

جامعة ميد أوشن



كلية الإدارة

ماجستير إدارة أعمال

دورالتحول الرقمي في تحسين تجربة العملاء :دراسة تطبيقية على

شركة الكهرباء السعودية.

إعداد الطالب/

نايف محمد طيب سلامي

الرقم الجامعي:

2021203053

إشراف/

أ.د / الفیصل عبد الحمید

العام الدراسي:

1447 - 2025



هَذَا

إلى أبي العطوف.... قدوتي، ومثلي الأعلى في الحياة؛ فهو من علّمني كيف
أعيش بكرامة وشموخ.

إلى أمي الحنونة..... لا أجد كلمات يمكن أن تمنحها حقها، فهي ملحمة
الحب وفرحة العمر، ومثال التفاني والعطاء.

إلى إخوتي.... سندي وعضدي ومشاطري أفراحي وأحزاني.

إلى زوجتي.... أسمى رموز الإخلاص والوفاء ورفيقة الدرب

إلى أولادي..... فلذات الأكباد.

إلى جميع الأخلاء؛ أهدي إليكم بحثي العلمي هذا..

شكر ونفائس

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في إتمام هذا البحث العلمي،

والذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة.

فالحمد لله حمداً كثيراً

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلي الدكتور /

د. الفیصل عبد الحمید

على كل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء

موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة.

والشكر والتقدير موصول إلي إدارة جامعة ميد أوشن ممثلة بالكادر

الأكاديمي والإداري، لما قدموه من تسهيلات وتشجيع وتوفير الخدمات

المطلوبة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من لم يسعنا الحظ بذكر أسمائهم راجياً

من المولي عز وجل أن تكون هذه الدراسة نافذة لدراسات أخرى .

المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التحول الرقمي بأبعاده المختلفة (التقنيات الحديثة، الكوادر البشرية، قواعد البيانات، رقمنة العمليات) في تحسين تجربة العملاء داخل الشركة السعودية للكهرباء، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة عشوائية طبقية مكوّنة من (221) موظفًا، تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مستوى تطبيق التحول الرقمي في الشركة السعودية للكهرباء جاء بدرجة مرتفعة، وأن تجربة العملاء تُقَيَّم أيضًا بمستوى مرتفع جدًا، مما يعكس نضج البيئة الرقمية للشركة، كما أثبتت نتائج الانحدار المتعدد وجود أثر دال إحصائيًا للتحول الرقمي بجميع أبعاده على تحسين تجربة العملاء.

وأوصت الدراسة بضرورة الاستثمار المستمر في البنية التحتية الرقمية، وتكثيف برامج تدريب الموظفين، وتحسين تجربة المستخدم الرقمي، وتعزيز أمن البيانات لتحقيق رضا العملاء وولائهم.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، التقنيات الحديثة، الكوادر البشرية، قواعد البيانات، رقمنة

العمليات، تحسين تجربة العملاء، الشركة السعودية للكهرباء

قائمة المحتويات

أ.....	بسم الله الرحمن الرحيم
ب.....	الإهداء
ج.....	الشكر والتقدير
د.....	المستخلص
ه.....	قائمة المحتويات
ح.....	قائمة الجداول
ط.....	قائمة الأشكال
1.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1.....	1.1 المقدمة
3.....	2.1 مشكلة الدراسة:
5.....	3.1 أهمية الدراسة:
5.....	1.3.1 الأهمية العلمية
6.....	2.3.1 الأهمية العملية
6.....	4.1 أهداف الدراسة:
7.....	5.1 تساؤلات الدراسة:
7.....	6.1 فروض الدراسة:
8.....	7.1 الدراسات السابقة:
18.....	8.1 الفجوة البحثية :
20.....	9.1 المنطلقات النظرية للدراسة:

22.....	10.1 المنهجية وطرق البحث:
23.....	11.1 أدوات جمع البيانات.....
23.....	12.1 طرق تحليل البيانات والأساليب الإحصائية.....
24.....	13.1 حدود الدراسة :.....
25.....	الفصل الثاني: الإطار النظري.....
25.....	المبحث الأول: التحول الرقمي.....
25.....	1.1.2 مقدمة عامة.....
25.....	2.1.2 مفهوم التحول الرقمي.....
26.....	3.1.2 أهمية التحول الرقمي.....
27.....	4.1.2 أهداف التحول الرقمي.....
29.....	5.1.2 خصائص التحول الرقمي.....
30.....	6.1.2 أبعاد التحول الرقمي.....
32.....	المبحث الثاني: تحسين تجربة العملاء.....
32.....	1.2.2 مقدمة.....
32.....	2.2.2 مفهوم تجربة العملاء.....
33.....	3.2.2 أهمية تحسين تجربة العملاء.....
35.....	4.2.2 أبعاد تحسين تجربة العملاء.....
37.....	1.3 منهج الدراسة.....
37.....	2.3 مجتمع الدراسة وعينتها.....
38.....	3.3 أداة الدراسة.....

39.....	4.3 صدق الأداة.....
40.....	5.3 ثبات الأداة.....
41.....	6.3 الأساليب الإحصائية المستخدمة.....
42.....	الفصل الرابع: تحليل البيانات ونتائج الدراسة.....
42.....	1.4 مقدمة الفصل.....
42.....	2.4 تحليل البيانات الديموغرافية.....
45.....	3.4 التحليل الوصفي للمتغير المستقل (التحول الرقمي).....
49.....	4.4 التحليل الوصفي للمتغير التابع (تحسين تجربة العملاء).....
51.....	5.4 فرضيات الدراسة.....
57.....	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات.....
57.....	1.5 تمهيد.....
57.....	2.5 مناقشة النتائج.....
59.....	3.5 التوصيات.....
61.....	Abstract.....
62.....	المراجع :.....
62.....	أولاً: المراجع العربية.....
64.....	ثانياً: المراجع الأجنبية.....
67.....	الملاحق.....
68.....	استمارة استبيان.....

قائمة الجداول

رقم الجدول	اسم الجدول	رقم الصفحة
1.	الجدول (1) صدق الاتساق الداخلي - مصفوفة الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل	39
2.	الجدول (2) معامل كرونباخ ألفا	40
3.	الجدول (3) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير الجنس	42
4.	الجدول (4) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير العمر	43
5.	الجدول (5) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير المؤهل الهلبي	44
6.	الجدول (6) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير سنوات الخبرة	45
7.	الجدول (7) التحليل الوصفي للتقنيات الحديثة	46
8.	الجدول (8) التحليل الوصفي لبعد الكوادر البشرية	47
9.	الجدول (9) التحليل الوصفي لبعد قواعد البيانات	47
10.	الجدول (10) التحليل الوصفي لبعد رقمنة العمليات	48
11.	الجدول (11) التحليل الوصفي للمتغير التابع (تحسين تجربة العملاء)	49
12.	جدول (12): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد التحول الرقمي على تحسين تجربة العملاء	51
13.	جدول (13): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر التقنيات الحديثة على تحسين تجربة العملاء	52
14.	جدول (14): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر الكوادر البشرية على تحسين تجربة العملاء	53

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
54	جدول (15): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر قواعد البيانات على تحسين تجربة العملاء	15.
55	جدول (16): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر رقمنة العمليات على تحسين تجربة العملاء	16.

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
42	الشكل (1) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير الجنس	1.
43	الشكل (2) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير العمر	2.
44	الشكل (3) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير المؤهل العلمي	3.
45	الشكل (4) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير سنوات الخبرة	4.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

يشهد العالم تحولاً رقمياً سريعاً يؤثر على مختلف القطاعات حيث تسعى الشركات إلى تبني أحدث التقنيات لتعزيز كفاءة خدماتها وتحسين تجربة العملاء و يعد التحول الرقمي عملية متكاملة تهدف إلى دمج التقنيات الحديثة وتطوير الكوادر البشرية، والاستفادة من قواعد البيانات، ورقمنة العمليات التشغيلية، مما يساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة وتعمل الشركة السعودية للكهرباء على تطبيق استراتيجيات التحول الرقمي لتلبية احتياجات العملاء بشكل أكثر كفاءة ومرونة، مما يعزز من مستوى رضاهم عن الخدمات المقدمة (Saxena 2025).

يعتمد التحول الرقمي على مجموعة من التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي، والتعلم الآلي، وإنترنت الأشياء، والتي تتيح تقديم خدمات مخصصة للعملاء وفقاً لاحتياجاتهم وسلوكهم. يساعد تحليل البيانات الضخمة في تحسين كفاءة التشغيل، وتقليل الأعطال، وتقديم خدمات أكثر استجابة، مما يساهم في خلق تجربة سلسة وفعالة للمستخدمين. تعمل الشركة السعودية للكهرباء على استخدام حلول رقمية متقدمة لتحليل أنماط استهلاك العملاء وتقديم توصيات حول استهلاك الطاقة، مما يساعد في تحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل التكاليف التشغيلية (Adlakha 2024).

يساهم التكامل بين مختلف القنوات الرقمية في تحسين تجربة العملاء من خلال توفير إمكانية الوصول إلى الخدمات عبر تطبيقات الهاتف المحمول، والمواقع الإلكترونية، والمحادثات الذكية، مما يقلل من أوقات الانتظار ويعزز التفاعل مع العملاء ويعتمد نجاح التحول الرقمي على تطوير استراتيجيات متعددة القنوات تضمن استجابة فورية لاحتياجات العملاء، مما يساهم في رفع مستوى رضاهم وثقتهم بالخدمات المقدمة و يعزز هذا النهج قدرة الشركة على التفاعل مع العملاء بطريقة أكثر دقة وسرعة، مما يساهم في تحسين تجربتهم العامة (Vijay & Priyanka 2024).

تتطلب عملية التحول الرقمي تأهيل الكوادر البشرية وتطوير مهاراتهم الرقمية لضمان نجاح تبني التقنيات الحديثة داخل المؤسسات و يعتمد نجاح أي استراتيجية رقمية على جاهزية الموظفين وقدرتهم على التعامل مع الأدوات الرقمية بكفاءة و تعمل الشركة السعودية للكهرباء على تنفيذ برامج تدريبية متخصصة لرفع كفاءة العاملين وتحفيزهم على تبني الحلول الرقمية، مما يضمن تحقيق أقصى استفادة من تقنيات التحول الرقمي و يساعد تأهيل الموظفين على تحسين تفاعلهم مع العملاء وتقديم خدمات أكثر دقة وسرعة، مما يسهم في تحقيق تجربة مستخدم متميزة (Felix & Rembulan 2023).

تعزز قواعد البيانات دور التحول الرقمي في تحسين تجربة العملاء من خلال تحليل أنماط السلوك والاستهلاك مما يتيح تقديم خدمات مخصصة تناسب مع احتياجات العملاء الفردية و توفر البيانات الضخمة رؤى قيمة تساعد في اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن تطوير الخدمات، مما يسهم في تحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل الأخطاء ويعتمد نجاح الشركة السعودية للكهرباء على استغلال البيانات بشكل فعال لتقديم تجربة مستخدم أكثر تطوراً، مما يعزز من قدرة الشركة على الاستجابة لاحتياجات العملاء بشكل استباقي (Adlakha 2024).

تسهم رقمنة العمليات في تسهيل تقديم الخدمات من خلال أتمتة العمليات التشغيلية وتحسين كفاءة الإجراءات الإدارية وتساعد التقنيات الرقمية في تقليل الأخطاء البشرية وتسريع تنفيذ المهام مما يسهم في تحسين جودة الخدمات وتقليل الوقت المستغرق في معالجة طلبات العملاء و يعتمد التحول الرقمي على أنظمة متكاملة تتيح تنفيذ العمليات بكفاءة مما يسهم في تعزيز تجربة العملاء من خلال تحسين سرعة الخدمة ودقتها وتعتمد الشركة السعودية للكهرباء على حلول الأتمتة والرقمنة لتحسين الكفاءة التشغيلية وضمان استمرارية تقديم الخدمات بكفاءة عالية (Sharma & Gupta 2024).

تواجه الشركات بعض التحديات أثناء تنفيذ استراتيجيات التحول الرقمي، مثل التكاليف المرتفعة، والحاجة إلى تدريب الموظفين والتعامل مع التغيرات التنظيمية و قد تعيق هذه التحديات عملية التحول الرقمي إذا لم تتم إدارتها بفعالية و يمكن التغلب على هذه التحديات من خلال تبني استراتيجيات تدريجية تضمن استيعاب الموظفين للتقنيات الجديدة بشكل سلس، مما يسهم في تحقيق التحول الرقمي

بطريقة أكثر كفاءة وفعالية و يساعد الاستثمار في برامج التدريب والتطوير في تقليل الفجوة الرقمية وتعزيز جاهزية المؤسسة لمواجهة تحديات التحول الرقمي (Adlakha 2024).

يستهدف هذا البحث دراسة تأثير التحول الرقمي بأبعاده المختلفة على تحسين تجربة العملاء في الشركة السعودية للكهرباء و سيتم تحليل دور التقنيات الحديثة، وتطوير الكوادر البشرية والاستفادة من قواعد البيانات، ورقمنة العمليات في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء. كما سيتم تسليط الضوء على التحديات التي تواجه الشركة أثناء تنفيذ التحول الرقمي، مع تقديم توصيات تساعد في تعزيز نجاح هذه الاستراتيجية و يسعى البحث إلى تقديم رؤية متكاملة حول كيفية تحقيق أقصى استفادة من التحول الرقمي في تحسين تجربة العملاء وتعزيز كفاءة الخدمات المقدمة (Vijay & Priyanka 2024).

2.1 مشكلة الدراسة:

يشهد العالم تحولاً رقمياً متسارعاً يعيد تشكيل أساليب العمل ويغير طريقة تقديم الخدمات حيث بات التحول الرقمي ركيزة أساسية في تحسين الكفاءة التشغيلية وتعزيز تجربة العملاء في مختلف القطاعات فالاعتماد على التقنيات الحديثة أصبح ضرورة ملحة لمواكبة التطورات العالمية وتلبية توقعات العملاء الذين أصبحوا أكثر ارتباطاً بالخدمات الرقمية وأكثر تطلباً للسرعة والدقة في تلبية احتياجاتهم و يعد قطاع الخدمات العامة مثل قطاع الكهرباء أحد المجالات التي تحتاج إلى التحول الرقمي لضمان تقديم خدمات مستدامة وعالية الجودة

تعد شركة الكهرباء السعودية من المؤسسات التي تقدم خدمات حيوية تعتمد بشكل كبير على سرعة الاستجابة ودقة العمليات التشغيلية، مما يجعل تحسين تجربة العملاء عنصراً أساسياً في استراتيجياتها التطويرية حيث تتطلب طبيعة الخدمات المقدمة تكاملاً فعالاً بين التقنيات الحديثة، تأهيل الكوادر البشرية، استخدام قواعد البيانات بشكل استراتيجي، ورقمنة العمليات لضمان تقديم تجربة سلسة وفعالة للعملاء وعلى الرغم من الجهود التي تبذلها الشركة في مجال التحول الرقمي إلا أن هناك تحديات مرتبطة بمدى كفاءة تطبيق هذه التقنيات وتأثيرها المباشر على رضا العملاء ومستوى الخدمة المقدمة.

تشير الدراسات السابقة إلى أن التحول الرقمي يساهم في تحسين تجربة العملاء من خلال عدة أبعاد فقد أوضحت دراسة (Saxena (2025 أن استخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات يمكن أن يساهم في تعزيز تجربة العملاء من خلال تقديم خدمات أكثر تخصيصاً وزيادة كفاءة العمليات التشغيلية كما بينت دراسة (Adlakha (2024 أن تطبيق الأتمتة والتحليلات المتقدمة يساعد في تحسين تجربة العملاء من خلال تقليل أوقات الانتظار وتوفير خدمات استباقية بناءً على تحليل البيانات مما يعزز رضا العملاء ويزيد من مستوى ولائهم للخدمة

وفيما يتعلق بتأهيل الكوادر البشرية، أكدت دراسة عبدالعال (2021) على أن تدريب الموظفين ورفع كفاءتهم الرقمية يساهم في تحقيق نجاح التحول الرقمي، حيث أوضحت أن توفير بيئة عمل رقمية متطورة يتطلب الاستثمار في تطوير مهارات العاملين لضمان استخدام الأنظمة الرقمية بكفاءة، كما أوضحت دراسة زابي وبعيطيش (2021) أن القيادة الاستراتيجية تلعب دوراً أساسياً في تمكين الكوادر البشرية وتأهيلهم لمواكبة التحول الرقمي مما يعزز من كفاءة العمليات التشغيلية ويضمن تقديم خدمات محسنة للعملاء

أما بالنسبة لدور قواعد البيانات في تحسين تجربة العملاء، فقد أكدت دراسة نصير (2021) على أن توظيف البيانات الضخمة وتحليلها يساهم في تقليل الفجوات المعلوماتية وتحسين دقة المعلومات المقدمة للعملاء مما يساعد الشركات على اتخاذ قرارات أكثر دقة وتعزيز مستوى الشفافية، وهو ما يدعم تحسين تجربة العملاء، بينما ركزت دراسة (Vijay & Priyanka (2024 على أهمية تحليلات البيانات في تعزيز التفاعل مع العملاء وتقديم حلول مخصصة تساهم في زيادة رضاهم وتحسين مستوى الخدمة

أوضحت دراسة مصطفى (2021) أن تطبيق الرقمنة في المؤسسات الحكومية أسهم في تسريع العمليات وتحسين مستوى الخدمة، كما أكدت دراسة عبيد (2021) أن الأرشيف الرقمية وتحسين نظم تصنيف الوثائق ساهما في تحسين كفاءة المؤسسات الحكومية، حيث سهّلا الوصول إلى المعلومات وسرّعا من تقديم الخدمات، وهو ما يؤكد أن رقمنة العمليات تساهم في تبسيط الإجراءات وتعزيز كفاءة تقديم الخدمات

تتجلى مشكلة الدراسة في الحاجة إلى تحليل دور التحول الرقمي بأبعاده المختلفة المتمثلة في التقنيات الحديثة، تأهيل الكوادر البشرية، استخدام قواعد البيانات، ورقمنة العمليات في تحسين تجربة العملاء داخل شركة الكهرباء السعودية حيث تسعى الدراسة إلى استكشاف مدى تأثير هذه الأبعاد على جودة الخدمات المقدمة، وتقييم مدى نجاح استراتيجيات التحول الرقمي في تعزيز رضا العملاء، في ظل التحديات التي تواجه الشركة في تطبيق هذه التقنيات وتحقيق الاستفادة المثلى منها

3.1 أهمية الدراسة:

تكشف هذه الدراسة عن الدور الحيوي الذي يلعبه التحول الرقمي في تحسين تجربة العملاء داخل الشركة السعودية للكهرباء من خلال تحليل أبعاده المختلفة التي تشمل التقنيات الحديثة الكوادر البشرية قواعد البيانات رقمنة العمليات يساهم البحث في تقديم رؤية شاملة حول أهمية التحول الرقمي في تطوير الخدمات وتحقيق رضا العملاء مما يساعد المؤسسات على تبني أفضل الممارسات في هذا المجال

