

Final Project 1
Code: MGM 496-PMG496
Project Template

Faculty of Management
Midocean University

أثر جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء: دراسة تطبيقية على مستشفى سليمان الحبيب في المملكة العربية السعودية

أسم الطالب:

أروى عبد المجيد أحمد

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

٢٠٢٦- الفصل الدراسي الثاني

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	4
1.2. مشكلة الدراسة	6
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	7
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	7
1.3. أهمية الدراسة	8
1.3.1. على المستوى النظري:	8
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	8
1.4. أسئلة الدراسة	9
1.5. أهداف الدراسة	10
1.6. فرضيات الدراسة	11
1.7. نموذج الدراسة	12
1.8. منهجية الدراسة	13
1.9. الدراسة الميدانية	13
1.10. مخطط المشروع المقترح	15
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	
1.	1
	6
2.1. المقدمة:	17
2.2. المتغير المستقل	17
2.3. المتغير التابع	17
2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	17
2.5. الخاتمة	18
قائمة المراجع	19

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

يشهد العالم في الوقت الحالي تطورًا متسارعًا في مجال التكنولوجيا الرقمية، الأمر الذي أدى إلى إحداث تغييرات جوهرية في مختلف القطاعات الاقتصادية والخدمية، وقد ساهم هذا التطور في إعادة تشكيل أساليب تقديم الخدمات وطرق التواصل بين المؤسسات وعملائها، حيث أصبحت التقنيات الرقمية عنصرًا أساسيًا في تحسين الكفاءة التشغيلية وتطوير جودة الخدمات وتعزيز تجربة المستفيدين، ويُعد التحول الرقمي أحد أبرز التوجهات الحديثة التي تسعى المؤسسات إلى تبنيها لتحقيق التميز التنافسي والاستجابة للتغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال.

ومن بين القطاعات التي شهدت تطورًا ملحوظًا في مجال التحول الرقمي يأتي القطاع الصحي، حيث اتجهت المؤسسات الصحية إلى توظيف التقنيات الحديثة في تقديم خدماتها بهدف تحسين جودة الرعاية الصحية وتسهيل حصول المستفيدين على الخدمات المختلفة، وقد شمل هذا التحول العديد من التطبيقات الرقمية مثل أنظمة حجز المواعيد الإلكترونية، والملفات الطبية الرقمية، وخدمات الاستشارات الصحية عن بُعد، وتطبيقات الهواتف الذكية التي تتيح للمراجعين الوصول إلى الخدمات الصحية بسهولة وفي أي وقت.

ومع التوسع في استخدام الخدمات الرقمية داخل المؤسسات الصحية، برز مفهوم التجربة الرقمية باعتباره أحد المفاهيم المهمة التي تعكس طبيعة تفاعل العملاء مع القنوات والمنصات الإلكترونية التي توفرها المؤسسة، وتشمل التجربة الرقمية جميع المراحل التي يمر بها العميل أثناء استخدام الخدمات الرقمية، بدءًا من البحث عن المعلومات الصحية، ومرورًا بحجز المواعيد والاستفادة من الخدمات الإلكترونية المختلفة، وانتهاءً بمتابعة الخدمات المقدمة بعد الحصول عليها، وأصبحت جودة هذه التجربة تمثل عاملاً مؤثرًا في تكوين الانطباعات العامة لدى العملاء تجاه المؤسسة الصحية.

وتُعرف جودة التجربة الرقمية بأنها قدرة الأنظمة والمنصات الرقمية على توفير تجربة استخدام فعالة وسهلة وأمنة تلبي احتياجات العملاء وتوقعاتهم، كما ترتبط جودة التجربة الرقمية بعدد من العناصر المهمة مثل سهولة الاستخدام، وسرعة الاستجابة، ووضوح المعلومات، وموثوقية الأنظمة الإلكترونية، ومستوى الأمان وحماية الخصوصية، وكلما ارتفع مستوى هذه العناصر، زادت قدرة المؤسسة على تقديم تجربة رقمية متميزة تعزز رضا العملاء وتشجعهم على الاستمرار في استخدام الخدمات المقدمة.

