

Final Project 2

Code: PMG497

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع
تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة
دراسة تحليلية ميدانية على المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية

أسم الطالب
شهد وحيد احمد فضه

مشروع تخرج- 2
كلية إدارة مشاريع - جامعة ميدأوشن

د. عبد الرحيم نادر
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

رقم الطالب: 232001199
تاريخ البحث: 17/6/2026
السنة الرابعة الفصل الدراسي الاول

جدول المحتويات

3	• الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
3	1. المقدمة:.....
4	2. مشكلة الدراسة
5	2.1. فجوات على المستوى النظري
5	2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
6	3. أهمية الدراسة
6	3.1. على المستوى النظري
6	3.1. على المستوى التطبيقي
7	1. أسئلة الدراسة
9	2. أهداف الدراسة
10	3. فرضيات الدراسة
11	4. نموذج الدراسة
13	5. منهجية الدراسة
14	6. الدراسة الميدانية
14	7. مخطط المشروع المقترح
16	• الفصل الثاني: الدراسات السابقة
17	1. المقدمة:.....
17	2. الدراسة السابقة:
19	3. التعليق على الدراسة السابقة
19	4. المتغير المستقل
20	5. المتغير التابع
21	6. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
22	7. الفجوة البحثية
22	الملحق أ: (أداة الدراسة) (الاستبانة)
27	مقدمة
	التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث 28
29	أولاً: المتغير المستقل (التحول الرقمي)
29	ثانياً: المتغير التابع (جودة الخدمة)
	تصميم البحث (خطة البحث) 30
31	مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات
31	أولاً: مجتمع البحث

.....ثانيًا: عينة البحث	31
.....ثالثًا: تقنيات أخذ العينات	32
طرق جمع البيانات	33
.....أولًا: البيانات الأولية	33
.....القسم الأول: البيانات الديموغرافية	33
.....القسم الثاني: متغيرات الدراسة	33
.....ثانيًا: البيانات الثانوية	34
أنواع البيانات	35
.....أولًا: البيانات الكمية	35
.....ثانيًا: البيانات النوعية	35
إجراءات التحليل الإحصائي	36
.....أولًا: التحليل الوصفي	36
.....ثانيًا: اختبار صدق أداة الدراسة	37
.....الصدق الظاهري	37
.....صدق الاتساق الداخلي	37
.....ثالثًا: اختبار ثبات أداة الدراسة	38
.....رابعًا: اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات	38
.....خامسًا: اختبار الارتباط	39
.....سادسًا: تحليل الانحدار الخطي البسيط	39
.....سابعًا: مستوى الدلالة الإحصائية	40
.....الخاتمة	41
قائمة المراجع	42

• الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1. المقدمة:

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات جوهرية في بيئة الأعمال نتيجة التطور المتسارع في تقنيات المعلومات والاتصالات، مما أدى إلى ظهور مفاهيم إدارية حديثة تركز على الابتكار والتكنولوجيا في تحسين الأداء المؤسسي. وأصبح التحول الرقمي من أبرز الاتجاهات الاستراتيجية التي تتبناها المؤسسات في مختلف القطاعات، لما له من دور في إعادة تشكيل نماذج الأعمال ورفع كفاءة العمليات وتحسين تجربة العملاء. ولم يعد استخدام التكنولوجيا خيارًا تكميليًا، بل أصبح عنصرًا أساسيًا في استمرارية المؤسسات وتعزيز قدرتها التنافسية في بيئة تتسم بالديناميكية وسرعة التغير.

وفي المملكة العربية السعودية، يشهد الاقتصاد الوطني تحولاً رقمياً واسع النطاق في إطار مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030، التي تسعى إلى بناء اقتصاد رقمي متنوع ومستدام. ويعد قطاع التجارة الإلكترونية من أكثر القطاعات استفادة من هذا التحول، حيث أسهم انتشار الإنترنت وزيادة استخدام الهواتف الذكية في تغيير أنماط الاستهلاك، وأصبح المستهلك يعتمد بشكل متزايد على المنصات الرقمية لإتمام عمليات الشراء والحصول على الخدمات.

ويُعد التحول الرقمي عاملاً محورياً في تطوير أداء المتاجر الإلكترونية، إذ يساهم في أتمتة العمليات، وتحسين سرعة الاستجابة، وتعزيز أمن المعلومات، وتطوير تجربة المستخدم الرقمية. وفي المقابل، تمثل جودة الخدمة أحد أهم محددات رضا العملاء وولائهم، خاصة في البيئة الإلكترونية التي تعتمد بشكل كامل على التفاعل الرقمي بين العميل والمنصة. ومن ثم، تبرز العلاقة الجوهرية بين مستوى التحول الرقمي داخل المتاجر الإلكترونية وجودة الخدمة المقدمة للعملاء، حيث يُتوقع أن يؤدي ارتفاع مستوى التحول الرقمي إلى تحسين جودة الخدمة وتعزيز رضا العملاء.

وعلى الرغم من الاهتمام المتزايد بدراسة التحول الرقمي وجودة الخدمة كلاً على حدة، إلا أن الدراسات التي تناولت العلاقة بينهما في قطاع المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة لا تزال محدودة، مما يشير إلى وجود فجوة بحثية تستدعي المزيد من التحليل والدراسة. كما أن التفاوت الملحوظ في مستويات جودة الخدمة بين المتاجر الإلكترونية يطرح تساؤلات حول مدى ارتباط هذا التفاوت بدرجة تطبيق التحول الرقمي.

وانطلاقاً من ذلك، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة، من خلال قياس مستوى تطبيق التحول الرقمي، وتقييم جودة الخدمة المقدمة، واختبار العلاقة بين المتغيرين باستخدام منهج علمي تحليلي. وتسعى الدراسة إلى تقديم نتائج تساهم في دعم متخذي القرار وتطوير الاستراتيجيات الرقمية بما يعزز رضا العملاء ويرفع القدرة التنافسية للمؤسسات.

2. مشكلة الدراسة

على الرغم من التوسع الكبير الذي يشهده قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، وما صاحبه من استثمارات متزايدة في التقنيات الرقمية، إلا أن مستوى جودة الخدمة المقدمة من قبل المتاجر الإلكترونية لا يزال متفاوتاً بصورة ملحوظة. فبعض المتاجر استطاعت توظيف التقنيات الحديثة بشكل فعال لتحسين تجربة العملاء وتسريع العمليات، بينما لا تزال متاجر أخرى تعاني من تحديات تشغيلية وتقنية تؤثر سلباً على مستوى الخدمة المقدمة.

ويلاحظ أن التحول الرقمي لا يقتصر على إنشاء منصة إلكترونية أو تطبيق ذكي فحسب، بل يتطلب تكاملاً في البنية التحتية التقنية، وأتمتة العمليات، وتوظيف تحليلات البيانات، وتحسين تجربة المستخدم بشكل شامل. إلا أن ضعف التكامل بين هذه العناصر قد يؤدي إلى تدني مستوى جودة الخدمة، مثل بطء الاستجابة للطلبات، أو تعطل الأنظمة، أو ضعف حماية بيانات العملاء، أو تأخر عمليات الشحن والتوصيل.

