

# **Final Project 1**

Code: MGM 496-PMG496

## **Project Template**

Faculty of Management  
Midocean University

## عنوان المشروع

أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات في المؤسسات الخاصة – دراسة تطبيقية  
على شركة الاتصالات السعودية (STC)

أسم الطالب

مضاوي الودعاني الدوسري

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

2026

## جدول المحتويات

|                              |                                      |
|------------------------------|--------------------------------------|
| 4                            | 1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة |
| 5                            | 1.1. المقدمة                         |
| 6                            | 1.2. مشكلة الدراسة                   |
| 6                            | 1.2.1. فجوات على المستوى النظري      |
| 6                            | 1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي    |
| 7                            | 1.3. أهمية الدراسة                   |
| 7                            | 1.3.1. على المستوى النظري            |
| 8                            | 1.3.2. على المستوى التطبيقي          |
| 9                            | 1.4. أسئلة الدراسة                   |
| 9                            | 1.5. أهداف الدراسة                   |
| 10                           | 1.6. فرضيات الدراسة                  |
| 10                           | 1.7. نموذج الدراسة                   |
| 11                           | 1.8. منهجية الدراسة                  |
| Error! Bookmark not defined. | 1.9. الدراسة الميدانية               |
| 13                           | 1.10. مخطط المشروع المقترح           |
|                              | 2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة    |
| 1                            |                                      |

5

|    |                                                  |
|----|--------------------------------------------------|
| 16 | 2.1. المقدمة                                     |
| 16 | 2.2. المتغير المستقل                             |
| 17 | 2.3. المتغير التابع                              |
| 17 | 2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع |
| 18 | 2.5. الخاتمة                                     |

## 1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

## 1.1. المقدمة:

يشهد العالم اليوم تسارعًا غير مسبوق في مجال التحول الرقمي، حيث أصبحت التقنيات الحديثة والأنظمة الذكية أحد أهم العوامل التي تحدد مستوى التنافسية والقدرة على البقاء في الأسواق. ويُعد التحول الرقمي نقلة نوعية تُمسّ كل جوانب العمل المؤسسي، بدءًا من آليات التشغيل والإنتاج وصولًا إلى طرق تقديم الخدمة والتفاعل مع العملاء.

وفي المملكة العربية السعودية، يمثل التحول الرقمي ركيزة أساسية في تحقيق رؤية 2030 التي تهدف إلى بناء اقتصاد رقمي مستدام، يعتمد على الابتكار ويدعم جودة الحياة والخدمات المقدمة للمواطنين والمقيمين.

تُعتبر شركة الاتصالات السعودية (STC) من أبرز الشركات التي تبنت استراتيجيات التحول الرقمي، من خلال تطوير بنيتها التحتية الرقمية وتقديم حلول ذكية في مجالات الاتصالات، والخدمات السحابية، والتعاملات الإلكترونية.

وبناءً على ذلك، تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على مدى تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمات في المؤسسات الخاصة السعودية، من خلال دراسة تطبيقية على شركة STC، بهدف تحليل العلاقة بين مستوى التحول التقني وكفاءة ورضا العملاء.

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن تساؤلات أساسية حول مدى فعالية التحول الرقمي في رفع مستوى جودة الخدمات، وتحقيق الكفاءة التشغيلية، وتعزيز رضا العملاء، بما يساهم في تقديم توصيات عملية يمكن أن تدعم المؤسسات الخاصة الأخرى في رحلتها نحو التحول الرقمي.

## 1.2. مشكلة الدراسة

بالرغم من التطور الكبير في تبني المؤسسات السعودية لمفاهيم التحول الرقمي، إلا أن تباين مستوى جودة الخدمات المقدمة بعد تطبيق الأنظمة الرقمية لا يزال يمثل تحديًا ملموسًا على المستويين النظري والتطبيقي.

### 1.2.1. فجوات على المستوى النظري

على المستوى النظري، تشير الدراسات الحديثة إلى أن التحول الرقمي لا يُعد مجرد تحديث للأدوات التقنية، بل هو عملية تحول شاملة تشمل الهيكل التنظيمي، وثقافة العمل، وأساليب إدارة المعرفة. ومع ذلك، تُظهر الأدبيات أن العديد من المؤسسات تركز على الجانب التقني دون الاهتمام الكافي بتكامل العناصر البشرية والإدارية، مما يؤدي إلى فجوة بين التحول الرقمي كفكرة استراتيجية وتطبيقه الفعلي كأداة لتحسين جودة الخدمة.

### 1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

أما على المستوى التطبيقي، فقد أظهرت الممارسات الواقعية في بعض المؤسسات الخاصة السعودية أن الاستثمار في البنية التحتية الرقمية لا ينعكس بالضرورة على تحسن رضا العملاء أو سرعة الاستجابة أو جودة الدعم الفني. ويُعزى ذلك إلى قصور في إدارة التغيير المؤسسي، وضعف تدريب الموظفين على استخدام الأنظمة الحديثة، وبطء التكامل بين المنصات الرقمية والخدمات التقليدية.

ومن هنا تتضح مشكلة الدراسة في غياب التكامل بين التحول التقني والتحول الخدمي في المؤسسات الخاصة، مما يثير التساؤل الرئيس الآتي:

إلى أي مدى يؤثر التحول الرقمي في المؤسسات الخاصة السعودية على جودة الخدمات المقدمة للعملاء؟

تتبع هذه المشكلة من ملاحظات ميدانية على أداء بعض القطاعات الخدمية – وبالأخص في قطاع الاتصالات – التي تبنت التحول الرقمي، حيث لوحظ أن جودة الخدمة لا تعتمد فقط على توفر التكنولوجيا، بل على كفاءة تطبيقها ومواءمتها مع احتياجات العملاء.

ولذلك، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين مستوى التحول الرقمي وجودة الخدمات من خلال الجمع بين الإطار النظري (المفاهيم والنماذج الأكاديمية) والإطار التطبيقي (القياس الميداني لشركة الاتصالات السعودية STC)، للوصول إلى فهم أعمق لطبيعة هذا الأثر وتقديم حلول عملية تعزز التكامل بين التقنية والخدمة

### 1.3. أهمية الدراسة

تتمثل أهمية هذه الدراسة من كونها تتناول أحد أبرز الموضوعات المعاصرة في بيئة الأعمال السعودية، وهو التحول الرقمي وأثره على جودة الخدمات في المؤسسات الخاصة. ومع تسارع التطورات التقنية واشتداد المنافسة في السوق، تزداد الحاجة إلى فهم عميق للعلاقة بين التكنولوجيا وجودة الأداء المؤسسي، خاصة في القطاعات الخدمية التي تعتمد على التفاعل المباشر مع العملاء.

#### على المستوى النظري:

تُسهم هذه الدراسة في إثراء الجانب المعرفي والأدبيات الأكاديمية المرتبطة بمفهوم التحول الرقمي في بيئة المؤسسات الخاصة، من خلال:

• توضيح العلاقة المفاهيمية بين التحول الرقمي وجودة الخدمة وفقاً للنماذج والنظريات الحديثة مثل نموذج .SERVQUAL.

- سد فجوة في الدراسات العربية المتعلقة بتأثير التحول الرقمي في القطاع الخاص السعودي، إذ تركز معظم الدراسات السابقة على القطاع الحكومي.
- تقديم إطار نظري محدث يمكن الاعتماد عليه في الأبحاث المستقبلية لدراسة كفاءة النماذج الرقمية في تحسين الأداء المؤسسي ورفع رضا العملاء.

### على المستوى التطبيقي:

- من الناحية التطبيقية، فتُعد هذه الدراسة ذات قيمة عملية عالية من خلال تركيزها على شركة الاتصالات السعودية (STC) كنموذج تطبيقي، وذلك لما تمثله الشركة من تجربة متقدمة في التحول الرقمي داخل المملكة والمنطقة. وتكمن الأهمية التطبيقية في:
- تحديد مدى تأثير التحول الرقمي الفعلي على جودة الخدمات المقدمة للعملاء في STC.
- تقديم مؤشرات كمية وكيفية تساعد صنّاع القرار في تقييم فعالية البرامج الرقمية وقياس نتائجها على رضا العملاء وكفاءة التشغيل.
- استخلاص توصيات عملية يمكن أن تُفيد المؤسسات الخاصة الأخرى في تطبيق التحول الرقمي بشكل متكامل يجمع بين التقنية، والموارد البشرية، والجودة التشغيلية.
- دعم رؤية المملكة 2030 في تعزيز الاقتصاد الرقمي وبناء بيئة مؤسسية قادرة على المنافسة عالمياً من خلال الابتكار والتحول الذكي في تقديم الخدمات.

