

عنوان المشروع

جودة التجربة الرقمية

أسم الطالبة

حميدة محمد عبدالرحمن

هوية الطالبة

2224420667

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

تاريخ التقديم

١٤٤٨ / ١ / 9 هـ

جدول المحتويات

2	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
3	1.1. المقدمة:
4	1.2. مشكلة الدراسة
4	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
4	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
5	1.3. أهمية الدراسة
5	1.3.1. على المستوى النظري:
6	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
7	قائمة المراجع

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١.١ المقدمة

تعد **جودة التجربة الرقمية (Digital Experience Quality - DXQ)** اليوم حجر الزاوية في نجاح أي مؤسسة تسعى للبقاء في طليعة المشهد التنافسي المتسارع. لم تعد التجربة الرقمية مجرد واجهة جذابة أو سرعة في التحميل، بل أصبحت **منظومة متكاملة** تعبر عن كيفية تفاعل المستخدم مع العلامة التجارية عبر مختلف نقاط الاتصال الرقمية، بدءاً من المواقع الإلكترونية وتطبيقات الهواتف الذكية، وصولاً إلى بوابات الخدمات الذاتية.

في عصر أصبح فيه "المستخدم الرقمي" أكثر تطلباً ووعياً، لم تعد مقاييس الأداء التقليدية -مثل زمن الاستجابة فقط- كافية؛ بل انتقل التركيز نحو **فهم الرحلة العاطفية والوظيفية للمستخدم**. فجودة التجربة الرقمية تتحدد بمدى سلاسة، وكفاءة، وفائدة هذه التفاعلات، وقدرتها على تحقيق أهداف المستخدم بأقل جهد ممكن، مما يؤدي في النهاية إلى بناء جسور من الثقة والولاء بين العميل والكيان الرقمي.

إن الاستثمار في جودة التجربة الرقمية ليس مجرد خيار تقني، بل هو **استراتيجية أعمال شاملة** تدمج بين علم البيانات، وتصميم تجربة المستخدم (UX)، والتقنيات المتطورة لضمان أن كل نقطة تفاعل يضيف قيمة حقيقية، مما يضمن تحويل الزوار العابرين إلى عملاء دائمين ومناصرين للعلامة التجارية.

وأصبحت التجربة الرقمية عنصراً أساسياً في نجاح المؤسسات والخدمات الإلكترونية. فلم يعد التركيز يقتصر على توفير الخدمات الرقمية فحسب، بل أصبح الاهتمام منصّباً على جودة التجربة التي يعيشها المستخدم أثناء تفاعله مع المواقع الإلكترونية والتطبيقات والمنصات الرقمية. وتشمل جودة التجربة الرقمية مجموعة من العوامل، مثل سهولة الاستخدام، وسرعة الأداء، والأمان، وإمكانية الوصول، والتصميم الجذاب، بما يساهم في تحقيق رضا المستخدم وتعزيز ولائه.

وتكتسب جودة التجربة الرقمية أهمية متزايدة في مختلف القطاعات، مثل التعليم، والصحة، والتجارة الإلكترونية، والخدمات الحكومية، لما لها من دور في تحسين كفاءة الخدمات ورفع مستوى رضا المستفيدين. لذلك تسعى المؤسسات إلى تطوير تجارب رقمية متكاملة تلبي احتياجات المستخدمين وتواكب تطوراتهم، من خلال توظيف التقنيات الحديثة والاعتماد على مبادئ التصميم المتمحور حول المستخدم.

١.٢ مشكلة البحث

يعيش العالم اليوم تحولاً رقمياً متسارعاً جعل من المنصات والتطبيقات الرقمية القناة الأساسية للتفاعل بين المؤسسات وعملائها. في هذا السياق، لم يعد التميز يعتمد فقط على مجرد تقديم الخدمة إلكترونياً، بل أصبح مرهوناً بـ "جودة التجربة الرقمية" التي يمر بها المستخدم. تشمل هذه التجربة كافة الأبعاد الإدراكية، والعاطفية، والسلوكية للمستخدم أثناء تفاعله مع البيئة الرقمية. ورغم الجهود المستمرة لتطوير البنى التحتية التقنية، إلا أن هناك فجوة متزايدة بين تطلعات المستخدمين وما تقدمه الأنظمة الرقمية بالفعل، مما يؤدي إلى تراجع رضا المستخدمين وولائهم، وهدر الاستثمارات التقنية الضخمة. تكمن المشكلة الرئيسية في غياب إطار متكامل يربط بين الأبعاد النظرية للجودة وتطبيقاتها الميدانية الحركية.