كما أن العميل في البيئة الرقمية يتمتع بخيارات واسعة وسهولة في الانتقال بين المتاجر، مما يجعل أي قصور في جودة الخدمة سبباً مباشراً في فقدان العميل وتحوله إلى منافس آخر. وبالتالي فإن العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة تمثل محوراً أساسياً لفهم أسباب التفاوت في الأداء بين المتاجر الإلكترونية.

2.1. فجوات على المستوى النظري

- على الرغم من كثرة الدراسات التي تناولت التحول الرقمي كمتغير مستقل، إلا أن معظمها ركز على الأداء المالي أو الكفاءة التشغيلية، بينما لم يُعطَ تأثيره على جودة الخدمة في قطاع المتاجر الإلكترونية اهتماماً كافياً في البيئة السعودية.
- تناولت العديد من الدراسات جودة الخدمة بشكل منفصل باستخدام نماذج تقليدية، دون الربط المباشر بين أبعاد التحول الرقمي وأبعاد جودة الخدمة في إطار تحليلي متكامل.
- هناك نقص في الدراسات التطبيقية التي تدمج بين أبعاد التحول الرقمي (مثل أتمتة العمليات، تجربة المستخدم، البنية التقنية) وأبعاد جودة الخدمة في نموذج واحد داخل قطاع التجارة الإلكترونية.
- محدودية الدراسات التي ركزت على مدينة جدة تحديداً كبيئة اقتصادية وتجارية ذات خصوصية داخل المملكة.

2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

- تفاوت مستوى تطبيق التحول الرقمي بين المتاجر الإلكترونية، دون وجود مؤشرات واضحة لقياس أثر ذلك على جودة الخدمة.
- عدم وجود بيانات واضحة لدى بعض المتاجر حول مدى انعكاس الاستثمار في التقنيات الرقمية على رضا العملاء.

- ضعف الربط العملي بين أنظمة الأتمتة وتجربة المستخدم، مما يؤدي إلى مشكلات تشغيلية تؤثر على جودة الخدمة.
- ارتفاع شكاوى العملاء المتعلقة بسرعة الاستجابة وأمان البيانات، رغم التوجه العام نحو الرقمنة.
- حاجة متخذي القرار إلى إطار علمي يساعدهم على تحديد أولويات الاستثمار في التحول الرقمي لتحسين جودة الخدمة.

ومن هنا تتحدد مشكلة البحث في الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة؟

3. أهمية الدراسة

تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله، والمتمثل في العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة في قطاع المتاجر الإلكترونية، وهو من القطاعات التي تشهد نموًا متسارعًا في المملكة العربية السعودية. ومع تزايد المنافسة في البيئة الرقمية، أصبحت جودة الخدمة عنصرًا حاسمًا في تحقيق رضا العملاء واستمرار المؤسسات. كما أن التحول الرقمي لم يعد خيارًا تنظيميًا، بل ضرورة استراتيجية لضمان الكفاءة والتميز التنافسي.

وتتضح أهمية الدراسة على مستويين رئيسيين: المستوى النظري، والمستوى التطبيقي.

3.1. على المستوى النظري:

- تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات العربية المتعلقة بموضوع التحول الرقمي وجودة الخدمة، خاصة في قطاع التجارة الإلكترونية.
- تقدم إطارًا تحليليًا يربط بين متغيرين مهمين في الإدارة الحديثة داخل نموذج بحثي واحد.
- تسد فجوة بحثية تتمثل في محدودية الدراسات التي تناولت العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة في البيئة السعودية.
- توفر أساسًا علميًا يمكن أن تستند إليه دراسات مستقبلية تتناول موضوعات مشابهة أو متغيرات إضافية.

1.1. على المستوى التطبيقي:

- تساعد نتائج الدراسة أصحاب المتاجر الإلكترونية في تقييم مستوى التحول الرقمي لديهم ومدى تأثيره على جودة الخدمة.
- تمكّن متخذي القرار من تحديد أولويات الاستثمار في التقنيات الرقمية التي تعزز رضا العملاء.
- تسهم في تحسين تجربة العملاء من خلال توجيه الاهتمام نحو الأبعاد الأكثر تأثيراً في جودة الخدمة.
- تدعم المؤسسات في تطوير استراتيجيات رقمية فعالة تعزز قدرتها التنافسية في السوق الإلكتروني.
- توفر مؤشرات عملية يمكن استخدامها في قياس وتحسين الأداء الرقمي بشكل مستمر.

1. أسئلة الدراسة

تُعد أسئلة الدراسة من أهم عناصر البحث العلمي، حيث تمثل الإطار الذي يوجه عملية جمع البيانات وتحليلها، كما تسهم في تحديد العلاقة بين متغيرات الدراسة بشكل دقيق. وبناءً على مشكلة الدراسة والفجوات البحثية التي تم تحديدها، تم صياغة أسئلة الدراسة على النحو التالي:

يتمثل السؤال الرئيسي للدراسة في:

ما مدى تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة؟

ويندرج تحت هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تهدف إلى تحليل أبعاد العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة بشكل أكثر تفصيلاً.

يتعلق أحد هذه الأسئلة الفرعية بالتعرف على مدى تبني المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة للتقنيات الرقمية الحديثة، حيث يسعى البحث إلى استكشاف مستوى استخدام هذه المتاجر للأدوات الرقمية المختلفة، مثل أنظمة الدفع الإلكتروني، وأنظمة إدارة الطلبات، وخدمات العملاء الرقمية، ومدى اعتمادها على التسويق الإلكتروني والتفاعل عبر المنصات الرقمية. كما يهدف هذا السؤال إلى معرفة ما إذا كان هذا التبني يتم بشكل جزئي أو شامل، ومدى تأثيره على العمليات التشغيلية داخل المتجر الإلكتروني.

كما يتناول البحث سؤالاً آخر يركز على أثر استخدام التقنيات الرقمية على تحسين عناصر جودة الخدمة، حيث يتم تحليل كيفية مساهمة التحول الرقمي في رفع مستوى سرعة الاستجابة لطلبات العملاء، وتقليل الأخطاء في معالجة الطلبات، وتحسين دقة المعلومات المقدمة للعملاء. ويسعى هذا السؤال إلى فهم ما إذا كانت هذه التحسينات ناتجة بشكل مباشر عن استخدام التقنيات الرقمية، أم أنها تعتمد على عوامل أخرى مثل كفاءة الإدارة أو خبرة العاملين.

ومن بين الأسئلة المهمة التي تتناولها الدراسة أيضاً، ما مدى تأثير التحول الرقمي على تجربة المستخدم ورضا العملاء؟، حيث يسعى البحث إلى قياس مدى شعور العملاء بالرضا عند استخدام المتاجر الإلكترونية التي تعتمد على التحول الرقمي، مقارنةً بتلك التي تعتمد على أساليب تقليدية. كما يركز هذا السؤال على تقييم تجربة المستخدم من حيث سهولة استخدام الموقع أو التطبيق، وسرعة إتمام عملية الشراء، ومستوى الدعم الفني المقدم.

