

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع

تأثير التسعير الديناميكي على رضا العملاء

أسم الطالب

عمر عبد الواحد برغش

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

2025/31/10 الفصل الدراسي الثالث

جدول المحتويات

1.4. أسئلة الدراسة	3
1.5. أهداف الدراسة	3
1.6. فرضيات الدراسة	4
1.7. نموذج الدراسة	4
1.8. منهجية الدراسة	6
1.9. الدراسة الميدانية	7
1.10. مخطط المشروع المقترح	8
قائمة المراجع	Error! Bookmark not defined.

1.1. أسئلة الدراسة

- سؤال البحث الرئيسي : ما تأثير تطبيق استراتيجيات التسعير الديناميكي على مستوى رضا العملاء؟
- السؤال الفرعي 1 : ما مدى تأثير التسعير الديناميكي على رضا العملاء بشكل عام؟
- السؤال الفرعي 2 : هل يؤثر التسعير الديناميكي على نية إعادة الشراء لدى العملاء؟
- السؤال الفرعي 3 : ما أبرز العوامل التي تؤثر في رضا العملاء عند تطبيق التسعير الديناميكي؟

1.2. أهداف الدراسة

- الهدف الرئيسي : تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر التسعير الديناميكي على مستوى رضا العملاء
- الهدف الفرعي 1 : قياس أثر التسعير الديناميكي على رضا العملاء
- الهدف الفرعي 2 : التعرف على أثر التسعير الديناميكي على نية إعادة الشراء
- الهدف الفرعي 3 : تحديد العوامل المؤثرة في تقبل التسعير الديناميكي

1.3. فرضيات الدراسة

- الفرضية الرئيسية : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسعير الديناميكي ورضا العملاء.
- الفرضية الفرعية 1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسعير الديناميكي وإدراك العملاء لعدالة الأسعار.
- الفرضية الفرعية 2 :توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسعير الديناميكي وثقة العملاء بالمنشأة.
- الفرضية الفرعية 3 :يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسعير الديناميكي على نية إعادة الشراء لدى العملاء.

1.4. نموذج الدراسة

يعتمد نموذج الدراسة على بيان العلاقة بين التسعير الديناميكي بوصفه المتغير المستقل، ورضا العملاء بوصفه المتغير التابع، مع وجود مجموعة من المتغيرات الوسيطة والمفسرة التي توضح طبيعة هذه العلاقة.

مكونات نموذج الدراسة

- المتغير المستقل: التسعير الديناميكي

• المتغيرات الوسيطة:

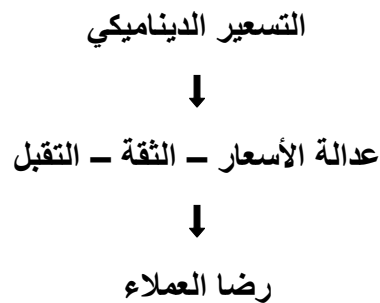
- إدراك عدالة الأسعار
- ثقة العملاء
- تقبل العملاء للتسعير الديناميكي
-

• المتغير التابع: رضا العملاء

وصف النموذج

يفترض النموذج أن التسعير الديناميكي يؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء، كما يؤثر بشكل غير مباشر من خلال إدراك عدالة الأسعار وثقة العملاء وتقبلهم للتسعير الديناميكي.

تمثيل مبسط للنموذج



1.5. منهجية الدراسة

فلسفة الدراسة

تنطلق هذه الدراسة من الفلسفة الوضعية (Positivism) ، والتي تقوم على افتراض أن الظواهر الاجتماعية، مثل سلوك العملاء ورضاهم، يمكن قياسها وتحليلها بصورة موضوعية باستخدام أساليب علمية وبيانات كمية.

منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لكونه من أنسب المناهج لدراسة الظواهر الإدارية والتسويقية، حيث يهدف إلى وصف واقع التسعير الديناميكي في المؤسسات، وتحليل أثره على رضا العملاء.

استراتيجية الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على استراتيجية البحث الكمي (Quantitative Research Strategy) ، حيث تهدف إلى قياس العلاقة بين التسعير الديناميكي ورضا العملاء بصورة رقمية وموضوعية.

اختيار الدراسة

هذه الدراسة تُصنّف كدراسة كمية (Quantitative Study)

الافق الزمنية

هذه الدراسة تُصنّف على أنها دراسة مقطعية (Cross-sectional Study)

تقنيات والاجرائات

الاستبانة

- تم تصميم استبانة مكونة من عدة فقرات لقياس المتغيرات التالية: التسعير الديناميكي، إدراك عدالة الأسعار، ثقة العملاء، تقبل التسعير الديناميكي، ورضا العملاء.

