



جامعة ميدأوشن
كلية الإدارة
قسم / تخصص إدارة عامة

عنوان التقرير

أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية

إعداد الطالب/

عائشة علي خرمي

مشروع التخرج - 1

إشراف/

دعبد الرحيم نادر

العام الدراسي :

الفصل الدراسي الأول

2026

جدول المحتويات

2.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
3.4	1.1 المقدمة
5	1.2 مشكلة الدراسة
6	1.2.1 الفجوات على المستوى النظري
7.8	1.2.2 الفجوات على المستوى التطبيقي
9.10.....	1.3 أهمية الدراسة
11	1.3.1 على المستوى النظري
12	1.3.2 على المستوى التطبيقي
13	1.4 أسئلة الدراسة
13	1.5 أهداف الدراسة
14	1.6 فرضيات الدراسة
14	1.7 نموذج الدراسة
15	1.8 منهجية الدراسة
15	1.9 الدراسة الميدانية
16	1.10 ملخص الفصل الأول
19	الفصل الثاني: الدراسات السابقة
20	2.1 المقدمة
22.21	2.2 المتغير المستقل
24.23	2.3 المتغير التابع
25	2.4 العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
27.28	2.5 الخاتمة
29.30	قائمة المراجع

1. الفصل الأول : الإطار العام للدراسة

المقدمة :

يشهد قطاع الاتصالات في المملكة العربية السعودية تطوراً متسارعاً نتيجة التقدم المستمر في تقنيات المعلومات والاتصالات ، الأمر الذي أسهم في تغيير أساليب تقديم الخدمات والتواصل مع العملاء. ومع ازدياد الاعتماد على التكنولوجيا في مختلف جوانب الحياة اليومية أصبح التحول الرقمي أحد أهم التوجهات التي تعتمد عليها شركات الاتصالات لتطوير خدماتها وتحسين مستوى أدائها بما يتوافق مع احتياجات العملاء وتوقعاتهم المتنامية.

ويُعد التحول الرقمي عملية تهدف إلى توظيف التقنيات الرقمية الحديثة في تقديم الخدمات وإدارة العمليات المختلفة بصورة أكثر كفاءة وفاعلية. وقد ساهم هذا التحول في إتاحة العديد من الخدمات الإلكترونية التي تمكن العملاء من إنجاز معاملاتهم بسهولة وسرعة من خلال التطبيقات الذكية والمنصات الرقمية ، دون الحاجة إلى زيارة الفروع التقليدية. كما أتاح لشركات الاتصالات فرصاً أكبر لفهم احتياجات العملاء وتقديم خدمات تتناسب مع متطلباتهم بشكل أكثر دقة.

وتُعتبر جودة الخدمات من العوامل الأساسية التي تسعى شركات الاتصالات إلى تحقيقها نظراً لدورها الكبير في تعزيز رضا العملاء والمحافظة عليهم. فكلما ارتفع مستوى جودة الخدمة من حيث السرعة والدقة وسهولة الاستخدام والاستجابة لاحتياجات العملاء ، زادت قدرة الشركة على تحقيق التميز في بيئة تتسم بالمنافسة المستمرة. ولذلك أصبحت الشركات تولي اهتماماً متزايداً بتطوير خدماتها الرقمية باعتبارها وسيلة فعالة لتحسين تجربة العملاء والارتقاء بمستوى الخدمة المقدمة لهم.

وقد شهدت شركات الاتصالات السعودية خلال السنوات الأخيرة توسعاً ملحوظاً في تطبيقات التحول الرقمي من خلال تطوير التطبيقات الإلكترونية والخدمات الذاتية والقنوات الرقمية المختلفة ، بهدف تسهيل حصول العملاء على الخدمات وتحسين كفاءة العمليات التشغيلية. كما ساعد هذا التوجه على تقديم خدمات أكثر مرونة وسرعة ، الأمر الذي انعكس على تجربة العملاء وجودة الخدمات المقدمة لهم.

وفي ظل التوجه الوطني نحو التحول الرقمي ضمن مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030 ، ازدادت أهمية دراسة أثر التحول الرقمي في القطاعات الخدمية المختلفة ، ومن بينها قطاع الاتصالات الذي يُعد من أكثر القطاعات ارتباطاً بالتقنية والعملاء. ومن هنا تأتي هذه الدراسة للتعرف على أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية ، وبيان مدى مساهمة التقنيات الرقمية في تطوير الخدمات وتعزيز رضا العملاء ، بما يدعم جهود التطوير المستمر وتحقيق التميز في قطاع الاتصالات.

مشكلة الدراسة

أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المقدمة للعملاء

يشهد قطاع الاتصالات في المملكة العربية السعودية توسعاً مستمراً في تطبيقات التحول الرقمي، حيث تسعى شركات الاتصالات إلى تطوير خدماتها من خلال الاعتماد على التقنيات الرقمية والتطبيقات الذكية والقنوات الإلكترونية المختلفة. وقد أسهم هذا التوجه في إحداث تغيرات ملحوظة في أساليب تقديم الخدمات والتواصل مع العملاء، بهدف تحسين جودة الخدمات ورفع مستوى رضا العملاء.

وعلى الرغم من الجهود التي تبذلها شركات الاتصالات في مجال التحول الرقمي، إلا أن مستوى تأثير هذه الجهود على جودة الخدمات المقدمة للعملاء ما يزال بحاجة إلى مزيد من الدراسة والبحث. كما أن زيادة توقعات العملاء وارتفاع مستوى المنافسة بين شركات الاتصالات يفرضان ضرورة التعرف على مدى مساهمة التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات وتطوير تجربة العملاء.