#### 1.4. أسئلة الدراسة

بناءً على مشكلة الدراسة والهدف منها، تتم صياغة الأسئلة التالية:

- ما مدى التحول الرقمي الذي تم استخدامه وتطبيقه في شركة الاتصالات السعودية STC ؟
- ما مستوى جودة الخدمات المقدمة للعملاء في STC على غرار أبعاد الجودة الحديثة؟
- إلى أي مدى يساعد التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات داخل STC ؟
- ما طبيعة العلاقة بين مكونات التحول الرقمي (البنية التقنية، الأنظمة الذكية، إدارة البيانات) وجودة الخدمات؟
- هل تختلف جودة الخدمة تبعاً لمستوى التحول الرقمي المستخدم داخل الشركة؟

#### 1.5. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

- تحليل مدى التحول الرقمي داخل شركة STC وتحديد أهم مكوناته وعناصره الفعالة.
- قياس جودة الخدمات المقدمة للعملاء وفق نموذج SERVQUAL وأبعاده المختلفة.
- تحديد تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمات داخل المؤسسات الخاصة بواسطة نموذج STC.
- قياس العلاقة بين التحول التقني والرضا العام للعملاء وأثر ذلك في كفاءة التشغيل.
- تقديم توصيات عملية تساعد في تطور التكامل بين التحول الرقمي وجودة الخدمة في المؤسسات الخاصة.

## 1.6. فرضيات الدراسة

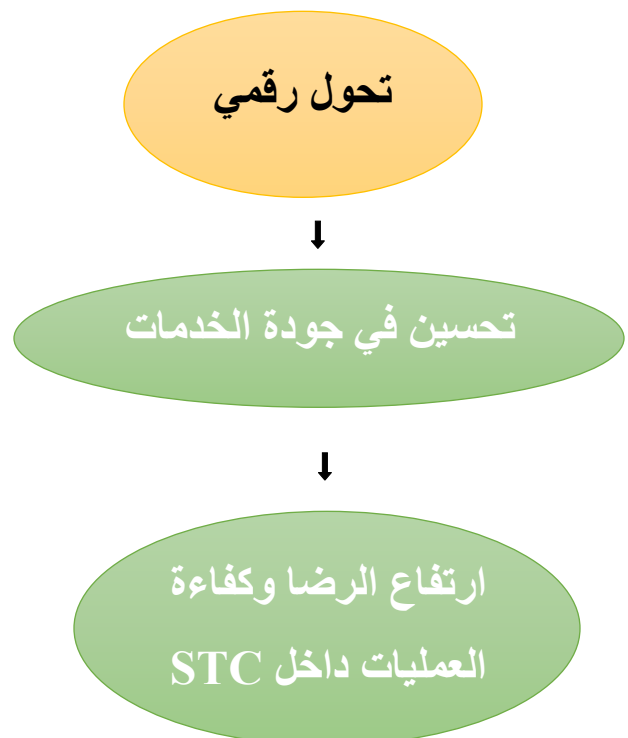
بناءً على الإطار النظري وأسئلة الدراسة، صيغت الفرضيات على النحو الآتي:

- H1: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتحويل الرقمي على جودة الخدمات المقدمة في شركة STC.
- H2: كلما ارتفع مستوى تطبيق التقنيات الرقمية في STC، ارتفع مستوى رضا العملاء عن الخدمات.
- H3: لمكونات التحويل الرقمي (البنية التحتية التقنية – التطبيقات الذكية – إدارة البيانات) تأثير إيجابي على جودة الخدمة.
- H4: يساهم التحويل الرقمي في تحسين الكفاءة التشغيلية، مما ينعكس على جودة الخدمة النهائية.

## 1.7. نموذج الدراسة

يستند نموذج الدراسة المقترح إلى الربط بين:

- المتغير المستقل: التحويل الرقمي
- المتغير التابع: جودة الخدمات



## 1.8. منهجية الدراسة

- فلسفة البحث: الوضعية
- منهج البحث: استنتاجي
- استراتيجية البحث: دراسة حالة (شركة السيف للمقاولات بالرياض)
- اختبار البحث: كمي
- الأفق الزمنية: المقطعية
- تقنيات وإجراءات: الاستبيان والتحليل الإحصائي



## 1.9. موجز عن المؤسسة المقترحة للدراسة التطبيقية

تعتبر شركة الاتصالات السعودية (STC) إحدى أهم المؤسسات الرقمية في المملكة والشرق الأوسط، حيث تمثل المحرك الرئيسي للتحول الرقمي في قطاع الاتصالات والخدمات التقنية. تمتلك الشركة بنية تحتية متقدمة تعتمد على شبكات الجيل الخامس، والحوسبة السحابية، ومنصات المدفوعات الرقمية، إضافة إلى مجموعة واسعة من الخدمات الإلكترونية التي تستهدف الأفراد والقطاعات الحكومي والخاص.

وتتمتع بدور مهم واساسي في التمكين للاقتصاد الرقمي، وتعزيز الابتكار، وتطوير تجارب العملاء عن طريق حلول ذكية تعتمد على التحليل المتقدم للبيانات، وإنترنت الأشياء، والأمن السيبراني. كما تركز الشركة على تحسين جودة الخدمات المقدمة عن طريق الاستثمار في الأنظمة الرقمية وتقنيات خدمة العملاء المتطورة.

ويأتي اختيار STC كنموذج تطبيقي للدراسة لكونها من أوائل المؤسسات التي تبنت التحول الرقمي بصورة شاملة، ولديها قاعدة عملاء ضخمة، مما يجعلها بيئة مثالية لتحليل أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات ورضا العملاء.

## 1.10. موجز عن منهجية البحث

### مبدأ الدراسة:

تنطلق هذه الدراسة من المنهج الكمي الذي يعتمد على جمع بيانات قابلة للقياس والتحليل بهدف تفسير أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات في شركة STC، واستخلاص استنتاجات موضوعية تدعم الواقع العملي في قطاع الاتصالات.

### منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة المنهج الاستنتاجي من خلال الرجوع إلى الأدبيات الحديثة الخاصة بالتحول الرقمي ونماذج جودة الخدمة، ثم الانتقال إلى التطبيق الميداني عبر أدوات قياس كمية لاختبار الفرضيات. ويهدف هذا المنهج إلى التحقق من مدى انعكاس التطور التقني داخل STC على تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء.

### نوع الدراسة:

تُصنف الدراسة كتطبيقية؛ إذ تسهم نتائجها في دعم المؤسسات الخدمية داخل المملكة في تحسين استراتيجياتها الرقمية، وتطوير أدوات قياس جودة الخدمة، وبناء تجارب رقمية أكثر فاعلية.

### أداة جمع البيانات:

استخدام استبانة موجهة إلى عينة من عملاء STC لقياس مستوى جودة الخدمات من جهة، ومستوى الفاعلية في التحول الرقمي من جهة أخرى، مع تضمين مؤشرات تقيس سهولة الاستخدام، سرعة الاستجابة، موثوقية الخدمات الرقمية، ورضا المستخدم النهائي.

## 1.11. مخطط المشروع المقترح

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| الفصل الاول: الاطار العام       |  |
| الفصل الثاني: الاطار النظري     |  |
| الفصل الثالث: المنهجية          |  |
| الفصل الرابع: التحليل والمناقشة |  |
| الفصل الخامس: الخاتمة           |  |

## 2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

## 2.1. المقدمة:

يتمتع موضوع التحول الرقمي باهتمام متزايد في الأدبيات الإدارية المعاصرة، نظرًا لما يشكله من تحول جوهري في أساليب العمل وطرق تقديم الخدمات داخل المؤسسات. وقد ساهمت الدراسات السابقة على إبراز دور التحول الرقمي في تحسين كفاءة العمليات التشغيلية، وتعزيز جودة الخدمات، ورفع مستوى رضا العملاء، خاصة في القطاعات الخدمية التي تعتمد بشكل مباشر على التكنولوجيا. وتناولت البحوث السابقة التحول الرقمي من زوايا متعددة شملت الجوانب التقنية والتنظيمية والبشرية، كما ركزت بدراسة انعكاسه على جودة الخدمات وأدائها. ويهدف هذا الجزء إلى عرض وتحليل المتغيرات الرئيسية للدراسة الحالية، وشرح كيفية تناول الدراسات السابقة لكل من المتغير المستقل والمتغير التابع، وصولاً إلى توضيح طبيعة العلاقة بينهما.