ويُعد رضا العملاء من أهم المؤشرات التي تعتمد عليها المؤسسات الصحية في تقييم أدائها وقياس مدى نجاحها في تحقيق أهدافها. ويعكس رضا العملاء درجة توافق الخدمات المقدمة مع توقعاتهم واحتياجاتهم، كما يساهم في تعزيز ثقتهم بالمؤسسة الصحية وزيادة احتمالية تعاملهم معها مستقبلاً، لذلك تسعى المؤسسات الصحية بصورة مستمرة إلى تحسين جودة خدماتها ورفع مستوى رضا العملاء باعتباره عاملاً أساسيًا في تحقيق النجاح والاستدامة والميزة التنافسية.

وقد أشارت العديد من الدراسات الحديثة إلى وجود علاقة إيجابية بين جودة التجربة الرقمية ومستوى رضا العملاء في المؤسسات الخدمية، حيث يؤدي تحسين جودة المنصات الرقمية وسهولة استخدامها وسرعة الاستجابة من خلالها إلى تعزيز رضا العملاء وتحسين تقييمهم للخدمات المقدمة، كما أن التجربة الرقمية

الإيجابية تسهم في بناء صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة وزيادة ولاء العملاء لها، في حين قد تؤدي المشكلات التقنية وضعف جودة الخدمات الإلكترونية إلى انخفاض مستويات الرضا حتى في حال تميز الخدمة الأساسية المقدمة.

وفي المملكة العربية السعودية يحظى التحول الرقمي باهتمام كبير في إطار رؤية المملكة 2030 التي تهدف إلى تطوير الخدمات الحكومية والخاصة وتحسين تجربة المستفيدين ورفع جودة الحياة، وقد انعكس هذا التوجه على القطاع الصحي من خلال تبني العديد من المبادرات الرقمية وتطوير الخدمات الإلكترونية التي تسهم في تسهيل حصول المستفيدين على الرعاية الصحية بكفاءة وجودة عالية.

ويُعد مستشفى سليمان الحبيب من المؤسسات الصحية الرائدة في المملكة العربية السعودية التي أولت اهتمامًا كبيرًا بتطوير خدماتها الرقمية وتبني أحدث التقنيات الإلكترونية لخدمة العملاء، ومن هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة بهدف التعرف على أثر جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء في مستشفى سليمان الحبيب، وذلك من خلال دراسة العلاقة بين هذين المتغيرين وتحليل مدى تأثير جودة الخدمات الرقمية في تعزيز رضا العملاء، بما يسهم في تقديم نتائج يمكن الاستفادة منها في تطوير الخدمات الرقمية وتحسين تجربة المستفيدين في القطاع الصحي.

1.2. مشكلة الدراسة

يشهد القطاع الصحي في الوقت الحاضر تحولاً رقمياً متسارعاً نتيجة التطورات التقنية المتلاحقة وزيادة الاعتماد على الخدمات الإلكترونية في مختلف مجالات الحياة، وقد أدى هذا التحول إلى قيام المؤسسات الصحية بتطوير العديد من المنصات والتطبيقات الرقمية التي تهدف إلى تسهيل وصول العملاء إلى الخدمات الصحية وتحسين تجربتهم أثناء التعامل مع المؤسسة، ورغم التوسع الكبير في استخدام الحلول الرقمية داخل القطاع الصحي، إلا أن نجاح هذه الحلول لا يعتمد فقط على توفيرها، بل يعتمد بدرجة كبيرة على جودة التجربة الرقمية التي يحصل عليها العميل أثناء استخدامها.

