

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/RAMI-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., & Garcia 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.

Sliž, 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 أثر تجربة العميل على قرار إعادة الشراء: دراسة عن أجهزة 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 أثر تجربة العميل على قرار إعادة الشراء: دراسة عن أجهزة 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 فارح، 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