### المتغير المستقل

يشكل المتغير المستقل في هذه الدراسة في التحول الرقمي، والذي يمثل كوصفه عملية شاملة تتضمن تبني التقنيات الرقمية الحديثة وإعادة تصميم العمليات والخدمات بما يحقق قيمة مضافة للمؤسسة والعملاء على حد سواء. وقد اظهرت الدراسات السابقة إلى أن التحول الرقمي لا يقتصر على إدخال الأنظمة التقنية، بل يمتد ليشمل تطوير البنية التحتية الرقمية، وتحسين إدارة البيانات، وتبني الأنظمة الذكية، كما بينت بعض الدراسات أن ضعف التخطيط أو محدودية تأهيل الموارد البشرية قد يقلل من الأثر الإيجابي المتوقع للتحول الرقمي.

## المتغير التابع

يتمثل المتغير التابع في هذه الدراسة في جودة الخدمات، والتي تظهر من المفاهيم الأساسية في تقييم أداء المؤسسات الخدمية. وقد هدفت الدراسات السابقة على التركيز على جودة الخدمة باعتبارها انعكاساً لمدى قدرة المؤسسة على تلبية توقعات العملاء وتحقيق رضاهم من خلال تقديم خدمات موثوقة وسريعة وسهلة الاستخدام.

وأشارت الأدبيات إلى أن جودة الخدمات في البيئة الرقمية لم تعد تقتصر على النتائج النهائية، بل تشمل تجربة العميل الكاملة أثناء حصوله على الخدمة، مثل سهولة الوصول، وسرعة الاستجابة، ودقة المعلومات، واستمرارية الخدمة. كما أكدت الدراسات أن جودة الخدمات تمثل عنصراً تنافسياً مهماً للمؤسسات، خاصة في قطاع الاتصالات.

## العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

أظهرت العديد من الدراسات السابقة العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات، وبيّنت وجود ارتباط إيجابي بينهما في معظم البيئات التطبيقية. فقد أظهرت النتائج إلى أن التحول الرقمي يسهم في تحسين جودة الخدمات من خلال تسريع العمليات، وتقليل الأخطاء، وتعزيز كفاءة تقديم الخدمة، مما ينعكس إيجاباً على رضا العملاء.

كما أظهرت بعض الدراسات إلى أن تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمات يتأثر بعدة عوامل، من أبرزها مستوى جاهزية البنية التقنية، ودعم الإدارة العليا، وقدرة المؤسسة على إدارة التغيير. وتشير هذه النتائج إلى أن العلاقة بين المتغيرين ليست علاقة تقنية بحتة، بل تعتمد على التكامل بين التقنية والتنظيم والموارد البشرية..

## الخاتمة

ختاماً في ضوء ما تم عرضه من دراسات سابقة، يتبين لنا أن التحول الرقمي يمثل عاملاً مؤثراً في تحسين جودة الخدمات داخل المؤسسات الخدمية، لاسيما في القطاعات التي تعتمد على الحلول الرقمية في تقديم خدماتها. كما اوضحت الدراسات وجود اهتمام متزايد بدراسة هذه العلاقة، إلا أن معظمها تناول الموضوع بشكل عام أو في قطاعات مختلفة.

وعليه، تأتي الدراسة الحالية لاستكمال ما تناولته الدراسات السابقة من خلال التركيز على شركة الاتصالات السعودية STC كنموذج تطبيقي، وتحليل أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات في بيئة سعودية خاصة، بما يسهم في سد فجوة بحثية قائمة وتقديم نتائج يمكن الاستفادة منها عملياً وأكاديمياً.

## الفصل الثالث:

### منهجية الدراسة والإجراءات البحثية

### 3.1 مقدمة الفصل

يهدف هذا الفصل إلى توضيح المنهجية العلمية التي تم اعتمادها في هذه الدراسة، والتي تسعى إلى تحليل أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات في المؤسسات الخاصة، من خلال دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC) وتعد المنهجية البحثية من الركائز الأساسية التي يعتمد عليها الباحث في تنظيم خطوات الدراسة بطريقة علمية ومنهجية تضمن الوصول إلى نتائج دقيقة يمكن الاعتماد عليها في تفسير الظاهرة المدروسة.

ويعرض هذا الفصل الإجراءات البحثية التي تم اتباعها بدءاً من تحديد متغيرات الدراسة وتعريفها إجرائياً، مروراً بتوضيح تصميم البحث، ومجتمع الدراسة والعينة المختارة، وانتهاءً بتحديد أدوات جمع البيانات وأساليب التحليل الإحصائي المستخدمة في تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة.

وتتبع أهمية هذا الفصل من كونه يوضح الأساس العلمي الذي استندت إليه الدراسة في جمع البيانات وتحليلها، بما يسهم في تعزيز مصداقية النتائج التي سيتم عرضها في الفصول اللاحقة. كما يساعد عرض المنهجية بشكل منظم على توضيح كيفية الانتقال من الإطار النظري إلى التطبيق الميداني، وهو ما يعزز من القيمة العلمية للدراسة ويسهم في تحقيق أهدافها البحثية.

كما أن اختيار المنهج الكمي في هذه الدراسة يعكس طبيعة المشكلة البحثية التي تتطلب جمع بيانات قابلة للقياس والتحليل الإحصائي، وذلك بهدف اختبار العلاقة بين مستوى التحول الرقمي داخل المؤسسات الخاصة ومستوى جودة الخدمات المقدمة للعملاء. وقد تم اختيار شركة الاتصالات السعودية (STC) كنموذج تطبيقي للدراسة نظراً لما تمثله من مؤسسة رائدة في مجال التحول الرقمي في المملكة العربية السعودية.

### 3.2 التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة

تعتمد الدراسة الحالية على متغيرين رئيسيين هما المتغير المستقل والمتغير التابع، حيث يتم تحليل العلاقة بينهما من خلال مجموعة من المؤشرات الكمية التي يمكن قياسها وتحليلها إحصائياً.

**أولاً: المتغير المستقل**

التحول الرقمي

يقصد بالتحول الرقمي في هذه الدراسة عملية تبني المؤسسات للتقنيات الرقمية الحديثة وإدماجها في مختلف العمليات التشغيلية والخدمية بهدف تحسين الكفاءة التشغيلية ورفع مستوى جودة الخدمات المقدمة للعملاء.

ويُقاس التحول الرقمي في هذه الدراسة من خلال مجموعة من المؤشرات التي تعكس مستوى تطبيق التقنيات الرقمية داخل المؤسسة، ومن أبرزها:

استخدام الأنظمة الرقمية في تقديم الخدمات للعملاء.

تطوير البنية التحتية التقنية داخل المؤسسة.

الاعتماد على التطبيقات الذكية والمنصات الرقمية.

استخدام البيانات الرقمية في تحسين جودة الخدمات.

سرعة الاستجابة الرقمية لطلبات العملاء.

وقد تم قياس هذا المتغير من خلال مجموعة من العبارات الواردة في الاستبانة، حيث يقوم أفراد العينة بتحديد درجة موافقتهم عليها وفق مقياس ليكرت الخماسي.

## ثانيًا: المتغير التابع

### جودة الخدمات

تشير جودة الخدمات إلى مدى قدرة المؤسسة على تقديم خدمات تلبي توقعات العملاء وتحقق رضاهم، وذلك من خلال توفير خدمات موثوقة وسريعة وسهلة الاستخدام.

وفي بيئة الأعمال الرقمية، لم تعد جودة الخدمة تقتصر على النتائج النهائية للخدمة فقط، بل أصبحت تشمل تجربة العميل بالكامل أثناء استخدام الخدمات الرقمية.

وفي هذه الدراسة، يتم قياس جودة الخدمات من خلال مجموعة من الأبعاد، من أبرزها:

سرعة تقديم الخدمة.