ومن هنا تبرز الحاجة إلى دراسة العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية، والتعرف على مدى تأثير تطبيقات التحول الرقمي في تحسين مستوى الخدمة المقدمة. وتسعى هذه الدراسة إلى معالجة هذه المشكلة من خلال بحث أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية. وبناءً على ذلك تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي:

ما أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية؟

الفجوة على المستوى النظري

تتمثل الفجوة النظرية في أن الأدبيات العلمية والدراسات السابقة التي تناولت موضوع التحول الرقمي وجودة الخدمات لم تقدم حتى الآن معالجة متكاملة وواضحة للعلاقة المباشرة بين هذين المتغيرين ، حيث إن غالبية الدراسات ركزت على كل مفهوم على حدة دون بناء إطار نظري شامل يوضح بشكل دقيق كيفية تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمات المقدمة للعملاء.

فمن جهة ، نجد أن العديد من الدراسات ركزت على التحول الرقمي من منظور تقني يركز على الأدوات والتقنيات المستخدمة مثل التطبيقات الذكية ، القنوات الإلكترونية ، الأتمتة وأنظمة الخدمة الذاتية ، دون التوسع في تحليل أثر هذه التقنيات على تحسين جودة الخدمة من منظور العميل. ومن جهة أخرى ، تناولت دراسات جودة الخدمة أبعادها المختلفة مثل الاعتمادية ، سرعة الاستجابة ، سهولة الاستخدام ، والتفاعل مع العملاء لكنها لم تربط هذه الأبعاد بشكل مباشر بتطبيقات التحول الرقمي الحديثة.

كما أن هناك قصوراً في دمج هذه المفاهيم داخل نموذج نظري واحد يمكن الاعتماد عليه في تفسير العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات في قطاع الاتصالات تحديداً ، مما أدى إلى وجود تجزئة في المعرفة العلمية المتعلقة بالموضوع. بالإضافة إلى ذلك ، فإن معظم النماذج النظرية الحالية لم تواكب بشكل كافٍ التطورات المتسارعة في بيئة الاتصالات الرقمية ، خاصة مع ظهور تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي ، وتحليل البيانات الضخمة والخدمات التفاعلية الفورية ، والتي أصبحت تلعب دوراً رئيسياً في تحسين تجربة العميل.

وبالتالي ، فإن هذه الفجوة النظرية تعكس الحاجة إلى مزيد من الدراسات التي تقدم تفسيراً أكثر شمولية وعمقاً للعلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات في ضوء التطورات الحديثة في قطاع الاتصالات.

الفجوة على المستوى العملي

أما على المستوى العملي فتتمثل الفجوة في أن تطبيقات التحول الرقمي داخل شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية ، رغم انتشارها وتطورها المستمر ، لا يزال أثرها الفعلي على جودة الخدمات المقدمة للعملاء غير واضح بشكل كافٍ ، ويحتاج إلى مزيد من الدراسة والتقييم العلمي.

فعلى الرغم من اعتماد شركات الاتصالات على العديد من القنوات الرقمية الحديثة مثل التطبيقات الذكية ، والمواقع الإلكترونية وخدمات الدعم الفني الرقمي ، إلا أن مستوى الاستفادة الفعلية من هذه التطبيقات يختلف من شركة إلى أخرى ، كما يختلف أيضاً داخل الشركة الواحدة بين القنوات التقليدية والقنوات الرقمية ، مما يؤدي إلى تفاوت في تجربة العملاء وجودة الخدمة المقدمة لهم.

كما تشير الممارسات العملية إلى وجود عدد من التحديات التي قد تؤثر على فاعلية التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات ، ومن أبرزها ضعف تكامل بعض الأنظمة الرقمية وعدم اتساق تجربة العميل عبر القنوات المختلفة ، إضافة إلى تفاوت مستوى جاهزية البنية التحتية الرقمية بين الشركات ، واختلاف مستوى الكفاءات البشرية القادرة على تشغيل هذه الأنظمة بكفاءة عالية.

ومن ناحية أخرى ، فإن ارتفاع توقعات العملاء في قطاع الاتصالات بشكل مستمر نتيجة التطور السريع في الخدمات الرقمية وزيادة مستوى المنافسة بين الشركات ، يجعل من الصعب الحكم على مدى كفاية التحول الرقمي وحده في تحسين جودة الخدمة دون وجود دراسات تحليلية دقيقة تقيس هذا الأثر بشكل علمي.

كما أن بعض الشركات قد تركز بشكل أكبر على تطبيق التقنيات الرقمية دون تحقيق التكامل الكامل بين هذه التقنيات وتجربة العميل الفعلية ، مما يؤدي إلى وجود فجوة بين مستوى الاستثمار في التحول الرقمي وبين النتائج الفعلية المتحققة على أرض الواقع من حيث رضا العملاء وجودة الخدمة.

وبناءً على ذلك ، فإن هذه الفجوة العملية تؤكد الحاجة إلى دراسة علمية دقيقة لقياس أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية وتحليل مدى فاعلية هذا التحول في تحسين تجربة العميل بشكل شامل ومتكامل.

أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تتناول موضوعاً بالغ الأهمية يتمثل في أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية ، وهو أحد القطاعات الحيوية التي تشهد تطوراً متسارعاً واعتماداً كبيراً على التقنيات الرقمية الحديثة في تقديم الخدمات وإدارة العلاقة مع العملاء. ويُعد التحول الرقمي اليوم من أبرز الاتجاهات الاستراتيجية التي تسعى المؤسسات من خلالها إلى تحسين الأداء ورفع الكفاءة التشغيلية وتعزيز تجربة العميل ، الأمر الذي يجعل دراسة أثره على جودة الخدمات أمراً ضرورياً وذو قيمة علمية وتطبيقية، خاصة في ظل التحول الكبير نحو الاعتماد على الحلول الرقمية في مختلف العمليات التشغيلية والخدمية.