كذلك تسعى الدراسة للإجابة عن سؤال مهم وهو ما طبيعة العلاقة بين مستوى التحول الرقمي ومستوى جودة الخدمة المقدمة؟، حيث يتم تحليل ما إذا كانت هناك علاقة طردية بين المتغيرين، بمعنى أنه كلما زاد مستوى التحول الرقمي ارتفع مستوى جودة الخدمة، أم أن العلاقة قد تكون ضعيفة أو متأثرة بعوامل أخرى وسيطة.

ومن جانب آخر، تهدف الدراسة إلى استكشاف ماهي أهم التحديات والمعوقات التي تواجه المتاجر الإلكترونية في تطبيق التحول الرقمي؟، سواء كانت هذه التحديات تقنية، مثل ضعف البنية التحتية الرقمية، أو تنظيمية، مثل مقاومة التغيير، أو مالية، مثل ارتفاع تكاليف تطبيق الأنظمة الرقمية الحديثة. ويساعد هذا السؤال في تقديم صورة واقعية عن البيئة التشغيلية للمتاجر الإلكترونية.

كما تتناول الدراسة سؤالاً يتعلق بمدى قدرة التحول الرقمي على تحقيق ميزة تنافسية للمتاجر الإلكترونية؟، حيث يتم تحليل ما إذا كان استخدام التقنيات الرقمية يساهم في تميز المتجر عن غيره من المنافسين، من خلال تقديم خدمات أسرع أو أكثر دقة أو تجربة مستخدم أفضل.

وأخيراً، تسعى الدراسة للإجابة عن سؤال تطبيقي مهم يتمثل في:

كيف يمكن للمتاجر الإلكترونية في مدينة جدة تحسين جودة خدماتها من خلال تبني استراتيجيات التحول الرقمي بشكل أكثر فاعلية؟

حيث يهدف هذا السؤال إلى الربط بين النتائج النظرية والتطبيق العملي، من خلال تقديم مقترحات قابلة للتنفيذ تساعد المتاجر على تطوير أدائها وتحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء

2. أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية والتطبيقية التي ترتبط بشكل مباشر بموضوع البحث، والمتمثل في تحليل أثر التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة. وتتبع أهمية هذه الأهداف من دورها في توجيه الدراسة نحو فهم أعمق للعلاقة بين استخدام التقنيات الرقمية وتحسين مستوى الخدمات المقدمة للعملاء.

الهدف الرئيسي للدراسة : تحليل وقياس تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة،

الأهداف الفرعية:

- تحديد مستوى تبني المتاجر الإلكترونية للتقنيات الرقمية الحديثة.
- تقييم جودة الخدمات المقدمة للعملاء.
- تحليل العلاقة بين مستوى التحول الرقمي ورضا العملاء وجودة الخدمة
- استكشاف التحديات التي تواجه المتاجر الإلكترونية
- تقديم توصيات عملية لتعزيز جودة الخدمات من خلال التحول الرقمي

ما الأدوات والتقنيات الرقمية المستخدمة في المتاجر الإلكترونية لتحسين جودة الخدم؟
ما الأدوات والتقنيات الرقمية المستخدمة في المتاجر الإلكترونية لتحسين جودة الخدمة؟
ما الأدوات والتقنيات الرقمية المستخدمة في المتاجر الإلكترونية لتحسين جودة الخدمة؟

3. فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية للدراسة في:

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التحول الرقمي في المتاجر الإلكترونية وجودة الخدمة المقدمة للعملاء في مدينة جدة.

وتعني هذه الفرضية أن زيادة مستوى تبني التقنيات الرقمية من قبل المتاجر الإلكترونية من المتوقع أن يؤدي إلى تحسين جودة الخدمة المقدمة للعملاء.

ويندرج تحت هذه الفرضية الرئيسية عدد من الفرضيات الفرعية التي تهدف إلى تحليل العلاقة بشكل أكثر تفصيلاً:

- تتمثل الفرضية الفرعية الأولى في أن هناك علاقة إيجابية بين استخدام التقنيات الرقمية وسرعة الاستجابة لطلبات العملاء، حيث يُفترض أن اعتماد المتاجر الإلكترونية على الأنظمة الرقمية يساهم في تقليل الوقت اللازم لمعالجة الطلبات والرد على استفسارات العملاء، مما يؤدي إلى تحسين مستوى الخدمة.
- أما الفرضية الثانية فتتمثل في أن هناك علاقة إيجابية بين مستوى التحول الرقمي ودقة المعلومات المقدمة للعملاء، حيث يُتوقع أن استخدام الأنظمة الرقمية يساهم في تقليل الأخطاء البشرية وتحسين دقة البيانات المتعلقة بالمنتجات والخدمات، مما يعزز ثقة العملاء في المتجر.
- وتشير الفرضية الثالثة إلى أن التحول الرقمي يساهم في تحسين تجربة المستخدم في المتاجر الإلكترونية، حيث يُفترض أن استخدام واجهات رقمية متطورة وأنظمة سهلة الاستخدام يؤدي إلى تحسين تجربة العميل أثناء التصفح والشراء، مما ينعكس بشكل إيجابي على تقييمه للخدمة.
- كما تفترض الدراسة في فرضية أخرى أن هناك علاقة إيجابية بين مستوى التحول الرقمي ورضا العملاء، حيث يُتوقع أن العملاء الذين يتعاملون مع متاجر تعتمد على تقنيات رقمية متقدمة يكونون أكثر رضا مقارنة بغيرهم، نتيجة لتحسن جودة الخدمة وسهولة الاستخدام.
- ومن ناحية أخرى، تفترض الدراسة أن ضعف تطبيق التحول الرقمي قد يؤثر سلباً على جودة الخدمة المقدمة، حيث إن عدم استخدام التقنيات الحديثة أو استخدامها بشكل محدود قد يؤدي إلى بطء في الأداء، وزيادة الأخطاء، وضعف تجربة المستخدم.
- وأخيراً، تفترض الدراسة أن تطبيق استراتيجيات التحول الرقمي بشكل متكامل يمكن أن يساهم في تحقيق ميزة تنافسية للمتاجر الإلكترونية، من خلال تحسين جودة الخدمة وزيادة رضا العملاء، مما يساعد هذه المتاجر على التميز في السوق الرقمي.

4. نموذج الدراسة

تركز هذه الدراسة على تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة. ويعتمد النموذج المقترح على تقسيم المتغيرات إلى ثلاث فئات:

المتغير المستقل:

يمثل التحول الرقمي وكل ما يتعلق باستخدام التكنولوجيا الحديثة في المتاجر الإلكترونية لتحسين العمليات الداخلية والخارجية. يشمل ذلك: أنظمة الدفع الإلكتروني، إدارة الطلبات، قواعد بيانات العملاء، التسويق الرقمي، والتواصل الإلكتروني مع العملاء.