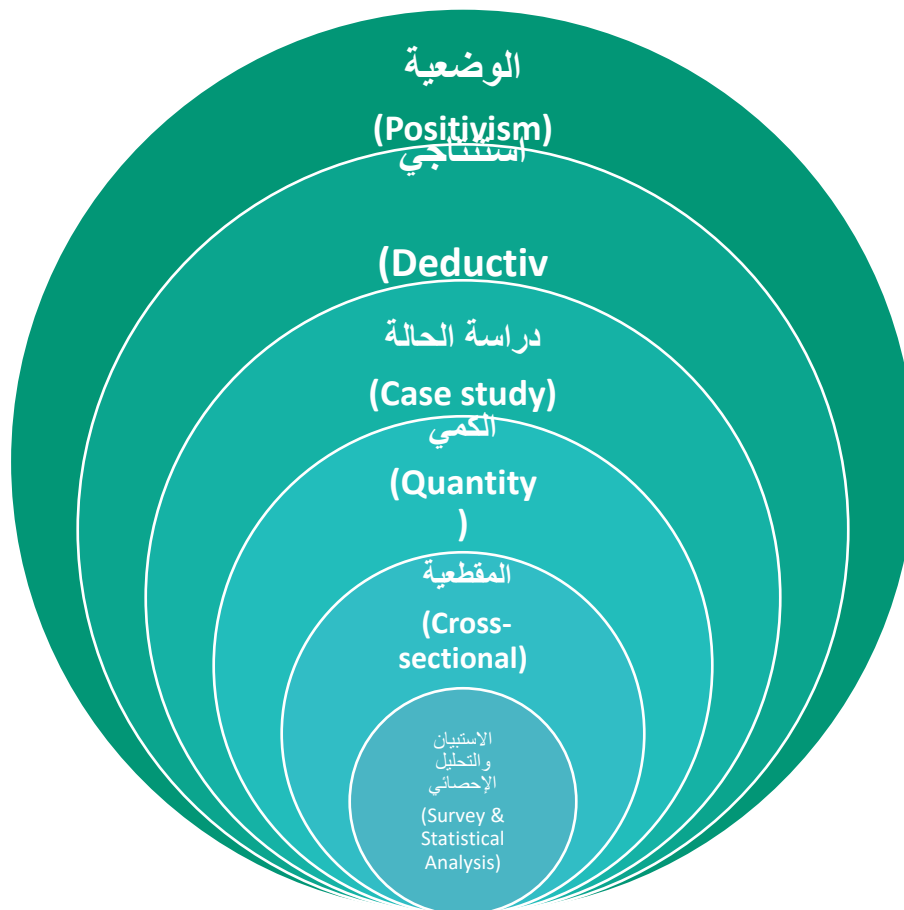
سهولة استخدام الخدمات الرقمية.

موثوقية الأنظمة الرقمية.

دقة المعلومات المقدمة للعملاء.

مستوى رضا العملاء عن الخدمات الرقمية.

### 3.3 تصميم البحث (Research Design)



### 3.4 مجتمع الدراسة

يمثل مجتمع الدراسة جميع العملاء أو المستخدمين الذين يتعاملون مع الخدمات الرقمية المقدمة من قبل

شركة الاتصالات السعودية (STC).

ويشمل مجتمع الدراسة الأفراد الذين يستخدمون الخدمات الرقمية المختلفة التي تقدمها الشركة، مثل التطبيقات الإلكترونية، والخدمات الرقمية عبر الإنترنت، وخدمات الدعم الفني الرقمية. وقد تم اختيار هذا المجتمع نظرًا لكونه يمثل الفئة الأكثر قدرة على تقييم مستوى جودة الخدمات الرقمية التي تقدمها الشركة، إضافة إلى قدرتهم على تقييم أثر التحول الرقمي على تجربتهم في استخدام الخدمات.

### 3.5 عينة الدراسة

نظرًا لصعوبة الوصول إلى جميع أفراد مجتمع الدراسة، فقد تم اختيار عينة من المستخدمين والعملاء الذين يستخدمون خدمات شركة STC الرقمية.

وقد تم اختيار العينة بطريقة تسمح بالحصول على بيانات واقعية تعكس آراء المستخدمين حول مستوى التحول الرقمي وجودة الخدمات المقدمة لهم.

وتم توزيع الاستبانة على مجموعة من العملاء الذين يستخدمون الخدمات الرقمية للشركة، بهدف جمع البيانات اللازمة لتحليل العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات.

### 3.6 تقنيات أخذ العينة

اعتمدت الدراسة على أسلوب العينة غير الاحتمالية، حيث يتم اختيار المشاركين بناءً على توفرهم واستعدادهم للمشاركة في الدراسة.

ويعد هذا الأسلوب مناسبًا في الدراسات التطبيقية التي تستهدف جمع البيانات من فئة محددة من المستخدمين، مثل مستخدمي الخدمات الرقمية في شركة STC.

### 3.7 أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث تم تصميمها بطريقة تساعد في قياس متغيرات الدراسة بصورة كمية قابلة للتحليل الإحصائي.

وقد تضمنت الاستبانة ثلاثة أجزاء رئيسية:

### الجزء الأول: البيانات الديموغرافية

يتضمن مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالخصائص الشخصية للمشاركين، مثل:

العمر

الجنس

المستوى التعليمي

مدة استخدام خدمات STC

الجزء الثاني: محور التحول الرقمي

يتضمن مجموعة من العبارات التي تقيس مستوى تطبيق التقنيات الرقمية داخل شركة STC.

الجزء الثالث: محور جودة الخدمات

يتضمن مجموعة من العبارات التي تقيس مستوى جودة الخدمات الرقمية المقدمة للعملاء.

وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي في تصميم الاستبانة.

### 3.8 أنواع البيانات

تعتمد الدراسة على نوعين رئيسيين من البيانات:

البيانات الأولية

وهي البيانات التي تم جمعها مباشرة من أفراد العينة من خلال الاستبانة الإلكترونية.

البيانات الثانوية

تشمل الكتب العلمية، والمقالات المحكمة، والتقارير والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع التحول الرقمي وجودة الخدمات.

### 3.9 أساليب التحليل الإحصائي

تم تحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS ، حيث تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية، من أهمها:

التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص العينة.

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لقياس اتجاهات الاستجابة.

معامل كرونباخ ألفا لاختبار ثبات الاستبانة.

تحليل الارتباط لقياس العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات.

تحليل الانحدار لاختبار تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمات.

اختبار الدلالة الإحصائية باستخدام قيمة (Sig).

### 3.10 خاتمة الفصل

تناول هذا الفصل عرض المنهجية العلمية التي تم اتباعها في تنفيذ الدراسة، حيث تم توضيح المتغيرات الأساسية للدراسة وتعريفها إجرائياً، إضافة إلى شرح تصميم البحث ومجتمع الدراسة والعينة المختارة، وكذلك أدوات جمع البيانات وأساليب التحليل الإحصائي المستخدمة.

ويمهد هذا الفصل للانتقال إلى الفصل الرابع الذي يتناول عرض النتائج الإحصائية وتحليلها ومناقشتها في ضوء الأدبيات السابقة، بهدف الوصول إلى استنتاجات علمية تساعد في فهم أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات في المؤسسات الخاصة.