وتبرز أهمية هذه الدراسة أيضاً في كونها تسلط الضوء على قطاع الاتصالات بوصفه أحد أكثر القطاعات تأثراً بالتطور التقني والتحول الرقمي ، حيث أصبحت الخدمات المقدمة تعتمد بشكل كبير على التطبيقات الذكية ، والمنصات الإلكترونية ، والخدمات الذاتية التي تتيح للعميل تنفيذ العديد من العمليات دون الحاجة إلى التواصل المباشر مع مقدمي الخدمة. وهذا التحول الجذري في طريقة تقديم الخدمات يجعل من الضروري دراسة مدى تأثير هذه التقنيات على جودة الخدمة المقدمة فعلياً ، وليس فقط على مستوى التوسع التقني أو التطوير الرقمي.

كما تكتسب هذه الدراسة أهميتها من التغيرات المستمرة في بيئة الأعمال الرقمية ، حيث لم يعد التحول الرقمي خياراً إضافياً للمؤسسات ، بل أصبح عنصراً أساسياً في استمراريته وقدرتها على المنافسة. ومع هذا التغير السريع، أصبح من المهم قياس الأثر الحقيقي للتحول الرقمي على جودة الخدمات المقدمة للعملاء ، خاصة في ظل التوسع في استخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي ، وتحليل البيانات ، وأنظمة الدعم الذكي ، والتي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من تجربة العميل في قطاع الاتصالات.

وتبرز أهمية هذه الدراسة كذلك في كونها تأتي في وقت يشهد فيه قطاع الاتصالات منافسة قوية بين الشركات ، إلى جانب ارتفاع توقعات العملاء بشكل مستمر نتيجة التطور الكبير في الخدمات الرقمية وسهولة الوصول إليها عبر التطبيقات الذكية والمنصات الإلكترونية. هذا التطور فرض على الشركات ضرورة تحسين جودة خدماتها بشكل مستمر ، ليس فقط من خلال تقديم الخدمة ، بل من خلال تحسين تجربة العميل بشكل شامل ومتكامل عبر جميع القنوات.

سواء الرقمية أو التقليدية ، بما يضمن تحقيق رضا العملاء وتعزيز ولائهم. إضافة إلى ذلك فإن هذا التوجه نحو الرقمنة الكاملة للخدمات يتطلب فهماً أعمق لكيفية انعكاس التحول الرقمي على جودة الخدمة من منظور العميل نفسه ، وليس فقط من منظور إداري أو تقني مما يزيد من أهمية هذه الدراسة في تقديم رؤية تحليلية تساعد في تفسير العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات في بيئة واقعية تتمثل في شركات الاتصالات السعودية.

أولاً: الفجوة على المستوى النظري

تتمثل الفجوة النظرية في أن الأدبيات العلمية المتعلقة بالتحول الرقمي وجودة الخدمات رغم تعددها وتنوعها ، لا تزال تعاني من نقص في تقديم إطار نظري متكامل يوضح بشكل دقيق طبيعة العلاقة بين التحول الرقمي كمتغير مستقل وجودة الخدمات المقدمة للعملاء كمتغير تابع ، خاصة في قطاع الاتصالات.

فعلى الرغم من أن الدراسات السابقة تناولت التحول الرقمي من حيث مفهومه وأبعاده التقنية مثل الأنظمة الرقمية، والتطبيقات الذكية ، والخدمات الإلكترونية ، إلا أن معظم هذه الدراسات ركزت على الجوانب التقنية بشكل منفصل دون التوسع في تحليل أثر هذه التطبيقات على جودة الخدمة من منظور شامل يركز على تجربة العميل.

وفي المقابل ، تناولت دراسات أخرى جودة الخدمات من حيث أبعادها المختلفة مثل سرعة الاستجابة ، الاعتمادية ، سهولة الاستخدام ، ودقة تقديم الخدمة ، إلا أنها غالباً لم تربط هذه الأبعاد بشكل مباشر بآليات التحول الرقمي الحديثة في قطاع الاتصالات ، مما أدى إلى وجود فجوة في التكامل بين المفهومين داخل إطار تحليلي واحد.

كما أن التطور السريع في التقنيات الرقمية ، مثل الذكاء الاصطناعي ، وتحليل البيانات الضخمة ، والخدمات الذاتية الرقمية ، لم يواكبه تطور مماثل في الأطر النظرية التي تفسر أثر هذه التقنيات على جودة الخدمات، مما أدى إلى وجود فجوة معرفية تتعلق بمدى قدرة النماذج الحالية على تفسير الواقع الرقمي المتغير في قطاع الاتصالات.

ثانياً: الفجوة على المستوى العملي

أما على المستوى العملي ، فتتمثل الفجوة في أن التوسع الكبير في تطبيقات التحول الرقمي داخل شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية لا يعني بالضرورة تحقيق أثر واضح ومباشر على جودة الخدمات المقدمة للعملاء بالشكل المتوقع.

فعلى الرغم من اعتماد الشركات بشكل كبير على القنوات الرقمية مثل التطبيقات الذكية والمواقع الإلكترونية ، وخدمات الدعم الفني الرقمي ، إلا أن مستوى جودة الخدمة لا يزال يختلف من شركة إلى أخرى ، وكذلك من قناة خدمية إلى أخرى داخل نفس الشركة ، مما يعكس وجود تفاوت في مستوى الاستفادة الفعلية من التحول الرقمي.