1.3.1 الأهمية العلمية

يساهم البحث في إثراء المعرفة العلمية حول التحول الرقمي من خلال تقديم دراسة تحليلية معمقة حول تأثير التقنيات الحديثة على تجربة العملاء يعد التحول الرقمي أحد المحاور الرئيسية في الأبحاث الإدارية والتكنولوجية الحديثة حيث تتزايد الحاجة إلى فهم أبعاده المختلفة وكيفية تطبيقها في بيئات العمل الحقيقية تعزز الدراسة من الفهم الأكاديمي لأهمية تطوير الكوادر البشرية وتأهيلها لاستخدام التقنيات الرقمية مما يساعد المؤسسات التعليمية والبحثية في تصميم برامج تدريبية متخصصة تتيح الدراسة فهماً أكثر شمولية لدور قواعد البيانات الضخمة في تحسين كفاءة العمليات التشغيلية وتقديم خدمات مخصصة للعملاء مما يفتح المجال لإجراء دراسات مستقبلية تتناول تأثير التحليلات المتقدمة على الأداء المؤسسي تساهم الدراسة في تقديم إطار نظري متكامل حول رقمنة العمليات وكيفية توظيفها في تطوير الخدمات مما يعزز من قدرة المؤسسات على الاستفادة من التكنولوجيا في تحسين الكفاءة التشغيلية

2.3.1 الأهمية العملية

تساعد الدراسة الشركات والمؤسسات الخدمية مثل الشركة السعودية للكهرباء على تبني استراتيجيات التحول الرقمي لتحقيق رضا العملاء بشكل أكثر كفاءة تسهم نتائج البحث في تطوير آليات لاستخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء لتحسين جودة الخدمات وتعزيز تجربة المستخدم توفر الدراسة حلولاً عملية لتأهيل الكوادر البشرية وتمكينهم من استخدام الأدوات الرقمية مما يسهم في تعزيز الأداء الوظيفي وزيادة الإنتاجية تتيح نتائج البحث للمؤسسات استغلال قواعد البيانات الضخمة لتقديم خدمات مخصصة تتناسب مع احتياجات العملاء مما يسهم في تعزيز ولائهم وثقتهم بالخدمات المقدمة تساعد الدراسة في تقديم نماذج تطبيقية حول رقمنة العمليات داخل الشركة السعودية للكهرباء مما يمكن الشركات الأخرى من تبني هذه الممارسات لتحسين جودة الخدمات وتقليل التكاليف التشغيلية

4.1 أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في تحليل دور التحول الرقمي بأبعاده المختلفة المتمثلة في (التقنيات الحديثة الكوادر البشرية- قواعد البيانات- رقمنة العمليات) في تحسين تجربة العملاء داخل الشركة السعودية للكهرباء

ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية، والتي تشمل:

- تحليل تأثير استخدام التقنيات الحديثة في تطوير خدمات الشركة السعودية للكهرباء وتحسين سرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء
- دراسة دور تأهيل الكوادر البشرية في تعزيز قدرة الشركة على تنفيذ التحول الرقمي وتحقيق تجربة مستخدم أكثر كفاءة وفاعلية
- تقييم مدى فاعلية قواعد البيانات في تحسين استراتيجيات التخصيص وتقديم خدمات موجهة تعتمد على سلوك العملاء

– استكشاف أثر رقمنة العمليات في تبسيط الإجراءات وتقليل الأخطاء التشغيلية وتحسين سرعة تقديم الخدمات للعملاء

5.1 تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي للدراسة: ما مدى تأثير التحول الرقمي بأبعاده المختلفة المتمثلة في التقنيات الحديثة الكوادر البشرية قواعد البيانات رقمنة العمليات على تحسين تجربة العملاء في الشركة السعودية للكهرباء من حيث جودة الخدمات المقدمة مستوى رضا العملاء كفاءة العمليات التشغيلية؟
وتتفرع منه عدة أسئلة فرعية كالآتي :

- كيف يؤثر استخدام التقنيات الحديثة على تطوير خدمات الشركة السعودية للكهرباء وتحسين سرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء؟
- ما دور تأهيل الكوادر البشرية في تعزيز قدرة الشركة على تنفيذ التحول الرقمي وتحقيق تجربة مستخدم أكثر كفاءة وفاعلية؟
- إلى أي مدى تسهم قواعد البيانات في تحسين استراتيجيات التخصيص وتقديم خدمات موجهة تعتمد على سلوك العملاء؟
- ما أثر رقمنة العمليات في تبسيط الإجراءات وتقليل الأخطاء التشغيلية وتحسين سرعة تقديم الخدمات للعملاء؟

6.1 فروض الدراسة:

الفرضية الرئيسية الأولى : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)
للتحول الرقمي بأبعاده المختلفة المتمثلة في التقنيات الحديثة الكوادر البشرية قواعد البيانات رقمنة العمليات على تحسين تجربة العملاء في الشركة السعودية للكهرباء من حيث جودة الخدمات المقدمة مستوى رضا العملاء كفاءة العمليات التشغيلية

ويتفرع من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام التقنيات الحديثة على تطوير خدمات الشركة السعودية للكهرباء وتحسين سرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لتأهيل الكوادر البشرية على تعزيز قدرة الشركة على تنفيذ التحول الرقمي وتحقيق تجربة مستخدم أكثر كفاءة وفاعلية
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لقواعد البيانات على تحسين استراتيجيات التخصيص وتقديم خدمات موجهة تعتمد على سلوك العملاء
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لرقمنة العمليات على تبسيط الإجراءات وتقليل الأخطاء التشغيلية وتحسين سرعة تقديم الخدمات للعملاء

7.1 الدراسات السابقة:

❖ دراسة (Saxena, 2025)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تجربة العملاء بأبعادها المتمثلة في التفاعل الرقمي رضا العملاء تخصيص الخدمات ولاء العملاء في ظل التحول الرقمي بأبعاده المتمثلة في استخدام التقنيات الناشئة الذكاء الاصطناعي التعلم الآلي تحليلات البيانات وتأثير ذلك على تحسين تجربة العملاء في المؤسسات الحديثة كما ركزت الدراسة على استكشاف التحديات والفرص وأفضل الممارسات المتعلقة بتطبيق التكنولوجيا لتعزيز تجربة العملاء

اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي من خلال مراجعة دراسات الحالة والتقارير الصناعية والمقالات العلمية المتخصصة في مجال تجربة العملاء والتحول الرقمي كما تم تحليل استراتيجيات المؤسسات التي تبنت نهجاً يركز على العملاء لتعزيز نجاح مبادرات التحول الرقمي

توصلت الدراسة إلى أن تبني التقنيات الناشئة يسهم بشكل فعال في تحسين تجربة العملاء من خلال تقديم خدمات مخصصة وتعزيز التفاعل الرقمي كما أكدت الدراسة أهمية مواءمة استراتيجيات

المؤسسات مع نهج يركز على العملاء لضمان نجاح مبادرات التحول الرقمي أوصت الدراسة بضرورة الاستثمار في الحلول الرقمية المتقدمة وتعزيز ثقافة التحول الرقمي داخل المؤسسات لضمان تحسين تجربة العملاء وتحقيق التميز التنافسي في العصر الرقمي

❖ دراسة (Adlakha, 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير التحول الرقمي بأبعاده المتمثلة في استخدام الذكاء الاصطناعي تحليل البيانات الضخمة الأتمتة الرقمية على أنشطة الأعمال بأبعادها المتمثلة في تبسيط العمليات تحسين الكفاءة دعم اتخاذ القرار وتعزيز رضا العملاء كما تناولت الدراسة دور التحول الرقمي في تحسين تجربة العملاء وتلبية متطلباتهم المتزايدة للخدمات الشخصية والسريعة

اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي من خلال دراسة تأثير التقنيات الرقمية على أداء الشركات ومستوى رضا العملاء كما تم تحليل الفوائد التي تحققها المؤسسات من خلال تبني التحول الرقمي إلى جانب التحديات التي تواجهها مثل تكاليف التنفيذ مخاطر الأمن السيبراني الحاجة إلى تطوير مهارات الموظفين

توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي يساهم في تعزيز الإنتاجية وتحسين تجربة العملاء من خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات إلا أن نجاح هذه المبادرات يعتمد على القدرة على معالجة التحديات المرتبطة بها أوصت الدراسة بضرورة الاستثمار في الأمن السيبراني والتدريب المستمر للموظفين لضمان تحقيق أقصى استفادة من التحول الرقمي والحفاظ على الميزة التنافسية في البيئة الرقمية المتغيرة

❖ دراسة (Vijay & Priyanka, 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير التحول الرقمي بأبعاده المتمثلة في التخصيص دعم العملاء التجربة متعددة القنوات تحليلات العملاء كشف الاحتيال على تجربة العملاء بأبعادها المتمثلة في رضا العملاء الولاء العلامي إدراك الجودة وسلوك المستهلك في العصر الرقمي كما ركزت الدراسة على تحليل دور هذه العوامل في تشكيل تصورات العملاء وسلوكياتهم في ظل التحول الرقمي المتسارع

اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي التحليلي من خلال تحليل البيانات النوعية لاستكشاف مدى مساهمة التخصيص وتحسين دعم العملاء وتجربة القنوات المتعددة في تعزيز رضا العملاء وولائهم كما تم تحليل تأثير استخدام تحليلات البيانات وتقنيات كشف الاحتيال في تحسين الثقة والأمان ضمن العمليات الرقمية

توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي يعزز تجربة العملاء من خلال تقديم خدمات مخصصة وتحسين التفاعل مع العملاء عبر قنوات متعددة إلا أن تحقيق رضا العملاء وولائهم يعتمد بشكل كبير على التنفيذ الفعال لاستراتيجيات التحول الرقمي أوصت الدراسة بضرورة تطوير استراتيجيات التحول الرقمي بشكل يركز على تحسين تجربة العملاء وتعزيز الثقة الرقمية من خلال تحسين أمن المعاملات واستخدام البيانات بفعالية لدعم قرارات الشركات

❖ دراسة (Felix & Rembulan, 2023)

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل الأساسية في التحول الرقمي بأبعاده المتمثلة في سهولة الاستخدام جودة المنتجات برامج الولاء العروض الحصرية دعم العملاء الاستجابة الفورية الحوافز والمكافآت وتأثيرها على تجربة العملاء بأبعادها المتمثلة في تحسين التفاعل تعزيز الارتباط بناء الولاء كما ركزت الدراسة على تقديم رؤى توجيهية للشركات حول كيفية استثمار التحول الرقمي لتحسين تجربة العملاء وزيادة ولائهم

اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي من خلال تحليل دراسات الحالة والمصادر الأدبية إلى جانب استخدام أسلوب العينة القصدية عبر إجراء مقابلات متعمقة مع 11 مستهلكاً نشطاً في منصة التجارة الإلكترونية قيد الدراسة وذلك بهدف استكشاف العوامل التي تؤثر على تجربة العملاء ومدى تأثيرها على تعزيز الارتباط والولاء في البيئة الرقمية

توصلت الدراسة إلى أن العوامل الرئيسية مثل سهولة الاستخدام جودة المنتجات وبرامج الولاء تلعب دوراً محورياً في تحسين تجربة العملاء وتعزيز ولائهم كما أن تقديم الحوافز والعروض الحصرية يسهم

في تقوية العلاقة بين العميل والشركة مما يؤدي إلى تحسين معدلات الاحتفاظ بالعملاء ونمو الأعمال
أوصت الدراسة بضرورة تبني الشركات استراتيجيات رقمية تركز على تحسين تجربة العملاء وتقديم حوافز
مخصصة تعزز من تفاعلهم وولائهم لتحقيق استدامة النمو في السوق الرقمية

❖ دراسة (Munaf Ali et al., 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التحول الرقمي بأبعاده المتمثلة في تطوير الأداء التشغيلي
تحسين تجربة العملاء تعزيز ثقافة الابتكار واعتماد الحلول التكنولوجية المتقدمة وتأثيره على كفاءة
الأعمال بأبعادها المتمثلة في تقليل دورة العمليات تقليل التكاليف تحسين استخدام الموارد زيادة رضا
العملاء تحسين قيمة دورة حياة العميل كما ركزت الدراسة على تحليل العلاقة بين التحول الرقمي والأداء
المؤسسي من خلال قياس التحول الرقمي باستخدام مؤشر التحول الرقمي Digital Transformation
Index وتطبيق نماذج الانحدار الإحصائي لدراسة أثره على أداء الشركات

اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي التحليلي باستخدام البيانات الثانوية والنمذجة الرياضية
لتحليل تأثير التحول الرقمي على الأداء التشغيلي وتجربة العملاء كما تمت مقارنة مؤشرات الأداء مثل دورة
العمليات التكاليف استخدام الموارد صافي نقاط الترويج NPS مؤشر رضا العملاء CSI وقيمة دورة حياة
العميل CLV قبل وبعد تطبيق التحول الرقمي في ثلاث شركات مختلفة لتحديد الفوائد المحققة

توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي يسهم بشكل ملموس في تحسين كفاءة العمليات التشغيلية
وزيادة رضا العملاء مما يؤكد أهمية تبني الحلول التكنولوجية المتقدمة لتحقيق النمو المؤسسي كما أكدت
الدراسة ضرورة تعزيز ثقافة الابتكار داخل المؤسسات لتحقيق أقصى استفادة من التحول الرقمي أوصت
الدراسة بضرورة دعم السياسات التي تشجع على التحول الرقمي وتحفيز الشركات على تبني استراتيجيات
رقمية مستدامة مع التركيز على دراسة التأثيرات طويلة الأجل للتحول الرقمي على المؤسسات والمجتمع

❖ دراسة (Baddam, 2022)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير أساليب التسويق الرقمي المبتكرة بأبعاده المتمثلة في
التخصيص استخدام التقنيات الغامرة تكامل القنوات الرقمية على تجربة العملاء بأبعادها المتمثلة في

تعزيز التفاعل زيادة رضا العملاء تحسين الولاء للعلامة التجارية كما تناولت الدراسة دور أدوات القياس والتحليلات في تقييم فعالية مبادرات التسويق الرقمي وتحديد الآثار المترتبة على السياسات المؤسسية وصناع القرار

اعتمدت الدراسة على منهج مراجعة البيانات الثانوية من خلال تحليل الدراسات الأكاديمية المحكمة والتقارير الصناعية ودراسات الحالة بهدف استكشاف الاتجاهات الناشئة وأفضل الممارسات في مجال التسويق الرقمي كما تم التركيز على تقييم فاعلية أساليب التخصيص والتقنيات الغامرة وتكامل القنوات الرقمية في تحسين تجربة العملاء

توصلت الدراسة إلى أن التخصيص يعد عنصراً أساسياً في تعزيز تفاعل العملاء بينما تلعب التقنيات الغامرة دوراً كبيراً في خلق تجارب علامة مميزة كما أن تكامل القنوات الرقمية ضروري لتقديم تجربة متماسكة وسلسلة للعملاء أوصت الدراسة بأهمية تعزيز سياسات الخصوصية وحماية البيانات وضمان الشفافية في جهود التخصيص بالإضافة إلى تطوير أطر قياس موحدة لضمان فعالية استراتيجيات التسويق الرقمي في تحسين تجربة العملاء

❖ دراسة (Shojaei, 2022)

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التحول الرقمي بأبعاده المتمثلة في رقمنة العمليات تكامل قنوات التواصل تحليل البيانات تحسين التفاعل الرقمي وبين تجربة العملاء بأبعادها المتمثلة في رضا العملاء ولاء العملاء تخصيص الخدمات وتوفير تجربة سلسلة ومتعددة القنوات كما ركزت الدراسة على استكشاف مدى تأثير التحول الرقمي على تحسين استراتيجيات جذب العملاء والاحتفاظ بهم

اعتمدت الدراسة على مراجعة الأدبيات العلمية المتعلقة بتجربة العملاء في ظل التحول الرقمي بهدف تطوير مجموعة من الفرضيات الأساسية التي تحدد العلاقة بين التحول الرقمي وتحسين تجربة العملاء كما تم تحليل كيفية تفاعل العملاء مع العلامات التجارية من خلال قنوات اتصال متعددة وتأثير ذلك على سلوكهم ورضاهم

توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي يعد عنصرًا أساسيًا في تحسين تجربة العملاء من خلال توفير خدمات أكثر تخصيصًا وسلاسة كما أن تكامل قنوات التواصل يسهم في تعزيز ولاء العملاء وزيادة معدلات الاحتفاظ بهم أوصت الدراسة بأهمية تطوير استراتيجيات تسويقية رقمية تركز على تجربة العملاء وتحسين البنية التحتية الرقمية لضمان تقديم خدمات متكاملة ومتطورة تسهم في تعزيز التفاعل الرقمي مع العملاء

❖ دراسة (عبدالعال, 2021)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التنظيم والإدارة في رفع كفاءة العنصر البشري والتحول الرقمي بأبعاده المتمثلة في تدريب الموظفين تحديث الملفات الوظيفية تطبيق نظام العمل عن بعد وتأثير ذلك على تطوير الأداء في الجهاز الإداري للدولة تناولت الدراسة المشروعات القومية المتعلقة بتحديث الملفات الوظيفية إلكترونياً والتدريب الموجه للموظفين المرشحين للانتقال إلى العاصمة الإدارية الجديدة كما سلطت الضوء على جهود الجهاز المركزي للتنظيم والإدارة في تطوير بيئة العمل وتعزيز التحول الرقمي اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل البيانات المتعلقة ببرامج التدريب والمشروعات القومية المرتبطة بتحديث الملفات الوظيفية إلكترونياً وتطبيق آليات العمل عن بعد استندت الدراسة إلى عينة من الموظفين العاملين في الجهات الحكومية التي خضعت لبرامج التدريب والتحديث الرقمي

توصلت الدراسة إلى أن رفع كفاءة العنصر البشري والتحول الرقمي يسهمان في تحسين الأداء الحكومي وزيادة الكفاءة التشغيلية كما أن تطبيق نظام العمل عن بعد يعزز من استمرارية العمل ويدعم تحقيق الأهداف المؤسسية أوصت الدراسة بضرورة الاستمرار في تطوير برامج التدريب لموظفي الجهاز الإداري للدولة وتحديث البنية التحتية الرقمية لتسهيل عمليات التحول الرقمي وتعزيز ثقافة التراسل الإلكتروني لضمان كفاءة الأداء الحكومي