المتغيرات الوسيطة:

تشمل عناصر جودة الخدمة التي تتأثر بالتحول الرقمي، مثل: سرعة الاستجابة للطلبات، دقة المعلومات المقدمة، سهولة استخدام المنصة الإلكترونية، وكفاءة التواصل الرقمي مع العملاء.

المتغير التابع:

هو جودة الخدمة الكلية التي يتلقاها العميل، والتي تقيس مستوى رضا العملاء وكفاءة تقديم الخدمة الرقمية.

يفترض النموذج أن التحول الرقمي يسهم في تحسين سرعة ودقة الخدمات، مما يؤدي إلى رفع جودة الخدمة وبالتالي زيادة رضا العملاء، وسيتم اختبار هذا الافتراض ميدانياً من خلال البيانات التي ستجمع من المتاجر والعملاء.

5. منهجية الدراسة

تعتمد الدراسة على منهجية وصفية تحليلية ميدانية تشمل الخطوات التالية:

نوع البحث:

دراسة تحليلية وصفية تعتمد على البيانات الأولية والثانوية لقياس أثر التحول الرقمي على جودة الخدمة.

أدوات جمع البيانات:

الاستبيانات الإلكترونية: توزع على العملاء لتقييم رضاهم عن جودة الخدمات الرقمية، مع استخدام مقياس ليكرت لقياس عناصر جودة الخدمة ومستوى التحول الرقمي.

المقابلات شبه المهيكلية: تجرى مع مسؤولي التسويق الرقمي ومديري المتاجر للحصول على معلومات حول التحديات التشغيلية والاستراتيجيات الرقمية المتبعة.

عينة البحث:

تتكون من مجموعة ممثلة من المتاجر الإلكترونية في جدة، مع مراعاة تنوع الأنشطة التجارية.

تشمل أيضًا عملاء المتاجر الذين تعاملوا معها خلال الأشهر الـ 12 الأخيرة لضمان موثوقية البيانات.

طرق التحليل:

التحليل الوصفي: وصف خصائص العينة ومتوسطات الإجابات.

التحليل الاستدلالي: استخدام اختبارات الارتباط والانحدار لاختبار الفرضيات.

تفسير النتائج: ربط البيانات الميدانية بالنظرية لتقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق.

6. الدراسة الميدانية

تركز الدراسة على مدينة جدة، المملكة العربية السعودية، لما تتميز به من كثافة المتاجر الإلكترونية وانتشار واسع للتجارة الرقمية، بالإضافة إلى تنوع قاعدة العملاء، مما يجعلها بيئة مناسبة لتحليل العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة.

الوحدات المستهدفة للدراسة:

- المتاجر الإلكترونية في مختلف القطاعات التجارية.
- العملاء الذين قاموا بشراء منتجات أو خدمات عبر هذه المتاجر.
- مسؤولو التسويق الرقمي والإدارة المسؤولون عن العمليات الإلكترونية.

مبرر اختيار جدة:

المدينة تمثل مركزاً اقتصادياً رئيسياً في المملكة.

انتشار واسع للتجارة الإلكترونية يوفر عينة متنوعة وموثوقة.

الدراسة في جدة تتماشى مع أهداف التحول الرقمي في رؤية المملكة 2030.

7. مخطط المشروع المقترح

يتم توضيح المخطط على شكل تسلسل منطقي بالأقسام:

1. المقدمة: عرض خلفية البحث، أهمية التحول الرقمي، ومبررات الدراسة.
2. مشكلة البحث: توضيح الفجوة البحثية والمشاكل العملية في المتاجر الإلكترونية المتعلقة بجودة الخدمة.
3. أسئلة البحث وأهدافه: عرض الأسئلة الرئيسية والفرعية والأهداف العامة والفرعية للدراسة.
4. فرضيات البحث: عرض الفرضيات التي سيتم اختبارها وعلاقتها بالمتغيرات.
5. نموذج الدراسة: شرح المتغير المستقل (التحول الرقمي)، المتغيرات الوسيطة (مؤشرات جودة الخدمة)، والمتغير التابع (رضا العملاء) وكيفية تأثير كل مجموعة على الأخرى.
6. الدراسات السابقة والفجوات: تلخيص أهم الدراسات السابقة وتوضيح الفجوات البحثية التي تهدف الدراسة لسدها.
7. منهجية البحث: وصف نوع البحث، أدوات جمع البيانات، العينة، وطريقة التحليل الإحصائي.
8. جمع البيانات وتحليلها: شرح الخطوات العملية لجمع البيانات وتحليلها وتفسير النتائج.
9. النتائج: عرض النتائج بشكل مفصل وبيان مدى تحقق الفرضيات من عدمه.
10. التوصيات والخاتمة: تقديم التوصيات العملية المستندة إلى النتائج واستخلاص الخلاصات النهائية.

• الفصل الثاني: الدراسات السابقة

1. المقدمة:

يُعد التحول الرقمي من أبرز التحولات التي شهدتها العالم في العقود الأخيرة، حيث أصبح عنصرًا أساسيًا في تطوير المؤسسات وتحسين جودة الخدمات، خاصة في بيئة التجارة الإلكترونية التي تعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا. وقد أدى هذا التحول إلى تغييرات جوهرية في طريقة تقديم الخدمات والتفاعل مع العملاء، مما دفع الباحثين إلى دراسة العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة من زوايا متعددة.

وقد ركزت العديد من الدراسات السابقة على تحليل أثر التقنيات الرقمية على تحسين الأداء الخدمي، سواء في القطاعات التجارية أو الخدمية، كما اهتمت بدراسة أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية والعوامل المؤثرة في رضا العملاء. ومن خلال استعراض هذه الدراسات، يمكن تكوين إطار نظري متكامل يساعد في فهم طبيعة العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة، وتحديد الفجوات البحثية التي تسعى هذه الدراسة إلى معالجتها.

2. الدراسة السابقة:

تناولت العديد من الدراسات العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة في بيئة التجارة الإلكترونية، حيث أشارت دراسة Ighomereho et al (2022) إلى أن جودة الخدمة الإلكترونية تعتمد على عدة أبعاد رئيسية، مثل سهولة الاستخدام، والموثوقية، والأمان، وسرعة الاستجابة، وأن هذه الأبعاد تتأثر بشكل مباشر باستخدام التقنيات الرقمية الحديثة. كما أوضحت الدراسة أن التحول الرقمي يساهم في تحسين تجربة المستخدم وزيادة كفاءة تقديم الخدمات.

كما أظهرت دراسة حديثة أن التحول الرقمي في التجارة الإلكترونية أدى إلى تغييرات كبيرة في العمليات التشغيلية وسلاسل الإمداد، حيث أصبح الاعتماد على البيانات والتقنيات الرقمية عنصرًا

أساسياً في تحسين الأداء والكفاءة داخل المؤسسات . ويعكس ذلك أهمية التحول الرقمي في تعزيز جودة الخدمة من خلال تحسين سرعة العمليات ودقتها.