كما أن التحول الرقمي ، رغم أهميته في تحسين تجربة العميل ، قد لا ينعكس دائماً بشكل متكامل على جميع أبعاد جودة الخدمة ، حيث قد يلاحظ العملاء تفاوتاً في سرعة الاستجابة أو سهولة استخدام الخدمات الرقمية ، أو مستوى الاعتمادية في بعض الأحيان ، وهو ما يشير إلى وجود فجوة بين التطبيق الفعلي للتقنيات الرقمية وبين انعكاسها الحقيقي على جودة الخدمة.

إضافة إلى ذلك ، فإن ارتفاع توقعات العملاء في قطاع الاتصالات نتيجة التطور التقني المستمر وزيادة المنافسة بين الشركات ، يجعل من الضروري تقييم مدى فاعلية التحول الرقمي في تلبية هذه التوقعات وتحقيق رضا العملاء بشكل مستمر. ومع ذلك ، لا تزال هناك حاجة إلى دراسات علمية أكثر دقة لقياس هذا الأثر بشكل شامل ، وهو ما يعكس وجود فجوة بين الأهمية الكبيرة للتحول الرقمي في الخطاب المؤسسي وبين نتائجه الفعلية على أرض الواقع.

1.4 أسئلة الدراسة.

السؤال الرئيس:

ما أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية؟

الأسئلة الفرعية:

- 1_ ما مستوى تطبيق التحول الرقمي في شركات الاتصالات السعودية؟
- 2_ ما مستوى جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية؟
- 3_ ما أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية؟
- 4_ هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية؟

1.5 أهداف الدراسة.

الهدف الرئيس:

التعرف على أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية.

الأهداف الفرعية:

- التعرف على مستوى تطبيق التحول الرقمي في شركات الاتصالات السعودية.
- التعرف على مستوى جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية.
- تحليل أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء.
- الكشف عن العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية.
- تقديم توصيات تسهم في تعزيز التحول الرقمي بما ينعكس إيجاباً على جودة الخدمات المقدمة للعملاء.

1.6 فرضية الدراسة.

الفرضية الرئيسة:

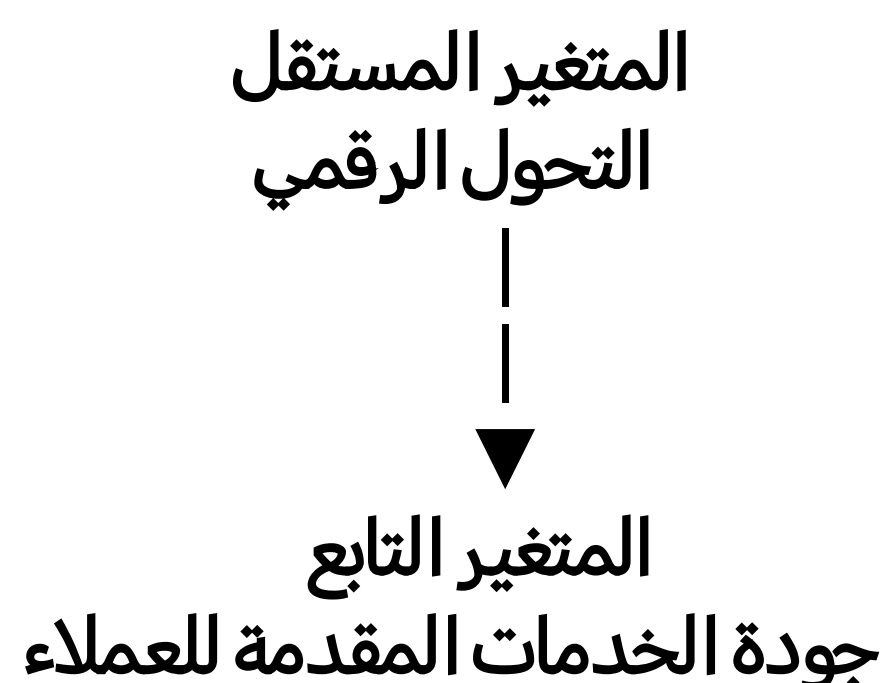
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي وتحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية.

الفرضيات الفرعية:

- 1_ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي وسرعة تقديم الخدمات في شركات الاتصالات السعودية.
- 2_ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي وسهولة الحصول على الخدمات المقدمة للعملاء.
- 3_ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي ورضا العملاء عن الخدمات المقدمة.
- 4_ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي وكفاءة الخدمات المقدمة للعملاء.

1.7 نموذج الدراسة.

يعتمد نموذج الدراسة على بيان أثر المتغير المستقل (التحول الرقمي) (في المتغير التابع) جودة الخدمات المقدمة للعملاء، كما هو موضح في الشكل الآتي:



1.8 منهجية الدراسة.

شكل 1-1: نموذج الدراسة المقترح.

إذا كان المشرف يفضل أن يكون النموذج أكثر تفصيلاً، فيمكن تقسيم المتغير المستقل إلى أبعاده (مثل: البنية التحتية الرقمية، الخدمات الإلكترونية، الكفاءات الرقمية...) والمتغير التابع إلى أبعاد جودة الخدمة. أما إذا لم يطلب ذلك، فالنموذج السابق مناسب ومتوافق مع موضوع البحث.

1.9 الدراسة الميدانية

الدراسة الميدانية

سيتم تطبيق هذه الدراسة ميدانياً على عملاء شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، وذلك لكونهم الفئة المستفيدة من الخدمات الرقمية التي تقدمها هذه الشركات، والأقدر على تقييم مستوى جودة الخدمات المقدمة لهم في ظل التحول الرقمي.