## الملحق (1) استبيان البحث

### مقياس الإجابة (Likert Scale)

يرجى اختيار درجة الموافقة:

1 = لا أوافق بشدة

2 = لا أوافق

3 = محايد

4 = أوافق

5 = أوافق بشدة

### القسم الأول: البيانات الديموغرافية

• الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

• العمر: ☐ أقل من 25 ☐ 25-34 ☐ 35-44 ☐ 45 فأكثر

• المؤهل العلمي: ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه

• مدة استخدام الخدمات ☐ : أقل من سنة ☐ 1-3 ☐ 4-6 ☐ أكثر من 6

القسم الثاني: التحول الرقمي (المتغير المستقل)

يقيس: (الأنظمة – التطبيقات – البيانات – السرعة)

| رقم | العبارة                                               |
|-----|-------------------------------------------------------|
| 1   | تعتمد شركة STC على الأنظمة الرقمية في تقديم خدماتها   |
| 2   | توفر الشركة تطبيقات إلكترونية تسهل الحصول على الخدمات |
| 3   | الخدمات الرقمية في STC سهلة الاستخدام                 |
| 4   | تستجيب الأنظمة الرقمية بسرعة لطلبات العملاء           |
| 5   | تستخدم الشركة التقنيات الحديثة لتحسين خدماتها         |
| 6   | تعتمد الشركة على البيانات في تطوير الخدمات            |
| 7   | توفر الشركة خدماتها عبر قنوات رقمية متعددة            |
| 8   | يتم تحديث الأنظمة الرقمية بشكل مستمر                  |
| 9   | تسهم الخدمات الرقمية في تقليل الحاجة لزيارة الفروع    |
| 10  | التحول الرقمي في STC ساهم في تحسين تجربة المستخدم     |

القسم الثالث: جودة الخدمات (المتغير التابع)

| رقم | العبارة                                        |
|-----|------------------------------------------------|
| 1   | يتم تقديم الخدمة بسرعة مناسبة                  |
| 2   | الخدمات الرقمية في STC دقيقة وخالية من الأخطاء |
| 3   | توفر الشركة خدمات موثوقة                       |

|    |                                           |
|----|-------------------------------------------|
| 4  | المعلومات المقدمة واضحة وسهلة الفهم       |
| 5  | الخدمات تعمل بشكل مستمر دون انقطاع        |
| 6  | يسهل الوصول إلى الخدمات الرقمية           |
| 7  | توفر الشركة دعمًا فنيًا فعالاً            |
| 8  | يتم حل المشكلات بسرعة                     |
| 9  | جودة الخدمات تلبي توقعاتي                 |
| 10 | الخدمات الرقمية أفضل من الخدمات التقليدية |

#### القسم الرابع: رضا العملاء

| رقم | العبرة                                      |
|-----|---------------------------------------------|
| 1   | أنا راضٍ عن الخدمات الرقمية التي تقدمها STC |
| 2   | تجربتي مع الخدمات الرقمية كانت إيجابية      |
| 3   | أفضل استخدام الخدمات الرقمية بدل التقليدية  |
| 4   | أوصي الآخرين باستخدام خدمات STC الرقمية     |
| 5   | الخدمات الرقمية تلبي احتياجاتي بشكل كامل    |

القسم الخامس: الأداء

| رقم | العبارة                                                |
|-----|--------------------------------------------------------|
| 1   | التحول الرقمي ساهم في تحسين سرعة الأداء                |
| 2   | الخدمات الرقمية تقلل الوقت المستغرق في إنجاز المعاملات |
| 3   | التحول الرقمي ساعد في تقليل الأخطاء                    |
| 4   | الأداء العام للخدمات تحسن بعد التحول الرقمي            |
| 5   | التحول الرقمي رفع كفاءة تقديم الخدمة                   |

## الفصل الرابع: التحليل الإحصائي

## 4.1 مقدمة الفصل

يتناول هذا الفصل عرضا وتحليلا للنتائج الإحصائية المستخلصة من الدراسة الميدانية التي ناقشت أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية (STC) ، وذلك عن طريق تحليل استجابات أفراد العينة باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة. بالاعتماد على برنامج SPSS في تحليل البيانات الإحصائية، حيث تم إدخال بيانات الاستبانة ومعالجتها لاستطلاع النتائج المتعلقة بمتغيرات الدراسة بالإضافة الى استخدام عدد من الأساليب الإحصائية، من أبرزها:

التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص العينة

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لقياس اتجاهات الاستجابة

معامل الارتباط (Pearson Correlation) لقياس قوة العلاقة بين المتغيرات

تحليل الانحدار الخطي (Linear Regression) لقياس أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات

اختبار الدلالة الإحصائية باستخدام قيمة (Sig)

ويركز هذا الفصل على تفسير النتائج بشكل تطبيقي يعرض واقع الخدمات الرقمية داخل شركة STC، عن طريق الربط بين مستوى التحول الرقمي وجودة الخدمات المقدمة، بما يسهم في اختبار فرضيات الدراسة والوصول إلى استنتاجات دقيقة تدعم أهداف البحث.

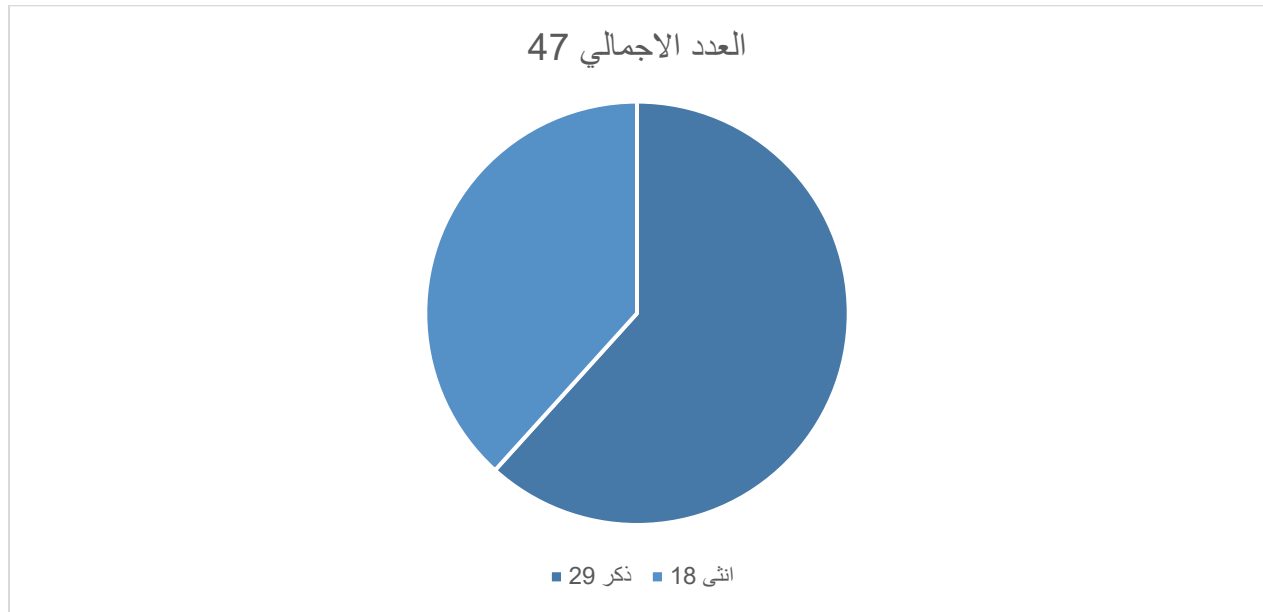
## 4.2 التحليل الوصفي لعينة الدراسة

### 4.2.1 خصائص عينة الدراسة

بينت نتائج الدراسة الى أن العينة اكتسبت تنوعاً مناسباً من حيث الخصائص الديموغرافية، سواء من حيث العمر أو المستوى التعليمي أو مستوى استخدام الخدمات الرقمية، وهو ما يعزز من قدرة الدراسة على تقديم نتائج واقعية تعكس آراء المستخدمين الفعليين. كما تبين أن غالبية أفراد العينة من المستخدمين النشطين