وفي سياق متصل، أكدت دراسة أخرى أن التقنيات الرقمية لها تأثير إيجابي مباشر على جودة الخدمة، حيث تساهم في تحسين تجربة العملاء، مع وجود دور وسيط لتوقعات العملاء في تعزيز هذه العلاقة . وهذا يشير إلى أن جودة الخدمة لا تعتمد فقط على التكنولوجيا، بل أيضاً على كيفية إدراك العملاء لها.

كما تناولت دراسة Wattoo et al (2025) العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء في التجارة الإلكترونية، حيث توصلت إلى أن تحسين جودة الخدمة يؤدي إلى زيادة رضا العملاء، والذي بدوره يساهم في تعزيز ولائهم واستمرار تعاملهم مع المتاجر الإلكترونية . وتؤكد هذه النتائج أهمية جودة الخدمة كعامل أساسي في نجاح المتاجر الإلكترونية.

ومن ناحية أخرى، أوضحت دراسة Al-Mamary et al (2025) أن التحول الرقمي لا يقتصر على استخدام التكنولوجيا فقط، بل يشمل التغيير في الاستراتيجيات والعمليات التنظيمية، وأن نجاحه يعتمد على تكامله مع جودة الخدمات المقدمة. كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين التحول الرقمي وتحسين الأداء المؤسسي .

كما بينت بعض الدراسات أن التحول الرقمي يساهم في تحسين الأداء التسويقي للمؤسسات، خاصة من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتقنيات الرقمية الحديثة، مما يساعد على تحسين تجربة العملاء وزيادة التفاعل معهم .

وعلى مستوى أوسع، أشارت مراجعات علمية إلى أن التحول الرقمي يؤدي إلى تغييرات جذرية في نماذج الأعمال والاستراتيجيات التنظيمية، وليس فقط تحسين العمليات، مما يعزز من قدرة المؤسسات على الابتكار وتقديم خدمات ذات جودة أعلى .

3. التعليق على الدراسة السابقة:

من خلال تحليل الدراسات السابقة، يتضح وجود اتفاق عام على أن التحول الرقمي يلعب دورًا محوريًا في تحسين جودة الخدمة، خاصة في بيئة التجارة الإلكترونية. كما تشير معظم الدراسات إلى أن استخدام التقنيات الرقمية يسهم في تحسين سرعة الأداء، ودقة المعلومات، وتجربة المستخدم، مما ينعكس بشكل مباشر على رضا العملاء.

كما يتضح أن الدراسات ركزت بشكل كبير على العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء، وأكدت أن تحسين جودة الخدمة يؤدي إلى زيادة الولاء لدى العملاء. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت الدراسات أن التحول الرقمي يشمل أبعادًا متعددة، منها التقنية والتنظيمية والاستراتيجية، مما يجعله عاملاً شاملاً في تحسين الأداء المؤسسي.

4. المتغير المستقل

التحول الرقمي

يُعد التحول الرقمي من أهم المتغيرات المستقلة في الدراسات الحديثة، ويُقصد به تبني المؤسسات للتقنيات الرقمية وتوظيفها في تحسين العمليات وتقديم الخدمات بشكل أكثر كفاءة. ولا يقتصر التحول الرقمي على مجرد استخدام التكنولوجيا، بل يشمل إعادة تصميم العمليات والخدمات بما يتوافق مع البيئة الرقمية.

ويتضمن التحول الرقمي عدة أبعاد رئيسية، مثل استخدام المنصات الإلكترونية (المواقع والتطبيقات)، وأنظمة الدفع الرقمية، وتكامل البيانات، إضافة إلى سهولة استخدام الأنظمة، وسرعة الأداء، ومستوى الأمان والموثوقية. وتُساهم هذه العناصر مجتمعة في تحسين تجربة المستخدم وتسهيل حصوله على الخدمة.

وقد أشارت الدراسات السابقة إلى أن التحول الرقمي يساهم في تقليل الوقت والجهد، وتحسين دقة العمليات، وتقليل الأخطاء البشرية، مما يجعله عنصراً أساسياً في تطوير الخدمات خاصة في المتاجر الإلكترونية.

5. المتغير التابع

جودة الخدمة

تمثل جودة الخدمة المتغير التابع الذي يتأثر بمستوى تطبيق التحول الرقمي، وهي تعكس مدى قدرة المؤسسة على تقديم خدمة تلبي توقعات العملاء أو تتجاوزها. وتُعد جودة الخدمة من أهم مؤشرات نجاح المؤسسات، خاصة في البيئة الإلكترونية التي تعتمد بشكل كبير على تجربة المستخدم.

وتتضمن جودة الخدمة عدة أبعاد، من أبرزها سرعة الاستجابة لطلبات العملاء، ودقة المعلومات المقدمة، والاعتمادية في تنفيذ الخدمة، بالإضافة إلى سهولة الاستخدام والتفاعل مع المنصة الرقمية. كما تشمل أيضاً مستوى الدعم المقدم للعملاء ومدى كفاءة حل المشكلات.

وقد أوضحت العديد من الدراسات أن تحسين هذه الأبعاد يؤدي إلى رفع مستوى رضا العملاء وتعزيز ثقتهم في الخدمة المقدمة، مما يعكس أهمية جودة الخدمة كأحد المخرجات الرئيسية للتحويل الرقمي.

6. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع (التحول الرقمي وجودة الخدمة)

تُظهر الدراسات السابقة وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي وجودة الخدمة، حيث يؤدي التوسع في استخدام التقنيات الرقمية إلى تحسين كفاءة وفعالية تقديم الخدمات.

فالتحول الرقمي يُسهم في تسريع إنجاز العمليات، وتقليل الأخطاء، وتحسين دقة المعلومات، وتوفير تجربة استخدام أكثر سهولة ومرونة، وهو ما ينعكس بشكل مباشر على جودة الخدمة.

كما أن المؤسسات التي تتبنى التحول الرقمي بشكل متكامل تكون أكثر قدرة على الاستجابة لاحتياجات العملاء، وتقديم خدمات عالية الجودة مقارنة بالمؤسسات التقليدية. وبالتالي، يمكن القول إن التحول الرقمي يمثل عاملاً حاسماً في تحسين جودة الخدمة، خاصة في بيئة المتاجر الإلكترونية.

وبناءً على ذلك، يمكن صياغة العلاقة على النحو التالي:

كلما زاد مستوى التحول الرقمي، تحسنت جودة الخدمة المقدمة.

7. الفجوة البحثية

على الرغم من تنوع الدراسات السابقة، إلا أن هناك فجوة بحثية واضحة تتمثل في:

- قلة الدراسات التي تناولت المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة بشكل مباشر.
- محدودية الدراسات التي تربط بين التحول الرقمي وجودة الخدمة في البيئة المحلية السعودية.
- تركيز معظم الدراسات على قطاعات مثل البنوك أو الخدمات الحكومية، دون التركيز الكافي على قطاع التجارة الإلكترونية.
-

وبناءً على ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال تقديم تحليل ميداني يركز على المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة.