❖ دراسة (فراح, عمار, 2021)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهمية التحول الرقمي بأبعاده المتمثلة في تطبيقات الإدارة الإلكترونية الأعمال الإلكترونية التجارة الإلكترونية التسويق الإلكتروني وتأثيره على المؤسسات من حيث النمو التطور تحقيق التنافسية والاستدامة في بيئة الاقتصاد الرقمي كما تناولت الدراسة دور الإدارة الإلكترونية في تحسين الكفاءة التشغيلية وتعزيز الفعالية في الأداء والرقابة داخل المؤسسات

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال دراسة تطبيقات التحول الرقمي وتأثيرها على المؤسسات كما استندت إلى عينة من المؤسسات التي تبنت الإدارة الإلكترونية في مختلف أنشطتها بهدف قياس مدى تأثيرها على الأداء المؤسسي والتنافسية في الأسواق الرقمية

توصلت الدراسة إلى أن المؤسسات لا يمكنها الحفاظ على مكانتها التنافسية إلا من خلال التكيف مع التطورات الرقمية المتسارعة كما أن الإدارة الإلكترونية تسهم في تحقيق كفاءة تشغيلية عالية وتحسين عمليات الرقابة الإدارية أوصت الدراسة بضرورة الاستثمار المستمر في تطبيقات التحول الرقمي وتعزيز استخدام تقنيات الإدارة الإلكترونية لضمان تحسين الأداء المؤسسي وتحقيق النمو المستدام

❖ دراسة (نصير, 2021)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير التحول الرقمي بأبعاده المتمثلة في تبني التقنيات الرقمية تطبيق الأنظمة الإلكترونية تعزيز الشفافية المعلوماتية على الحد من عدم تماثل المعلومات بأبعاده المتمثلة في مدى السعر النسبي توافر البيانات دقة المعلومات في الشركات المدرجة بسوق الأوراق المالية السعودية كما ركزت الدراسة على تحليل العلاقة بين مستويات التحول الرقمي ودرجة توافر المعلومات المالية وتأثير ذلك على كفاءة الأسواق المالية

اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي التحليلي من خلال جمع البيانات من عينة مكونة من أكبر 50 شركة مدرجة بمؤشر TASI لعام 2020 كما استخدمت الدراسة أسلوب تحليل الارتباط المتعدد وتحليل

الانحدار المتعدد لفحص العلاقة بين مستوى التحول الرقمي ودرجة عدم تماثل المعلومات في سوق الأوراق المالية السعودية

توصلت الدراسة إلى وجود ارتباط سلبي معنوي بين تطبيق تقنيات التحول الرقمي ومستوى عدم تماثل المعلومات حيث يؤدي ارتفاع مستويات التحول الرقمي إلى تقليل الفجوة المعلوماتية بين المستثمرين كما أوضحت نتائج تحليل الانحدار المتعدد أن نموذج التحليل يفسر 56% من التغيرات في مدى السعر النسبي مما يؤكد أن تبني التحول الرقمي يعزز الشفافية ويقلل من عدم تماثل المعلومات أوصت الدراسة بضرورة زيادة الاستثمار في التقنيات الرقمية لتعزيز الشفافية المالية وتسهيل وصول المستثمرين إلى المعلومات مما يساهم في تحسين كفاءة سوق الأوراق المالية السعودية

❖ دراسة (زاي، وبعيطيش، 2021).

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور القيادة الاستراتيجية من خلال أبعادها الخمسة (تحديد التوجه الاستراتيجي، استغلال واستثمار القدرات والمواهب الاستراتيجية، تطوير رأس المال البشري، مساندة وتعزيز الثقافة التنظيمية، تنفيذ الرقابة التنظيمية المتوازنة) في تحقيق التحول الرقمي، وذلك من خلال دراسة الارتباط والتأثير بين المتغيرين المذكورين وأبعادهما الفرعية حيث تكون مجتمع الدراسة من إدارات جامعة محمد بوضياف والممثلين للقيادة الاستراتيجية والبالغ عددهم 36 إطار، وقد استخدم المنهج التحليلي الوصفي للوصول إلى نتائج الدراسة، والاعتماد على عدة أساليب إحصائية لتحليل البيانات. توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها وجود علاقة ارتباط وتأثير قوية بين أبعاد القيادة الاستراتيجية والتحول الرقمي لجامعة محمد بوضياف، وهذا ما لمسناه في تحليل نتائج الدراسة بمقابلة مباشرة مع القائد الاستراتيجي المتمثل في شخص مدير جامعة محمد بوضياف بالمسيلة والذي أثنى محتوى هذه الدراسة بكثير من التعليقات والتحليلات على النتائج المتحصل عليها، وبناء على ما سبق قدم الباحثين مجموعة من التوصيات.

❖ دراسة (مصطفى، 2021)

هدفت الدراسة إلى التعرف على إسهامات التحول الرقمي بأبعاده المتمثلة في استخدام التقنيات الرقمية تطوير البنية التحتية الرقمية تحسين الأنظمة الإلكترونية تعزيز الكفاءة المؤسسية في تسوية

المنازعات الأسرية بأبعادها المتمثلة في سرعة الإجراءات دقة القرارات تحسين آليات التواصل تعزيز دور الخبراء والأخصائيين الاجتماعيين بمحاكم الأسرة كما تناولت الدراسة تحديد المهارات المطلوبة لتعزيز أداء المختصين ودراسة المعوقات التي تحد من الاستفادة الكاملة من التحول الرقمي في هذا المجال

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي الشامل من خلال جمع البيانات من مجموعة من الخبراء والأخصائيين الاجتماعيين بمحكمة الأسرة في محافظة الفيوم حيث تم تحليل تأثير التحول الرقمي على تسوية المنازعات الأسرية ومدى فاعليته في تحسين الأداء المؤسسي داخل محاكم الأسرة

توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي يسهم في تسريع إجراءات تسوية المنازعات الأسرية وتحسين دقة القرارات القضائية كما يساعد في تعزيز كفاءة الأخصائيين الاجتماعيين من خلال توفير أدوات رقمية تسهم في تحليل القضايا واتخاذ القرارات المستندة إلى البيانات إلا أن هناك بعض المعوقات التي تعيق الاستفادة الكاملة من التحول الرقمي مثل ضعف البنية التحتية الرقمية ونقص التدريب المخصص للأخصائيين أوصت الدراسة بضرورة تطوير الأنظمة الرقمية داخل محاكم الأسرة وتوفير برامج تدريبية متخصصة لتعزيز مهارات الأخصائيين الاجتماعيين وتحقيق أقصى استفادة من التحول الرقمي في تسوية المنازعات الأسرية

❖ دراسة (الهلال, 2021)

هدفت الدراسة إلى التعرف على التحول الرقمي بأبعاده المتمثلة في استخدام التقنيات الحديثة تطبيق تقنيات البيانات الضخمة تطوير البنية التحتية الرقمية تعزيز الأنظمة الذكية في عصر البيانات الضخمة بأبعاده المتمثلة في تحليل الإنتاج الفكري المتخصص تحديد السمات الموضوعية الزمنية النوعية اللغوية للإنتاج الفكري المرتبط بالتحول الرقمي كما ركزت الدراسة على استكشاف الاتجاهات البحثية السائدة وتقييم مدى الاهتمام بتوثيق التجارب العملية لمشروعات التحول الرقمي

اعتمدت الدراسة على منهج مراجعة الأدبيات وتحليل الإنتاج الفكري المتعلق بالتحول الرقمي في عصر البيانات الضخمة من خلال دراسة 27 مفردة بحثية تناولت الموضوع بهدف استنتاج الخصائص

العامة والاتجاهات البحثية وتحليل مدى الاهتمام بالتقنيات الحديثة المستخدمة في مشروعات التحول الرقمي

توصلت الدراسة إلى ضعف الإنتاج الفكري المكتوب باللغة العربية حول التحول الرقمي في عصر البيانات الضخمة مقارنة بالمصادر الأجنبية كما أكدت الحاجة إلى زيادة الاهتمام بالجانب العملي التطبيقي لمشروعات التحول الرقمي باستخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة بصفة عامة وتطبيق تقنيات البيانات الضخمة بصفة خاصة أوصت الدراسة بضرورة دعم البحث العلمي في هذا المجال ونشر المزيد من الدراسات باللغة العربية إلى جانب تشجيع المؤسسات على تبني التطبيقات الفعلية للتحول الرقمي في بيئات العمل المختلفة

❖ دراسة (عبدالمجيد, 2021)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير التحول الرقمي بأبعاده المتمثلة في استخدام التكنولوجيا الحديثة تطوير البنية التحتية الرقمية تعزيز الأدوات الذكية في المجال الجنائي على التشريعات الجنائية بأبعادها المتمثلة في تعديل النصوص القانونية تحديث إجراءات الاستدلال التحقيق المحاكمة التنفيذ العقابي كما ركزت الدراسة على تحليل الدور الذي تلعبه السياسة الجنائية في مواكبة التطورات الرقمية واستغلالها في تحسين كفاءة العدالة الجنائية

اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي من خلال دراسة التطورات التشريعية المرتبطة بالتحول الرقمي ومدى تأثيرها على إجراءات التقاضي والتنفيذ العقابي كما استندت إلى تحليل التغيرات التي طرأت على التشريعات الجنائية نتيجة لفرص وتحديات التحول الرقمي بهدف استكشاف انعكاساته على تحقيق العدالة الجنائية

توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي ساهم في تحديث التشريعات الجنائية بما يتناسب مع التغيرات الرقمية الحديثة كما أثر بشكل مباشر على تطوير إجراءات الاستدلال والتحقيق والمحاكمة والتنفيذ العقابي مما ساعد في تحسين كفاءة منظومة العدالة الجنائية أوصت الدراسة بضرورة الاستمرار

في تطوير القوانين الجنائية بما يتماشى مع التحولات الرقمية وتوظيف التكنولوجيا في دعم فاعلية تنفيذ الأحكام وتعزيز ضمانات المحاكمة العادلة

❖ دراسة (عبيد, 2021)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تجربة وزارة السياحة السعودية في رقمنة وأرشفة الوثائق بأبعادها المتمثلة في إنشاء مركز الوثائق والمحفوظات تطبيق الأرشفة الإلكترونية تطوير تصنيف الوثائق تنسيق إدارة الوثائق مع الجهات المختصة وأثر ذلك على تحسين إدارة الوثائق بأبعادها المتمثلة في تسهيل الوصول إلى المعلومات تعزيز الحفظ الأمني للوثائق تحسين كفاءة العمل الإداري الحفاظ على القيمة التاريخية والبحثية للوثائق

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال استعراض خطوات تنفيذ مشروع الأرشفة الإلكترونية داخل وزارة السياحة السعودية وتحليل مراحل الإعداد والتصنيف والفهرسة والتنسيق مع المركز الوطني للوثائق والمحفوظات كما ركزت الدراسة على دراسة تحديات رقمنة الوثائق والحلول المقترحة لمواجهتها

توصلت الدراسة إلى أن الأرشفة الإلكترونية تسهم في تحسين كفاءة إدارة الوثائق الحكومية وتسهيل الوصول إلى المعلومات وتعزز الحفظ الأمني كما أن تنسيق مركز الوثائق بالوزارة مع الجهات المختصة يدعم تحقيق التكامل في إدارة الوثائق الوطنية أوصت الدراسة بضرورة التوسع في مشروعات الأرشفة الرقمية وتطوير نظم تصنيف الوثائق وتوفير برامج تدريبية لموظفي الأرشفة لضمان الاستفادة القصوى من التحول الرقمي في إدارة الوثائق الحكومية

8.1 الفجوة البحثية :

تتناول العديد من الدراسات السابقة تأثير التحول الرقمي على مختلف القطاعات، حيث ركزت بعضها على دوره في تحسين تجربة العملاء داخل المؤسسات الخدمية والصناعية بينما اهتمت دراسات

أخرى بتأثيره على العمليات التشغيلية الأداء المؤسسي وإعادة تشكيل استراتيجيات العمل في ظل التحول الرقمي المتسارع. تتقاطع الدراسة الحالية مع الأبحاث السابقة من حيث الاهتمام بتحليل دور التحول الرقمي في تحسين تجربة العملاء، لكنها تتميز بتركيزها على شركة الكهرباء السعودية كبيئة تطبيقية، مما يضيف بُعداً جديداً للتحليل يرتبط بالخدمات الأساسية التي تعتمد على استقرار وكفاءة البنية التحتية الرقمية لضمان رضا العملاء.

تشابه الدراسة الحالية مع الأبحاث السابقة في الهدف العام المتمثل في استكشاف دور التحول الرقمي في تحسين تجربة العملاء، حيث سلطت دراسات متعددة الضوء على تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي، تحليل البيانات الضخمة، وتحسين قنوات الاتصال الرقمية على تفاعل العملاء ورضاهم عن الخدمات المقدمة. كما تتقاطع في المنهجية مع الدراسات التي اعتمدت على التحليل الوصفي والتحليلي لقياس مدى تأثير التحول الرقمي على الأداء المؤسسي، سواء من خلال مراجعة الأدبيات العلمية أو استخدام المناهج الإحصائية لدراسة العلاقة بين تبني التقنيات الحديثة وكفاءة العمليات التشغيلية.

تتوافق الدراسة الحالية أيضاً مع بعض الدراسات التي تناولت بيئات تطبيقية مختلفة مثل دراسة تأثير التحول الرقمي على المؤسسات المالية، المحاكم، والمؤسسات الأكاديمية حيث ركزت هذه الدراسات على استكشاف مدى نجاح التحول الرقمي في تحسين الأداء وتقليل الفجوات المعلوماتية وتعزيز مستوى الشفافية. غير أن الدراسة الحالية تتعمق بشكل خاص في بيئة الخدمات الكهربائية، وهو قطاع يتطلب تفاعلاً مستمراً بين الشركة والعملاء لضمان تقديم خدمات مستدامة وفعالة.

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث الأبعاد التي تناولها، حيث يتم التركيز على أربعة أبعاد رئيسية تشمل التقنيات الحديثة، الكوادر البشرية، قواعد البيانات، ورقمنة العمليات وهي أبعاد لم يتم تناولها بشكل متكامل في الدراسات السابقة. ركزت بعض الأبحاث السابقة على تأثير التقنيات مثل الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات بينما اهتمت دراسات أخرى بتطوير الكوادر البشرية وتحليل مهارات العاملين في ظل التحول الرقمي. إلا أن دمج هذه الأبعاد الأربعة في دراسة واحدة يمثل إضافة نوعية

تسهم في تقديم رؤية أكثر شمولية عن كيفية استثمار التحول الرقمي لتحسين تجربة العملاء في قطاع الخدمات الكهربائية.

تظهر الفجوة البحثية أيضًا في أن بعض الدراسات ركزت على التحول الرقمي في سياقات عامة مثل التسويق الرقمي، التجارة الإلكترونية، أو الخدمات المالية مما يجعل الدراسة الحالية أكثر تحديدًا من حيث التطبيق على قطاع الخدمات الأساسية. تتناول الدراسة الحالية بشكل دقيق دور قواعد البيانات ورقمنة العمليات في تحسين تجربة العملاء وهي جوانب لم تحظَ بالتركيز الكافي في الأبحاث السابقة التي غالبًا ما تركز على التحول الرقمي من منظور استراتيجي دون التعمق في كيفية تنفيذ العمليات الرقمية داخل المؤسسات الخدمية ذات الطابع الحيوي مثل قطاع الكهرباء.

تختلف الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة التي تناولت تجربة العملاء حيث ركزت على بيئات رقمية بالكامل مثل منصات التجارة الإلكترونية أو المؤسسات المالية التي تعتمد على التكنولوجيا في جوهر عملياتها، بينما تتناول الدراسة الحالية مؤسسة خدمية تعتمد بشكل كبير على العمليات التشغيلية التقليدية التي تحتاج إلى التحول الرقمي لتعزيز كفاءتها واستجابتها لمتطلبات العملاء. هذا الاختلاف يجعل الدراسة الحالية أكثر ارتباطًا بالتحديات التي تواجه المؤسسات الخدمية الكبرى في تبني التحول الرقمي، مما يعزز من مساهمتها في تقديم حلول قابلة للتطبيق.

تسد الدراسة الحالية فجوة بحثية مهمة من خلال تقديم تحليل متكامل لأثر التحول الرقمي بأبعاده الأربعة على تجربة العملاء في قطاع الكهرباء، مما يوفر إطارًا شاملاً يمكن الاستفادة منه في تطوير استراتيجيات التحول الرقمي في المؤسسات الخدمية الأخرى التي تواجه تحديات مماثلة في تحسين تجربة العملاء من خلال الاستفادة من التقنيات الحديثة وتعزيز كفاءة العمليات الرقمية

9.1 المنطلقات النظرية للدراسة:

يعد التحول الرقمي من المفاهيم الجوهرية التي أحدثت تغييرًا جذريًا في مختلف القطاعات، حيث أسهم في تحسين العمليات التشغيلية وتقديم خدمات أكثر كفاءة للعملاء، ويتجسد دوره في أربعة أبعاد

رئيسية تشمل التقنيات الحديثة، الكوادر البشرية، قواعد البيانات، ورقمنة العمليات، إذ تساهم هذه الأبعاد مجتمعة في تحسين تجربة العملاء من خلال تعزيز الاستجابة السريعة لاحتياجاتهم، تقليل الأخطاء التشغيلية، وتقديم خدمات أكثر تخصيصًا وفعالية

✓ التقنيات الحديثة في التحول الرقمي

يشير مفهوم التقنيات الحديثة في سياق التحول الرقمي إلى الأدوات والأنظمة الذكية التي تساهم في تحسين تجربة العملاء، مثل الذكاء الاصطناعي، تعلم الآلة، إنترنت الأشياء، وتحليل البيانات الضخمة، حيث تساعد هذه التقنيات في توفير حلول مخصصة، تحسين كفاءة العمليات، ودعم اتخاذ القرار بناءً على البيانات الحقيقية، وقد أشارت دراسة Saxena (2025) إلى أن التقنيات الحديثة تلعب دورًا جوهريًا في تحسين التفاعل الرقمي وتعزيز رضا العملاء من خلال توفير خدمات أكثر كفاءة وتخصيصًا

✓ دور الكوادر البشرية في نجاح التحول الرقمي

تعتبر الكوادر البشرية أحد العوامل الأساسية في نجاح أي مبادرة للتحول الرقمي، إذ يرتبط تنفيذ التحول الرقمي بمدى قدرة العاملين على تبني التقنيات الحديثة والتكيف مع أساليب العمل الرقمية، فكلما زادت مهارات الموظفين في التعامل مع الأدوات الرقمية، ارتفعت كفاءة تقديم الخدمات وتحسنت تجربة العملاء، وأكدت دراسة عبدالعال (2021) أن تدريب الموظفين وتطوير مهاراتهم الرقمية يساهم بشكل مباشر في تحسين الأداء المؤسسي وضمان استدامة مبادرات التحول الرقمي، كما أوضحت دراسة زابي وبعطيش (2021) أن القيادة الاستراتيجية تلعب دورًا كبيرًا في تعزيز كفاءة الكوادر البشرية وتهيئتهم لمواكبة متطلبات التحول الرقمي