المراجعة المكتبية والدراسات السابقة

- تم مراجعة الدراسات والمراجع السابقة ذات الصلة لتحديد مؤشرات المتغيرات وصياغة أسئلة الاستبانة.

1.6. الدراسة الميدانية

شركة مدن اكسبريس للتوصيل السريع وهي واحدة من الشركات المهمة في مجال التوصيل ونقل البضائع في السوق العراقي مقرها الرئيسي في بغداد ولديها فروع في كل المحافظات العراقية.

تقدم شركة مدن اكسبريس خدمات مميزة بالإضافة الى خدمة التوصيل ونقل البضائع بين المحافظات العراقية فهي تقدم خدمة التخزين وتصوير وتسويق الضائع للزبائن الراغبين بالاستفادة من هذه الخدمات.

1.7. مخطط المشروع المقترح

الفصل الاول : مرحلة التخطيط والتحضير

الفصل الثاني : مرحلة تصميم الدراسة

الفصل الثالث : مرحلة جمع البيانات

الفصل الرابع : مرحلة تحليل البيانات

الفصل الخامس : مرحلة تفسير النتائج

الفصل السادس : مرحلة الخاتمة والتوصيات

قائمة المراجع

قائمة المراجع العربية

1. البناء، ط. أ. ع. ب.، غنيم، أ. م. س.، & إبراهيم، م. م. م. (2024). تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء: دراسة تطبيقية على عملاء المتاجر الإلكترونية. *المجلة المصرية للدراسات التجارية*، 48(3)، 109.80-

تمثل الدراسة علاقة التسعير الديناميكي كجزء من تقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على رضا العملاء

[Ekb Journals](#)

2. صالح، س. م. أ. (2024). أثر التسويق الإلكتروني على رضا العملاء: دراسة ميدانية على الشركة المصرية لتجارة الأدوية. *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية*، 15(2)، 482.448-

تشمل الدراسة أثر التسعير الإلكتروني على رضا العملاء ضمن عناصر التسويق [Ekb Journals](#)

3. السياسات التسعيرية وأثرها في رضا الزبون. (2024). *مجلة كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة البصرة*. بحث يتناول العلاقة بين التسعير ورضا الزبون بشكل عام

4. شيخ ديب، ص.، & السكري، أ.، & معلا، ر. ح. (2023). تأثير استخدام استراتيجيات التسعير على رضا العميل في مؤسسات القطاع العام في سورية. *مجلة جامعة تشرين - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية*. دراسة توضح تأثير الاستراتيجيات التسعيرية على رضا العملاء

قائمة المراجع الأجنبية

1. *The Impact of Dynamic Pricing on Consumer Purchase Decisions: A Behavioral and Computational Study*. (2024). *International Journal of Industrial Engineering and Construction Management*, 2(1), 11-18.

بحث يستكشف تأثير التسعير الديناميكي على قرارات الشراء ورضا المستهلك في بيئة تجريبية وسلوكية

2. Omarli, S. (2023). *Consumer reaction to dynamic pricing: The moderating effect of price position*. *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2023.11.05>

دراسة تفحص علاقة التسعير الديناميكي بإدراك العدالة السعرية ورغبة الشراء

3. Banerjee, P., Sayed, V., Samdariya, P., Jha, R. K., & Rajput, V. B. (2025). *Impact of Dynamic Pricing on Consumer Loyalty in E-Commerce*. *Journal of Informatics Education and Research*, 5(1).

دراسة تحليلية حول تأثير التسعير الديناميكي على ولاء المستهلكين وسلوكهم، مع علاقة بالرضا وثقة

العملاء jier.org

4. Neubert, M. (2024). *A systematic literature review of dynamic pricing strategies*. *International Business Research*.

مراجعة منهجية تبحث في استراتيجيات التسعير الديناميكي وتأثيرها على سلوك العملاء، بما في ذلك

إدراك العدالة والسلوك الشرائي ccsenet.org

5. Nowak, M., & Pawłowska-Nowak, M. (2024). *Dynamic pricing method in the e-commerce industry using machine learning*. *Applied Sciences*, 14(24), 11668. <https://doi.org/10.3390/app142411668>

بحث حول منهجيات التسعير الديناميكي ويشير إلى أثرها على سلوك وتوقعات العملاء في التجارة

الإلكترونية MDPI

6. Haws, K. L., & Bearden, W. O. (2006). *Dynamic pricing and consumer fairness perceptions*. *Journal of Consumer Research*, 33(3), 304–311.

<https://doi.org/10.1086/508435>

دراسة كلاسيكية عن علاقة التسعير الديناميكي مع إدراك العدالة لدى المستهلك وكيف يؤثر ذلك على رضا الشراء