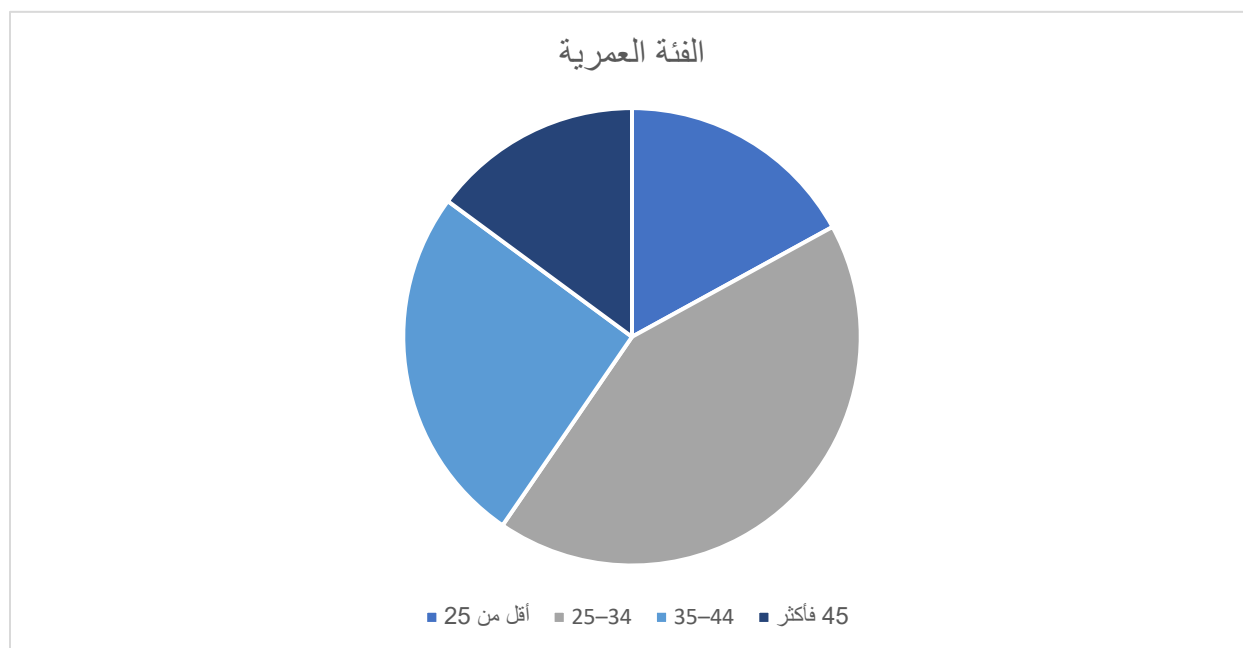
| النسبة % | العدد | الجنس    |
|----------|-------|----------|
| 61.7%    | 29    | ذكر      |
| 38.3%    | 18    | أنثى     |
| 100%     | 47    | الإجمالي |

للخدمات الرقمية، الأمر الذي يظهر مستوى مرتفعاً من التفاعل مع الخدمات المقدمة من STC.



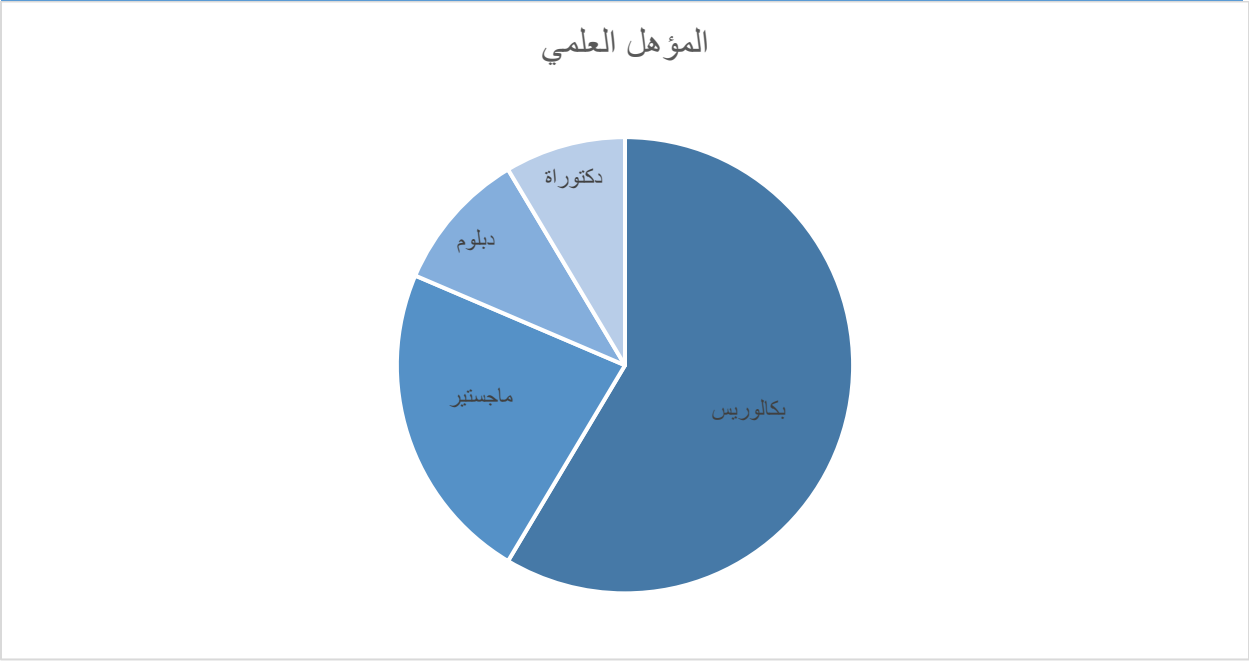
يتضح أن نسبة الذكور أعلى من الإناث، إلا أن وجود نسبة جيدة من الإناث يعكس تنوع العينة، مما يعزز من موثوقية النتائج.

| الفئة العمرية | العدد | النسبة % |
|---------------|-------|----------|
| أقل من 25     | 8     | 17.0%    |
| 25-34         | 20    | 42.6%    |
| 35-44         | 12    | 25.5%    |
| 45 فأكثر      | 7     | 14.9%    |
| الإجمالي      | 47    | 100%     |



الفئة (25-34) هي الأكثر تمثيلاً، وهي الفئة الأكثر استخداماً للخدمات الرقمية، مما يدعم واقعية النتائج

| المؤهل    | العدد | النسبة % |
|-----------|-------|----------|
| دبلوم     | 6     | 12.8%    |
| بكالوريوس | 27    | 57.4%    |
| ماجستير   | 10    | 21.3%    |
| دكتوراه   | 4     | 8.5%     |
| الإجمالي  | 47    | 100%     |



ارتفاع نسبة حملة البكالوريوس يشير إلى أن غالبية العينة تمتلك مستوى تعليمي مناسب يمكنها من تقييم الخدمات الرقمية بشكل دقيق.

### 4.3 اختبار الصدق والثبات للاستبيان (Reliability & Validity)

يُعد اختبار الصدق والثبات من الخطوات الأساسية لضمان جودة أدوات القياس المستخدمة في الدراسات الميدانية، خصوصًا في الدراسات المرتبطة بالإدارة والتحول الرقمي، حيث يتطلب تحليل أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات استخدام أداة قياس دقيقة وذات موثوقية عالية. وفي هذه الدراسة، تم التحقق من صدق وثبات الاستبانة من خلال مجموعة من الاختبارات الإحصائية والمعايير العلمية المتعارف عليها في البحوث الكمية.

#### أولاً: صدق الاستبانة (Validity)

يهدف قياس صدق الاستبانة إلى التأكد من قدرتها على قياس ما وُضعت لقياسه بدقة، بما يضمن الحصول على نتائج موثوقة تسهم في رفع كفاءة البحث.

#### 1- الصدق الظاهري (Face Validity)

تم عرض الاستبانة على مجموعة من المتخصصين في مجال الإدارة والتحول الرقمي، وذلك للتأكد من ملائمة العبارات المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة، حيث شملت لجنة التحكيم عددًا من الخبراء ذوي الخبرة الأكاديمية والميدانية.

وقد تم خلال عملية التحكيم التركيز على ما يلي:

- وضوح الصياغة اللغوية للعبارات
- ارتباط كل فقرة بالمحور الذي تنتمي إليه
- مدى شمول الفقرات لجميع أبعاد المتغير
- خلو العبارات من الغموض أو التحيز

وبناءً على ملاحظات المحكمين، تم إجراء بعض التعديلات البسيطة لتحسين صياغة بعض الفقرات، مما ساهم في رفع مستوى دقة الأداة.

## 2- صدق المحتوى (Content Validity)

تم بناء فقرات الاستبانة بالاعتماد على:

- دراسات سابقة في التحول الرقمي
  - أبحاث جودة الخدمات (SERVQUAL)
  - نماذج استبانات أكاديمية
- وقد تبين أن الأداة تغطي جميع أبعاد الدراسة.

## 3- الصدق البنائي (Construct Validity)

تم التأكد من أن:

- فقرات التحول الرقمي مرتبطة ببعضها
- فقرات جودة الخدمات تقيس نفس المفهوم
- العلاقة بين المحاور منطقية

## ثانيًا: ثبات الاستبانة (Reliability)

تم قياس ثبات الاستبانة باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) من خلال برنامج SPSS، وذلك لقياس درجة الاتساق الداخلي بين فقرات كل محور من محاور الدراسة.