الملحق (أ): أداة الدراسة (الاستبانة)

تمثل الاستبانة الأداة الرئيسة التي اعتمدت عليها الباحثة في جمع البيانات الميدانية اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها واختبار فرضياتها المتعلقة بتأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة. وقد تم إعداد هذه الاستبانة بعد مراجعة الأدبيات العلمية والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة من المقاييس المستخدمة في البحوث التي تناولت التحول الرقمي وجودة الخدمة في بيئات الأعمال الإلكترونية.

وروعي عند تصميم الاستبانة أن تكون فقراتها واضحة ومباشرة وقادرة على قياس متغيرات الدراسة بدقة، بما يسهم في الحصول على بيانات موضوعية يمكن الاعتماد عليها في التحليل الإحصائي واستخلاص النتائج. كما تم تنظيم الاستبانة بصورة منهجية تضمن سهولة الإجابة عنها من قبل أفراد العينة، مع مراعاة التسلسل المنطقي للفقرات بما يخدم أهداف الدراسة ويعزز من جودة البيانات التي يتم جمعها.

وتنطلق هذه الاستبانة من أهمية التحول الرقمي باعتباره أحد أهم العوامل المؤثرة في تطوير أداء المتاجر الإلكترونية وتحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء، خاصة في ظل التوسع المتسارع في استخدام التقنيات الرقمية واعتماد المؤسسات على الأنظمة الإلكترونية الحديثة في إدارة عملياتها وتقديم خدماتها. كما تستند إلى حقيقة أن جودة الخدمة أصبحت من أبرز المؤشرات التي يعتمد عليها العملاء في تقييم المتاجر الإلكترونية واتخاذ قرارات الشراء والاستمرار في التعامل معها.

وقد اشتملت الاستبانة على مجموعة من الفقرات التي تقيس أبعاد التحول الرقمي من خلال التعرف على مدى استخدام المتاجر الإلكترونية للتقنيات الحديثة وتوظيفها في تسهيل العمليات وتحسين تجربة المستخدم، بالإضافة إلى فقرات أخرى تقيس مستوى جودة الخدمة من خلال وضوح المعلومات المقدمة، وسرعة الاستجابة، والأمان، والموثوقية، والرضا العام عن الخدمة. وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس درجة موافقة أفراد العينة على فقرات الاستبانة، وذلك لكونه من أكثر المقاييس استخداماً في الدراسات الإدارية والإنسانية لما يتميز به من سهولة التطبيق والدقة في قياس الاتجاهات والآراء.

وتتكون الاستبانة من قسمين رئيسيين؛ حيث يتضمن القسم الأول البيانات الديموغرافية المتعلقة بأفراد العينة، بينما يتضمن القسم الثاني فقرات قياس متغيرات الدراسة، والمتمثلة في التحول الرقمي كمتغير مستقل وجودة الخدمة كمتغير تابع، وذلك بهدف دراسة طبيعة العلاقة بينهما وتحديد مدى تأثير التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمة داخل المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة.

جدول (أ-1) توزيع فقرات الاستبانة على متغيرات الدراسة

المتغير	نوع المتغير	عدد الفقرات	أرقام الفقرات
التحول الرقمي	مستقل	5	1-5
جودة الخدمة	تابع	6	6-11
الإجمالي	—	11	11-1

القسم الأول: البيانات الديموغرافية

• الجنس:

☐ ذكر

☐ أنثى

• العمر:

☐ أقل من 20 سنة

☐ من 20 إلى أقل من 30 سنة

☐ من 30 إلى أقل من 40 سنة

☐ 40 سنة فأكثر

• المستوى التعليمي:

☐ ثانوي أو أقل

☐ دبلوم

☐ بكالوريوس

☐ دراسات عليا

• عدد مرات الشراء من المتاجر الإلكترونية خلال السنة الماضية:

☐ أقل من 5 مرات

☐ من 5 إلى 10 مرات

☐ أكثر من 10 مرات

القسم الثاني: فقرات الاستبانة

يرجى تحديد درجة موافقتك على العبارات التالية وفق مقياس ليكرت الخماسي:

(أوافق بشدة – أوافق – محايد – لا أوافق – لا أوافق بشدة)

أولاً: التحول الرقمي

يوفر المتجر الإلكتروني تقنيات حديثة تسهل عملية التسوق.

يتم تحديث الموقع أو التطبيق بشكل مستمر.

يتيح المتجر إتمام عمليات الشراء والدفع إلكترونياً بسهولة.

يساعد التحول الرقمي في سرعة تنفيذ الطلبات.

يستخدم المتجر التكنولوجيا لتحسين تجربة العملاء.

ثانياً: جودة الخدمة

المعلومات المعروضة عن المنتجات واضحة وكافية.

أشعر بالأمان عند الشراء من المتجر الإلكتروني.

يستجيب المتجر بسرعة للاستفسارات عبر الوسائل الرقمية.

يتم حفظ بيانات العملاء بطريقة آمنة.

يتم تسليم المنتجات في الوقت المتوقع.

أنا راضٍ بشكل عام عن جودة الخدمة في المتجر الإلكتروني.

التحول الرقمي

اسئلة التحول الرقمي					لا أوافق بشدة
يوفر المتجر الإلكتروني تقنيات حديثة تسهل عملية التسوق.					
يتم تحديث الموقع أو التطبيق بشكل مستمر.					
يتيح المتجر إتمام عمليات الشراء والدفع إلكترونياً بسهولة.					
يساعد التحول الرقمي في سرعة تنفيذ الطلبات.					
يستخدم المتجر التكنولوجيا لتحسين تجربة العملاء.					

جودة الخدمة

اسئلة جودة الخدمة					لا أوافق بشدة
المعلومات المعروضة عن المنتجات واضحة وكافية.					
أشعر بالأمان عند الشراء من المتجر الإلكتروني.					
يستجيب المتجر بسرعة للاستفسارات عبر الوسائل الرقمية.					

					يتم حفظ بيانات العملاء بطريقة آمنة.
					يتم تسليم المنتجات في الوقت المتوقع.
					أنا راضٍ بشكل عام عن جودة الخدمة في المتجر الإلكتروني.

الملحق (ب): جدول أدوات البحث

يوضح الجدول التالي أداة الدراسة والمتغيرات المستخدمة في قياس موضوع البحث

جدول (ب-1) أدوات ومتغيرات الدراسة

الوصف	العنصر
تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة	عنوان الدراسة
المنهج الوصفي التحليلي	منهج الدراسة
الاستبانة الإلكترونية	أداة جمع البيانات
عملاء المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة	مجتمع الدراسة
التحول الرقمي	المتغير المستقل
5 فقرات	عدد فقراته
جودة الخدمة	المتغير التابع
6 فقرات	عدد فقراته
11 فقرة	إجمالي فقرات الاستبانة

رابط الاستبيان:

<https://forms.gle/SJZcdgV2NJadNot86>

الفصل الثالث : منهجية البحث

مقدمة

تُعد منهجية البحث العلمي من أهم الركائز الأساسية التي تعتمد عليها الدراسات العلمية، إذ تمثل الإطار المنظم الذي يحدد الإجراءات والأساليب العلمية المستخدمة للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها بصورة موضوعية ودقيقة. كما تسهم المنهجية في تحديد طبيعة البحث، ومجتمع الدراسة، والعينة، وأدوات جمع البيانات، وأساليب تحليلها، بما يضمن الوصول إلى نتائج تتسم بالمصداقية والموضوعية وقابلة للتعميم ضمن حدود الدراسة.