✓ قواعد البيانات وتحليل المعلومات في تحسين تجربة العملاء

تعد قواعد البيانات من المكونات الأساسية للتحول الرقمي، حيث توفر المعلومات اللازمة لتحليل سلوك العملاء وفهم احتياجاتهم، مما يمكن المؤسسات من تقديم خدمات أكثر تخصيصًا واستجابة، إذ تساهم أنظمة تحليل البيانات الضخمة في تقليل الفجوات المعلوماتية وتعزيز الشفافية في المعاملات، وقد

بينت دراسة نصير (2021) أن الاستثمار في تقنيات تحليل البيانات يسهم في تحسين كفاءة الأسواق المالية وتقليل عدم تماثل المعلومات، كما أكدت دراسة Vijay & Priyanka (2024) أن تحليلات العملاء المستندة إلى البيانات تساعد في تحسين تجربة العملاء من خلال تقديم خدمات مخصصة وزيادة التفاعل الرقمي

✓ رقمنة العمليات وأثرها على تجربة العملاء

تمثل رقمنة العمليات أحد أهم أبعاد التحول الرقمي، حيث تسهم في تبسيط الإجراءات التشغيلية وتقليل الاعتماد على المعاملات الورقية، مما يؤدي إلى تسريع العمليات وتحسين كفاءة تقديم الخدمات، إذ أن تطبيق الرقمنة في المؤسسات الخدمية مثل شركات الكهرباء يمكن أن يقلل أوقات الانتظار، يحسن من دقة الفواتير، ويسهل عمليات التواصل مع العملاء، وقد أوضحت دراسة مصطفى (2021) أن رقمنة العمليات داخل محاكم الأسرة أسهمت في تسريع الإجراءات وتحسين مستوى الخدمة، في حين أكدت دراسة عبيد (2021) أن الأرشفة الرقمية ساعدت في تحسين كفاءة إدارة الوثائق الحكومية وسهلت الوصول إلى المعلومات، وهو ما يعكس أهمية رقمنة العمليات في تحسين الأداء المؤسسي ورفع مستوى رضا العملاء

يعكس التكامل بين هذه الأبعاد الأربعة التأثير الإيجابي للتحول الرقمي في تحسين تجربة العملاء، حيث يؤدي اعتماد التقنيات الحديثة إلى رفع مستوى الخدمة، بينما يعزز تطوير الكوادر البشرية قدرة الموظفين على تقديم خدمات أكثر كفاءة، في حين تسهم قواعد البيانات في توفير معلومات دقيقة لتحليل احتياجات العملاء، وتساعد رقمنة العمليات في تسهيل وتبسيط الإجراءات التشغيلية، ومن ثم فإن التركيز على هذه الأبعاد داخل شركة الكهرباء السعودية يمكن أن يسهم في تحسين رضا العملاء وتعزيز جودة الخدمات المقدمة

10.1 المنهجية وطرق البحث:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والذي يهدف إلى دراسة أثر تطبيق معايير الاستدامة بأبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية على إدارة الموارد البشرية في الشركات الكبرى، مع التركيز على الشركة السعودية للكهرباء كنموذج تطبيقي. يسمح هذا المنهج بتحليل البيانات الحالية المتعلقة

بممارسات الاستدامة وإدارة الموارد البشرية، إلى جانب استخدام الأساليب الإحصائية لفهم العلاقة بين المتغيرات المختلفة وتفسيرها بشكل دقيق.

11.1 أدوات جمع البيانات

تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث تم تصميمه لقياس تأثير معايير الاستدامة على سياسات الموارد البشرية داخل الشركة المستهدفة. يتضمن الاستبيان مجموعة من الأسئلة التي تغطي الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للاستدامة، ومدى انعكاسها على ممارسات التوظيف، التدريب، التحفيز، والاحتفاظ بالموظفين. تم توزيع الاستبيانات على عينة ممثلة من الموظفين والمدبرين لضمان الحصول على بيانات تعكس واقع الممارسات الإدارية داخل المؤسسة.

إلى جانب الاستبيان صُممت المقابلات للحصول على رؤى معمقة حول استراتيجيات الشركة في تطبيق معايير الاستدامة، والتحديات التي تواجهها، ومدى تأثير هذه الممارسات على أداء الموظفين والمؤسسة ككل. كما تم تحليل الوثائق والتقارير الرسمية المتعلقة بسياسات الموارد البشرية والاستدامة داخل الشركة، مما أتاح فهمًا أعمق للنهج الذي تتبعه الشركة في تحقيق أهدافها المستدامة.

12.1 طرق تحليل البيانات والأساليب الإحصائية

لتحليل البيانات تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية التي تتيح اختبار الفرضيات المطروحة وتحديد العلاقات بين المتغيرات. تم تطبيق التحليل الوصفي لفهم الخصائص العامة للعينة، وتحليل المتوسطات والانحرافات المعيارية لتقييم استجابات المشاركين. كما تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لدراسة تأثير أبعاد الاستدامة المختلفة على إدارة الموارد البشرية، إلى جانب الاعتماد على نموذج المعادلات الهيكلية (SEM) لفحص العلاقات السببية بين المتغيرات وتقديم نتائج دقيقة حول مدى تأثير ممارسات الاستدامة على إدارة الموارد البشرية.

تساهم هذه الأساليب الإحصائية في تقديم نتائج موثوقة يمكن استخدامها لدعم التوصيات والمقترحات المتعلقة بتطوير سياسات الموارد البشرية المستدامة في الشركات الكبرى.

13.1 حدود الدراسة :

- حدود موضوعية: تركز هذه الدراسة على دور التحول الرقمي بأبعاده المتمثلة في التقنيات الحديثة، الكوادر البشرية، قواعد البيانات، ورقمنة العمليات في تحسين تجربة العملاء داخل شركة الكهرباء السعودية.
- حدود زمنية: العام الدراسي 2025.
- حدود بشرية: تشمل الحدود البشرية للدراسة القيادات الإدارية والتنفيذية والموظفين في شركة الكهرباء السعودية.

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: التحول الرقمي

1.1.2 مقدمة عامة

يشهد العالم اليوم تحولات جذرية في أنماط الأعمال بفعل الثورة الرقمية التي طالت جميع القطاعات. وأصبح التحول الرقمي يمثل عنصراً محورياً في استراتيجيات المنظمات التي تسعى لتعزيز تنافسيتها وتحقيق الكفاءة التشغيلية وتقديم تجربة عملاء متقدمة، ويُنظر إلى التحول الرقمي على أنه عملية إعادة هيكلة شاملة تعتمد على توظيف التقنيات الحديثة، وتطوير القدرات البشرية، والاستفادة من البيانات، وتحويل العمليات إلى نُظم إلكترونية، بهدف تحقيق قيمة مضافة للعملاء وزيادة الفاعلية التنظيمية (عبدالعال، 2021)

في هذا السياق، تسعى المؤسسات الخدمية وعلى رأسها شركات الكهرباء إلى تبني التحول الرقمي ليس فقط لتحسين الكفاءة التشغيلية، بل لتعزيز تجربة العملاء في ظل توقعات متزايدة واحتياجات متطورة.

2.1.2 مفهوم التحول الرقمي

يمثل التحول الرقمي Digital Transformation أحد أبرز الظواهر الاستراتيجية التي أعادت تشكيل النماذج التنظيمية وأساليب العمل في المؤسسات الحديثة، إذ يُنظر إليه على أنه عملية تكاملية تشمل إدخال التكنولوجيا الرقمية في جميع أبعاد المؤسسة، بهدف تحسين الكفاءة التشغيلية وتعزيز تقديم القيمة للعملاء. وهو ليس مجرد تحديث تقني، بل تحول جذري في طريقة التفكير والثقافة التنظيمية، يستهدف تطوير نموذج الأعمال برمته (Shojaei, 2022; الهلالي، 2021).

وقد تعددت تعريفات التحول الرقمي في الأدبيات، فترى بعض الدراسات أنه "عملية إعادة تصميم شاملة تشمل نماذج الأعمال والعمليات والموارد البشرية باستخدام التقنيات الرقمية، بغرض تحقيق

أهداف استراتيجية ورفع مستوى رضا العملاء. (Adlakha, 2024) "بينما يعرفه نصير (2021) بأنه "استخدام شامل للتكنولوجيا الرقمية في تسريع العمليات وتكامل البيانات وتحسين القدرة التنافسية للمنظمات"

أما فراح وفيهاخير وعمار (2021) فيرونه عملية ديناميكية تهدف إلى تحويل الخدمات التقليدية إلى خدمات إلكترونية متكاملة ومتراصة ، يؤكد زابي وبعيطيش (2021) أن التحول الرقمي لا يقتصر على استخدام الأدوات التكنولوجية الحديثة، بل يتطلب إعادة هيكلة الأنظمة الداخلية، وتطوير قدرات العنصر البشري، وتعزيز ثقافة التغيير والابتكار.

ويُعد هذا التحول أكثر تعقيداً في المؤسسات الحكومية أو الخدمية، مثل شركات الكهرباء، نظراً لتداخل عدد كبير من العمليات وتنوع شرائح العملاء، ما يجعل تحقيق التحول الرقمي يتطلب تخطيطاً استراتيجياً وتدرجاً في التنفيذ.

من جهة أخرى، يُلاحظ أن التحول الرقمي غالباً ما يُخلط بينه وبين مفاهيم أخرى مثل الأتمتة Automation أو الحوسبة، في حين أن الآخرين يمثلان أدوات ضمن مسار أوسع وأكثر شمولية. فبينما تُعنى الأتمتة بتحويل المهام اليدوية إلى إلكترونية، فإن التحول الرقمي يُعنى بإعادة تصميم العمليات بهدف خلق قيمة مضافة وتفاعل أكبر مع البيئة الرقمية. (Masoud & Basahel, 2023)

3.1.2 أهمية التحول الرقمي

أصبح التحول الرقمي عنصراً محورياً في بناء استراتيجيات المؤسسات المعاصرة، نظراً لما يحققه من مزايا تنافسية واستجابة أسرع لمتغيرات السوق. وتكمن أهمية التحول الرقمي في كونه أداة فعالة لتحقيق الكفاءة التشغيلية، وتعزيز تجربة العملاء، وفتح آفاق جديدة للنمو من خلال نماذج أعمال مبتكرة. (Munaf Ali et al., 2024)

ويؤكد الهلالي (2021) أن التحول الرقمي لا يقتصر على إدخال التكنولوجيا، بل يشكل نقلة نوعية في الثقافة المؤسسية وسلوك الموظفين وأنماط العمل. كما يساهم في رفع الشفافية التنظيمية، وتحسين

جودة الخدمات العامة، وتحقيق العدالة في الوصول، خاصة في المؤسسات الحكومية مثل الشركة السعودية للكهرباء التي تتعامل مع قاعدة عملاء واسعة ومتنوعة.

وتبرز أهمية التحول الرقمي في النقاط الآتية:

- تحسين جودة وسرعة تقديم الخدمة.
- تسهيل الوصول إلى البيانات وتكاملها.
- تمكين اتخاذ القرار القائم على البيانات.(Data-Driven Decision Making)
- تحسين تجربة المستخدم النهائي من خلال الواجهات الذكية والعمليات المؤتمتة.
- تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة الكفاءة.
- خلق بيئة عمل مرنة ومتطورة تستقطب الكفاءات.

ووفقاً لدراسة (Masoud & Basahel (2023)، فإن الشركات التي تعتمد على التحول الرقمي تسجل أداءً أعلى بنسبة 45% في مؤشرات رضا العملاء مقارنة بالشركات التقليدية.

4.1.2 أهداف التحول الرقمي

يُعد التحول الرقمي أحد المسارات الاستراتيجية التي تتبناها المؤسسات الحديثة بهدف تعزيز كفاءتها الداخلية، وتحقيق قيمة مضافة لأصحاب المصلحة، وتلبية تطلعات العملاء في بيئة تتسم بالتغير المستمر والتقدم التكنولوجي السريع، وتهدف المؤسسات من خلال هذا التحول إلى تحقيق تحول شامل في كيفية تقديم الخدمات، وتنفيذ العمليات، والتفاعل مع المستخدمين، بالاعتماد على التكنولوجيا كوسيلة تمكين لا غاية في ذاتها (Shojaei, 2022؛ الشبراوي، 2023).

ووفقاً لما ورد في أدبيات التحول الرقمي، فإن أهدافه تتنوع بين أهداف تنظيمية وتشغيلية واستراتيجية، ويمكن تلخيص أبرزها فيما يلي:

تحسين تجربة العميل: يعد تحسين تجربة العميل أحد أبرز دوافع التحول الرقمي، حيث تسعى المؤسسات إلى تقديم خدمات أسرع وأكثر تخصيصاً، مع واجهات استخدام مرنة وتفاعلية، كما أن المنصات

الرقمية تمكّن العملاء من الوصول إلى الخدمات في أي وقت ومن أي مكان، مما يعزز من ولائهم ورضاهم (Vijay & Priyanka, 2024; Felix & Rembulan, 2023).

رفع الكفاءة التشغيلية وتقليل التكاليف: يساعد التحول الرقمي في أتمتة العمليات الروتينية، وتقليل الاعتماد على الأعمال الورقية، وتخفيض نسبة الأخطاء البشرية، مما ينعكس إيجابًا على الأداء التشغيلي ويؤدي إلى تقليل التكاليف وزيادة الإنتاجية (الهلال، 2021).

- تعزيز القدرة التنافسية: من خلال استخدام نماذج أعمال جديدة تعتمد على التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي، والتحليلات التنبؤية، وتقنيات إنترنت الأشياء، تستطيع المؤسسات التميز في السوق وتقديم حلول مبتكرة للعملاء (Adlakha, 2024).
- تمكين الموظفين وتعزيز الثقافة الرقمية: يهدف التحول الرقمي إلى رفع كفاءة الكوادر البشرية وتزويدهم بالأدوات الرقمية التي تساعد على أداء المهام بكفاءة أعلى، إضافة إلى ترسيخ ثقافة التغيير والتكيف مع البيئة الرقمية (عبدالعال، 2021؛ فراح وآخرون، 2021).
- تسهيل الوصول إلى المعلومات وتحسين اتخاذ القرار: يتيح التحول الرقمي إمكانيات هائلة في جمع البيانات وتحليلها في الوقت الحقيقي، مما يدعم صناع القرار بالمعلومات الدقيقة لاتخاذ قرارات فعالة وسريعة (Masoud & Basahel, 2023).
- تحقيق الاستدامة المؤسسية: من خلال تحسين كفاءة الموارد، والحد من الهدر، وتقليل التأثيرات البيئية المرتبطة بالاستهلاك الورقي أو العمليات التقليدية.
- تعزيز الشفافية والحوكمة المؤسسية: تساعد الأنظمة الرقمية في تتبع العمليات وتوثيق الإجراءات، مما يرفع من مستوى الشفافية ويعزز من كفاءة الرقابة والمساءلة (نصير، 2021؛ الحمداني وآخرون، 2023).
- الاستجابة الذكية للأزمات والمخاطر: كما أبرزت جائحة كورونا أهمية الجاهزية الرقمية في ضمان استمرارية الأعمال والتفاعل مع الأزمات، وهو ما يجعل التحول الرقمي أحد عناصر المرونة المؤسسية المستقبلية (بسيوني، 2022).

5.1.2 خصائص التحول الرقمي

يمتاز التحول الرقمي بمجموعة من الخصائص الجوهرية التي تميّزه عن غيره من المفاهيم المرتبطة بالتكنولوجيا، مثل الأتمتة أو الميكنة أو الرقمنة الجزئية، فهو يمثل عملية شاملة ومتكاملة تهدف إلى إحداث تغيير نوعي في بنية المؤسسة وأسلوب تقديم خدماتها، ويعتمد على الاستخدام الاستراتيجي للتكنولوجيا، والبيانات، والموارد البشرية (Shojaei, 2022)؛ (Golf-Papez et al., 2022).

ويمكن تحديد أبرز خصائص التحول الرقمي في الآتي:

1. الشمولية التنظيمية: حيث يشمل كافة مستويات المؤسسة ووظائفها، من العمليات التشغيلية اليومية إلى اتخاذ القرارات الاستراتيجية، فليس من الممكن حصره في دائرة تكنولوجيا المعلومات فقط، بل يمتد إلى كل وحدات العمل.
2. التركيز على العميل: يُعد العميل محور التحول الرقمي، إذ يُعاد تصميم الخدمات والعمليات وفقاً لتوقعاته وسلوكه الرقمي، وتُظهر دراسات مثل (Vijay & Priyanka, 2024) أن التحول الرقمي الأكثر فاعلية هو ذلك الذي يبدأ من فهم شامل لرحلة العميل.
3. الابتكار المستمر: يدفع التحول الرقمي المؤسسات إلى إعادة التفكير في نماذج أعمالها، وتقديم حلول مبتكرة وغير تقليدية، مثل الخدمات الذاتية، والمساعدات الذكية، وتطبيقات الهاتف المتنقل (Munaf Ali et al., 2024).
4. الاعتماد على البيانات: يُعد استخدام البيانات في دعم القرارات وتحسين العمليات سمة مركزية، حيث تُمكن البيانات اللحظية المؤسسات من التنبؤ بسلوك العملاء، وتحسين الكفاءة، وزيادة التخصيص (Kothapalli, 2022).
5. المرونة والقدرة على التكيف: تمكن المؤسسات من التفاعل مع التغيرات البيئية والمنافسة بشكل أسرع، خاصة في القطاعات الخدمية مثل الكهرباء والمياه التي تتطلب استجابة فورية وديناميكية.
6. التكامل بين الأنظمة والعمليات: لا يُبنى التحول الرقمي على مجرد حلول تقنية متفرقة، بل على تكامل المنصات وتوحيد البيانات وسلاسة تدفق المعلومات بين الأقسام.

7. التحول الثقافي والمؤسسي: وهو ما يميّز التحول الرقمي عن التحديثات التقنية، إذ يتطلب إحداث تغيير في العقلية التنظيمية، وتهيئة بيئة تقبل الابتكار والتغيير (عبدالعال، 2021؛ الشبراوي، 2023).

6.1.2 أبعاد التحول الرقمي

يتكون التحول الرقمي من مجموعة مترابطة من الأبعاد التي تُشكل جوهر العملية التحولية، وتمثل المجالات التي يتم من خلالها تنفيذ التغيير الرقمي، وقد تباينت النماذج التي تناولت هذه الأبعاد، لكن هناك توافقًا في الأدبيات الحديثة على أربعة محاور رئيسة تشكل أساس التحول الرقمي في المؤسسات، وخاصة الخدمية منها (Masoud & Basahel, 2023): (Zabi & Baitish, 2021)، وهي:

✓ التقنيات الحديثة

تشكل البنية التكنولوجية العنصر الحاسم في تمكين التحول الرقمي، وتشمل مجموعة من الأدوات مثل الذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء (IoT)، والحوسبة السحابية، والبلوك تشين، والواقع المعزز، وتُعد هذه التقنيات بمثابة البنية التحتية للتمكين الرقمي، إذ تساهم في تطوير نماذج عمل مرنة، وتحسين التفاعل مع العملاء، وتعزيز كفاءة العمليات.

