



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/

عائشه 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
13	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
17	الفصل الثاني: الدراسات السابقة
18	2.1 المقدمة
18	2.2 المتغير المستقل
18	2.3 المتغير التابع
18	2.4 العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
19	2.5 الخاتمة
19	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 ارتباطًا 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 الرئيسية:

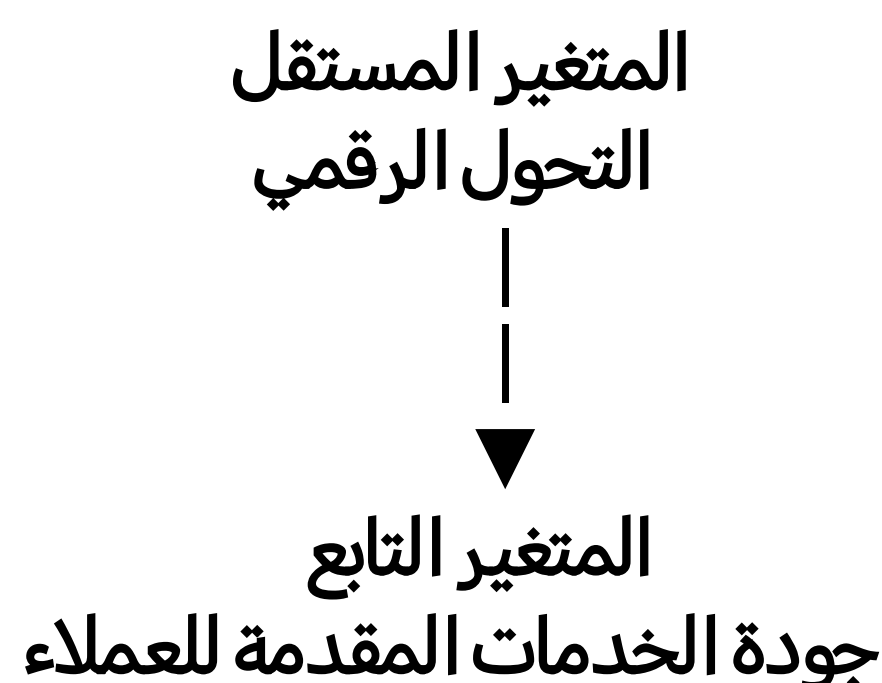
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي وتحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء في شركات الاتصالات السعودية.

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.

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

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.