وتُعد جودة التجربة الرقمية من العوامل المهمة التي تؤثر في انطباعات العملاء وتقييمهم للمؤسسة الصحية، حيث يتوقع العملاء أن تكون الخدمات الرقمية سهلة الاستخدام وسريعة الاستجابة وأمنة وتوفر المعلومات المطلوبة بدقة ووضوح. وعندما لا تحقق الخدمات الرقمية هذه التوقعات، فإن ذلك قد ينعكس سلباً على مستوى رضا العملاء حتى وإن كانت جودة الخدمة الصحية المقدمة مرتفعة. ومن هنا أصبحت المؤسسات الصحية مطالبة بالاهتمام بجميع عناصر التجربة الرقمية لضمان تحقيق رضا العملاء وتعزيز ثقتهم بالخدمات المقدمة.

ومع التنافس المتزايد بين المؤسسات الصحية الخاصة في المملكة العربية السعودية، أصبح رضا العملاء أحد أهم المؤشرات التي تعتمد عليها المؤسسات في تقييم أدائها وتحقيق ميزتها التنافسية، كما أن التطور المستمر في توقعات العملاء واحتياجاتهم الرقمية يفرض على المؤسسات الصحية العمل بصورة مستمرة على تحسين جودة خدماتها الرقمية ورفع مستوى كفاءتها بما يتوافق مع تطلعات المستفيدين.

وعلى الرغم من الجهود الكبيرة التي تبذلها المؤسسات الصحية في مجال التحول الرقمي، إلا أن درجة تأثير جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء ما زالت تحتاج إلى مزيد من الدراسة والبحث، خاصة في البيئة السعودية التي تشهد نمواً ملحوظاً في استخدام التقنيات الرقمية في القطاع الصحي، ومن هذا المنطلق برزت الحاجة إلى دراسة أثر جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء في مستشفى سليمان الحبيب باعتباره أحد أبرز المؤسسات الصحية التي تعتمد بشكل كبير على الخدمات الرقمية في تقديم خدماتها للعملاء.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

على الرغم من الاهتمام المتزايد بمفهوم جودة التجربة الرقمية في الأدبيات العلمية الحديثة، إلا أن غالبية الدراسات السابقة ركزت على قطاعات مختلفة مثل التجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية والاتصالات، في حين لا تزال الدراسات التي تناولت العلاقة بين جودة التجربة الرقمية ورضا العملاء في القطاع الصحي محدودة نسبياً، خصوصاً في البيئة العربية، كما أظهرت بعض الدراسات تبايناً في نتائجها فيما يتعلق بحجم وتأثير جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء، الأمر الذي يشير إلى وجود حاجة لإجراء المزيد من الدراسات التي تسهم في توضيح هذه العلاقة في بيئات مختلفة.

كذلك فإن مفهوم جودة التجربة الرقمية يُعد من المفاهيم الحديثة نسبياً التي تتطور باستمرار نتيجة التطورات التقنية المتسارعة، مما يستدعي تحديث الدراسات العلمية المتعلقة به بصورة مستمرة، كما أن طبيعة القطاع الصحي تختلف عن غيره من القطاعات الخدمية نظراً لارتباطه المباشر بصحة الإنسان وحساسية الخدمات المقدمة فيه، وهو ما يجعل دراسة هذه العلاقة في المؤسسات الصحية ذات أهمية علمية كبيرة.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

تسعى المؤسسات الصحية إلى تطوير تطبيقاتها الإلكترونية ومنصات الرقمية بهدف تحسين تجربة العملاء ورفع مستوى رضاهم، إلا أن العديد من هذه المؤسسات قد تواجه تحديات تتعلق بتحديد العناصر الرقمية الأكثر تأثيراً في رضا العملاء، كما أن اختلاف توقعات العملاء ومستويات استخدامهم للتقنيات الرقمية يجعل من الصعب أحياناً تحديد الجوانب التي تحتاج إلى تطوير وتحسين.