تُشير Shojaei (2022) إلى أن استخدام التقنيات المتقدمة في المؤسسات يعزز من القدرة على الابتكار، ويدعم تقديم خدمات ذكية واستباقية، كما تُسهّم هذه الأدوات في التحليل اللحظي للبيانات، وتقديم حلول رقمية فعالة لمشكلات التشغيل.

✓ الكوادر البشرية

تلعب الموارد البشرية دورًا مركزيًا في إنجاح التحول الرقمي، حيث تُعد "العنصر البشري الرقمي" هو المحرك الفعلي الذي ينقل التكنولوجيا إلى الواقع العملي، ويشمل هذا البعد تدريب الموظفين على المهارات الرقمية، وتغيير الثقافة المؤسسية، وتعزيز عقلية التكيف مع التكنولوجيا.

أكدت عبدالعال (2021) أن رفع كفاءة العنصر البشري عبر برامج تدريبية وتأهيل رقمي يسهم بشكل مباشر في تقليل مقاومة التغيير، وزيادة فاعلية التحول الرقمي. كما أشار فراح وآخرون (2021) إلى أن فشل العديد من المبادرات الرقمية لا يرتبط بالتكنولوجيا بقدر ما يرتبط بغياب الجاهزية البشرية.

✓ قواعد البيانات

تُعد البيانات المورد الأكثر قيمة في البيئة الرقمية، وتمثل الأساس الذي يُبنى عليه اتخاذ القرار، وتحليل الاتجاهات، وفهم سلوك العملاء، ويشير Kothapalli (2022) إلى أن البيانات الضخمة وتحليلها تتيح إمكانيات غير مسبوقة في التخصيص، والتنبؤ، وتحسين الأداء المؤسسي. وفي سياق المؤسسات الخدمية مثل الشركة السعودية للكهرباء، فإن قواعد البيانات تساعد على توحيد معلومات المشتركين، وتخصيص الخدمات حسب مناطقهم، وربط بلاغاتهم بأنظمة المتابعة والتحليل اللحظي، ما يحسّن من مستوى الخدمة وجودتها.

✓ رقمنة العمليات

يشير هذا البعد إلى تحويل العمليات التشغيلية من الشكل الورقي أو اليدوي إلى نظم إلكترونية مؤتمتة بالكامل، تتسم بالسرعة، والشفافية، والكفاءة، ويشمل ذلك تطوير سلسلة القيمة بدءًا من استقبال الطلب وحتى تقديم الخدمة، مرورًا بخطوات التحصيل والمتابعة. وتؤكد الشبراوي (2023) أن رقمنة العمليات تمثل الخطوة الحاسمة التي يشعر بها العميل مباشرة، فهي تقلل من زمن الخدمة، وتوفر القنوات الرقمية، وتُمكن من تنفيذ المهام ذاتيًا عبر التطبيقات أو المواقع الإلكترونية، كما تسهم الرقمنة في تحسين جودة البيانات، وتقليل الأخطاء، وتعزيز التكامل بين وحدات المؤسسة.

المبحث الثاني: تحسين تجربة العملاء

1.2.2 مقدمة

في ظل تصاعد المنافسة الرقمية، باتت تجربة العملاء (Customer Experience) أحد أهم المؤشرات الاستراتيجية التي تُقاس بها كفاءة المؤسسات، لا سيما في القطاعات الخدمية مثل الكهرباء، فلم تعد جودة المنتج أو الخدمة وحدها كافية لضمان رضا العميل وولائه، بل أصبحت التجربة الشاملة التي يخوضها العميل مع المؤسسة - بدءًا من الوعي بالخدمة، ومرورًا بمرحلة الاستخدام، ووصولًا إلى ما بعد البيع - هي المعيار الحقيقي للحكم على الأداء المؤسسي

وفي سياق الشركة السعودية للكهرباء، يُعد تحسين تجربة العميل هدفًا استراتيجيًا لا ينفصل عن جهود التحول الرقمي، بل يُعد نتاجًا مباشرًا لتكامل التقنيات، وتطوير الكفاءات، ورقمنة العمليات.

2.2.2 مفهوم تجربة العملاء

تُعد تجربة العملاء (Customer Experience) من المفاهيم الاستراتيجية الحديثة التي برزت بقوة في بيئة الأعمال الرقمية المعاصرة، وخصوصًا في القطاعات الخدمية التي تتسم بالتفاعل المباشر والمستمر مع الجمهور، وقد تطور هذا المفهوم ليعكس الإجمالي التراكمي للانطباعات التي يكوّنها العميل بناءً على تفاعلاته المختلفة مع المؤسسة، عبر جميع القنوات ونقاط الاتصال، بدءًا من الاطلاع الأول على الخدمة، ومرورًا باستخدامها، وانتهاءً بالدعم ما بعد البيع (Saxena, 2025)؛ (Golf-Papez et al., 2022).

ويرى (Felix & Rembulan, 2023) أن تجربة العميل تتجاوز حدود جودة المنتج أو الخدمة، لتشمل كل ما يتعلق بالمشاعر، والإدراك، والتفاعلات التي تحدث في سياق العلاقة مع المؤسسة، فهي تتكوّن من مزيج من العوامل التكنولوجية، والبشرية، والبيئية التي تؤثر في تقييم العميل للمنظمة، وتشكل في مجموعها تصورًا عامًا للرضا أو الاستياء.

ولهذا، فإن المؤسسات الناجحة هي التي تركز على تصميم تجربة متكاملة ومتسقة تُشعر العميل بالقيمة، والسهولة، والتميّز في كل مرحلة من مراحل رحلته. (Shojaei, 2022).

وقد عرّف Saxena (2025) تجربة العملاء بأنها: "مجموع التفاعلات التي يخوضها العميل مع المؤسسة على امتداد دورة الحياة الكاملة للخدمة، بما يشمل ما قبل البيع، وأثناء الاستخدام، وما بعد التفاعل"، بينما يُعرّفها Masoud & Basahel (2023) على أنها: "التصور الكلي الذي يتكوّن لدى العميل نتيجة لتفاعله مع نقاط الاتصال المختلفة، الرقمية والبشرية، خلال رحلته داخل المؤسسة".

و يُعد الفرق بين "تجربة العميل" و"رضا العميل" جوهريًا؛ فبينما يُقاس الرضا كاستجابة فورية لتجربة معينة، فإن تجربة العميل تمثل مقياسًا أوسع يغطي جميع لحظات التفاعل، ومبني على تراكم إدراكي وعاطفي، كما تختلف تجربة العميل عن "خدمة العملاء"، حيث تركز الأخيرة على لحظات المساعدة أو الدعم، في حين أن تجربة العميل تشمل جميع أوجه العلاقة المؤسسية.

وتزداد أهمية هذا المفهوم في ظل التحول الرقمي، حيث أصبح التفاعل مع المؤسسات يتم عبر قنوات متعددة مثل التطبيقات، والمواقع الإلكترونية، ومراكز الاتصال، والرسائل الآلية، وكل نقطة اتصال تُعد لحظة حاسمة يمكن أن تعزز تجربة العميل أو تضعفها. لذا فإن إدارة تجربة العملاء (Customer Experience Management – CEM) أصبحت علمًا متخصصًا يهدف إلى تصميم وتحسين هذه التفاعلات بما يضمن تحقيق قيمة مستمرة للطرفين: المؤسسة والعميل.

ومن هنا، فإن تجربة العملاء لم تعد ترفًا مؤسسيًا، بل أداة استراتيجية لخلق ميزة تنافسية يصعب تقليدها، خاصةً عندما يتم ربطها بالتحول الرقمي، الذي يفتح آفاقًا جديدة للتخصيص، والتنبؤ، والتفاعل اللحظي، مما يرفع من مستوى الرضا، ويعزز الولاء، ويضمن الاستمرارية في العلاقة بين المؤسسة وجمهورها.

3.2.2 أهمية تحسين تجربة العملاء

في العصر الرقمي الذي يشهد تسارعًا هائلًا في توقعات العملاء وتطور القنوات التفاعلية، أصبحت تجربة العملاء أداة حاسمة لتقييم أداء المؤسسات، خاصة في القطاعات الخدمية كقطاع الكهرباء، وتكمن أهمية تحسين تجربة العملاء في أنه عامل مباشر في بناء الثقة والولاء، وفي تعزيز الصورة الذهنية

للمؤسسة، وقد أظهرت دراسات متعددة أن المؤسسات التي تستثمر في تحسين تجربة العملاء تحقق نتائج أفضل على المستويات التشغيلية والمالية والتسويقية (Masoud & Basahel, 2023) : Felix & Rembulan, 2023).

ومن أبرز أوجه أهمية تجربة العملاء ما يلي:

1. تعزيز رضا العملاء وولائهم: حيث تؤدي التجارب الإيجابية إلى ارتفاع مستويات الرضا، مما يزيد من ولاء العملاء، ويخفض من احتمالية انتقالهم إلى المنافسين .
2. تحسين السمعة المؤسسية: تجربة العميل الجيدة تُترجم إلى تقييمات إيجابية وتوصيات شفوية أو رقمية، مما يعزز مكانة المؤسسة في السوق .
3. زيادة الربحية: العملاء الراضون يميلون للشراء المتكرر والتفاعل المستمر، مما يسهم في زيادة الإيرادات وخفض تكاليف التسويق.
4. تقليل معدلات الشكاوى والاستنزاف: إذ تؤدي التجربة المحسّنة إلى تقليل الأخطاء، وتحسين سرعة الاستجابة، وبالتالي خفض التكاليف المرتبطة بإدارة الشكاوى.
5. التميّز التنافسي: في بيئة تتشابه فيها المنتجات والخدمات، تصبح تجربة العميل العنصر الفارق والأكثر تأثيرًا في قرارات العميل.
6. تعزيز التفاعل الرقمي: كلما كانت تجربة الاستخدام أكثر سلاسة وتخصيصًا عبر المنصات الرقمية، زاد اعتماد العملاء على هذه القنوات، ما يقلل من الضغط على الفروع ومراكز الاتصال .
7. تحقيق استدامة العلاقة: حيث تتحول العلاقة من مجرد تفاعل آني إلى علاقة مستمرة قائمة على التقدير والثقة المتبادلة، مما يعزز فرص الشراكة طويلة المدى.

وقد أشار (Shojaei (2022 إلى أن تجربة العميل تمثل انعكاسًا مباشرًا لمستوى نضج التحول الرقمي داخل المؤسسة، إذ أن كل تطور تقني يُترجم – إن حُسن استخدامه – إلى تحسين في تفاعل العميل ورضاه النهائي.

4.2.2 أبعاد تحسين تجربة العملاء

تُعد تجربة العملاء مفهومًا مركبًا يشمل مجموعة من الأبعاد المتداخلة التي تُساهم في تكوين الانطباع العام لدى العميل، وتعكس جودة العلاقة التي تربطه بالمؤسسة، وكل بُعد من هذه الأبعاد يُعبّر عن جانب معين من التجربة، ويُؤثر بشكل مباشر في مدى رضا العميل وولائه واستمراريته، وقد أجمع الباحثون في هذا المجال على خمسة أبعاد رئيسة لتحسين تجربة العملاء، خصوصًا في البيئات الخدمية مثل شركات الكهرباء، وهي:

✓ الرضا (Satisfaction)

الرضا هو الانطباع العاطفي والمعرفي الذي يتكوّن لدى العميل بعد تلقيه الخدمة أو المنتج، ويُقاس بمستوى التطابق بين التوقعات والنتائج الفعلية، ويُعد الرضا مؤشراً مركزياً في تقييم تجربة العميل، إذ يُعبّر عن نجاح المؤسسة في تلبية احتياجات العميل بدرجة مقبولة أو متفوقة، وكلما زادت جودة الخدمة وسلاسة التفاعل الرقمي، ارتفعت مستويات الرضا، وهو ما أكدته دراسة السعدي (2024) التي أظهرت أن استخدام الخدمات الرقمية يُساهم في زيادة رضا العملاء في المصارف والمؤسسات الخدمية.

✓ الولاء (Loyalty)

الولاء هو استعداد العميل للاستمرار في التعامل مع المؤسسة، والتوصية بها للآخرين، حتى في وجود بدائل منافسة. ويُعد الولاء نتيجة تراكمية لتجارب إيجابية سابقة، وثمرة لاستمرارية تقديم قيمة مضافة للعملاء، وقد أوضحت دراسة إبراهيم (2024) أن المؤسسات التي توفر منصات رقمية ذكية وتفاعلية، تُحقق معدلات ولاء أعلى، بفضل ما تتيحه من مرونة في الوصول، وسهولة في الاستخدام، ودقة في المعالجة.

✓ جودة الخدمة (Service Quality)

يشير هذا البُعد إلى مدى تميز الخدمات المقدمة في الجوانب المتعلقة بالدقة، الاعتمادية، وضوح الإجراءات، وسهولة الوصول، فكلما زادت جودة الخدمة من حيث تقديمها بطريقة منظمة، وسريعة،

ومتماشية مع توقعات العميل، انعكس ذلك إيجاباً على التجربة الكلية. وترتبط جودة الخدمة كذلك بمدى تدريب الموظفين، وتكامل الأنظمة، وتوافر القنوات الرقمية، وهي جميعاً مخرجات مباشرة لجهود التحول الرقمي (العريفي وجادو، 2024).

☑ سرعة الاستجابة (Responsiveness)

يُقصد بها قدرة المؤسسة على الاستجابة السريعة والفورية لمطالب واستفسارات وشكاوى العملاء. ويُعد هذا البُعد حيويًا بشكل خاص في القطاعات الخدمية التي تتعامل مع كمّ كبير من الطلبات اليومية، وتُظهر الدراسات الحديثة (Shojaei, 2022) أن القنوات الرقمية – مثل المحادثات الآلية (chatbots)، وتطبيقات الجوال – تُسهم بشكل كبير في تقليل زمن الاستجابة وتحسين رضا العملاء. كما أن أنظمة تحليل البيانات اللحظية تساعد على تقديم حلول استباقية بدلاً من ردود الأفعال البطيئة.

☑ التفاعل الرقمي (Digital Engagement)

يشير هذا البُعد إلى مستوى تفاعل العملاء مع القنوات الرقمية التي توفرها المؤسسة، مثل التطبيقات، والمواقع الإلكترونية، ووسائل التواصل الاجتماعي، ويعكس هذا التفاعل مدى سهولة الاستخدام، ووضوح المحتوى، وتنوع الخدمات المتاحة رقمياً، وكلما كانت القنوات الرقمية مصممة بشكل ملائم لاحتياجات العملاء، ومرنة في الأداء، زاد الاعتماد عليها، وتراجعت الحاجة للتعامل الورقي أو الحضور الفعلي، ويُعد التفاعل الرقمي مؤشراً مباشراً على نضج العلاقة الرقمية بين المؤسسة والعميل (Vijay &

Huseynli, 2022).؛ Priyanka, 2024

الفصل الثالث: منهجية الدراسة

1.3 منهج الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، نظرًا لملاءمته لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى تحليل العلاقة بين التحول الرقمي بأبعاده (التقنيات الحديثة، الكوادر البشرية، قواعد البيانات، رقمنة العمليات) وتحسين تجربة العملاء بأبعادها (الرضا، الولاء، جودة الخدمة، سرعة الاستجابة، التفاعل الرقمي) داخل الشركة السعودية للكهرباء، وقد استخدم هذا المنهج لكونه يساعد على وصف الظاهرة المدروسة وتحليل علاقاتها ومحدداتها كما هي في الواقع، وذلك من خلال جمع البيانات من عينة ممثلة لمجتمع الدراسة وتحليلها إحصائيًا.

2.3 مجتمع الدراسة وعينتها

تمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين في الشركة السعودية للكهرباء في فروعها وإداراتها المختلفة بالمملكة العربية السعودية، وخاصة العاملين في الإدارات المعنية بالتحول الرقمي وتطوير تجربة العملاء، مثل إدارات تقنية المعلومات، خدمة العملاء، التشغيل الذكي، البنية التحتية الرقمية، والتحول المؤسسي، ويقدر عدد أفراد المجتمع الكلي في هذه الإدارات بنحو 480 موظفًا، وفقًا لبيانات الهيكل التنظيمي المحدث للشركة حتى منتصف عام 2025.

ولغرض تحقيق تمثيل إحصائي دقيق، تم الاعتماد على معادلة كريجسي ومورغان (Krejcie & Morgan, 1970) لتحديد الحجم المناسب للعينة من مجتمع يبلغ 480 فردًا، حيث أظهرت المعادلة أن الحجم الأمثل للعينة هو 214 موظفًا على الأقل، بما يضمن دقة النتائج على مستوى ثقة 95% وهامش خطأ لا يتجاوز $\pm 5\%$.

و تم توزيع عدد 240 استبانة على موظفي الشركة وفق أسلوب العينة العشوائية الطبقية، بما يضمن تمثيل مختلف الإدارات والمناصب الوظيفية، وقد تم استرداد 221 استبانة صالحة للتحليل

الإحصائي، بنسبة استجابة بلغت 92.1%، وهي نسبة عالية تعكس مستوى التعاون من جانب المشاركين، وتدعم موثوقية نتائج الدراسة.

3.3 أداة الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من أفراد العينة، نظرًا لما توفره من كفاءة وسرعة في الوصول إلى المستجيبين، وإمكانية تغطية شريحة واسعة من مجتمع الدراسة بدقة، وقد تم تصميم الاستبانة بالاستناد إلى مجموعة من الأدبيات العلمية والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع التحول الرقمي وتجربة العملاء، مثل دراسات (Shojaei (2022)، (Masoud & Basahel (2023)، إبراهيم (2024)، والسعدي (2024).

تكوّنت الاستبانة من ثلاثة أجزاء رئيسية على النحو التالي:

1. الجزء الأول: البيانات الديموغرافية اشتمل على مجموعة من الأسئلة المتعلقة بخصائص المبحوثين مثل: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الإدارة التي يعمل بها، والمسمى الوظيفي، وذلك بغرض التعرف على خصائص العينة وتحليل الفروق إن وجدت.
2. الجزء الثاني: فقرات المتغير المستقل (التحول الرقمي) وقد شمل هذا الجزء أربعة أبعاد رئيسية، تم تمثيل كل بُعد بـ 3 فقرات)، لتصبح عدد الفقرات في هذا الجزء 12 فقرة، موزعة على النحو التالي:
 - البعد الأول: التقنيات الحديثة 3 – فقرات
 - البعد الثاني: الكوادر البشرية 3 – فقرات
 - البعد الثالث: قواعد البيانات 3 – فقرات
 - البعد الرابع: رقمنة العمليات 3 – فقراتوقد تم صياغة فقرات هذا الجزء بأسلوب واضح ودقيق يعكس تطبيقات التحول الرقمي في بيئة الشركة السعودية للكهرباء.
3. الجزء الثالث: فقرات المتغير التابع (تحسين تجربة العملاء) تم قياس هذا المتغير من خلال 10 فقرات تغطي مختلف أبعاد تجربة العميل

وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس إجابات المبحوثين، بحيث تتراوح الإجابة بين:

(1) لا أوافق بشدة – (2) لا أوافق – (3) محايد – (4) أوافق – (5) أوافق بشدة.

