

مهارات بحثية 1

تسليم المهام الأسبوعية

الباحث/ أحمد التميمي

241001032

الفصل الدراسي الأول 2025



عنوان البحث

الدور الوسيط لبهجة ورفاهية العميل في العلاقة بين أخلاقيات متاجر التجزئة عبر الإنترنت والعلاقات المثمرة مع العملاء – دراسة تطبيقية

رابط الدراسة:

https://zcom.journals.ekb.eg/article_310104.html



الدور الوسيط لبهجة ورفاهية العميل في العلاقة بين أخلاقيات متاجر
التجزئة عبر الإنترنت والعلاقات المثمرة مع العملاء:
دراسة تطبيقية على عملاء متاجر الملابس متعددة الأقسام

إعداد

د. محمد السعيد عبد الغفار^(*)

مدرس إدارة الأعمال

بالمعهد العالي للدراسات النوعية والحاسب الآلي برأس البر.

E-mail: m-elsaeed@rbi.edu.eg

مجلة البحوث التجارية - كلية التجارة جامعة الزقازيق

المجلد الخامس والأربعين - العدد الرابع أكتوبر 2023

رابط المجلة: <https://zcom.journals.ekb.eg/>

^(*)مدرس إدارة الأعمال بالمعهد العالي للدراسات النوعية والحاسب الآلي برأس البر.

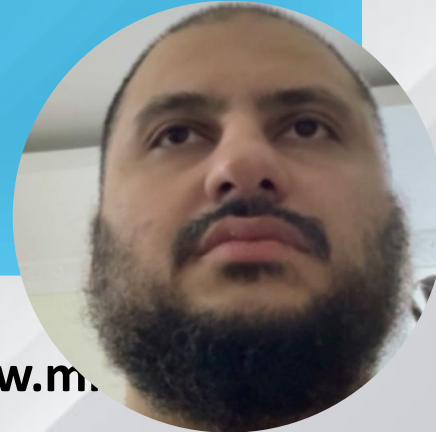
E-mail: m-elsaeed@rbi.edu.eg



المهمة المطلوبة :

في ضوء دراستك للدراسات السابقة، اعرض لاثنتين من الدراسات السابقة، على أن تكون طريقة عرضكم لهما متنسقة مع المثال الذي تم عرضه في المحاضرة. **على أن يتم عرض إجاباتكم في شكل فيديو قصير تتراوح مدته من خمس الى عشر دقائق، ومرفقا به ملف PDF للإجابة المطلوبة.**

أطيب الأمنيات بالتوفيق،،

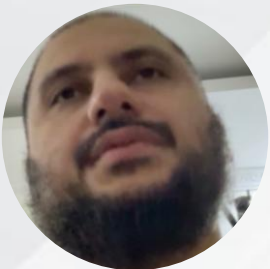


Chapter

لمحة عامة على الدراسة

هدفت الدراسة لبحث تأثيرات أخلاقيات متاجر التجزئة الإلكترونية (الخصوصية، الأمن، عدم الخداع، المصداقية، الثقة، جودة الخدمات) على العلاقات مع العملاء من خلال رفاهية وبهجة العميل. طُبقت الدراسة على عملاء متاجر الملابس باستخدام المنهج الاستنباطي، وجمعت البيانات عبر استبانة من عينة شبكية بلغت 623 مفردة.

أظهرت النتائج قبول جميع فروض الدراسة، وقدمت توصيات تشمل: حماية المعلومات الشخصية للعملاء، الاهتمام بتحقيق رفاهية وبهجة العميل من خلال المصداقية وتلبية احتياجاتهم، وبناء علاقات طويلة الأجل مثمرة تجعل العملاء مدافعين عن المتجر وناشرين للكلمات الإيجابية عنه.



الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

1/3: دراسة (عثمان:2016): عنوان الدراسة: أثر الابتكار التسويقي على تحقيق جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العاملين: دراسة حالة على بنك الخليج.
استهدفت الدراسة إبراز علاقة أبعاد الابتكار التسويقي المتمثلة في ابتكار الخدمة، ابتكار السعر، ابتكار الترويج، التوزيع والأفراد والإجراءات وأثرها على تحقيق جودة الخدمة المصرفية. وبشكل عام فإن البحث الحالي يعد محاولة للتعرف على علاقات الارتباط والأثر بين الابتكار التسويقي (متغير مستقل) وتحسين جودة الخدمة المصرفية (متغير تابع). ولتحقيق ذلك اعتمدت

- اسم الباحث وسنة النشر: تم تحديدهما بوضوح (عثمان، 2016)
- عنوان الدراسة: واضح ومحدد ويعكس متغيرات الدراسة (المستقل والتابع)
- أهداف الدراسة: محددة بشكل جيد، حيث استهدفت إبراز علاقة أبعاد الابتكار التسويقي وأثرها على جودة الخدمة المصرفية
- النتائج: تم عرضها بشكل واضح مع التركيز على الجانب الملموس للخدمة
- التوصيات: قدمت الدراسة توصيات محددة حول تبني إستراتيجية الابتكار التسويقي
- حجم العينة: أوضحت حجم العينة 31

الدراسة الثانية:

2/3: دراسة (شريف:2020): عنوان الدراسة: الابتكار التسويقي وأثره على جودة الخدمات السياحية
استهدفت الدراسة التعرف على الأثر الذي يحدثه الابتكار التسويقي في تحسين جودة الخدمة السياحية بأبعادها، ومساهمة في تطوير قطاع السياحة العلاجية بالجزائر، وكذلك التعرف على واقع وجهود الابتكار التسويقي (الابتكار في المنتج" الخدمة السياحية"، الابتكار في السعر،

- اسم الباحث وسنة النشر: تم تحديدهما بوضوح (شريف، 2020)
- عنوان الدراسة: واضح ويعكس متغيرات الدراسة
- أهداف الدراسة: مفصلة بشكل جيد، شملت التعرف على أثر الابتكار التسويقي في تحسين جودة الخدمة السياحية وتطوير قطاع السياحة العلاجية بالجزائر
- النتائج: تم ذكر النتائج الإحصائية حول العلاقة بين متغيرات الدراسة
- لم تذكر حجم العينة أو طريقة اختيارها





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



شكرًا لطيب المتابعة

