

التكليف الثاني

1. أسئلة البحث

السؤال الرئيسي:

ما أثر جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء ونيتهم لإعادة الشراء؟

الأسئلة الفرعية:

1. ما أثر جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء؟
2. ما أثر جودة التجربة الرقمية على نية إعادة الشراء لدى العملاء؟
3. ما أثر رضا العملاء على نية إعادة الشراء؟

2. أهداف البحث

الهدف الرئيسي:

تحليل أثر جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء ونيتهم لإعادة الشراء.

الأهداف الفرعية:

1. قياس أثر جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء.
2. تحديد أثر جودة التجربة الرقمية على نية إعادة الشراء.
3. توضيح أثر رضا العملاء على نية إعادة الشراء.

3. فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة التجربة الرقمية ورضا العملاء ونيتهم لإعادة الشراء.

الفرضيات الفرعية:

- 1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة التجربة الرقمية ورضا العملاء.
- 2: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة التجربة الرقمية ونية إعادة الشراء.
- 3: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء ونية إعادة الشراء.

4. نموذج البحث

جودة التجربة الرقمية



رضا العملاء



نية إعادة الشراء

كما يوجد تأثير مباشر:

جودة التجربة الرقمية → نية إعادة الشراء

نوع المتغير	المتغير
المتغير المستقل	جودة التجربة الرقمية
المتغير الوسيط	رضا العملاء
المتغير التابع	نية إعادة الشراء

5. مكان التطبيق المقترح للدراسة الميدانية

سيتم تطبيق الدراسة على مستخدمي المنصات والتطبيقات الرقمية والمتاجر الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، وذلك بهدف قياس مستوى جودة التجربة الرقمية وأثرها على رضا العملاء ونيتهم لإعادة الشراء.

6. منهجية البحث المقترحة

تعتمد الدراسة على المنهج الكمي (Quantitative Approach) باستخدام أسلوب المسح الميداني (Survey Method)

العنصر	الوصف
فلسفة البحث	الوضعية (Positivism)
منهج البحث	المنهج الكمي
استراتيجية البحث	المسح الميداني
أداة جمع البيانات	الاستبانة الإلكترونية
مجتمع الدراسة	مستخدمو المنصات والتطبيقات الرقمية والمتاجر الإلكترونية في المملكة العربية السعودية
نوع البيانات	بيانات أولية وثانوية

7. الهيكل المقترح للمشروع

- الفصل الأول: الإطار العام للبحث
- الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري
- الفصل الثالث: منهجية البحث
- الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
- الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة

8. جدول المحتويات

1. الفصل الأول : الاطار العام للبحث

- المقدمة
- مشكلة البحث
- أهمية البحث
- أسئلة البحث
- أهداف البحث
- فرضيات البحث
- نموذج البحث
- نطاق البحث

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري

- مفهوم جودة التجربة الرقمية
- أبعاد جودة التجربة الرقمية
- مفهوم رضا العملاء
- مفهوم نية إعادة الشراء
- العلاقة بين جودة التجربة الرقمية ورضا العملاء
- العلاقة بين جودة التجربة الرقمية ونية إعادة الشراء
- العلاقة بين رضا العملاء ونية إعادة الشراء
- الدراسات السابقة

3. الفصل الثالث: منهجية البحث

- مقدمة
- التعريفات الإجرائية
- تصميم البحث
- مجتمع وعينة الدراسة
- جمع البيانات
- أنواع البيانات
- التحليل الإحصائي

4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

5. الفصل الخامس: النتائج والتوصيات والخاتمة

6. قائمة المراجع

7. الملاحق

المراجع العربية :

1. المطيري، فهد مطر. (2022). أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء في البنوك الإسلامية السعودية. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، 18(29)، 223-244.
2. أحمد، هاني علي. (2018). أثر جودة الخدمة عبر الإنترنت لمواقع التجارة الإلكترونية على رضا العملاء ونيّتهم في الشراء.
3. سرجبوس، أنطوان إسكندر. (2021). تأثير جودة الموقع الإلكتروني على النية نحو الشراء في ظل الدور الوسيط للثقة في الموقع والاتجاه نحوه. مجلة جامعة الإسكندرية للعلوم الإدارية، 58(6)، 155-190.

المراجع الأجنبية :

1. Rose, S., Clark, M., Samouel, P., & Hair, N. (2012). *Online customer experience in e-retailing: An empirical model of antecedents and outcomes*. Journal of Retailing, 88(2), 308–322.
2. Pham, T. S. H., & Ahammad, M. F. (2017). *Antecedents and consequences of online customer satisfaction: A holistic process perspective*. Technological Forecasting and Social Change, 124, 332–342.
3. Ighomereho, S. O., Ojo, A. A., Omoyele, S. O., & Olabode, S. O. (2022). *From service quality to e-service quality: Measurement, dimensions and model*. arXiv.