

نقد ورقة بحثية

المراجع المستخدمة

محمد صالح محمد الزهراني
الرقم الجامعي: 251002067



دراسات نقدية 1
Week 11

التكليف العاشر



المهمة المطلوبة (10) :
نقد ورقة بحثية من حيث المراجع المستخدمة



ISSN: 2663-5798 || Arab Journal for Scientific Publishing



الإصدار السابع - العدد سبعة وستون
تاريخ الإصدار: 2 - أيار - 2024م

www.ajsp.net

"أثر خدمات ما قبل البيع في تحسين تجربة عميل شركات التغليف
(قطاع الكرتون المضلع في السعودية)"

إعداد الباحث:

خالد أحمد العريفي

الإشراف:

د. أميره جادو

جامعة ميد أوشن

كلية الإدارة

قسم إدارة الأعمال

1445هـ - 2024م

https://www.ajsp.net/research/%D8%A7%D8%AB%D8%B1%20%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A7%D8%AA%20%D9%85%D8%A7%20%D9%82%D8%A8%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%B9%20%D9%81%D9%8A%20%D8%AA%D8%AD%D8%B3%D9%8A%D9%86%20%D8%AA%D8%AC%D8%B1%D8%A8%D8%A9%20%D8%B9%D9%85%D9%8A%D9%84%20%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%BA%D9%84%D9%8A%D9%81_4.pdf



عرض ونقد المراجع المستخدمة

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

جباس، سعيد، و بن نفات، عبدالحق. (2017). خدمات ما بعد البيع وتأثيرها على قرار المستهلك: دراسة حالة نقطة بيع IRIS بولاية ورقلة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، ورقلة. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1016163>

الحيازي، يزن محمد، و الهاشم، عادل عودة سلامة. (2021). The Mediation Role of Knowledge Capturing in the Relationship between Big Data Analytics Capabilities and Customers Experience Management: Field Study: Telecommunications Sector in Jordan (رسالة ماجستير غير منشورة). (جامعة البلقاء التطبيقية، السلط. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1300441>

زين العابدين، دانيا، زبدان، محمد جمال، و ماحوس، ديمة حسن. (2021). تأثير جودة الخدمة على الولاء السلوكي لدى المستهلكين في خدمات مابعد البيع: دراسة حالة على مستخدمي سيارات تويوتا في سورية. مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، مج43، ع5، 465 - 484. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1236075>

سايح، عبدالله، شليني، حسين، و هدار، الدين. (2021). دراسة قياسية عن مستويات الجودة لخدمات ما بعد البيع عند وكالات بيع السيارات في الجزائر. المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، مج8، ع2، 231 - 244. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1213401>

شريف، جلول، و إدريسي، مختار. (2022). أثر أبعاد تجربة العلامة التجارية على الولاء الموقفي والولاء السلوكي: دراسة تجريبية على سيارات هيونداي. مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، مج18، ع28، 635 - 646. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1252931>

ضميدي، حسام محمد، و عبدالحق، بكر. (2017). Increasing Customer Satisfaction on after Sales Service by Simulation Modeling in an Automobile Company (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية، نابلس. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1242445>

علي، عصام عبدالهادي. (2019). تأثير أبعاد تجربة العميل على بهجة العميل: دراسة ميدانية على عملاء مطاعم البقالات المرموقة بمراكز التسوق بالقاهرة. مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، مج56، ع4، 67 - 110. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1032059>

علي، عصام عبدالهادي. (2019). تأثير أبعاد تجربة العميل على بهجة العميل: دراسة ميدانية على عملاء مطاعم البقالات المرموقة بمراكز التسوق بالقاهرة. مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، مج56، ع4، 67 - 110. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1032059>

- تم توثيق البيانات والمعلومات في الدراسة بطريقة علمية في إطار قواعد التوثيق في البحث العلمي .
- تم عمل قائمة مراجع مفهرسة أبجدياً بتنسيق APA المعتمد في البحث العلمي.
- تم تصنيف المراجع إلى عربية وأجنبية مما جعل الدراسة أكثر إثراءً نظراً لتنوّع المراجع.