١.٢.١ فجوات على المستوى النظر :

تركز الدراسات الأدبية السابقة على مفاهيم جودة الأنظمة وجهات النظر التقليدية، لكنها تواجه قصوراً نظرياً في النقاط التالية:

- أحاديّة القياس مقابل شمولية التجربة: تركز معظم النماذج النظرية الكلاسيكية (مثل نموذج TAM أو McLean & DeLone) على الجوانب الوظيفية والتقنية (كـ "سهولة الاستخدام" أو "سرعة النظام")، وتغفل الأبعاد العاطفية، والنفسية، والجمالية التي تشكل "التجربة الرقمية" الحديثة بمفهومها الشامل.
- ديناميكية التجربة الرقمية: تفتقر الأدبيات الحالية إلى أطر نظرية تفسر كيف تتغير جودة التجربة الرقمية عبر الزمن (طوال رحلة المستخدم الرقمية)، حيث تتعامل معظم النظريات مع التجربة ك لحظة ثابتة أو تقييم نهائي مجزأ.
- ضعف التأصيل المفاهيمي في البيئات الذكية: هناك نقص في الأطر المفاهيمية التي تشرح "جودة التجربة" في عصر الذكاء الاصطناعي والتخصيص الفائق (Hyper-personalization)، حيث لم تعد المعايير القديمة صالحة لتفسير تجربة مستخدم يتفاعل مع خوارزميات ذكية تتوقع احتياجاته.

١.٢.٢ فجوات على المستوى التطبيقي :

على الصعيد العملي والميداني، تواجه المؤسسات والمنظمات تحديات حقيقية في تطبيق وقياس جودة التجربة الرقمية:

- الفجوة بين التصميم والتنفيذ (**The Design-Execution Gap**): تتبنى الكثير من المؤسسات استراتيجيات رقمية طموحة، إلا أن التطبيق الفعلي يصطدم بمشاكل في "واجهات المستخدم" (UI) و"تجربة المستخدم" (UX)، مما يخلق تناقضاً بين ما تستهدفه المؤسسة وما يختبره العميل واقعياً من تعقيد وبطء.

- غياب المقاييس الكمية الموحدة (KPIs): تعتمد المؤسسات غالباً على مؤشرات أداء تقليدية (مثل عدد الزيارات أو وقت البقاء في الموقع)، وهي مؤشرات مضللة لا تعكس بدقة "جودة التجربة" الحقيقية أو الرضا العميق للمستخدم، مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات تطوير خاطئة.

- إهمال سياق المستخدم ومحدودية الوصول: تفشل التطبيقات الرقمية في مراعاة التباين بين المستخدمين (مثل كبار السن، ذوي الاحتياجات الخاصة، أو التفاوت في الثقافة الرقمية)، مما يجعل التجربة الرقمية "مقصورة" على فئة معينة، ويقلل من جودتها التطبيقية الشاملة على مستوى المجتمع أو السوق المستهدف.

"ما أبعاد جودة التجربة الرقمية، وكيف يمكن بناء إطار نظري وتطبيقي متكامل يساهم في ردم الفجوة بين المعايير التصميمية والتجربة الفعلية للمستخدم؟"

١.٣ أهمية البحث

تنبثق أهمية البحث في "جودة التجربة الرقمية" (DXQ) من كونها لم تعد مجرد "رفاهية تقنية" أو ميزة إضافية، بل أصبحت العملة الجديدة للولاء والاستدامة في الاقتصاد الرقمي الحديث (خاصة في القطاعات الحيوية كالقطاع المصرفي المالي).
يهدف البحث إلى "أنسنة التقنية"؛ أي تحويل الأنظمة الرقمية من مجرد أدوات برمجية جامدة إلى تجارب سلسلة، ذكية، ومخصصة تلبي تطلعات المستخدم وتخدم الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.