ويُعد هذا المقياس من أكثر المقاييس استخدامًا في الدراسات الاجتماعية والإدارية نظرًا لقدرته

على التقاط تدرجات الرأي بدقة.

4.3 صدق الأداة

1. الصدق الظاهري وصدق المحتوى

للتحقق من صدق الأداة (Validity)، تم عرض الاستبانة بصيغتها الأولية على مجموعة من المحكمين الأكاديميين المتخصصين في مجالات الإدارة، التحول الرقمي، وتجربة العملاء من جامعات سعودية وعربية، وذلك للتأكد من وضوح الفقرات، ودقتها، وارتباطها بأبعاد الدراسة، ومناسبتها للسياق المؤسسي للشركة السعودية للكهرباء، وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين، حيث أُعيدت صياغة بعض العبارات لتكون أكثر وضوحًا، كما تم حذف فقرات مكررة وتعزيز التوازن بين عدد الفقرات في كل بُعد.

2. صدق الاتساق الداخلي – مصفوفة الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل

للتحقق من صدق الاتساق الداخلي (Internal Consistency Validity)، تم احتساب معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation بين كل بُعد من أبعاد المتغير المستقل (التحول الرقمي) والمجموع الكلي لهذا المتغير، وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS على بيانات العينة الاستطلاعية (عددها 30 استبانة)، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (1) صدق الاتساق الداخلي – مصفوفة الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل

البُعد	معامل الارتباط مع المجموع الكلي	مستوى الدلالة (Sig)
التقنيات الحديثة	0.811	0.000 دال
الكوادر البشرية	0.793	0.000 دال
قواعد البيانات	0.822	0.000 دال

البُعد	معامل الارتباط مع المجموع الكلي	مستوى الدلالة (Sig)
رقمنة العمليات	0.846	0.000 دال

تشير النتائج الموضحة في الجدول إلى أن جميع معاملات الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل والمجموع الكلي له مرتفعة وإيجابية وذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.01)$ ، مما يدل على وجود اتساق داخلي قوي بين فقرات الأداة، ويُشير إلى أن كل بُعد يُقاس بدقة، ويُسهم بدرجة كبيرة في تمثيل مفهوم التحول الرقمي كما هو معرف في الدراسة.

5.3 ثبات الأداة

للتحقق من ثبات الاستبانة (Reliability)، تم استخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لقياس مدى اتساق فقرات كل بُعد من أبعاد المتغيرات، وكذلك لقياس الثبات الكلي لكل متغير على حدة، ويُعد هذا الأسلوب من أكثر الأساليب شيوعاً للتحقق من مدى اعتماد الأداة، حيث يُعتبر معامل الثبات مقبولاً إذا تجاوز (0.70)، ويُعد جيداً إذا تجاوز (0.80)، وممتازاً إذا تجاوز (0.90) وفقاً لتصنيفات (Sekaran & Bougie, 2020).

وقد تم تطبيق التحليل الإحصائي على البيانات الاستطلاعية المكونة من 30 استبانة، وكانت

النتائج كما يلي:

الجدول (2) معامل كرونباخ ألفا

المتغير / البُعد	عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا
التقنيات الحديثة	3	0.84
الكوادر البشرية	3	0.81
قواعد البيانات	3	0.85
رقمنة العمليات	3	0.87
التحول الرقمي (ككل)	12	0.91
تحسين تجربة العملاء (ككل)	10	0.89

تشير النتائج السابقة إلى أن جميع قيم معامل كرونباخ ألفا تفوقت على الحد الأدنى المقبول (0.70)، مما يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي والثبات الإحصائي، ويمكن الاعتماد عليها في قياس كل من التحول الرقمي وتحسين تجربة العملاء بشكل موثوق.

6.3 الأساليب الإحصائية المستخدمة

بعد الانتهاء من جمع البيانات، تم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات الكمية المستخلصة من الاستبانة، وذلك من أجل وصف خصائص العينة، والتحقق من صدق وثبات الأداة، واختبار فرضيات الدراسة، وقد تم اختيار الأساليب الإحصائية بما يتناسب مع طبيعة الدراسة، وأهدافها، وهي على النحو الآتي:

1. التحليل الوصفي: (Descriptive Statistics) تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والتكرارات لتحليل خصائص العينة، وتحديد مستوى استجاباتهم على فقرات الاستبانة، وكذلك لترتيب أبعاد المتغيرات حسب أهميتها من وجهة نظر المشاركين.

2. تحليل الصدق والثبات:

- صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل الارتباط (Pearson) بين الأبعاد والمجموع الكلي.
- ثبات الأداة باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha).

3. تحليل الفرضيات:

- تحليل الانحدار الخطي البسيط: (Simple Linear Regression) لاختبار أثر كل بُعد من أبعاد التحول الرقمي بشكل منفصل على تحسين تجربة العملاء.
- تحليل الانحدار المتعدد: (Multiple Regression) لاختبار الفرضية الرئيسة حول العلاقة الكلية بين جميع أبعاد التحول الرقمي مجتمعة وتحسين تجربة العملاء.

الفصل الرابع: تحليل البيانات ونتائج الدراسة

1.4 مقدمة الفصل

يتناول هذا الفصل عرضاً وتحليلاً للبيانات التي تم جمعها من أفراد عينة الدراسة، والبالغ عددهم 221 موظفًا في الشركة السعودية للكهرباء، وذلك بهدف التحقق من صحة فرضيات الدراسة المتعلقة بأثر التحول الرقمي بأبعاده المختلفة (التقنيات الحديثة، الكوادر البشرية، قواعد البيانات، رقمنة العمليات) على تحسين تجربة العملاء. وقد تم الاعتماد على التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS ، وذلك من خلال استخدام الإحصاء الوصفي والاستدلالي. ويُقدّم هذا الفصل على أربعة محاور رئيسة تبدأ بالخصائص العامة للعينة، ثم التحليل الوصفي للمتغيرات، وتليها اختبار الفرضيات، وأخيرًا تفسير النتائج في ضوء أهداف الدراسة.

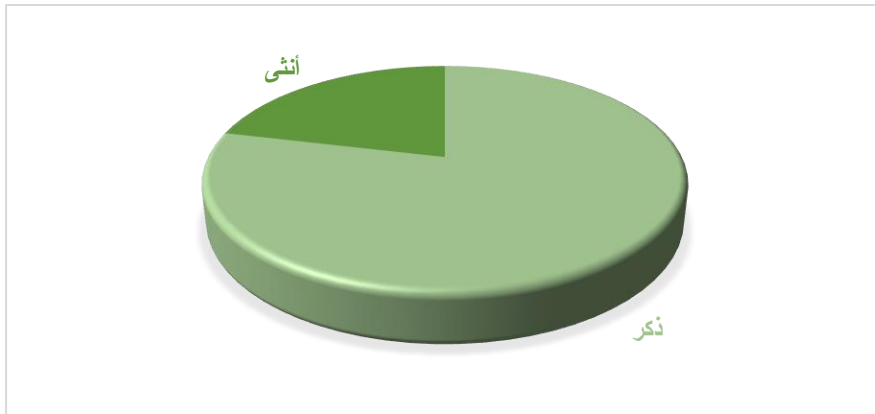
2.4 تحليل البيانات الديموغرافية

➤ الجنس:

الجدول (3) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
78.7%	174	ذكر
21.3%	47	أنثى
100%	221	المجموع

الشكل (1) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير الجنس



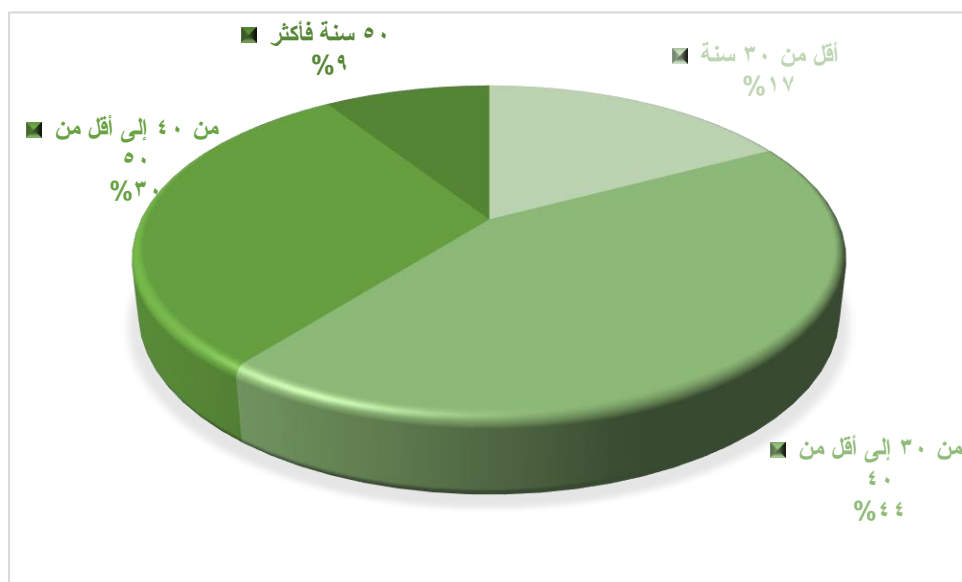
تشير نتائج توزيع العينة حسب الجنس إلى أن الغالبية العظمى من أفراد العينة هم من الذكور بنسبة (78.7%)، مقابل (21.3%) من الإناث. ويعكس هذا التوزيع الواقع العملي في بيئة الشركة السعودية للكهرباء

➤ العمر:

الجدول (4) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير العمر

النسبة	التكرار	الفئة العمرية
17.2%	38	أقل من 30 سنة
43.4%	96	من 30 إلى أقل من 40
30.3%	67	من 40 إلى أقل من 50
9.1%	20	50 سنة فأكثر

الشكل (2) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير العمر



أظهرت النتائج أن أكبر شريحة عمرية ضمن عينة الدراسة كانت في الفئة (30-39 سنة) بنسبة (43.4%)، تليها فئة (40-49 سنة) بنسبة (30.3%)، بينما جاءت الفئة (أقل من 30 سنة) بنسبة (17.2%)، و(50 سنة فأكثر) بنسبة (9.1%)، ويُشير هذا التوزيع إلى أن العينة تمثل شريحة ناضجة مهنيًا وواعية إداريًا،

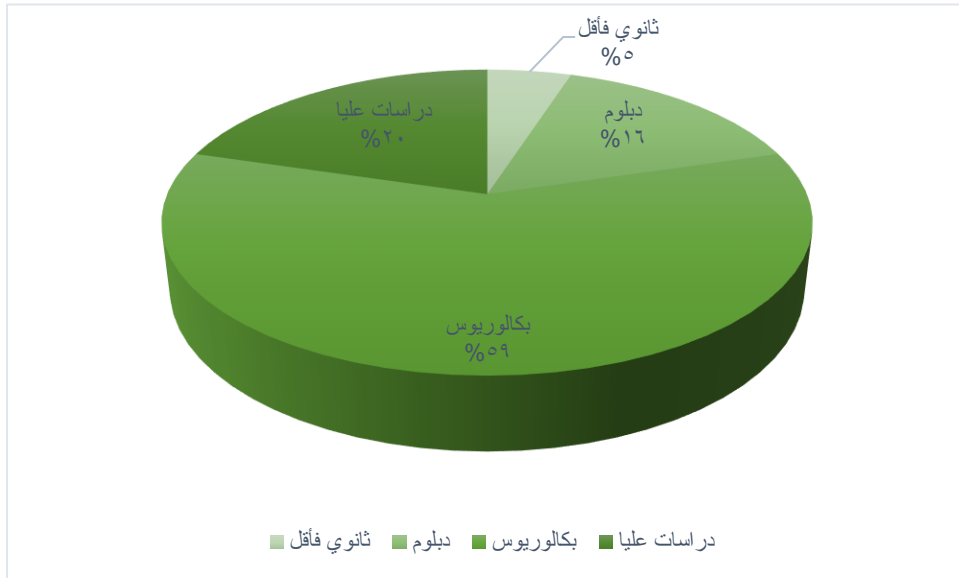
وهي الفئة الأكثر انخراطاً في تطبيقات التحول الرقمي ومتابعة تطور تجربة العملاء، مما يعزز من موثوقية الآراء المدروسة.

➤ المؤهل العلمي:

الجدول (5) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير المؤهل العلمي

المؤهل	التكرار	النسبة
ثانوي فأقل	11	5.0%
دبلوم	34	15.4%
بكالوريوس	131	59.3%
دراسات عليا	45	20.4%

الشكل (3) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير المؤهل العلمي



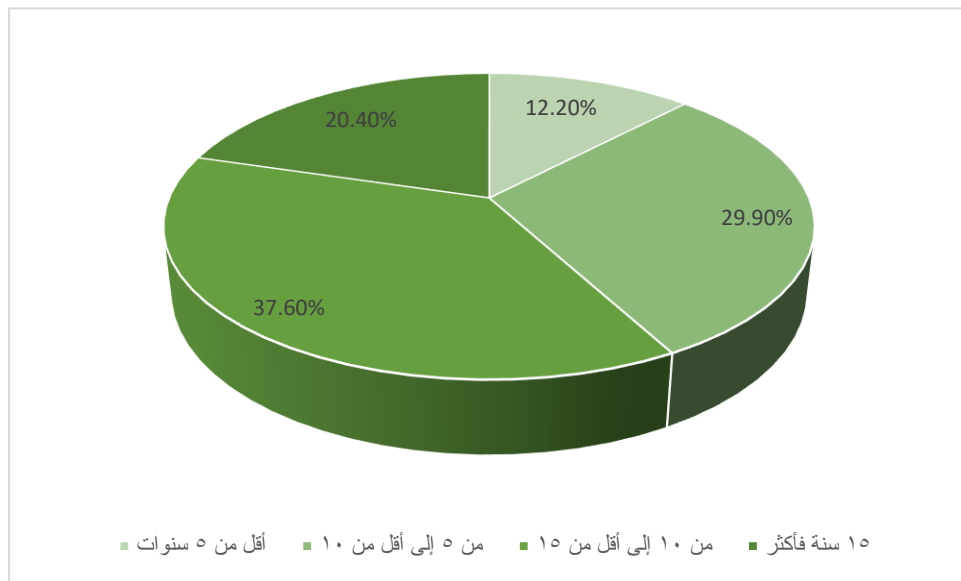
تُظهر بيانات المؤهل العلمي أن نسبة كبيرة من المشاركين يحملون شهادة البكالوريوس بنسبة (59.3%)، يليهم حملة الدراسات العليا بنسبة (20.4%)، ثم حملة الدبلوم بنسبة (15.4%)، وأخيراً الثانوي فأقل بنسبة (5%)، ويوضح هذا التوزيع أن غالبية العينة تتمتع بمستوى تعليمي متوسط إلى عالٍ، وهو ما يدعم قدرتهم على تقييم أنظمة التحول الرقمي وتجربة العملاء بناءً على معرفة وفهم منهجيين.

➤ سنوات الخبرة:

الجدول (6) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
أقل من 5 سنوات	27	12.2%
من 5 إلى أقل من 10	66	29.9%
من 10 إلى أقل من 15	83	37.6%
15 سنة فأكثر	45	20.4%

الشكل (4) تحليل البيانات الديموغرافية لمتغير سنوات الخبرة



تشير نتائج توزيع العينة وفق سنوات الخبرة إلى أن النسبة الأكبر تنتمي إلى فئة الخبرة (10-14 سنة) بنسبة (37.6%)، تليها فئة (5-9 سنوات) بنسبة (29.9%)، ثم فئة (15 سنة فأكثر) بنسبة (20.4%)، وأخيراً فئة (أقل من 5 سنوات) بنسبة (12.2%). ويدل هذا التوزيع على أن أغلب المبحوثين يمتلكون خبرة مهنية متوسطة إلى مرتفعة، مما يُعزز من مصداقية تقييمهم للتحويل الرقمي، ويمنحهم قدرة أكبر على الربط بين العمليات الإدارية والتقنية وبين تجارب العملاء الواقعية.

3.4 التحليل الوصفي للمتغير المستقل (التحول الرقمي)

➤ البُعد الأول: التقنيات الحديثة

الجدول (7) التحليل الوصفي للتقنيات الحديثة

الفقرة	عبارة الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التفسير
1	تعتمد الشركة على بنية تحتية رقمية متطورة (خوادم، شبكات، أجهزة اتصال)	4.18	0.61	مرتفع جداً
2	تستخدم الشركة تقنيات الذكاء الاصطناعي أو التحليلات التنبؤية في تحسين خدماتها	4.06	0.67	مرتفع
3	توفر الشركة قنوات إلكترونية متقدمة (تطبيقات – منصات إلكترونية) للتفاعل مع العملاء	4.13	0.62	مرتفع
	الإجمالي	4.12	0.63	مرتفع

جاء المتوسط العام لفقرات هذا البُعد (4.12) بانحراف معياري (0.63)، مما يشير إلى أن آراء المشاركين تميل إلى الاتفاق بقوة حول توافر واستخدام التقنيات الرقمية المتقدمة في بيئة الشركة. وقد حققت الفقرة المتعلقة بـ "البنية التحتية الرقمية" أعلى متوسط (4.18)، وهو ما يعكس إدراكاً واضحاً بأن الشركة تمتلك أساساً تقنياً متيناً. كما أن اعتمادها على تطبيقات ذكية ومنصات إلكترونية (متوسط = 4.13) يعكس جاهزية المؤسسة للتحويل الرقمي الكامل من حيث الأدوات والمنصات، ويمكن تفسير هذا المستوى المرتفع بأن الشركة السعودية للكهرباء تسعى جاهدة لتبني أحدث التقنيات مثل الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء لدعم أعمالها، وهو ما يتوافق مع مبادرات التحول الوطني السعودي 2030.