عرض للمراجع المستخدمة في الدراسة

- Duan, L., Bo, W., Wu, C., Ning, H., & Zhang, C. (2019). Customer Classification-Based Pre-sale Multi-value-chain Collaborative Mechanism Verification. In Human Centered Computing: 5th International Conference, HCC 2019, Čačak, Serbia, August 5–7, 2019, Revised Selected Papers 5 (pp. 86-97). Springer International Publishing.
- Guidetti, E., Bilancia, P., Raffaelli, R., & Pellicciari, M. (2023, June). Preliminary Design of an Automatic Palletizing System During the Pre-sales Stage. In International Conference on Flexible Automation and Intelligent Manufacturing (pp. 170-178). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Guo, J., Cao, B., Xie, W., Zhong, Y., & Zhou, Y. W. (2020). Impacts of pre-sales service and delivery lead time on dual-channel supply chain design. Computers & Industrial Engineering, 147, 106579.
- Guo, J., Cao, B., Xie, W., Zhong, Y., & Zhou, Y. W. (2020). Impacts of pre-sales service and delivery lead time on dual-channel supply chain design. Computers & Industrial Engineering, 147, 106579.
- Habib, M.D. and Sarwar, M.A. (2021), "After-sales services, brand equity and purchasing intention to buy second-hand product", Rajagiri Management Journal, Vol. 15 No. 2, pp. 129-144. <https://doi.org/10.1108/RAMJ-07-2020-0033>
- Johnson, M. (2023). Customer Engagement on Presales and Postsales of Motorcycles. Migration Letters, 20(57), 1326-1333
- Kar, P. S. (2023). Luxury home market and pre-sales challenges: Aldeola-de-Siolim, Goa. Emerald Emerging Markets Case Studies, 13(1), 1-25.
- Liu, Y., Guo, C. X., Zhou, H., & Chen, X. Y. (2023). Pre-sale ordering strategy based on the new retail context considering bounded consumer rationality. Journal of Industrial & Management Optimization, 19(2).
- Meiklejohn, D. M. (2017). Documentary pitching, pre-sales and funding: Succeeding in a transforming digital landscape (Doctoral dissertation, Queensland University of Technology).
- Mussa, M. (2022). The Role of Customer Experience in the Relationship between Augmented Reality and Purchase Intention in Times of COVID-19: An Applied Study on the Online Retail Sector in Egypt. Journal of Financial and Commercial Studies, 32(1), 1-29
- Oladapo, F. O. (2020). Impact of After-Sales Service on Customers' Retention of Mobile Telecommunications in Nigeria. Indonesian Journal Of Business And Economics, 3(2).
- Pastor Moreno, R., & García Villoria, A. (2021). A tool for the purchasing decisions making from suppliers and the pre-sales satisfaction in an online sales campaign. Dyna, 96(1), 55-61
- Sliz, P., & Dobrowolska, E. (2021). Process Mining for the Analysis of Pre-sales Customer Service Process—A Hidden Observation in a Polish Automotive Organization. In Digital Transformation: 13th PLAIS EuroSymposium on Digital Transformation, PLAIS EuroSymposium 2021, Sopot, Poland, September 23, 2021, Proceedings 13 (pp. 147-160). Springer International Publishing.
- Sudartono, T. (2020). The Effect of Pre Order Online Sales to Company Profits on PT. Aventama Hervent Solusindo Bandung. Journal of Social Science, 1(3), 88-92.
- Wahab, H. A. (2023). Exploring the effect of AI Chatbots on Customer experience, Satisfaction and Advocacy: New Evidence from the Banking sector in Egypt. Commerce and Finance, 43(2), 116-146.
- Xu, H., Yang, G., & Han, X. (2022, July). Research on Pre-sales Services and Pricing Strategies for Fresh Produce e-Commerce Under Different Game Structures. In International conference on Variability of the Sun and sun-like stars: from asteroseismology to space weather (pp. 267-277). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Yang, Z., Zhang, J., & Chen, X. (2018, July). The pricing strategy for the dual channel supply chain with pre-sale service. In 2018 15th International Conference on Service Systems and Service Management (ICSSSM) (pp. 1-6). IEEE
- Zhang, H., Xu, H., & Pu, X. (2020). Comparisons of pre-sale strategies for a fresh agri-product supply chain with service effort. Agriculture, 10(8), 324.