١.٣.١ على المستوى النظري:

يسعى هذا البحث إلى إثراء الفكر الأكاديمي والمكتبة العلمية من خلال المعطيات التالية:
إثراء المكتبة العربية وتطوير المقاييس: يساهم البحث في محاولة بناء وتطوير "نماذج قياس" (Metrics) وأطر عمل نظرية تتناسب مع البيئة الرقمية العربية، والتي قد تختلف في أبعادها عن النماذج الغربية نتيجة لاختلاف سلوك المستهلك الرقمي المحلي وتطلعاته وثقافته.
التأصيل العلمي للأبعاد المستقبلية: يضع البحث أساساً نظرياً لكيفية تطور معايير "الجودة" لتشمل التخصيص الفائق (Hyper-personalization)، مما يساعد الباحثين مستقبلاً على فهم أثر التقنيات الناشئة مثل الخدمات المصرفية المفتوحة (Open Banking) والذكاء الاصطناعي التوليدي على سلوك المستخدم.

بناء إطار تحليلي تكاملي: تتجلى الأهمية العلمية في توفير إطار مفاهيمي يربط بين المتغيرات التقنية (كفاءة الواجهات، سرعة المعالجة) والمتغيرات السلوكية والعاطفية (رضا العميل، الولاء)، وهو ما يسد نقصاً في الأدبيات التي غالباً ما تفصل بين الجانبين التقني والسلوكي.

١.٣.٢ على المستوى التطبيقي:

تتمثل هذا البحث فوائد مباشرة وعملية لصناع القرار والمؤسسات (كالبنوك) لتعزيز أدائها الميداني من خلال:

- تحقيق التميز والتموضع التنافسي: في الأسواق المشبعة (مثل القطاع المصرفي)، لم تعد المنتجات والأسعار هي الفارق الوحيد. يساعد هذا البحث المؤسسات عملياً على تحويل التجربة الرقمية إلى "نقطة تمايز" أساسية تضمن الحصص السوقية وتجعل العميل يختار مؤسسة دون أخرى.
- بناء الولاء والحد من الهجر الرقمي: نظراً لأن تكلفة استقطاب عميل جديد تفوق بمراحل تكلفة الحفاظ على عميل حالي، فإن البحث يقدم حلاً تطبيقية لتقليل معدلات "الهجر الرقمي" (Digital Churn) وبناء علاقة مستدامة مع المستفيدين.
- تقليل "الاحتكاك الرقمي" وتحسين الكفاءة التشغيلية: يساهم البحث إجرائياً في تحديد نقاط الاختناق في رحلة العميل (مثل إجراءات التحقق المعقدة، وبطء الواجهات)، مما يمنح المؤسسات دليلاً لإعادة هندسة العمليات (Process Re-engineering) لتقليل الهدر التشغيلي والزماني.
- تحويل البيانات الضخمة إلى رؤى استراتيجية: تملك المؤسسات والبنوك كميات ضخمة من البيانات؛ ويأتي هذا البحث ليوفر إطاراً تطبيقياً يساعد في استخراج قيمة حقيقية من هذه البيانات وتحويلها إلى رؤى قائمة على الأدلة تدعم صناع القرار.
- الموازنة التنظيمية بين الأمن وسهولة الاستخدام: يساهم البحث في تقديم حلول مرنة تساعد المنظمات على الموازنة بين متطلبات "الأمن السيبراني" الصارمة وبين "سهولة الاستخدام"، وهو التحدي التطبيقي الأكبر حالياً في القطاع المالي الرقمي.

قائمة المراجع

مراجع اجنبية :

- 1/ Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96.
- 2/ McLean, G., & Wilson, A. (2019). Shopping in the digital world: Examining customer engagement through augmented reality mobile applications. *Computers in Human Behavior*, 101, 210-224.
- 3 / Shin, D. H. (2021). The evaluation of user experience in smart environments. *Computers in Human Behavior*, 114, 106545.

مراجعة عربية :

- ١ / العتيبي، بندر بن محمد (2023). أثر جودة تجربة المستخدم عبر المنصات الرقمية في تعزيز الولاء الرقمي: دراسة ميدانية. *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، 53(2)، 89-122.
- ٢ / المالكي، عادل بن سراج (2022). تحديات قياس جودة الخدمات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية: إطار مقترح لتطوير تجربة العميل الرقمية. *مجلة الإدارة العامة*، 62(3)، 415-448.
- ٣ / الشجاع، رائد أحمد (2022). أثر جودة الخدمات المصرفية الرقمية في تعزيز رضا العملاء: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية. *المجلة المصرفية العربية*، 42(1)، 75-104.