

قضايا بحثية ٢ المهمة (٢) بعنوان إعداد ملخص بأهم الأبحاث العلمية

الباحثة منال محمد ناصر محمد صالح
إشراف د.تمارا عادل

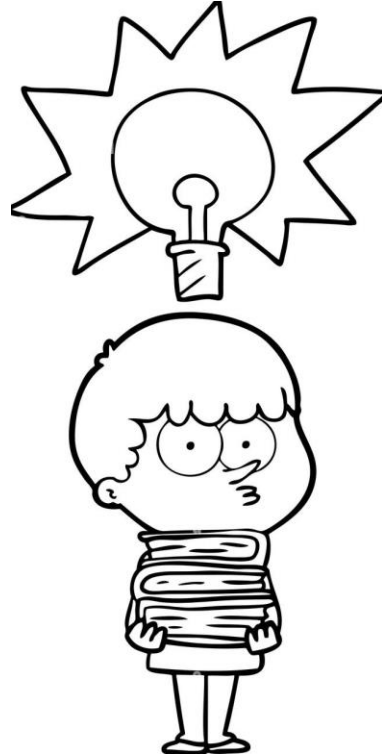




أهم الأبحاث العلمية

م	عنوان البحث	الباحث
1	أثر التجارة الإلكترونية في تنمية القدرة التنافسية لمنشآت التصنيع الغذائي	محمد شوقي الخليفة وآخرون
2	قياس أثر التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في مصر (٢٠٠٠ – ٢٠٢٠)	د. محمد أحمد الشافعي عبد الحميد
3	أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية	صدام الزعبي وآخرون
4	تأثير عناصر التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي على صورة العلامة التجارية: دراسة ميدانية لعينة من زبائن العلامة موبيليس Mobilis بالجزائر	د. مير أحمد
5	دور الإدارة الإلكترونية في تعزيز إدارة المعرفة: دراسة تطبيقية على العاملين في الجامعات بدولة الإمارات العربية المتحدة	د. زينب الغرابي وآخرون

١. الأهداف
٢. المنهجيات
٣. النتائج
٤. الاتجاهات
٥. الفجوات



سوف نقوم بهذه المهمة بإعداد ملخص لأهم الأبحاث العلمية المنشورة في مجال البحث العلمي. على أن تشمل على عرض موجز لأهداف الدراسات، المنهجيات المستخدمة، النتائج الرئيسية والاستنتاجات. بعد ذلك، نحدد أهم الاتجاهات البحثية السائدة في هذا المجال، (**الموضوعات والمقاربات التي تم التركيز عليها بشكل متكرر**) . كما سوف نحدد الفجوات البحثية، (**المجالات التي لم تتم دراستها بشكل كاف أو التي تتطلب مزيداً من البحث والتحقيق**)

وعليها تم اختيار خمسة أبحاث وتم تحديد الدراسات النقدية لها عبر خمسة مؤشرات تتلخص فيما يلي :

أثر التجارة الإلكترونية في تنمية القدرة التنافسية لمنشآت التصنيع الغذائي

م	المؤشر	الخلاصة	النقد
١	الأهداف	التعرف على الدور الذي تقوم به التجارة الإلكترونية في تنمية القدر التنافسية لمنشآت التصنيع الغذائي في مصر وذلك من خلال دراسة حالة لبعض منشآت التصنيع الغذائي في محافظة الإسكندرية.	✓
٢	المنهجيات	يستخدم البحث المنهج الوصفي والتحليلي	✓
٣	النتائج	١. ارتفاع مستوى تطبيق التجارة الإلكترونية في منشآت التصنيع الغذائي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. ٢. ارتفاع مستوى القدرة التنافسية في منشآت التصنيع الغذائي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ٣. وجود تأثير طردي ذي دلالة إحصائية على مستوى تطبيق التجارة الإلكترونية (تنمية القدرة التنافسية) بالإضافة الي تنمية اسنراتيجية (التكلفة – التركيز - التميز)	✓
٤	الاتجاهات	العمل على الحفاظ على المستوى المتميز من تطبيق التجارة الإلكترونية في منشآت التصنيع الغذائي في محافظة الإسكندرية عبر (الندوات و ابرامج التدريبية - توفير الإمكانيات والاحتياجات - تشجيع الأبحاث العلمية - تطوير المنظومة للتجارة الألكترونية)	✓
٥	الفجوات	هناك فجوات لم يتطرق اليها الباحث من ناحية البنى الالكتروني للتجارة الإلكترونية والإستخدامات الحديثة لها	✗

قياس أثر التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في مصر (٢٠٠٠ – ٢٠٢٠)

م	المؤشر	الخلاصة	النقد
١	الأهداف	١. التعرف على العلاقة بين التجارة الإلكترونية والنمو الاقتصادي في مصر ٢. إضافة عدد من الأهداف الأخرى، وأهمها: (أ- تسليط الضوء على مفهوم وأهمية وخصائص التجارة الإلكترونية. ب- محاولة التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في مصر وموقعها عالميا. ج- بيان الآثار الإيجابية من تنشيط التجارة الإلكترونية. د- تحديد معوقات إنتشار التجارة الإلكترونية في مصر.)	✓
٢	المنهجيات	تم الاعتماد على المنهج الاستنباطي والاستقرائي، وكذلك المنهج الوصفي في الجانب النظري، وكذلك علي بعض الدراسات.	=
٣	النتائج	يوجد أثر معنوي للتجارة الإلكترونية علي النمو الاقتصادي في مصر	✗
٤	الاتجاهات	العمل على اتجاهات مستقبلية منها (استخدام أدوات السياسة النقدية والمالية - تهيئة البيئة التشريعية والتنظيمية - عمل حملات تثقيفية للمستثمرين - تطوير البنية التحتية لتقنية المعلومات - العمل على تأمين وتسهيل الخدمات البنكية)	✓
٥	الفجوات	قياس مجموعة من الفجوات مثل تحرير قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات من الإدارة الحكومية مع الاستعانة بشركات خبيرة لنقل منشآت التجارة التقليدية إلى منصات إلكترونية	✓

أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية

م	المؤشر	الخلاصة	النقد
١	الأهداف	معرفة مستوى الخدمات المصرفية الإلكترونية (خدمات - تكلفة - انجاز) بالإضافة معرفة مستوى تحقيق ربحية البنوك التجارية عائد (اصول - حقوق) بالإضافة معرفة أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية	✓
٢	المنهجيات	اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التنبؤي.	✗
٣	النتائج	نتائج الخدمات المصرفية الإلكترونية ككل جاءت بدرجة (مرتفعة) مما سيؤدي خفض التكاليف وتسريع الخدمات بالإضافة وجود معدل العائد على حقوق الملكية والأصول	✓
٤	الاتجاهات	العمل على اتجاهات مستقبلية منها (زيادة الوعي بالخدمات الإلكترونية المصرفية - التعريف بأنواع الخدمات المصرفية التقليدية للخدمات المصرفية - السعي لزيادة الخدمات الإلكترونية المصرفية - مساعدة العملاء الذين ليس لديهم مهارات في استخدام الخدمات الإلكترونية)	=
٥	الفجوات	قياس مجموعة من الفجوات مثل (مهارات الموظفين، خصوصاً الموظفين الذين يتعاملون بالخدمات الإلكترونية، من خلال إشراكهم في مختلف الدورات التدريبية - زيادة الوعي بالآليات وميكانيزمات التعامل المصرفي	✓

تأثير عناصر التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي على صورة العلامة التجارية: دراسة ميدانية لعينة من زبائن العلامة موبيليس Mobilis بالجزائر

٦

م	المؤشر	الخلاصة	النقد
١	الأهداف	١. التعرف على مفهوم وعناصر التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي. ٢. التأكيد على أهمية لجوء المؤسسات لهذا النوع من التسويق. ٣. تسليط الضوء على مفهوم صورة العلامة التجارية. ٤. تبين فعالية عناصر التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين صورة العلامة التجارية. ٥. محاولة إسقاط المعلومات النظرية على أرض الواقع.	✓
٢	المنهجيات	المنهج الوصفي، من خلال جمع البيانات، تصنيفها، تبويبها، وصفها وتحليلها من أجل استخلاص النتائج والتحكم فيها	✓
٣	النتائج	١. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للإعلان على شبكات التواصل الاجتماعي ٢. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لإدارة علاقات الزبون عبر شبكات التواصل الاجتماعي ٣. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسلوك المستهلك الشرائي على شبكات التواصل الاجتماعي	✓
٤	الاتجاهات	العمل على اتجاهات مستقبلية منها (التركيز على شبكات التواصل الاجتماعي لمكانتها في حياة الأفراد والمؤسسات - التركيز على الفيسبوك الشبكة الأكثر استخداما - التركيز على المعدلات اليومية لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي)	✓
٥	الفجوات	النظر في مجموعة من الفجوات التي قد تتغير كل فترة وجيزة مثل استخدام (التوك توك والسناپ شات والانستجرام)	=

دور الإدارة الإلكترونية في تعزيز إدارة المعرفة: دراسة تطبيقية على العاملين في الجامعات بدولة الإمارات العربية المتحدة

م	المؤشر	الخلاصة	النقد
١	الأهداف	تهدف الدراسة الى التعرف على (معايير تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجامعات - مستوى تعزيز وفاعلية إدارة المعرفة - الكشف عن العلاقة بين تطبيق الإدارة الإلكترونية وتعزيز إدارة المعرفة - الكشف عن أثر تطبيق لها - تقديم).	✓
٢	المنهجيات	المنهج الوصفي التحليلي.	=
٣	النتائج	موافقة مفردات العينة على انه يتوافر (تطبيق الإدارة الإلكترونية - تتوافر إدارة المعرفة -) في جامعاتهم مع ثبات صحة الفرض يمكن تطبيق إدارة المعرفة عندما تمر بمراحلها الخمسة (التشخيص والتوليد، والتخزين والتوزيع والتطبيق).	✓
٤	الاتجاهات	العمل على اتجاهات مستقبلية منها (تفعيل الإدارة الإلكترونية - تطوير الإجراءات الإدارية - تعزيز وعي العاملين بإيجابيات الإدارة الإلكترونية - التخلص من البيروقراطية في الأعمال الإلكترونية - إشراك الموظفين في عملية اتخاذ القرارات)	✓
٥	الفجوات	قياس مجموعة من الفجوات مثل الموائمة بين عمليات الأنظمة الإلكترونية واحتياجات العمل الفعلية - حصر احتياجات جميع الجهات من المتطلبات التقنية - التحسين المستمر للبنية التحتية - طرق توفير الدعم المادي والاستدامة التقنية	✓



Thank You