وتكتسب منهجية البحث أهمية كبيرة في الدراسات التي تتناول موضوعات إدارية معاصرة، مثل التحول الرقمي وجودة الخدمة، نظرًا لما تتطلبه هذه الموضوعات من أساليب علمية دقيقة لقياس المتغيرات وتحليل العلاقات القائمة بينها. ويعد اختيار المنهج المناسب من العوامل المؤثرة في جودة النتائج، حيث يساعد على تفسير الظواهر المدروسة بصورة علمية، وربط الجوانب النظرية بالواقع العملي.

وانطلاقًا من طبيعة هذه الدراسة، التي تهدف إلى التعرف على أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمة داخل المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة، فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره من أكثر المناهج ملائمة للدراسات الإدارية التي تهدف إلى وصف الظاهرة وتحليلها، واختبار العلاقة بين المتغيرات المختلفة، ومن ثم الوصول إلى نتائج يمكن الاستفادة منها في تطوير الأداء المؤسسي وتحسين جودة الخدمات المقدمة.

كما اعتمدت الدراسة على جمع البيانات الأولية من خلال استبانة إلكترونية تم إعدادها وفقًا لأهداف الدراسة ومتغيراتها، إضافة إلى الاستفادة من البيانات الثانوية المتمثلة في الكتب والدوريات العلمية والأبحاث المحكمة والتقارير العلمية ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وذلك بهدف بناء إطار نظري متكامل يدعم الجانب التطبيقي للدراسة.

ويتناول هذا الفصل عرضًا تفصيليًا لمنهجية البحث، من خلال توضيح التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة، وتصميم البحث، ومجتمع الدراسة والعينة، وطرق جمع البيانات، وأنواع البيانات المستخدمة، بالإضافة إلى إجراءات التحليل الإحصائي التي سيتم الاعتماد عليها لاختبار فرضيات الدراسة والإجابة عن أسئلتها.

التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

يقصد بالتعريف الإجرائي الوصف العملي الذي يحدد كيفية قياس متغيرات الدراسة ميدانيًا، بما يسمح بتحويل المفاهيم النظرية إلى مؤشرات قابلة للقياس والتحليل الإحصائي، ويضمن توحيد طريقة تفسير نتائج الدراسة.

وتتكون الدراسة الحالية من متغير مستقل ومتغير تابع، وفيما يلي التعريف الإجرائي لكل منهما:

أولاً: المتغير المستقل (التحول الرقمي)

يقصد بالتحول الرقمي في هذه الدراسة مستوى تبني المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة للتقنيات الرقمية الحديثة في تنفيذ عملياتها الإدارية والتشغيلية والتسويقية، بهدف تحسين كفاءة الأداء وتطوير الخدمات المقدمة للعملاء.

ويُقاس التحول الرقمي من خلال استجابات أفراد العينة على مجموعة من فقرات الاستبانة التي تعكس مدى استخدام المتاجر الإلكترونية للتقنيات الرقمية، وتشمل:

- توفير تقنيات حديثة تسهل عملية التسوق.
 - تحديث الموقع الإلكتروني أو التطبيق بصورة مستمرة.
 - سهولة تنفيذ عمليات الدفع الإلكتروني.
 - سرعة تنفيذ الطلبات باستخدام الأنظمة الرقمية.
 - توظيف التكنولوجيا في تحسين تجربة العملاء.
- ويعبر ارتفاع المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة عن ارتفاع مستوى تطبيق التحول الرقمي داخل المتاجر الإلكترونية، في حين يشير انخفاض المتوسط إلى محدودية تطبيقه.

ثانياً: المتغير التابع (جودة الخدمة)

يقصد بجودة الخدمة في هذه الدراسة مدى قدرة المتاجر الإلكترونية على تقديم خدمات تلبي احتياجات العملاء وتوقعاتهم، من خلال توفير خدمات إلكترونية تتميز بالسرعة والدقة والموثوقية والأمان وسهولة الاستخدام.

ويُقاس هذا المتغير اعتمادًا على استجابات أفراد العينة تجاه مجموعة من العبارات التي تعكس جودة الخدمة، وتشمل:

- وضوح المعلومات الخاصة بالمنتجات.
- سرعة الاستجابة لاستفسارات العملاء.
- الأمان أثناء عمليات الشراء.

- المحافظة على سرية بيانات العملاء.
 - الالتزام بمواعيد تسليم الطلبات.
 - الرضا العام عن مستوى الخدمة.
- ويشير ارتفاع المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة إلى ارتفاع مستوى جودة الخدمة، بينما يعكس انخفاضه وجود قصور في جودة الخدمات المقدمة.

التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة

المتغير	نوع المتغير	التعريف الاجرائي	أداة القياس
التحول الرقمي	متغير مستقل	مستوى استخدام المتاجر الالكترونية للتقنيات الرقمية في تحسين العمليات و الخدمات المقدمة للعملاء	الاستبانة الالكترونية 5 فقرات
جودة الخدمة	متغير تابع	مستوى جودة الخدمات الالكترونية المقدمة للعملاء من حيث السرعة والدقة والامن والموثوقية والرضا	الاستبانة الالكترونية 6 فقرات

تصميم البحث (خطة البحث)

يُقصد بتصميم البحث الخطة العلمية التي يعتمد عليها الباحث في تنفيذ الدراسة، والتي تتضمن تحديد المنهج العلمي المناسب، ومتغيرات الدراسة، وأدوات جمع البيانات، والمجتمع المستهدف، وأساليب تحليل البيانات، بما يضمن تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها بصورة منهجية.

وقد تم تصميم هذه الدراسة بما يتوافق مع طبيعة المشكلة البحثية وأهدافها، حيث تسعى إلى التعرف على أثر التحول الرقمي في جودة الخدمة داخل المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة، من خلال تحليل العلاقة بين المتغير المستقل (التحول الرقمي) والمتغير التابع (جودة الخدمة).

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لكونه الأنسب لدراسة الظواهر الإدارية والاقتصادية كما هي في الواقع، ووصفها وتحليلها واستخلاص النتائج المتعلقة بها. ويتميز هذا المنهج بقدرته على تفسير العلاقات بين المتغيرات، وتحليل البيانات الإحصائية، والوصول إلى استنتاجات علمية يمكن الاعتماد عليها في دعم متخذي القرار.