ويُعد مستشفى سليمان الحبيب من المؤسسات الصحية التي استثمرت بصورة كبيرة في مجال التحول الرقمي من خلال توفير العديد من الخدمات الإلكترونية الحديثة، إلا أن قياس مدى تأثير جودة هذه الخدمات الرقمية على رضا العملاء يظل أمراً ضرورياً لضمان تحقيق الأهداف المرجوة من التحول الرقمي، لذلك تسعى هذه الدراسة إلى المساهمة في توفير فهم أعمق لطبيعة العلاقة بين جودة التجربة الرقمية ورضا العملاء داخل المستشفى، بما يساعد الإدارة على تطوير خدماتها الرقمية وتحسين مستوى رضا المستفيدين.

السؤال الرئيس للدراسة:

ما أثر جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء في مستشفى سليمان الحبيب بالملكة العربية السعودية؟

1.3. أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من الأهمية المتزايدة للتحويل الرقمي في القطاع الصحي والدور الذي تلعبه التقنيات الرقمية في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء، كما تتبع أهميتها من الحاجة إلى فهم العوامل المؤثرة في رضا العملاء في ظل التوسع المستمر في استخدام الخدمات الرقمية داخل المؤسسات الصحية، ويمكن توضيح أهمية الدراسة من خلال الجانبين النظري والتطبيقي كما يلي:

1.3.1. على المستوى النظري:

- تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بجودة التجربة الرقمية ورضا العملاء في القطاع الصحي.
- تساعد الدراسة في توضيح طبيعة العلاقة بين جودة التجربة الرقمية ورضا العملاء داخل المؤسسات الصحية.
- تساهم الدراسة في سد جزء من الفجوة المعرفية المتعلقة بدراسة التجربة الرقمية في القطاع الصحي الخاص بالمملكة العربية السعودية.
- توفر الدراسة إطاراً نظرياً يمكن للباحثين الاستفادة منه في الدراسات المستقبلية المرتبطة بالتحويل الرقمي وتجربة العملاء.
- تدعم الدراسة المعرفة العلمية المتعلقة بأهمية توظيف التقنيات الرقمية في تحسين تجربة العملاء ورفع مستوى رضاهم.
- تضيف الدراسة مرجعاً علمياً حديثاً يمكن الاستفادة منه في البحوث والدراسات التي تتناول التحويل الرقمي في المؤسسات الصحية.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

- تساعد الدراسة إدارة مستشفى سليمان الحبيب على التعرف على مدى تأثير جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء.
- تساهم الدراسة في تحديد الجوانب التي تحتاج إلى تطوير وتحسين في الخدمات والمنصات الرقمية بالمستشفى.
- تدعم الدراسة متخذي القرار في وضع استراتيجيات فعالة لتحسين تجربة العملاء الرقمية.
- تساعد الدراسة في رفع مستوى رضا العملاء من خلال تطوير جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة لهم.
- تساهم الدراسة في تعزيز القدرة التنافسية للمستشفى من خلال تحسين الخدمات الرقمية وتجربة المستفيدين.
- توفر الدراسة نتائج يمكن الاستفادة منها في تطوير الخدمات الصحية الرقمية في المؤسسات الصحية المشابهة.
- تدعم الدراسة جهود التحويل الرقمي في القطاع الصحي بما يتوافق مع مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030.
- تساعد الدراسة في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء من خلال تحسين تجربتهم الرقمية وزيادة ثقتهم بالخدمات الصحية المقدمة.

1.4. أسئلة الدراسة

تتبع أسئلة الدراسة من الحاجة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين جودة التجربة الرقمية التي يقدمها مستشفى سليمان الحبيب ومستوى رضا العملاء عن الخدمات الرقمية المقدمة لهم، وفي ظل التوسع الكبير في استخدام التقنيات الرقمية في القطاع الصحي، أصبح من الضروري دراسة الجوانب المختلفة للتجربة الرقمية التي يمر بها العميل، ومدى تأثيرها في تكوين انطباعاته ومستوى رضاه عن المؤسسة الصحية.