➤ البُعد الثاني: الكوادر البشرية

الجدول (8) التحليل الوصفي لبعد الكوادر البشرية

الفقرة	عبارة الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التفسير
4	يتم تدريب الموظفين بشكل مستمر على المهارات الرقمية الحديثة	3.79	0.74	متوسط إلى مرتفع
5	يتم إشراك الموظفين في مبادرات التحول الرقمي وتعزيز ثقافة التغيير	3.92	0.69	مرتفع
6	تمتلك الكوادر البشرية القدرة على التفاعل بكفاءة مع الأنظمة والتطبيقات الرقمية	3.93	0.70	مرتفع
	الإجمالي	3.88	0.71	متوسط مرتفع

سجّل هذا البُعد متوسطاً قدره (3.88) بانحراف معياري (0.71)، وهو ما يُصنف في المستوى المتوسط المرتفع، ويعكس تبايناً طفيفاً في آراء المشاركين، وتُظهر النتائج أن العاملين يرون بأن الكوادر البشرية تمتلك قدرًا لا بأس به من الكفاءة الرقمية، وأن هناك محاولات جيدة لإشراكهم في مبادرات التحول، إلا أن التدريب المستمر على المهارات الرقمية حصل على أقل متوسط (3.79)، مما يُشير إلى فرصة للتحسين في هذا الجانب. ويُحتمل أن بعض الإدارات لا تزال بحاجة إلى برامج تطوير مهني متخصصة، لتعزيز الجاهزية الرقمية للعاملين، وضمان توافهم مع أدوات التحول الجديدة

➤ البُعد الثالث: قواعد البيانات

الجدول (9) التحليل الوصفي لبعد قواعد البيانات

الفقرة	عبارة الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التفسير
7	تعتمد الشركة على قواعد بيانات موحدة تُمكن من الوصول السريع للمعلومات	4.08	0.65	مرتفع

مرتفع	0.66	3.97	يتم تحديث قواعد البيانات باستمرار لضمان دقة المعلومات	8
مرتفع	0.67	4.03	تتيح الأنظمة الإلكترونية تحليل البيانات لدعم اتخاذ القرار	9
مرتفع	0.66	4.03	الإجمالي	

أظهر هذا البُعد مستوى تقييم مرتفع بمتوسط (4.03) وانحراف معياري (0.66)، مما يدل على اتفاق واضح بين أفراد العينة حول وجود إدارة قوية للبيانات داخل الشركة، ويُشير المتوسط المرتفع لفقرات هذا البُعد إلى أن المشاركين يرون أن البيانات داخل الشركة محدثة، موحدة، ومُستخدمة بشكل فعال في دعم اتخاذ القرار، وتُعد هذه النتيجة مؤشراً على نجاح التحول الرقمي في بناء قاعدة معرفية مؤسسية، وهو أمر جوهري في تحسين جودة الخدمة وتجربة العملاء. كما أن قدرة النظام على تحليل البيانات يعزز من سرعة الاستجابة للمتغيرات التشغيلية والاحتياجات الميدانية.

➤ البُعد الرابع: رقمنة العمليات

الجدول (10) التحليل الوصفي لبعد رقمنة العمليات

الفقرة	عبارة الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التفسير
10	يتم تنفيذ معظم الإجراءات التشغيلية بشكل إلكتروني دون الحاجة للتدخل الورقي	4.27	0.56	مرتفع جداً
11	تتيح الأنظمة الرقمية تنفيذ الخدمات بطريقة آلية وسريعة	4.19	0.59	مرتفع جداً
12	تتكامل العمليات الرقمية بين الإدارات بشكل سلس ومنظم	4.17	0.57	مرتفع جداً
	الإجمالي	4.21	0.57	مرتفع جداً

جاء هذا البُعد في مقدمة الأبعاد من حيث التقييم، حيث سجّل أعلى متوسط بين جميع الأبعاد وهو (4.21) بانحراف معياري (0.57)، مما يعكس مستوى عالٍ من التوافق بين أفراد العينة حول نضج العمليات الرقمية داخل الشركة. وقد حصلت الفقرة المتعلقة بتنفيذ الإجراءات إلكترونياً دون تدخل ورقي على أعلى متوسط (4.27)، تليها الأتمتة وسرعة تقديم الخدمة، ويدل ذلك على أن الشركة قد نجحت فعلياً في الانتقال إلى بيئة عمل مؤتمتة بالكامل، وهو ما ينسجم مع ممارسات التحول الرقمي المتقدمة، هذا الإنجاز يدعم قدرة الشركة على تقديم خدمات أكثر كفاءة، ويوفر بيئة تشغيلية مرنة تساهم في تحسين تجربة العملاء، وتقليل وقت الخدمة، وتقليل التكاليف التشغيلية.

4.4 التحليل الوصفي للمتغير التابع (تحسين تجربة العملاء)

الجدول (11) التحليل الوصفي للمتغير التابع (تحسين تجربة العملاء)

رقم الفقرة	عبارة الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التفسير
1	توفر الشركة خدمات رقمية تُسهّل إجراءات المشتركين	4.26	0.56	مرتفع جداً
2	يمكنني الحصول على الخدمة بسهولة عبر المنصات الإلكترونية	4.18	0.60	مرتفع
3	يتم الرد على استفساراتي بسرعة عبر القنوات الرقمية	4.12	0.63	مرتفع
4	المعلومات المقدمة في المنصات واضحة ومحدثة	4.10	0.64	مرتفع
5	أشعر بالرضا العام عن الخدمة الرقمية المقدمة	4.22	0.58	مرتفع جداً

6	تُقدم الشركة خدمات رقمية مصممة وفقًا لاحتياجاتي	4.05	0.66	مرتفع
7	توفر الشركة قنوات متعددة للتواصل (تطبيق، موقع، خدمة عملاء...)	4.24	0.59	مرتفع جدًا
8	أعتمد على الخدمة الرقمية أكثر من الحضور للفروع	4.15	0.62	مرتفع
9	أشعر بالثقة في أمان معلوماتي عند استخدام الخدمات الرقمية	4.20	0.61	مرتفع جدًا
10	التحول الرقمي ساهم في تحسين علاقتي بالشركة	4.28	0.55	مرتفع جدًا
	الإجمالي	4.18	0.60	مرتفع جدًا

تشير نتائج التحليل الوصفي إلى أن تحسين تجربة العملاء داخل الشركة السعودية للكهرباء جاء بتقدير مرتفع جدًا من قبل أفراد العينة، بمتوسط كلي (4.18) وانحراف معياري (0.60)، ما يعكس مستوى عالٍ من الرضا والثقة والتفاعل مع الخدمات الرقمية.

وقد تميزت الفقرة العاشرة، والتي تنص على أن "التحول الرقمي ساهم في تحسين علاقتي بالشركة"، بأعلى متوسط (4.28)، ما يُعزز الفرضية النظرية للدراسة حول تأثير التحول الرقمي المباشر في تعزيز العلاقة الإيجابية مع العملاء. كما حازت فقرة "توفر الشركة خدمات رقمية تُسهّل الإجراءات" على متوسط مرتفع (4.26)، وهو مؤشر على فاعلية البنية الرقمية من منظور المستخدم النهائي.

من جهة أخرى، كانت جميع الفقرات تقريبًا ضمن نطاق "مرتفع" إلى "مرتفع جدًا"، ما يشير إلى تجانس مرتفع في رضا العينة تجاه التجربة الرقمية، دون وجود تباينات سلبية تُذكر. وتعكس هذه النتائج نجاح الشركة في تحقيق تحول فعلي في نموذج تقديم الخدمات، وتحقيق استجابات لحظية، وتقديم محتوى موثوق، وبيئة رقمية آمنة، وهي الركائز الأساسية لتجربة عميل ناجحة في القطاع الخدمي.

ويدعم ذلك أيضاً مستوى الاعتماد المتزايد على القنوات الرقمية بدلاً من القنوات التقليدية، كما أوضحت الفقرة الثامنة، والتي حصلت على متوسط (4.15)، كل هذه المؤشرات تؤكد أن تجربة العميل الرقمية في الشركة السعودية للكهرباء ليست مجرد واجهة إلكترونية بل تعكس بنية مؤسسية ناضجة.

5.4 فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للتحويل الرقمي بأبعاده المختلفة (التقنيات الحديثة، الكوادر البشرية، قواعد البيانات، رقمنة العمليات) على تحسين تجربة العملاء في الشركة السعودية للكهرباء، من حيث جودة الخدمات، مستوى الرضا، وكفاءة العمليات التشغيلية".

للتحقق من هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Regression) بهدف قياس تأثير أبعاد التحويل الرقمي كمتغيرات مستقلة على تحسين تجربة العملاء كمتغير تابع. وقد جاءت النتائج كما يلي:

جدول (12): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد التحويل الرقمي على تحسين تجربة العملاء

المتغيرات المستقلة	معامل الانحدار B	قيمة T	مستوى الدلالة Sig.
(Constant) الثابت	0.491	3.284	0.001 **
التقنيات الحديثة	0.411	6.923	0.000 **
الكوادر البشرية	0.305	5.218	0.000 **
قواعد البيانات	0.276	4.642	0.000 **
رقمنة العمليات	0.338	6.010	0.000 **

معامل التحديد $R^2 = 0.742$

معامل الارتباط $R = 0.861$

Sig. F = 0.000

قيمة F = 147.231

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

تشير نتائج تحليل الانحدار المتعدد الموضحة في الجدول (1) إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجميع أبعاد التحول الرقمي على تحسين تجربة العملاء، حيث بلغ معامل التحديد (R^2) 0.742 =، ما يعني أن 74.2% من التباين في تجربة العملاء يمكن تفسيره من خلال أبعاد التحول الرقمي الأربعة مجتمعة، وهي نسبة مرتفعة تعكس قوة النموذج، كما تشير قيمة معامل الارتباط ($R = 0.861$) إلى وجود علاقة قوية جداً بين المتغيرات المدروسة.

أما على مستوى الأبعاد الفردية، فقد تبين أن "التقنيات الحديثة" هو البعد الأكثر تأثيراً على تجربة العملاء ($B = 0.411$)، ($T = 6.923$)، يليه رقمنا العمليات ($B = 0.338$)، بينما ساهمت الكوادر البشرية وقواعد البيانات أيضاً بشكل دال، وبذلك تؤكد النتائج صحة الفرضية الرئيسية وتدعم العلاقة التأثيرية بين التحول الرقمي وتحسين تجربة العملاء داخل الشركة السعودية للكهرباء.

الفرضيات الفرعية:

☒ الفرضية الفرعية الأولى:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام التقنيات الحديثة على تطوير خدمات الشركة السعودية للكهرباء وتحسين سرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء".

جدول (13): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر التقنيات الحديثة على تحسين تجربة العملاء

المتغير التابع	معامل الارتباط r	معامل التحديد R^2	F المحسوبة	Sig. F	B	الخطأ المعياري	T	Sig. T
تحسين تجربة العملاء	0.663	0.439	172.38	0.000	0.546	0.056	13.12	0.000

تشير نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الموضحة في جدول (2) إلى وجود علاقة تأثيرية قوية ودالة إحصائية بين استخدام التقنيات الحديثة وتحسين تجربة العملاء في الشركة السعودية للكهرباء، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.663$)، وهو ما يعكس وجود ارتباط موجب قوي. كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.439$)، ما يعني أن نحو 43.9% من التباين في تجربة العملاء يمكن تفسيره باستخدام التقنيات الحديثة فقط، دون إدخال باقي الأبعاد. كما كانت قيمة F المحسوبة = 172.38 دالة عند مستوى = 0.000 (Sig.)، ما يدل على جودة النموذج الإحصائي المستخدم.

أما على مستوى معامل التأثير ($B = 0.546$) فقد جاء موجباً ودالاً بقيمة T مرتفعة ($T = 13.12$)، مما يشير إلى أن أي زيادة بمقدار وحدة واحدة في مستوى استخدام التقنيات الحديثة تؤدي إلى تحسن مباشر في تجربة العملاء بمقدار 0.546 نقطة. وتؤكد هذه النتيجة أن الأدوات التكنولوجية الذكية والبنية الرقمية المتقدمة تُعد من أهم العوامل المؤثرة في كفاءة تقديم الخدمات وسرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء.

✓ الفرضية الفرعية الثانية:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لتأهيل الكوادر البشرية على تعزيز قدرة الشركة على تنفيذ التحول الرقمي وتحقيق تجربة مستخدم أكثر كفاءة وفاعلية".

جدول (14): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر الكوادر البشرية على تحسين تجربة العملاء

المتغير التابع	معامل الارتباط r	معامل التحديد R^2	F المحسوبة	Sig. F	B	الخطأ المعياري	T	Sig. T
تحسين تجربة العملاء	0.613	0.376	131.17	0.000	0.498	0.063	11.45	0.000

يوضح جدول أن تأهيل الكوادر البشرية يملك تأثيراً مهماً وإيجابياً على تحسين تجربة العملاء، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.613$)، ما يُعبر عن علاقة ارتباط موجبة متوسطة القوة. كما أظهرت النتائج أن معامل التحديد ($R^2 = 0.376$)، ما يعني أن 37.6% من التغيرات في تجربة العملاء يمكن تفسيرها من خلال مستوى تأهيل الموظفين. وقد بلغت قيمة $F = 131.17$ وكانت دالة بدرجة عالية ($\text{Sig.} = 0.000$).

أما معامل التأثير $B = 0.498$ ، فقد جاء إيجابياً ودالاً إحصائياً ($T = 11.45$)، مما يدل على أن تعزيز مهارات الموظفين الرقمية، وتدريبهم على الأنظمة، وإشراكهم في التغيير يساهم مباشرة في رفع مستوى كفاءة التفاعل مع العملاء، وتحسين الانطباع العام عن الخدمات الرقمية المقدمة.

☑ الفرضية الفرعية الثالثة:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لقواعد البيانات على تحسين استراتيجيات التخصيص وتقديم خدمات موجهة تعتمد على سلوك العملاء".

جدول (15): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر قواعد البيانات على تحسين تجربة العملاء

المتغير التابع	معامل الارتباط r	معامل التحديد R^2	F المحسوبة	Sig. F	B	الخطأ المعياري	T	Sig. T
تحسين تجربة العملاء	0.594	0.353	117.62	0.000	0.472	0.064	10.84	0.000

تشير نتائج جدول إلى وجود علاقة تأثيرية دالة إحصائياً بين فعالية إدارة قواعد البيانات وتحسين تجربة العملاء، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.594$)، وهو ما يعكس ارتباطاً متوسطاً مائلاً إلى القوة. وبلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.353$)، ما يعني أن 35.3% من التباين في تجربة العملاء يعود إلى كفاءة استخدام

البيانات وتوظيفها. كما جاءت قيمة $F = 117.62$ معنوية بدرجة قوية ($\text{Sig.} = 0.000$)، ما يعزز دلالة النموذج.

وبلغ معامل الانحدار $B = 0.472$ ، وهو دال عند ($T = 10.84$)، ما يُشير إلى أن استخدام قواعد بيانات محدثة وموحدة يُسهم في تحسين استراتيجيات تخصيص الخدمة، وفهم سلوك العملاء، وتقديم تجربة أكثر مرونة وتخصيصاً. وتُبرز هذه النتيجة الدور المهم للبيانات في التحول من نموذج خدمة تقليدي إلى نموذج مبني على المعرفة والتحليل الذكي.

☑ الفرضية الفرعية الرابعة:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لرقمنة العمليات على تبسيط الإجراءات وتقليل الأخطاء التشغيلية وتحسين سرعة تقديم الخدمات للعملاء".

جدول (16): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر رقمنة العمليات على تحسين تجربة العملاء

المتغير التابع	معامل الارتباط r	معامل التحديد R^2	F المحسوبة	Sig. F	B	الخطأ المعياري	T	Sig. T
تحسين تجربة العملاء	0.682	0.465	186.79	0.000	0.561	0.055	13.66	0.000

أظهر جدول أن رقمنة العمليات تُعد من أكثر الأبعاد تأثيراً على تجربة العملاء، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.682$) وهو ما يعكس علاقة قوية نسبياً. كما أظهر معامل التحديد ($R^2 = 0.465$) أن رقمنة الإجراءات تسهم بما نسبته 46.5% من التغير في تقييم تجربة العملاء، وهي النسبة الأعلى بين جميع الأبعاد الفرعية، مما يعكس وزن هذا البُعد في الواقع العملي. وقد بلغت قيمة $F = 186.79$ بدلالة معنوية عالية ($\text{Sig.} = 0.000$).

أما معامل التأثير ($B = 0.561$) ، فقد جاء موجباً وذو دلالة مرتفعة ($T = 13.66$) ، ما يؤكد أن أتمتة الإجراءات وتقليل التدخلات اليدوية يسهمان بشكل مباشر في رفع جودة الأداء وسرعة تقديم الخدمة، وبالتالي تحسين تجربة العميل بشكل ملموس. هذه النتيجة تعزز من فرضية أن رقمنة العمليات هي العمود الفقري لأي مبادرة تحول رقمي فعالة.

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

1.5 تمهيد

يهدف هذا الفصل إلى عرض ومناقشة نتائج الدراسة التي تناولت "أثر التحول الرقمي بأبعاده (التقنيات الحديثة، الكوادر البشرية، قواعد البيانات، رقمنة العمليات) على تحسين تجربة العملاء في الشركة السعودية للكهرباء".

2.5 مناقشة النتائج

أظهرت نتائج التحليل الوصفي أن الشركة السعودية للكهرباء تطبق التحول الرقمي بمستوى مرتفع، حيث جاء المتوسط الكلي لهذا المتغير (4.06)، وهو ما يعكس إدراك المشاركين لوجود أنظمة رقمية متقدمة تُستخدم في تقديم الخدمات، وتدعم كفاءة العمليات الداخلية.

وقد جاء بُعد رقمنة العمليات في المرتبة الأولى (4.21)، مما يعكس أن التحول الرقمي في الشركة يركز بالدرجة الأولى على تبسيط الإجراءات وخفض الاعتماد على المعاملات الورقية، وهو ما ينعكس مباشرة على سرعة الخدمة، بينما حصل بُعد الكوادر البشرية على أدنى متوسط نسبياً (3.88)، مما يشير إلى وجود مجال لتحسين القدرات الرقمية للعاملين ورفع مستوى جاهزيتهم للتعامل مع التحول المستمر.

أظهرت النتائج أن تجربة العملاء تُقيّم بدرجة مرتفعة جداً (4.18) من قبل المشاركين، وخاصة في الفقرات المتعلقة بسهولة الوصول للخدمة، وتعدد القنوات الرقمية، والرضا العام، والأمان الرقمي، وتُشير هذه النتائج إلى أن الشركة استطاعت تحقيق رضا ملموس من العملاء فيما يتعلق بالخدمة الرقمية، مما يُدلل على فاعلية نماذج العمل الرقمي المستخدمة حالياً.

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للتحول الرقمي بأبعاده مجتمعة على تحسين تجربة العملاء".

أثبت تحليل الانحدار المتعدد صحة هذه الفرضية، حيث بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.742$)، وهو ما يعني أن 74.2% من التباين في تجربة العملاء يُمكن تفسيره من خلال التحول الرقمي بأبعاده الأربعة. وهذا يعكس وجود علاقة قوية بين البنية الرقمية الداخلية وتحسين رضا العميل.