### نتائج اختبار الثبات

| المحور        | عدد الفقرات | كرونباخ ألفا | مستوى الثبات |
|---------------|-------------|--------------|--------------|
| التحول الرقمي | 12          | 0.90         | عالي جدًا    |
| جودة الخدمات  | 10          | 0.88         | عالي         |
| الإجمالي      | 22          | 0.91         | ممتاز        |

تشير النتائج إلى أن جميع قيم معامل كرونباخ ألفا جاءت أعلى من الحد المقبول إحصائياً (0.70)، مما يدل على وجود اتساق داخلي قوي بين فقرات الاستبانة، وبالتالي يمكن الاعتماد على الأداة في تحليل البيانات واستخلاص النتائج بدقة وموثوقية عالية.

#### 4.4 التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

بعد عرض نتائج اختبار الصدق والثبات، يتم في هذا الجزء تحليل محاور الدراسة المتعلقة بالتحول الرقمي وجودة الخدمات، إضافة إلى أثر ذلك على الأداء العام، وذلك بالاعتماد على البيانات الميدانية لعينة الدراسة.

##### المحور الثاني: جودة الخدمات

يركز هذا المحور على قياس مستوى جودة الخدمات المقدمة في شركة STC ، ومدى تأثيرها بتطبيق التحول الرقمي.

| رقم<br>الفقرة | عبارة القياس                               | المتوسط | الانحراف<br>المعياري | مستوى<br>التقدير |
|---------------|--------------------------------------------|---------|----------------------|------------------|
| 1             | الخدمات الرقمية تسهم في تسريع تقديم الخدمة | 4.18    | 0.67                 | مرتفع            |
| 2             | جودة الخدمات تحسنت بعد التحول الرقمي       | 4.25    | 0.61                 | مرتفع            |
| 3             | الأنظمة الرقمية تقلل من الأخطاء التشغيلية  | 4.10    | 0.73                 | مرتفع            |
| 4             | توفر القنوات الرقمية يعزز رضا العملاء      | 4.22    | 0.65                 | مرتفع            |
| 5             | الخدمات الإلكترونية سهلة الاستخدام         | 4.15    | 0.70                 | مرتفع            |

يتبين أن جودة الخدمات جاءت بمستوى مرتفع، مما يدل على أن التحول الرقمي ساهم بشكل واضح في تحسين كفاءة الخدمات وتقليل الأخطاء التشغيلية.

### المحور الثالث: تحسين الأداء (الوقت والتكلفة)

يهدف هذا المحور إلى تحليل أثر التحول الرقمي على سرعة الأداء وكفاءة استخدام الموارد.

| رقم<br>الفقرة | عبارة القياس                                    | المتوسط | الانحراف<br>المعياري | مستوى<br>التقدير |
|---------------|-------------------------------------------------|---------|----------------------|------------------|
| 1             | التحول الرقمي يقلل من وقت إنجاز الخدمة          | 4.20    | 0.64                 | مرتفع            |
| 2             | استخدام الأنظمة الرقمية يخفض التكاليف التشغيلية | 4.05    | 0.76                 | مرتفع            |
| 3             | الخدمات الرقمية تقلل الحاجة للعمليات اليدوية    | 4.28    | 0.58                 | مرتفع            |
| 4             | التحول الرقمي يساعد في تحسين كفاءة العمل        | 4.30    | 0.60                 | مرتفع            |
| 5             | الأنظمة الرقمية تساهم في تنظيم سير العمل        | 4.12    | 0.72                 | مرتفع            |

تشير النتائج إلى أن التحول الرقمي له دور كبير في تحسين الأداء، من خلال تقليل الوقت والتكاليف وزيادة الكفاءة التشغيلية.

#### المحور الرابع: رضا العملاء

يركز هذا المحور على قياس أثر التحول الرقمي على مستوى رضا العملاء.

| رقم<br>الفقرة | عبارة القياس                              | المتوسط | الانحراف<br>المعياري | مستوى<br>التقدير |
|---------------|-------------------------------------------|---------|----------------------|------------------|
| 1             | التحول الرقمي يحسن تجربة العميل           | 4.24    | 0.63                 | مرتفع            |
| 2             | العملاء يفضلون استخدام الخدمات الرقمية    | 4.18    | 0.69                 | مرتفع            |
| 3             | الخدمات الرقمية توفر الوقت والجهد للعملاء | 4.30    | 0.57                 | مرتفع            |
| 4             | سهولة الوصول للخدمات تزيد من رضا العملاء  | 4.20    | 0.66                 | مرتفع            |

توضح النتائج أن التحول الرقمي ساهم في رفع مستوى رضا العملاء، من خلال تحسين تجربة الاستخدام وسهولة الوصول للخدمات.

#### اختبار الارتباط (Pearson Correlation)

| العلاقة           | التحول الرقمي ← جودة الخدمات | التحول الرقمي ← الأداء | التحول الرقمي ← رضا العملاء |
|-------------------|------------------------------|------------------------|-----------------------------|
| مستوى الدلالة     | 0.000                        | 0.001                  | 0.000                       |
| (r) قيمة الارتباط | 0.72                         | 0.68                   | 0.75                        |

تشير النتائج إلى وجود علاقات قوية ودالة إحصائية، مما يؤكد أن التحول الرقمي يؤثر بشكل مباشر في تحسين جودة الخدمات والأداء ورضا العملاء.

## تحليل الانحدار

| المتغير       | القيمة |
|---------------|--------|
| الثابت        | 1.10   |
| التحول الرقمي | 0.69   |

كلما زاد مستوى التحول الرقمي، تحسنت جودة الخدمات، مما يدل على وجود تأثير مباشر.

### 4.6 مناقشة النتائج

تظهر نتائج الدراسة إلى أن التحول الرقمي في شركة الاتصالات السعودية (STC) له تأثير واضح ومباشر على جودة الخدمات المقدمة، حيث أظهرت نتائج التحليل الوصفي أن جميع محاور الدراسة جاءت بمستوى مرتفع، مما يدل على إدراك أفراد العينة لأهمية التحول الرقمي ودوره في تحسين الأداء. ففيما يتعلق بمحور جودة الخدمات، تبين أن استخدام الأنظمة الرقمية ساهم في تسريع تقديم الخدمات وتقليل الأخطاء التشغيلية، وهو ما يعكس تحسناً ملموساً في مستوى الخدمة. كما دعمت نتائج تحليل الارتباط هذه النتائج، حيث بينت وجود علاقات قوية بين التحول الرقمي وكل من جودة الخدمات والأداء ورضا العملاء، وهو ما يؤكد أن التحول الرقمي يعد عاملاً رئيسياً في تحسين مخرجات المؤسسة. وبالإضافة إلى ذلك، أظهرت نتائج تحليل الانحدار وجود تأثير مباشر للتحول الرقمي على جودة الخدمات، مما يدل على أن أي زيادة في مستوى التحول الرقمي تقابلها زيادة في مستوى جودة الخدمة.

### 4.7 خاتمة الفصل

اعتماداً على النتائج التي تم التوصل إليها في هذا الفصل، يتبين أن التحول الرقمي يمثل عنصراً أساسياً في تحسين جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية (STC)، حيث ساهم بشكل واضح في تطوير الأداء ورفع مستوى رضا العملاء. كما وضحت النتائج أن تطبيق الأنظمة الرقمية لا يقتصر على تحسين الجانب التقني فقط، بل يمتد ليشمل تحسين تجربة المستخدم، وتسريع الإجراءات، وتقليل الأخطاء، مما ينعكس إيجاباً

على جودة الخدمات المقدمة. وبيّنت الدراسة وجود علاقة قوية بين التحول الرقمي وجودة الخدمات، بالإضافة إلى وجود تأثير مباشر للتحول الرقمي في تحسين الأداء العام، وهو ما يؤكد أهمية الاستثمار في التقنيات الحديثة كوسيلة لتحقيق التميز في الخدمات. بناءً على ذلك، يمكن القول إن نجاح المؤسسات الخدمية في العصر الحالي يعتمد بشكل كبير على مدى قدرتها على تبني التحول الرقمي وتوظيفه بشكل فعال لتحسين جودة الخدمات وتحقيق رضا العملاء.