وسيضم مجتمع الدراسة عملاء شركات الاتصالات السعودية، مثل شركة الاتصالات السعودية (STC)، وشركة موبايلي، وشركة زين السعودية، باعتبارها من أكبر شركات الاتصالات في المملكة وأكثرها اعتماداً على التقنيات الرقمية في تقديم الخدمات.

وسيتم اختيار عينة مناسبة من العملاء للإجابة عن أداة الدراسة (الاستبانة)، بهدف جمع البيانات اللازمة وتحليلها للوصول إلى نتائج تحقق أهداف الدراسة وتجييب عن أسئلتها.

المخطط المقترح للمشروع

يتكون المشروع من ثلاثة فصول رئيسة، وذلك على النحو الآتي:

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
_ المقدمة.

_ مشكلة الدراسة.

_ الفجوات البحثية النظرية والتطبيقية.

_ أهمية الدراسة.

_ أسئلة الدراسة.

_ أهداف الدراسة.

_ فرضيات الدراسة.

_ نموذج الدراسة.

_ منهجية الدراسة.

_ الدراسة الميدانية.

_ المخطط المقترح للمشروع.

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة
مقدمة.

_ مفهوم التحول الرقمي.

_ أهمية التحول الرقمي وأبعاده.

_ مفهوم جودة الخدمات.

_ أبعاد جودة الخدمات.

_ العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات.

_ الدراسات السابقة.

_ التعقيب على الدراسات السابقة.

- الفصل الثالث: الدراسة الميدانية وتحليل النتائج
- _ منهج الدراسة.
 - _ مجتمع الدراسة وعينتها.
 - _ أداة الدراسة.
 - _ صدق وثبات أداة الدراسة.
 - _ إجراءات جمع البيانات.
 - _ الأساليب الإحصائية المستخدمة.
 - _ تحليل البيانات واختبار الفرضيات.
 - _ النتائج.
 - _ التوصيات.
 - _ المقترحات.
 - _ قائمة المراجع.
 - _ الملاحق.

أولاً: المراجع بالعربية

الدرادكة، مأمون. (2018). جودة الخدمات: المفاهيم، القياس، والتطبيقات. دار صفاء للنشر والتوزيع.

السلمي، علي. (2019). إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التحول الرقمي. دار الفكر.

الطائي، يوسف، وقادة، عيسى. (2018). إدارة جودة الخدمة ورضا العملاء. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

عبد الحميد، طلعت أسعد. (2017). إدارة الخدمات. مكتبة الشقري.

محمد، أحمد إبراهيم. (2021). التحول الرقمي وأثره في تطوير الأداء المؤسسي. دار التعليم الجامعي.

ثانياً: المراجع بالانجليزي

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing Management (16th ed.). Pearson.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). Management Information Systems: Managing the Digital Firm (17th ed.). Pearson.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." Journal of Retailing, 64(1), 12 – 40.

Vial, G. (2019). "Understanding Digital Transformation: A Review and a Research Agenda." The Journal of Strategic Information Systems, 28(2), 118 – 144.

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. Harvard Business Review Press.

2. الفصل الثاني : الدراسات السابقة

2.1 المقدمة :

يشهد قطاع الاتصالات في المملكة العربية السعودية تطوراً متسارعاً نتيجة التقدم المستمر في تقنيات المعلومات والاتصالات، مما أدى إلى زيادة الاعتماد على الحلول الرقمية في تقديم الخدمات وإدارة العمليات والتواصل مع العملاء. وقد أصبح التحول الرقمي من الاتجاهات الأساسية التي تعتمد عليها شركات الاتصالات في تطوير أساليب تقديم الخدمات، وتحسين كفاءة العمليات، والاستجابة بصورة أفضل للاحتياجات المتغيرة للعملاء.

ويُعد التحول الرقمي من الموضوعات الحديثة التي حظيت باهتمام متزايد في الدراسات الإدارية والتقنية، نظراً لدوره في إحداث تغييرات جوهرية في طريقة تقديم الخدمات وإدارة العلاقة مع العملاء. وقد ساهم انتشار التطبيقات الذكية والمنصات الإلكترونية والخدمات الذاتية والقنوات الرقمية في توفير وسائل أكثر سهولة وسرعة للحصول على الخدمات، كما أتاح للشركات إمكانية تطوير عملياتها وتحسين قدرتها على الاستجابة لمتطلبات العملاء.

وفي المقابل، تمثل جودة الخدمات أحد أهم العوامل التي تؤثر في تجربة العملاء ومستوى رضاهم، خاصة في قطاع الاتصالات الذي يتسم بارتفاع مستوى المنافسة وتعدد الخيارات المتاحة أمام العملاء. ولا تقتصر جودة الخدمة على تقديم الخدمة نفسها، وإنما تشمل مجموعة من الجوانب المرتبطة بسرعة الاستجابة، والاعتمادية، والدقة، وسهولة الحصول على الخدمة، وقدرة الشركة على تلبية توقعات العملاء.

ومن هنا تبرز أهمية دراسة العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات، باعتبار أن استخدام التقنيات الرقمية لا يهدف فقط إلى تطوير الجوانب التقنية داخل الشركات، وإنما يمتد أثره إلى تحسين تجربة العميل ورفع مستوى جودة الخدمات المقدمة له. ولذلك يتناول هذا الفصل المتغير المستقل المتمثل في التحول الرقمي، والمتغير التابع المتمثل في جودة الخدمات المقدمة للعملاء، إضافة إلى توضيح العلاقة بين المتغيرين واستعراض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية.