وهذه النتيجة تتسق مع دراسة (Masoud & Basahel (2023) التي أكدت أن التحول الرقمي يُعد محفزاً أساسياً لتحسين تجربة العميل وزيادة ولائه، كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة Vijay & Priyanka (2024) التي بيّنت أن تفاعل الأنظمة الرقمية مع المستخدم يساهم في تعميق العلاقة بين الشركة والعميل. "يوجد أثر دال للتقنيات الحديثة على تطوير الخدمات وتحسين الاستجابة لاحتياجات العملاء".

جاءت النتائج دالة إحصائياً عند ($\text{Sig.} = 0.000$)، وبلغ معامل التأثير ($B = 0.546$)، مما يدل على أن التقنيات الحديثة تمثل ركيزة حقيقية لتطوير تجربة العميل، سواء من حيث سرعة التفاعل، أو من حيث نوعية المنصات المستخدمة.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة Shojaei (2022) التي أكدت أن الشركات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي والتحليلات التنبؤية تحقق معدلات أعلى في رضا العملاء. كما تتطابق مع نتائج Adlakha (2024) التي أوضحت أن الاعتماد على البنية التحتية الذكية يحسن الاستجابة لاحتياجات العميل بشكل كبير.

"يوجد أثر دال لتأهيل الكوادر البشرية على تنفيذ التحول الرقمي وتحقيق تجربة أكثر كفاءة".

أكدت النتائج دلالة هذه الفرضية، حيث بلغ $B = 0.498$ ، مما يعكس أهمية العامل البشري في إنجاح التحول الرقمي، ويشير ذلك إلى أن الموظف الرقمي المدرب يُعد عنصراً محورياً في جودة تفاعل الأنظمة مع العملاء.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عبدالعال (2021) التي شددت على أن رفع كفاءة العنصر البشري هو أحد أهم أولويات النجاح الرقمي، كما تتسق مع دراسة Huseynli (2022) التي ربطت بين تدريب الموظفين وتحسين تجربة المستخدم.

"يوجد أثر دال لقواعد البيانات على تحسين استراتيجيات تخصيص الخدمة".

أثبت التحليل أن قواعد البيانات تفسر ما نسبته 35.3% من التباين في تجربة العملاء، مما يؤكد أن الوصول السريع والدقيق للمعلومة يعزز من تخصيص الخدمات بناءً على سلوك وتاريخ العميل. وهذه النتيجة تتسق مع ما ورد في دراسة Kothapalli (2022) التي بينت أن البيانات المنظمة هي أساس أي تجربة ذكية للعميل، كما تدعمها دراسة Nwosu et al. (2024) التي ربطت بين التحليلات الرقمية وسرعة تقديم الخدمات الصحية بناءً على التخصيص الذكي.

"يوجد أثر دال لرقمنة العمليات على تبسيط الإجراءات وتحسين سرعة تقديم الخدمة".

حصل هذا البُعد على أعلى تأثير ($B = 0.561$) ، مما يؤكد أن الانتقال من النماذج الورقية إلى الرقمية ساهم في رفع الكفاءة التشغيلية وتحسين تجربة العميل، وهذا ينسجم مع دراسة إبراهيم (2024) التي خلصت إلى أن رقمنة الإجراءات في البنوك المصرية حسّنت من رضا العملاء وثقتهم في المنظومة، وكذلك مع نتائج Felix & Rembulan (2023) التي شددت على أن تبسيط الإجراءات الرقمية هو جوهر التجربة الحديثة للعميل.

3.5 التوصيات

استنادًا إلى نتائج الدراسة وتحليل الفرضيات، توصي الباحثة بما يلي:

1. زيادة الاستثمار في التقنيات المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات لتعزيز استجابة الأنظمة الرقمية لحاجات العملاء المتغيرة.
2. إعداد برامج تدريب رقمية متخصصة للكوادر البشرية لتأهيلهم على التعامل بكفاءة مع الأنظمة المؤتمتة وتحقيق أعلى درجات رضا العملاء.
3. إنشاء وحدة تحليل بيانات مركزية تُمكن من تتبع سلوك العميل وتخصيص الخدمات بناءً على أنماط استخدامه.

4. توسيع رقمنة العمليات الداخلية لتشمل جميع نقاط الاتصال مع العميل، بما يضمن تقليل الأخطاء اليدوية وتحسين الكفاءة.
5. تعزيز تجربة المستخدم في القنوات الرقمية من خلال تصميم واجهات سهلة وسريعة الاستجابة ومتكاملة بين التطبيقات والمنصات.
6. تفعيل آليات تقييم تجربة العملاء بشكل دوري عبر نماذج إلكترونية للحصول على تغذية راجعة مستمرة.
7. إنشاء وحدة استجابة رقمية سريعة (Digital Response Unit) للتعامل مع شكاوى العملاء ومتابعتها بشكل آني.
8. دمج أنظمة تجربة العملاء (CEM) مع نظم إدارة علاقات العملاء (CRM) لضمان اتساق وتكامل البيانات.
9. تعزيز الأمن السيبراني في قنوات الخدمة الرقمية لضمان خصوصية المعلومات وتعزيز ثقة العملاء.
10. تحقيق تكامل حقيقي بين البيانات، التكنولوجيا، والعنصر البشري ضمن استراتيجية موحدة لتطوير تجربة العميل.

Abstract

This study aimed to examine the impact of digital transformation in its various dimensions (modern technologies, human resources, databases, and process digitization) on improving customer experience within the Saudi Electricity Company. The study adopted a descriptive-analytical approach and utilized a questionnaire as the primary tool for data collection from a stratified random sample of 221 employees. Data were analyzed using the SPSS statistical software.

The results revealed that the level of digital transformation implementation within the Saudi Electricity Company is high, and that customer experience is evaluated at a very high level, reflecting the maturity of the company's digital environment. Furthermore, the results of multiple regression analysis confirmed a statistically significant impact of all dimensions of digital transformation on improving customer experience.

The study recommended continuous investment in digital infrastructure, intensifying employee training programs, enhancing the digital user experience, and strengthening data security in order to achieve customer satisfaction and loyalty.

Keywords: Digital Transformation, Modern Technologies, Human Resources, Databases, Process Digitization, Customer Experience Improvement, Saudi Electricity Company.

المراجع :

أولاً: المراجع العربية

- ✓ إبراهيم، رشا عبدالرحمن حجازي. (2024). دور التطبيقات المصرفية الرقمية في تحسين تجربة العملاء وتحقيق رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم: دراسة مقارنة على البنوك المصرية الحكومية والخاصة. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع29، 79 - 228.
- ✓ أحمد، أميرة علي الشبراوي. (2023). العلاقة بين التحول الرقمي والابتكار: الدور الوسيط للتعلم التنظيمي: دراسة تطبيقية على أعضاء هيئة التدريس بكلية التجارة جامعة المنصورة. مجلة راية الدولية للعلوم التجارية، مج2، ع7، 605 - 658.
- ✓ بسيوني، آمال ضيف. (2022). دور التحول الرقمي في مواجهة جائحة كورونا: الأبعاد - التحديات - رؤية مستقبلية وتجارب ناجحة. مجلة التجارة والتمويل، عدد خاص، 236 - 310.
- ✓ الحمداني، علاء عبدالسلام يحيى، العبيدي، نور علي عبود، و الحساوي، معاذ عبدالله هادي. (2023). دور التحول الرقمي في فاعلية القرارات الاستراتيجية: دراسة تحليلية لآراء عينة من القيادات الإدارية العاملة في بعض الجامعات الأهلية العراقية. مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، مج43، عدد خاص، 719 - 739.
- ✓ ديبجي، مباركة. (2023). دور التحول الرقمي في تعزيز فرص الاندماج في المجتمع الرقمي. مجلة الإبداع، مج13، ع1، 173 - 192.
- ✓ زابي، صالح، و بعيطيش، شعبان. (2021). دور القيادة الاستراتيجية في تحقيق التحول الرقمي: دراسة حالة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة. مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، مج6، ع1، 144 - 164.
- مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1203237>
- ✓ السعدي، سندس علي خليفة. (2024). تأثير الخدمات البنكية الرقمية على تحسين تجربة ورضا العملاء: دراسة على المصرف الأهلي العراقي. مجلة كلية المأمون، ع42، 152 - 175.

- ✓ شهاني، سهام. (2024). دور التحول الرقمي في عمليات إدارة المعرفة: دراسة حالة مؤسسة سوناطراك. مجلة المنهل الإقتصادي، مج7، ع2 ، 401 - 420.
- ✓ عبدالسميع، إيمان عز الدين، عزت، فرج عبدالعزيز، و الشيمي، محمد أحمد عبدالعظيم. (2023). دور الحوكمة المصرفية في تحقيق التحول الرقمي: دراسة مقارنة. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع4 ، 151 - 182.
- ✓ عبدالعال، ريم. (2021). التنظيم والإدارة: رفع كفاءة العنصر البشري والتحول الرقمي من أولويات الجهاز في 2021. التنمية الإدارية، ع170، 171 ، 9. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1212157>
- ✓ عبدالمجيد، رزق سعد علي. (2021). انعكاسات التحول الرقمي على السياسة الجنائية المعاصرة. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، مج7، ملحق ، 1 - 94. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1215673>
- ✓ عبيد، أحمد. (2021). التحول الرقمي في الأرشيفات الحكومية: تجربة وزارة السياحة السعودية. مجلة دراسات الوثائق، ع3 ، 115 - 158. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1232506>
- ✓ العريفي، خالد أحمد علي، و جادو، أميرة محمد شوقي عبدالنبي. (2024). أثر خدمات ما قبل البيع في تحسين تجربة عميل شركات التغليف: قطاع الكرتون المضلع في السعودية. المجلة العربية للنشر العلمي، ع67 ، 58 - 85.
- ✓ فراح، رشيد، فهاخير، مريم، و عمار، جعيجع. (2021). التحول الرقمي ودوره في تطوير المؤسسات الناشئة: نتائج تطبيق الإدارة الإلكترونية. مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، مج5، ع2 ، 58 - 72. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1323538>
- ✓ فودة، إسلام السيد جودة حسن، أحمد، نجلاء حسن جمعة، و الباز، محمد مصطفى علي. (2024). دور التحول الرقمي في تحقيق الابتكار: دراسة ميدانية بالتطبيق على الجامعات المصرية. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج15، ع3 ، 1556 - 1582.

✓ قادري، نورية. (2023). دور التحول الرقمي في تحقيق الرفاهية الاقتصادية: حالة الجزائر. مجلة دفاتر اقتصادية، مج14، ع1، 739 - 755.

✓ القطان، محمد رزق محمد السعيد، الكرداوي، مصطفى محمد أحمد، و الحريري، بسمة محمد إدريس. (2023). دور التحول الرقمي في تحقيق الابتكارات التنظيمية: دراسة ميدانية على القطاع المصرفي المصري. مجلة البحوث المالية والتجارية، ع4، 46 - 95.

✓ كردي، أحمد السيد، و برهومة، عبير يحيى السيد علي. (2024). دور التحول الرقمي في تحقيق رضا الممولين: دراسة تطبيقية على مصلحة الضرائب المصرية. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع1، 13 - 52.

✓ مصطفى، إيمان محمد ابراهيم. (2021). إسهامات التحول الرقمي في تسوية المنازعات الأسرية: دراسة مطبقة على الخبراء والأخصائيين الاجتماعيين العاملين بمحكمة الأسرة بمحافظة الفيوم. مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، ع15، ج11، 873 - 934. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1277082>

✓ نصير، عبدالناصر عبداللطيف محمد. (2021). أثر التحول الرقمي على عدم تماثل المعلومات: دليل من الشركات المدرجة في سوق الأوراق المالية السعودية. مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية، مج5، ع2، 1 - 56. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1207751>

✓ الهلالي، مصطفى محمد إبراهيم. (2021). التحول الرقمي في عصر البيانات الضخمة: مراجعة علمية. المجلة العربية الدولية لتكنولوجيا المعلومات والبيانات، مج1، ع1، 197 - 222. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1216753>

ثانياً: المراجع الأجنبية

- ✓ Adlakha, A. (2024). Impact of Digital Transformation on Business Operations and Customer Experience. Indian Scientific Journal Of Research In Engineering And Management, 08(11), 1–8. <https://doi.org/10.55041/ijsrem39148>

- ✓ Baddam, P. R. (2022). Revolutionizing Customer Experience through Innovative Digital Marketing Approaches. Global Disclosure of Economics and Business. <https://doi.org/10.18034/gdeb.v11i2.716>
- ✓ Felix, A., & Rembulan, G. D. (2023). Digital transformation and the customer experience: enhancing engagement and loyalty. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v4i03.6195>
- ✓ Golf-Papez, M., Heller, J., Hilken, T., Chylinski, M., de Ruyter, K., Keeling, D. I., & Mahr, D. (2022). Embracing falsity through the metaverse: The case of synthetic customer experiences. *Business Horizons*, 65(6), 739-749.
- ✓ Huseynli, B. (2022). Digital transformation for improving customer experience. In *Handbook of Research on Interdisciplinary Reflections of Contemporary Experiential Marketing Practices* (pp. 78-100). IGI Global Scientific Publishing
- ✓ Kothapalli, K. R. V. (2022). Exploring the Impact of Digital Transformation on Business Operations and Customer Experience. *Global Disclosure of Economics and Business*, 11(2), 103-114.
- ✓ Masoud, R., & Basahel, S. (2023). The effects of digital transformation on firm performance: The role of customer experience and IT innovation. *Digital*, 3(2), 109-126.
- ✓ Munaf Ali, S. V. A., Sharma, M., K K, R., Sidhu, K. S., Bhadauria, D. S., & Gupta, S. (2024). Exploring the Impact of Digital Transformation on Business Operations and Customer Experience. *Journal of Informatics Education and Research*. <https://doi.org/10.52783/jier.v4i3.1297>
- ✓ Nwosu, N. T., Babatunde, S. O., & Ijomah, T. (2024). Enhancing customer experience and market penetration through advanced data analytics in the health industry. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 22(3), 1157-1170.

- ✓ Saxena, N. (2025). Revolutionizing customer engagement: an in-depth exploration of digital transformation's impact on customer experience. GLOBAL JOURNAL FOR RESEARCH ANALYSIS, 56–59. <https://doi.org/10.36106/gjra/9502073>
- ✓ Shojaei, A. S. (2022). Does Digital Transformation Impact Customer Experience? (pp. 210–232). <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-9008-9.ch010>
- ✓ Vijay, J., & Priyanka, U. (2024). Digital Transformation in Customer Experience and Behavior. Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and e-Services Book Series, 251–274. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-4466-8.ch010>

-

الملاحق

استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أخي الكريم / أختي الكريمة

تحية طيبة وبعد،

يقوم الباحثين بإجراء دراسة حول قياس دور التحول الرقمي في تحسين تجربة العملاء: دراسة تطبيقية على شركة الكهرباء السعودية.

ونظراً لما لديكم من المعرفة العلمية والخبرة العملية ذات الصلة بموضوع البحث، نأمل الحصول منكم على العون والمساعدة في توفير المعلومات المناسبة لأغراض البحث، من خلال التكرم بإبداء رأيكم بالتأشير على الإجابة المناسبة من وجهة نظركم.

وأثقدم لحضراتكم بجزيل الشكر والتقدير للمساهمة في جهدكم في تعبئة هذا الاستبيان علماً أن جميع البيانات التي سيتم الحصول عليها منكم ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم لغير أغراض هذا البحث، وسوف أزدكم بنتائج هذه الدراسة حال اكتمالها إن شاء الله.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

أولاً: البيانات الشخصية

- 1- الجنس ☐ ذكر ☐ أنثى
- 2- العمر ☐ 30 سنة فأقل ☐ من 30 – 40 سنة ☐ 40 – 50 سنة ☐ من 50 سنة فأكثر
- 3- المؤهل العلمي ☐ ثانوي فأقل ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ دراسات عليا
- 4- سنوات الخبرة ☐ 5 سنوات فأقل ☐ من 5 – 10 سنوات ☐ من 10 – 15 سنة ☐ من 15 سنة فأكثر

ثانيا محاور الاستبيان

✿ المحور الأول: التحول الرقمي ، ضع إشارة (✓) في المربع المناسب لاختيارك:

المبعد	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
التقنيات الحديثة					
تعتمد الشركة على بنية تحتية رقمية متطورة (خوادم، شبكات، أجهزة اتصال)					
تستخدم الشركة تقنيات الذكاء الاصطناعي أو التحليلات التنبؤية في تحسين خدماتها					
توفر الشركة قنوات إلكترونية متقدمة (تطبيقات – منصات إلكترونية) للتفاعل مع العملاء					
الكوادر البشرية					
يتم تدريب الموظفين بشكل مستمر على المهارات الرقمية الحديثة					
يتم إشراك الموظفين في مبادرات التحول الرقمي وتعزيز ثقافة التغيير					
تمتلك الكوادر البشرية القدرة على التفاعل بكفاءة مع الأنظمة والتطبيقات الرقمية					
قواعد البيانات					
تعتمد الشركة على قواعد بيانات موحدة تُمكن من الوصول السريع للمعلومات					

المعارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البعد
					يتم تحديث قواعد البيانات باستمرار لضمان دقة المعلومات
					تتيح الأنظمة الإلكترونية تحليل البيانات لدعم اتخاذ القرار
رقمنة العمليات					
					يتم تنفيذ معظم الإجراءات التشغيلية بشكل إلكتروني دون الحاجة للتدخل الورقي
					تتيح الأنظمة الرقمية تنفيذ الخدمات بطريقة آلية وسريعة
					تتكامل العمليات الرقمية بين الإدارات بشكل سلس ومنتظم

✿ المحور الثاني: تحسين تجربة العملاء ، ضع إشارة (√) في المربع المناسب لاختيارك:

معارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البعد
					توفر الشركة خدمات رقمية تُسهّل إجراءات المشاركين
					يمكنني الحصول على الخدمة بسهولة عبر المنصات الإلكترونية
					يتم الرد على استفساراتي بسرعة عبر القنوات الرقمية
					المعلومات المقدمة في المنصات واضحة ومحدثة
					أشعر بالرضا العام عن الخدمة الرقمية المقدمة
					تُقدم الشركة خدمات رقمية مصممة وفقاً لاحتياجاتي
					توفر الشركة قنوات متعددة للتواصل (تطبيق، موقع، خدمة عملاء...)
					أعتمد على الخدمة الرقمية أكثر من الحضور للفروع
					أشعر بالثقة في أمان معلوماتي عند استخدام الخدمات الرقمية
					التحول الرقمي ساهم في تحسين علاقتي بالشركة

Mid-Ocean University

College of Management

Department of Business management



**" The Role of Digital Transformation in Enhancing Customer
Experience: An Applied Study on the Saudi Electricity**

Company

Preparation

Naif Mohammed Tayeb Salami

University ID:

2021203053

Supervision:

Dr. Al faisal Abdelhameed Mohamed

1447 – 2025