وبناءً على ذلك، تتمثل أسئلة الدراسة فيما يلي:

• السؤال الرئيسي:

ما أثر جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء في مستشفى سليمان الحبيب بالمملكة العربية السعودية؟

• الأسئلة الفرعية:

1. ما مستوى جودة التجربة الرقمية التي يقدمها مستشفى سليمان الحبيب لعملائه؟
2. ما مستوى رضا العملاء عن الخدمات الرقمية المقدمة في المستشفى؟
3. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة التجربة الرقمية ورضا العملاء؟
4. ما أكثر أبعاد جودة التجربة الرقمية تأثيراً في رضا العملاء؟
5. إلى أي مدى تسهم سهولة الاستخدام وسرعة الاستجابة ووضوح المعلومات وأمان المنصات الرقمية في تعزيز رضا العملاء؟

وتسعى هذه الأسئلة إلى توفير إطار واضح للدراسة يساعد في توجيه عملية جمع البيانات وتحليلها، بما يسهم في الوصول إلى نتائج علمية دقيقة حول أثر جودة التجربة الرقمية في رضا العملاء داخل مستشفى سليمان الحبيب.

1.5. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء في مستشفى سليمان الحبيب بالمملكة العربية السعودية، وذلك من خلال تحليل العلاقة بين جودة الخدمات الرقمية المقدمة ومستوى رضا العملاء عنها، كما تسعى الدراسة إلى تحديد الجوانب التي يمكن أن تسهم في تحسين التجربة الرقمية وتعزيز رضا المستفيدين من الخدمات الصحية الإلكترونية.

وتتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

• الهدف الرئيسي:

التعرف على أثر جودة التجربة الرقمية على رضا العملاء في مستشفى سليمان الحبيب بالمملكة العربية السعودية.

• الأهداف الفرعية:

1. قياس مستوى جودة التجربة الرقمية في الخدمات الإلكترونية التي يقدمها مستشفى سليمان الحبيب.
2. تحديد مستوى رضا العملاء عن الخدمات الرقمية المقدمة في المستشفى.
3. تحليل العلاقة بين جودة التجربة الرقمية ورضا العملاء.
4. تحديد أبعاد جودة التجربة الرقمية الأكثر تأثيراً في رضا العملاء.
5. تقديم توصيات تساعد إدارة المستشفى على تحسين خدماتها الرقمية وتعزيز رضا العملاء.

وتسهم هذه الأهداف في توجيه الدراسة نحو تحقيق فهم أعمق للعوامل المؤثرة في رضا العملاء، وتحديد الجوانب التي تحتاج إلى تطوير داخل البيئة الرقمية للمستشفى.

1.6. فرضيات الدراسة

تعتمد الدراسة على مجموعة من الفرضيات التي تسعى إلى اختبار طبيعة العلاقة بين جودة التجربة الرقمية ورضا العملاء في مستشفى سليمان الحبيب، وتُعد هذه الفرضيات أساسًا علميًا يساعد في تحليل البيانات واستخلاص النتائج المتعلقة بمدى تأثير أبعاد التجربة الرقمية المختلفة في مستوى رضا العملاء.

وتتمثل فرضيات الدراسة فيما يلي :

• الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة التجربة الرقمية ورضا العملاء في مستشفى سليمان الحبيب.

• الفرضيات الفرعية:

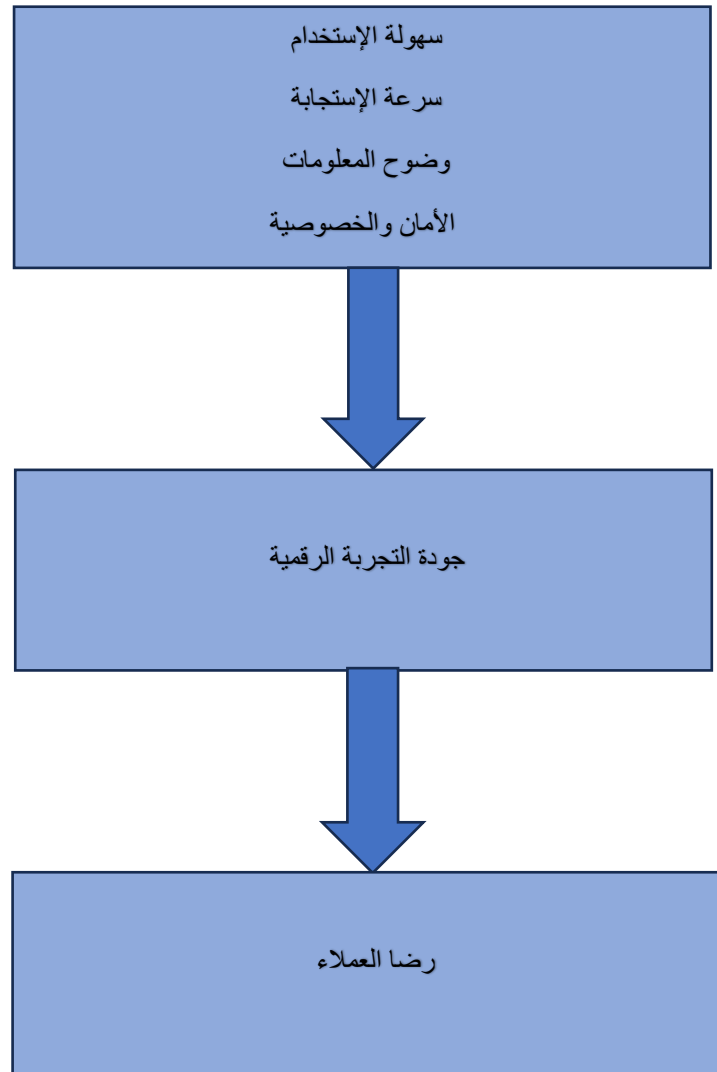
1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سهولة استخدام الخدمات الرقمية ورضا العملاء.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سرعة استجابة المنصات الرقمية ورضا العملاء.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وضوح المعلومات الرقمية ورضا العملاء.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أمان وخصوصية الخدمات الرقمية ورضا العملاء.

وتهدف هذه الفرضيات إلى اختبار مدى تأثير كل بعد من أبعاد جودة التجربة الرقمية في رضا العملاء، مما يساعد في تحديد الجوانب الأكثر أهمية التي ينبغي التركيز عليها لتحسين الخدمات الرقمية المقدمة.

1.7. نموذج الدراسة

يعتمد نموذج الدراسة على وجود متغير مستقل يتمثل في جودة التجربة الرقمية، ومتغير تابع يتمثل في رضا العملاء. وتشمل جودة التجربة الرقمية مجموعة من الأبعاد التي تعكس مدى كفاءة الخدمات الرقمية المقدمة، وهي سهولة الاستخدام، وسرعة الاستجابة، ووضوح المعلومات، والأمان، والخصوصية.

ويفترض نموذج الدراسة أن تحسين هذه الأبعاد يؤدي إلى تعزيز جودة التجربة الرقمية، مما ينعكس إيجاباً على مستوى رضا العملاء عن الخدمات الصحية الرقمية المقدمة في مستشفى سليمان الحبي



1.8. منهجية الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، نظرًا لملاءمته لطبيعة البحث الذي يهدف إلى دراسة العلاقة بين جودة التجربة الرقمية ورضا العملاء في مستشفى سليمان الحبيب، ويُستخدم هذا المنهج لوصف الظاهرة محل الدراسة وتحليل البيانات المتعلقة بها بهدف الوصول إلى نتائج علمية دقيقة تسهم في تفسير العلاقة بين المتغيرات. وسيتم جمع البيانات من خلال استبانة تُعد خصيصًا لقياس أبعاد جودة التجربة الرقمية ومستوى رضا العملاء عن الخدمات الرقمية المقدمة في المستشفى، وتتضمن الاستبانة مجموعة من الفقرات التي تغطي الجوانب المختلفة للتجربة الرقمية، مثل سهولة الاستخدام، وسرعة الاستجابة، ووضوح المعلومات، والأمان، والخصوصية. أما مجتمع الدراسة فيتمثل في عملاء مستشفى سليمان الحبيب الذين يستخدمون الخدمات الرقمية للمستشفى، في حين سيتم اختيار عينة عشوائية من هؤلاء العملاء للمشاركة في الدراسة، وسيتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، مثل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل الارتباط والانحدار، بهدف قياس أثر جودة التجربة الرقمية في رضا العملاء.