ويهدف هذا الفصل إلى تكوين أساس نظري للدراسة الحالية، والاستفادة من الدراسات السابقة في فهم طبيعة التحول الرقمي وأبعاده، والتعرف على مفهوم جودة الخدمات وأهم أبعادها، إلى جانب تحديد أوجه العلاقة بين المتغيرين، بما يساعد في دعم موضوع الدراسة المتمثل في أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية.

2.2 المتغير المستقل

المتغير المستقل: التحول الرقمي
يُعد التحول الرقمي من الاتجاهات الإدارية والتقنية الحديثة التي أصبحت ذات أهمية كبيرة في تطوير أداء المؤسسات وتحسين طريقة تقديم الخدمات للعملاء. ويشير التحول الرقمي إلى عملية توظيف التقنيات الرقمية الحديثة في مختلف العمليات والأنشطة داخل المؤسسة، بما يؤدي إلى تطوير أساليب العمل التقليدية وتحسين الكفاءة والفاعلية في تقديم الخدمات.

ولا يقتصر التحول الرقمي على استخدام الأجهزة والبرامج والتطبيقات الحديثة، بل يشمل تغييراً أوسع في طريقة إدارة العمليات وتقديم الخدمات والتفاعل مع العملاء. ويتطلب ذلك تكامل التقنيات الرقمية مع الإجراءات والموارد البشرية والأنظمة الداخلية، بما يساعد المؤسسة على الاستفادة من البيانات والمعلومات بصورة أفضل واتخاذ قرارات أكثر ملاءمة لاحتياجات العملاء.

وفي قطاع الاتصالات، يمثل التحول الرقمي عنصراً أساسياً في تطوير الخدمات، نظراً لطبيعة هذا القطاع واعتماده الكبير على التقنيات الحديثة. فقد أصبحت شركات الاتصالات توفر العديد من الخدمات من خلال التطبيقات الذكية والمواقع الإلكترونية والقنوات الرقمية وخدمات الخدمة الذاتية، مما يتيح للعملاء تنفيذ العديد من الإجراءات والحصول على الخدمات دون الحاجة إلى زيارة الفروع.

كما يساعد التحول الرقمي شركات الاتصالات على تحسين قدرتها على الاستجابة لاحتياجات العملاء، من خلال توفير خدمات أكثر سرعة ومرونة، وتسهيل الوصول إلى المعلومات، وتطوير قنوات التواصل والدعم الفني. ويسهم كذلك في تحسين كفاءة العمليات وتقليل الاعتماد على الإجراءات التقليدية، الأمر الذي يمكن أن ينعكس على مستوى جودة الخدمات المقدمة للعملاء.

ومن الجوانب المهمة للتحول الرقمي أيضاً الاستفادة من البيانات المتاحة عن العملاء في فهم احتياجاتهم وتوقعاتهم، وتطوير الخدمات بما يتناسب معها. كما يمكن للتقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات والخدمات الرقمية التفاعلية أن تدعم قدرة شركات الاتصالات على تقديم خدمات أكثر ملاءمة وتحسين تجربة العميل.

وبناءً على ذلك، تتعامل الدراسة الحالية مع التحول الرقمي بوصفه المتغير المستقل الذي يُفترض أن يكون له أثر في المتغير التابع المتمثل في جودة الخدمات المقدمة للعملاء. ويأتي التركيز على هذا المتغير بهدف التعرف على مدى مساهمة تطبيق التقنيات والحلول الرقمية في تحسين مستوى الخدمات التي تقدمها شركات الاتصالات السعودية للعملاء.

2.3 المتغير التابع

تُعد جودة الخدمات من المفاهيم الأساسية في مجال إدارة الخدمات، لما لها من أهمية في تحديد مستوى رضا العملاء ومدى قدرتهم على الحصول على الخدمة بالشكل الذي يتوافق مع احتياجاتهم وتوقعاتهم. ولا تقتصر جودة الخدمة على تقديم الخدمة بصورة صحيحة فقط، بل تشمل مجموعة من الجوانب التي ترتبط بتجربة العميل أثناء الحصول على الخدمة والتفاعل مع الجهة المقدمة لها.

وفي قطاع الاتصالات، تزداد أهمية جودة الخدمات بسبب الاعتماد المستمر على خدمات الاتصالات والإنترنت والخدمات الرقمية في الحياة اليومية. ولذلك تسعى شركات الاتصالات إلى تحسين مستوى الخدمات المقدمة للعملاء من خلال تطوير أنظمتها وقنواتها الخدمية، والعمل على توفير خدمات تتسم بالسرعة والدقة وسهولة الاستخدام والاستجابة لاحتياجات العملاء.

وتتأثر جودة الخدمات المقدمة للعملاء بعدد من العوامل، من أبرزها سرعة تقديم الخدمة، وسهولة الحصول عليها، ودقة تنفيذ الطلبات، والاعتمادية، والاستجابة لاستفسارات وشكاوى العملاء. كما أصبحت سهولة استخدام التطبيقات والمنصات الرقمية والوصول إلى الخدمات من العوامل المهمة في تقييم العميل لجودة الخدمة، خاصة مع زيادة الاعتماد على القنوات الرقمية.

وتسهم جودة الخدمات المرتفعة في تعزيز رضا العملاء وتحسين تجربتهم، كما يمكن أن تساعد شركات الاتصالات في المحافظة على عملائها وتعزيز قدرتها على المنافسة. وفي المقابل، قد يؤدي انخفاض مستوى جودة الخدمة إلى عدم رضا العملاء وزيادة الشكاوى وتراجع مستوى الثقة في الخدمات المقدمة.