- فايز، عبير السيد (2022). Tools to Deliver an Outstanding Digital Customer Experience for B2C Organizations in the Age of Uncertainty. المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، مج12، ع6، 847 - 859 - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1346056>
- القحطاني، صالح بن سعد. (2012). تقييم اثر تجربة العميل على قرار اعادة الشراء: دراسة عن اجهزة الهاتف المحمول في السوق السعودي. المجلة العربية للإدارة، مج 32، ع 2، 117 - 146. - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/420110>
- القحطاني، صالح بن سعد. (2012). تقييم اثر تجربة العميل على قرار اعادة الشراء: دراسة عن اجهزة الهاتف المحمول في السوق السعودي. المجلة العربية للإدارة، مج 32، ع 2، 117 - 146. - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/420110>
- مباركية ، أيمن ، وبن نومي، إيمان ، و عميرات ،العلواني (2022) ، أثر خدمات ما بعد البيع على القرار الشرائي لدى المستهلك دراسة حالة مؤسسة خدماتي-برج بوعريج ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة محمد البشير الإبراهيمي -برج بوعريج ، الجزائر .
- المطيري، عبدالعزيز مجعد قارع، عطية، طاهر مرسي، و جودة، سماح محمد محمد. (2020). تأثير إدارة تجارب العملاء على تحسين جودة الخدمة: بالبنوك التجارية الكويتية. مجلة البحوث المالية والتجارية، ع4، 437 - 465. - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1091005>
- المطيري، إيمان جري، و غريب، ماجدة عزت. (2023). استخلاص المعرفة من تجارب العملاء: مراجعة لأدب الموضوع والاتجاهات البحثية. اعلم، ع34، 175 - 194. - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1453397>
- الموسوي، مثني توفيق عبدالحسن. (2022). استخدام التسويق الحسي في التأثير على تجربة الزبون: دراسة تحليلية لأراء عينة من زبائن الفنادق السياحية في مدينتي كربلاء المقدسة والتجف الأشرف. مجلة الدراسات المستدامة، مج4، ع3، 549 - 567. - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1311805>
- نوري، هالة ذنون، و الطائي، ليلي جار الله خليل. (2022). تجربة الزبون مدخل لتحقيق النجاح التسويقي: دراسة استطلاعية في عدد من المصارف الأهلية في محافظة دهوك. تنمية الراقيين، مج41، ع136، 260 - 284. - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1336755>
- ميمية، أحسن، و بوسعد، نايت إبراهيم. (2023). تعزيز خبرة العملاء في السياحة الإلكترونية: تجربة الجزائر. مجلة المالية والأسواق، مج10، ع1، 141 - 158. - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1368927>

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Adusei, C. and Tweneboah-Koduah, I. (2019) After-Sales Service and Customer Satisfaction in the Automobile Industry in an Emerging Economy. Open Access Library Journal, 6, 1-21. doi: 10.4236/oalib.1105167.
- Aitken, A. (2014). Professional buying: A pre-sales interaction study of buyer behaviour and value perception (Doctoral dissertation, University of Glasgow).
- Baoli, S. H. I., Qi, X. U., & Zhongmiao, S. U. N. (2023). Research on Retailers' Pre-sale and Return Strategy under the Influence of Advertising and Return Period. Operations Research and Management Science, 32(6), 166.
- Daqar, M. A. M. A., & Smoudy, A. K. (2019). The impact of consumer buying behavior on customer relationship management in the banking sector. International Review of Management and Marketing, 9(4), 39-46.

نقد المراجع

- عدد المراجع مناسب بالنسبة لحجم الدراسة.
- استعان الباحث بمراجع حديثة من دراسات سابقة وأوراق علمية موثوقة، منشورة في مجلات علمية محكمة .
- من الملاحظ سلامة التوثيق واتباع الآليات المتبعة في كتابة قائمة المراجع
- حقق الباحث الأمانة العلمية في نقل المعلومات، مما أعطى الدراسة مصداقية وثقة.
- تطابقت قائمة المراجع مع ما استخدمه واستعان به الباحث من مراجع ومصادر في متن الدراسة.
- نظم الباحث المراجع المستخدمة بأسلوب منهجي.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

