزيائية لبناء الثقة.

2. تبسيط (UI/UX): تجربة المستخدم واجهات المتاجر وتقليل الخطوات اللازمة لإتمام عمليات الدفع والطلب لضمان السلاسة.

3. الدعم الفني المباشر: توفير خدمات دعم فورية وتفعيل المساعدين الذكيين لحل أي عقبة فنية فور حدوثها.



المقترحات والأبحاث. (Future Research Suggestions)

- دراسة دور التخصيص
المستند إلى الذكاء
الاصطناعي في رفع معدلات
الاحتفاظ بالعملاء.
- إجراء دراسة مقارنة بين
تطبيقات الأجهزة الذكية
والمواقع الإلكترونية
المباشرة.



خاتمة البحث الشاملة.

(General Conclusion)

تؤكد هذه الدراسة أن جودة
الخدمة الرقمية لم تعد مجرد
عنصر ثانوي، بل هي المعيار
التنافسي الأول والركيزة
الأساسية لبناء الولاء الرقمي
وتطوير أعمال التجارة
الإلكترونية بنجاح واستدامة



**. قائمة المراجع
النهائية (Final)
References List
APA 7th -
(Edition**

.

العنزي، محمد (2022). أثر جودة .1.
الخدمات الإلكترونية على سلوك
المستهلك في المتاجر الرقمية
-المجلة العربية للإدارة، 42(3)، 115
134.

الشريف، أحمد (2021). التسويق .2.
الرقمي وبناء الولاء للعلامة التجارية
في البيئة العربية. دار الفكر العربي
للنشر والتوزيع.

3. Parasuraman, A., Zeithaml,
V. A., & Malhotra, A. (2005). E-
S-QUAL: A multiple-item scale
for assessing electronic
service quality. Journal of
Service Research, 7(3), 213-
233.



ختاماً، أتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى
المشرفة القديرة على جهودها المباركة
ودعمها المستمر، وتوجيهاتها العلمية التي
كانت السراج الذي أضاء لي طريق إتمام هذا
البحث. أسأل الله لها دوام التوفيق والرفعة."