## الفصل الخامس : مناقشة النتائج والاستنتاجات

## 5.1 مقدمة

يطرح هذا الفصل إلى عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة حول أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية (STC) ، وذلك من خلال ربط النتائج الإحصائية التي تم التوصل إليها في الفصل الرابع بالإطار النظري والدراسات السابقة. كما يحتوي هذا الفصل إبراز الإسهامات النظرية والعملية للدراسة، بالإضافة إلى عرض مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تساعد في تحسين جودة الخدمات من خلال تعزيز التحول الرقمي، إلى جانب اقتراح عدد من مجالات الدراسات المستقبلية ذات الصلة بموضوع البحث.

## 5.2 المساهمة النظرية للدراسة

تساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية في مجال الإدارة وتقنية المعلومات، وبشكل خاص في موضوع التحول الرقمي وجودة الخدمات، من خلال التركيز على العلاقة بين التحول الرقمي وتعزيز جودة الخدمات في السياق السعودي. وقد اوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي وكل من جودة الخدمات ورضا العملاء والأداء، حيث بلغت قيم الارتباط (0.72، 0.75، 0.68) على التوالي، مما يعزز ما ورد في الأدبيات السابقة التي تؤكد أن التحول الرقمي يعد من العوامل الأساسية في تحسين الأداء المؤسسي. كما تساعد الدراسة في تقديم إطار تطبيقي يوضح دور التحول الرقمي كأحد العوامل المؤثرة في تحسين جودة الخدمات، وهو ما يضيف بعداً تطبيقياً يتناسب مع طبيعة البيئة الرقمية في المملكة العربية السعودية، خاصة في قطاع الاتصالات الذي يشهد تطوراً مستمراً.

## 5.3 المساهمة العملية للدراسة

على المستوى العملي، تبين هذه الدراسة أهمية التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات داخل شركة STC ، حيث اوضحت النتائج أن استخدام الأنظمة الرقمية يساعد في تحسين سرعة تقديم الخدمة، وتقليل الأخطاء التشغيلية، ورفع مستوى رضا العملاء. كما تبين أن ضعف التحول الرقمي قد يؤدي إلى انخفاض جودة الخدمات وتأخر في الأداء، في حين أن تطوير الأنظمة الرقمية يساهم في تعزيز كفاءة العمليات وتعزيز تجربة المستخدم. وتساعد نتائج الدراسة صناع القرار في الشركة على اتخاذ خطوات أكثر فاعلية فيما يتعلق بتطوير

الأنظمة الرقمية، من خلال التركيز على تحسين جودة الخدمات الرقمية وتبسيط الإجراءات، بما يحقق التوازن بين سرعة الأداء وجودة الخدمة ورضا العملاء.

## التوصيات

في ضوء نتائج الدراسة، يمكن تقديم التوصيات التالية:

- أهمية الاستمرار في تطوير الأنظمة الرقمية داخل شركة STC ، بما يسهم في تحسين جودة الخدمات وسرعة تقديمها.
- العمل على تحسين تجربة المستخدم من خلال تطوير التطبيقات الرقمية وتسهيل استخدامها.
- تقليل الأعطال التقنية وتحسين استقرار الأنظمة الرقمية لما لذلك من تأثير مباشر على جودة الخدمات.
- رفع نسبة استخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات في تطوير الخدمات.
- التركيز على قياس رضا العملاء بشكل دوري والاستفادة من نتائجه في تحسين الأداء.

## 5.5 محددات الدراسة

تشكل محددات هذه الدراسة في اقتصارها على شركة الاتصالات السعودية (STC) ، مما قد يقلل من إمكانية تعميم النتائج على شركات أخرى أو قطاعات مختلفة. كما اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان في جمع البيانات، والتي تعكس آراء المبحوثين وقد تتأثر بعوامل ذاتية. إضافة إلى ذلك، تركزت الدراسة على متغير واحد مستقل وهو التحول الرقمي، دون التطرق إلى متغيرات أخرى قد تؤثر في جودة الخدمات مثل الثقافة التنظيمية أو مستوى الابتكار.

## 5.6 الدراسات المستقبلية

تقترح الدراسة إجراء بحوث مستقبلية تتناول:

- دراسة أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات في قطاعات أخرى مثل القطاع الصحي أو المصرفي.
- توسيع نطاق الدراسة ليشمل شركات متعددة داخل المملكة للمقارنة بين النتائج.
- دراسة العلاقة بين التحول الرقمي ومتغيرات أخرى مثل رضا الموظفين أو الابتكار التنظيمي.
- استخدام مناهج بحث نوعية مثل المقابلات للحصول على فهم أعمق.

## 5.7 خاتمة الفصل

أوضحت الدراسة إلى أن التحول الرقمي يعتبر عاملاً أساسياً في تحسين جودة الخدمات ورفع مستوى الأداء داخل المؤسسات، حيث أظهرت النتائج وجود علاقات قوية ودالة إحصائية بين التحول الرقمي وكل من جودة الخدمات ورضا العملاء والأداء. كما أكدت النتائج أن الاستثمار في التحول الرقمي يمثل خطوة استراتيجية نحو تحسين كفاءة الخدمات وتعزيز رضا العملاء، مما يساهم في تحقيق التميز المؤسسي في بيئة العمل الحديثة.

## قائمة المراجع

1. آل سعود، نورة (2023). التحول الرقمي كمدخل لتحسين كفاءة الأداء في المؤسسات السعودية. مجلة الإدارة والاقتصاد، جامعة الملك سعود.
2. العتيبي، فهد (2021). العوامل المؤثرة في نجاح التحول الرقمي في القطاع الخاص السعودي. المجلة العربية للإدارة، المجلد 41، العدد 2.
3. الحربي، عبد الرحمن بن صالح (2022). أثر التحول الرقمي على رضا العملاء في المؤسسات الخدمية السعودية. مجلة العلوم الإدارية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
4. القحطاني، محمد بن سعد (2020). إدارة التحول الرقمي ودورها في تحسين الأداء المؤسسي. مجلة جامعة الملك عبد العزيز للاقتصاد والإدارة، المملكة العربية السعودية.
5. الزهراني، أحمد بن حسين (2021). جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا العملاء في المؤسسات الخدمية. مجلة الدراسات الإدارية، جامعة أم القرى.
6. وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات. (2024) تقرير الاقتصاد الرقمي في المملكة العربية السعودية. الرياض: وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات.
7. هيئة الحكومة الرقمية. (2023) التحول الرقمي وجودة الخدمات في القطاعين العام والخاص. الرياض، المملكة العربية السعودية.
8. برنامج التحول الوطني. (2022) مبادرات التحول الرقمي في القطاع الخاص. الرياض، المملكة العربية السعودية.
9. السلمي، عبد الرحمن بن نافع. (2024). استراتيجيات التسويق الرقمي وتأثيرها على مبيعات العقارات في مدينة جدة: مراجعة منهجية.

10. زهران، علاء عبد الرحيم أحمد. (2023). الاتصالات التفاعلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على قطاع التسويق العقاري في مصر.

(1). 20، *International Journal of Advanced Mass Communication and Journalism*

11. خميس، آسر أحمد. (2023). أثر توظيف تقنيات الميتافيرس على المزيج التسويقي العقاري في السوق المصري. مجلة البحوث الإعلامية .

12. بن عبد الله، محمد بن أحمد. (2022). دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على سلوك المستهلك الشرائي. مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الإدارية، 34(2)، 112.89-

13. Ministry of Communications and Information Technology (2024). Saudi Arabia Digital Economy Report. Riyadh: MCIT.

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

15. Alharbi, R. (2023). Impact of Digital Transformation on Customer Experience in Saudi Telecom Sector. *International Journal of Management Studies*, 19(4), 101–117.

16. 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.

17. Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and research agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.

18. Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482.
19. OECD (2022). *Digital transformation and service quality in private sector organizations*. Paris: OECD Publishing.
20. Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business School Press.
21. Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). Strategy, not technology, drives digital transformation. *MIT Sloan Management Review*, 14(1), 1–25.
22. 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.
23. Rust, R. T., & Huang, M. H. (2014). The service revolution and the transformation of marketing science. *Marketing Science*, 33(2), 206–221.
24. Chatterjee, S., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Sharma, A. (2020). The adoption of AI-based customer service systems: A study of factors affecting user acceptance. *Information Systems Frontiers*, 22, 1449–1466.
25. Alalwan, A. A. (2020). Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Information Management*, 50, 28–44.