وفي ضوء التحول المتزايد نحو تقديم الخدمات من خلال القنوات الرقمية، أصبح من المهم النظر إلى جودة الخدمة من منظور العميل، وليس فقط من خلال كفاءة الأنظمة والتقنيات المستخدمة داخل الشركة. فنجاح التحول الرقمي لا يقاس بمجرد توفير التطبيقات والمنصات الإلكترونية، وإنما بمدى قدرتها على تقديم خدمات ذات جودة وتحسين تجربة العملاء.

وبناءً على ذلك، تمثل جودة الخدمات المقدمة للعملاء المتغير التابع في الدراسة الحالية، حيث تسعى الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير مستوى جودة الخدمات بتطبيق التحول الرقمي في شركات الاتصالات السعودية، ومدى انعكاس استخدام التقنيات والقنوات الرقمية على سرعة الخدمة وسهولة الحصول عليها وكفاءتها ورضا العملاء عنها. ويتوافق ذلك مع نموذج الدراسة المحدد في الملف، الذي يجعل التحول الرقمي متغيراً مستقلاً وجودة الخدمات المقدمة للعملاء متغيراً تابعاً.

2.4 العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تتمثل العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات في أن توظيف التقنيات الرقمية داخل شركات الاتصالات يمكن أن يسهم في تطوير أساليب تقديم الخدمات وتحسين تجربة العملاء. فكلما تمكنت الشركة من استخدام التقنيات الرقمية بصورة أكثر فاعلية، زادت قدرتها على توفير الخدمات من خلال قنوات سهلة وسريعة، وتحسين التواصل مع العملاء والاستجابة لاحتياجاتهم.

ويساعد التحول الرقمي شركات الاتصالات على تقديم العديد من الخدمات من خلال التطبيقات الذكية والمواقع الإلكترونية والقنوات الرقمية، مما يتيح للعملاء الوصول إلى الخدمات وتنفيذ الإجراءات المختلفة بمرونة أكبر. كما يمكن أن يسهم الاعتماد على الأنظمة الرقمية في تقليل الوقت اللازم لإنجاز بعض الخدمات وتحسين دقة الإجراءات، وهو ما قد ينعكس إيجاباً على تقييم العملاء لجودة الخدمات المقدمة لهم.

كما أن التحول الرقمي يتيح للشركات الاستفادة من البيانات والمعلومات المتعلقة بالعملاء، مما يساعدها على فهم احتياجاتهم وتطوير الخدمات بما يتناسب مع توقعاتهم. وتزداد أهمية ذلك في قطاع الاتصالات نتيجة التغير المستمر في احتياجات العملاء وارتفاع توقعاتهم تجاه سرعة الخدمات وسهولة استخدامها وجودة الدعم المقدم لهم.

ومن ناحية أخرى، فإن وجود التقنيات الرقمية وحده لا يضمن بالضرورة ارتفاع جودة الخدمات، إذ يعتمد أثر التحول الرقمي على مدى كفاءة تطبيق هذه التقنيات وتكاملها مع العمليات والخدمات المقدمة للعملاء. ولذلك فإن نجاح التحول الرقمي يرتبط بقدرة شركات الاتصالات على توظيفه بطريقة تحقق قيمة فعلية للعميل، وليس فقط زيادة عدد القنوات أو التطبيقات الرقمية المتاحة.

وبناءً على ذلك، تفترض الدراسة الحالية وجود علاقة بين التحول الرقمي بوصفه المتغير المستقل وجودة الخدمات المقدمة للعملاء بوصفها المتغير التابع، وتسعى إلى التعرف على مدى تأثير تطبيق التحول الرقمي في تحسين مستوى الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية. ويتوافق ذلك مع نموذج الدراسة الذي تم تحديده في الفصل الأول.

2.5 الدراسات السابقة

تناولت عدد من الدراسات موضوع التحول الرقمي وعلاقته بجودة الخدمات، سواء في قطاع الاتصالات أو في قطاعات خدمية أخرى، وتساعد هذه الدراسات في توضيح طبيعة العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات، والاستفادة من نتائجها في بناء الدراسة الحالية.

الدراسة الأولى: الزهراني (2025)

تناولت دراسة الزهراني أثر التحول الرقمي في تحسين جودة خدمة الموظفين في قطاع الاتصالات السعودية بمدينة جدة. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات من خلال استبانة طبقت على عينة بلغت 190 موظفًا في قطاع الاتصالات. وأظهرت النتائج وجود مستوى مرتفع جدًا من التحول الرقمي وجودة خدمة الموظفين، كما كشفت عن وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية للتحول الرقمي في تحسين جودة الخدمة. وأوصت الدراسة بتطوير برامج تدريبية تساعد الموظفين على استخدام التقنيات الرقمية بكفاءة، بما يساهم في تحسين سرعة الاستجابة والاعتمادية في تقديم الخدمات.

وتتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناول التحول الرقمي وجودة الخدمات داخل قطاع الاتصالات السعودي، إلا أن الدراسة الحالية تركز على جودة الخدمات من منظور العملاء، بينما ركزت دراسة الزهراني على جودة خدمة الموظفين، مما يعطي الدراسة الحالية مجالاً مختلفاً لدراسة أثر التحول الرقمي على تجربة العميل وجودة الخدمات المقدمة له.