1.9. الدراسة الميدانية

سيتم تطبيق الدراسة ميدانيًا في مستشفى سليمان الحبيب في المملكة العربية السعودية، باعتباره من المؤسسات الصحية الرائدة التي تعتمد بشكل كبير على الخدمات الرقمية في تقديم خدماتها للعملاء. وقد شهد المستشفى تطورًا ملحوظًا في مجال التحول الرقمي من خلال توفير مجموعة متنوعة من الخدمات الإلكترونية، مثل حجز المواعيد إلكترونياً، والملفات الطبية الرقمية، وخدمات الاستشارات عن بُعد، وتطبيقات الهواتف الذكية. وتُعد الدراسة الميدانية في هذا المستشفى مناسبة لتحقيق أهداف البحث، نظرًا لوجود بيئة رقمية متقدمة تتيح للباحث إمكانية قياس مستوى جودة التجربة الرقمية لدى العملاء ومدى تأثيرها في رضاهم عن الخدمات المقدمة، كما تسهم هذه الدراسة في توفير بيانات واقعية تساعد في تحليل العلاقة بين جودة التجربة الرقمية ورضا العملاء داخل المؤسسة الصحية.

وستشمل الدراسة الميدانية عينة من العملاء الذين يستخدمون الخدمات الرقمية للمستشفى، حيث سيتم توزيع الاستبانة عليهم وجمع البيانات المتعلقة بتقييمهم للتجربة الرقمية ومستوى رضاهم عن الخدمات الصحية الإلكترونية المقدمة لهم.

1.10. مخطط المشروع المقترح

يتكون المشروع البحثي المقترح من مجموعة من الفصول التي تغطي مختلف جوانب الدراسة، بدءًا من الإطار العام للدراسة وانتهاءً بالنتائج والتوصيات، ويهدف هذا المخطط إلى تنظيم محتوى البحث بصورة منهجية تساهم في تسلسل الأفكار وتوضيح العلاقة بين أجزاء الدراسة المختلفة.

المحتوى المقترح:	الفصل:
الإطار العام للدراسة، ويشمل المقدمة، ومشكلة الدراسة، وأهمية الدراسة، وأسئلة الدراسة، وأهداف الدراسة، ومنهجية الدراسة، والدراسة الميدانية، ومخطط المشروع المقترح.	الفصل الأول
الدراسات السابقة والإطار النظري المتعلق بجودة التجربة الرقمية ورضا العملاء.	الفصل الثاني
منهجية الدراسة وإجراءاتها، ويشمل مجتمع الدراسة، والعينة، وأداة الدراسة، وإجراءات الصدق والثبات، وأساليب التحليل الإحصائي.	الفصل الثالث
عرض نتائج الدراسة وتحليلها ومناقشتها في ضوء الفرضيات والدراسات السابقة.	الفصل الرابع
النتائج والتوصيات والمقترحات للدراسات المستقبلية.	الفصل الخامس

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع:

- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Payne, A., Frow, P., & Eggert, A. (2017). The customer experience framework: Understanding, measurement and management. *Journal of Marketing Management*, 33(5–6), 467–489.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Payne, A., Frow, P., & Eggert, A. (2017). The customer experience framework: Understanding, measurement and management. *Journal of Marketing Management*, 33(5–6), 467–489.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.

- مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية (2025) رؤية المملكة العربية السعودية 2030 المملكة العربية السعودية.
- مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية. (2021). *رؤية المملكة العربية السعودية 2030*. <https://vision2030.gov.sa>