الدراسة الثانية: Adyani et al. (2025)

بحثت هذه الدراسة أثر التحول الرقمي للخدمات وجودة الخدمات الهندسية المقدمة من خلال تطبيق رقمي على رضا العملاء في شركة الكهرباء الإندونيسية. وركزت الدراسة على دور القنوات الرقمية في تقديم الخدمات ومدى ارتباط جودة الخدمة الرقمية برضا العملاء. وتبرز أهمية هذه الدراسة في تأكيدها أن التحول الرقمي لا يقتصر على توفير الوسائل التقنية، وإنما يرتبط كذلك بجودة الخدمة وتجربة المستفيد.

وتستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة في التركيز على العلاقة بين الخدمات الرقمية وجودة الخدمة من منظور المستخدم، مع اختلاف قطاع التطبيق؛ إذ تركز الدراسة الحالية على شركات الاتصالات السعودية.

الدراسة الثالثة: Vial (2019)

قدمت دراسة Vial مراجعة علمية لمفهوم التحول الرقمي، وناقشت كيفية تأثير التقنيات الرقمية في المؤسسات ونماذج الأعمال والعمليات التنظيمية. وتوضح الدراسة أن التحول الرقمي يمثل عملية أوسع من مجرد استخدام التكنولوجيا، إذ يرتبط بالتغيرات التي تحدث في المؤسسة نتيجة توظيف التقنيات الرقمية بصورة متكاملة. وتفيد هذه الدراسة في دعم الجانب النظري المتعلق بمفهوم التحول الرقمي وتوضيح أبعاده وتأثيراته على المؤسسات والخدمات.

التعقيب على الدراسات السابقة:

يتضح من الدراسات السابقة وجود اهتمام متزايد بدراسة التحول الرقمي وتأثيره في الخدمات، كما تشير النتائج إلى إمكانية مساهمة التقنيات الرقمية في تحسين كفاءة وجودة الخدمات وتجربة المستخدم. وتتميز الدراسة الحالية بتركيزها على شركات الاتصالات السعودية والعملاء باعتبارهم المستخدمين المباشرين من الخدمات الرقمية، وهو ما يختلف عن بعض الدراسات التي ركزت على الموظفين أو قطاعات خدمية أخرى. كما تسعى الدراسة الحالية إلى قياس أثر التحول الرقمي في جودة الخدمات من خلال أبعاد مرتبطة بسرعة تقديم الخدمة، وسهولة الحصول عليها، والكفاءة ورضا العملاء.

2.5 الخاتمة

يتضح من خلال ما تم عرضه في هذا الفصل أن التحول الرقمي أصبح عنصرًا أساسيًا في تطوير أساليب تقديم الخدمات، خاصة في قطاع الاتصالات الذي يعتمد بدرجة كبيرة على التقنيات الحديثة والقنوات الرقمية. كما أن التحول الرقمي لا يقتصر على استخدام التقنيات والأنظمة الحديثة، وإنما يشمل توظيفها بصورة متكاملة بما يسهم في تطوير العمليات وتحسين تجربة العملاء.

كما تناول الفصل مفهوم جودة الخدمات باعتبارها من العوامل المهمة في تقييم تجربة العملاء ورضاهم، حيث ترتبط جودة الخدمة بسرعة تقديمها، وسهولة الحصول عليها، ودقة تنفيذها، وكفاءة تقديمها، والاستجابة لاحتياجات العملاء. ومن ثم فإن تحسين جودة الخدمات يمثل هدفًا أساسيًا لشركات الاتصالات في ظل المنافسة المتزايدة وارتفاع توقعات العملاء.

كذلك أوضح الفصل طبيعة العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات، حيث يمكن للتقنيات الرقمية أن تسهم في تسهيل الوصول إلى الخدمات، وتسريع تنفيذها، وتحسين التواصل مع العملاء، والاستفادة من البيانات في تطوير الخدمات بما يتناسب مع احتياجاتهم. إلا أن تحقيق هذه النتائج يعتمد على مدى كفاءة تطبيق التحول الرقمي وتكامل التقنيات المستخدمة مع العمليات والخدمات المقدمة.

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة، يتضح وجود اهتمام متزايد بدراسة التحول الرقمي وتأثيره في تطوير الخدمات وتحسين تجربة المستفيدين، إلا أن الدراسة الحالية تركز بصورة مباشرة على أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية، وهو ما يتيح دراسة الموضوع من منظور العملاء باعتبارهم المستفيدين المباشرين من هذه الخدمات.

وبذلك يمهد هذا الفصل للانتقال إلى الجانب الميداني من الدراسة، الذي يهدف إلى جمع البيانات من أفراد عينة الدراسة وتحليلها، واختبار الفرضيات المتعلقة بالعلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- الدرادكة، مأمون. (2018). جودة الخدمات: المفاهيم، القياس، والتطبيقات. دار صفاء للنشر والتوزيع.
- السلمي، علي. (2019). إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التحول الرقمي. دار الفكر.
- الطائي، يوسف، وقادة، عيسى. (2018). إدارة جودة الخدمة ورضا العملاء. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، طلعت أسعد. (2017). إدارة الخدمات. مكتبة الشقري.
- محمد، أحمد إبراهيم. (2021). التحول الرقمي وأثره في تطوير الأداء المؤسسي. دار التعليم الجامعي.
- الزهراني، محمد. (2025). أثر التحول الرقمي في تحسين جودة خدمة الموظفين في قطاع الاتصالات السعودية بمدينة جدة. المجلة الدولية للدراسات المالية والإدارية.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Adyani, R., et al. (2025). The effect of service digitalization transformation and engineering service quality on customer satisfaction. International Journal of Economics, Business and Social Science.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing Management (16th ed.). Pearson.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). Management Information Systems: Managing the Digital Firm (17th ed.). Pearson.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12 – 40.
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. The Journal of Strategic Information Systems, 28(2), 118 – 144.

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. Harvard Business Review Press.