ويقوم تصميم الدراسة على جمع البيانات من أفراد مجتمع الدراسة باستخدام استبانة إلكترونية أعدت خصيصاً لقياس متغيرات الدراسة، ثم تحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، واستخراج المؤشرات الإحصائية المناسبة، واختبار الفرضيات باستخدام الاختبارات الإحصائية الملائمة.

كما يستند تصميم البحث إلى نموذج يوضح العلاقة بين متغيري الدراسة، حيث يمثل التحول الرقمي المتغير المستقل الذي يؤثر في جودة الخدمة باعتبارها المتغير التابع، وذلك على النحو الآتي:

التحول الرقمي (المتغير المستقل) → جودة الخدمة (المتغير التابع)

ويفترض هذا النموذج وجود علاقة تأثير إيجابية بين المتغيرين، بحيث يؤدي ارتفاع مستوى تطبيق التحول الرقمي داخل المتاجر الإلكترونية إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على رضا العملاء وتعزيز القدرة التنافسية للمتاجر الإلكترونية.

مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

يُعد تحديد مجتمع الدراسة والعينة من الخطوات الأساسية في منهجية البحث العلمي، إذ يعتمد نجاح الدراسة بدرجة كبيرة على اختيار مجتمع الدراسة المناسب والعينة التي تمثل هذا المجتمع تمثيلاً صحيحاً، بما يسهم في الحصول على نتائج دقيقة يمكن الاعتماد عليها في تفسير الظاهرة محل الدراسة والإجابة عن أسئلة البحث واختبار فرضياته.

أولاً: مجتمع البحث

يقصد بمجتمع البحث جميع الأفراد أو الوحدات التي تمتلك الخصائص المشتركة المرتبطة بموضوع الدراسة، والتي يسعى الباحث إلى تعميم نتائج الدراسة عليها.

ويتمثل مجتمع الدراسة في هذه الدراسة في **جميع العملاء الذين سبق لهم التعامل مع المتاجر الإلكترونية في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية** خلال الاثني عشر شهراً الماضية، سواء من خلال المواقع الإلكترونية أو تطبيقات الهواتف الذكية، وذلك لأن هؤلاء العملاء يمتلكون الخبرة الكافية لتقييم مستوى التحول الرقمي وجودة الخدمات المقدمة من تلك المتاجر.

وقد تم اختيار العملاء باعتبارهم الفئة الأكثر قدرة على تقييم جودة الخدمة الرقمية بصورة مباشرة، كونهم المستفيد النهائي من الخدمات الإلكترونية، كما أنهم الأكثر قدرة على الحكم على مدى نجاح المتاجر الإلكترونية في تطبيق تقنيات التحول الرقمي وتحسين تجربة التسوق الإلكتروني.

ويتميز مجتمع الدراسة بالتنوع من حيث العمر، والجنس، والمستوى التعليمي، وعدد مرات الشراء الإلكتروني، الأمر الذي يساهم في توفير بيانات أكثر شمولاً تساعد في الوصول إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية.

ثانيًا: عينة البحث

نظرًا لصعوبة الوصول إلى جميع أفراد مجتمع الدراسة، فقد اعتمدت الباحثة على اختيار عينة ممثلة للمجتمع الأصلي، بحيث تعكس خصائصه بدرجة مناسبة، وتسمح بإجراء التحليلات الإحصائية اللازمة.

وتُعرف العينة بأنها جزء من مجتمع الدراسة يتم اختياره وفق أسس علمية بهدف تمثيل المجتمع الأصلي، بحيث يمكن تعميم النتائج التي يتم التوصل إليها على المجتمع محل الدراسة ضمن الحدود العلمية المعروفة.

وقد اعتمدت الدراسة على **العينة العشوائية البسيطة (Simple Random Sampling)**، والتي تمنح جميع أفراد مجتمع الدراسة فرصًا متساوية للمشاركة في الدراسة، مما يقلل من احتمالية التحيز ويزيد من موضوعية النتائج.

ومن المخطط أن يبلغ حجم العينة (384) مفردة، وهو الحجم المناسب وفقًا لمعادلات تحديد حجم العينات في الدراسات الاجتماعية والإدارية عند مستوى ثقة (95%) وهامش خطأ (5%)، وفي حال تعذر الوصول إلى هذا العدد يمكن قبول عدد لا يقل عن 250 استبانة صالحة للتحليل الإحصائي، وهو عدد مناسب لإجراء التحليلات الإحصائية باستخدام برنامج SPSS.

ثالثًا: تقنيات أخذ العينات

اعتمدت الدراسة على أسلوب توزيع الاستبانة إلكترونيًا من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية المختلفة، واستهدفت الأفراد الذين سبق لهم الشراء من المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة.

وقد روعي عند اختيار أفراد العينة توفر الشروط الآتية:

- أن يكون المشارك قد تعامل مع متجر إلكتروني داخل مدينة جدة.
 - أن يكون قد أجرى عملية شراء واحدة على الأقل خلال السنة الماضية.
 - أن يجيب على جميع أسئلة الاستبانة بصورة كاملة.
 - أن تكون الاستبانة صالحة للتحليل الإحصائي.
- كما تم استبعاد الاستبانات غير المكتملة أو التي تضمنت إجابات عشوائية أو متناقضة حفاظًا على دقة النتائج.

مجتمع الدراسة والعينة

الغصن	الوصف
مجتمع الدراسة	عملاء المتاجر الإلكترونية بجدة
وحدة التحليل	العميل
نوع العينة	عينة عشوائية بسيطة
أداة الاختبار	استبانة إلكترونية
الحجم المستهدف	384 مفردة
الحد الأدنى المقبول للتحليل	250 استبانة

طرق جمع البيانات

اعتمدت هذه الدراسة على جمع البيانات من مصدرين رئيسيين هما البيانات الأولية والبيانات الثانوية، وذلك بهدف توفير معلومات شاملة تساعد في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها واختبار فرضياتها.

أولاً: البيانات الأولية

تمثل البيانات الأولية المعلومات التي تجمعها الباحثة مباشرة من أفراد مجتمع الدراسة، وقد تم الاعتماد على الاستبانة الإلكترونية باعتبارها الأداة الرئيسة لجمع البيانات.

وقد تم إعداد الاستبانة في ضوء الأدبيات العلمية والدراسات السابقة المتعلقة بالتحول الرقمي وجودة الخدمة، مع مراعاة وضوح العبارات وسهولة فهمها، وربطها المباشر بمتغيرات الدراسة.

وتتكون الاستبانة من قسمين رئيسيين هما:

القسم الأول: البيانات الديموغرافية

ويتضمن مجموعة من الأسئلة الخاصة بالخصائص الشخصية للمشاركين، وتشمل:

- الجنس.
 - العمر.
 - المستوى التعليمي.
 - عدد مرات الشراء الإلكتروني.
- وتهدف هذه البيانات إلى وصف أفراد العينة وتحليل خصائصهم.

القسم الثاني: متغيرات الدراسة

ويتكون من إحدى عشرة عبارة موزعة على متغيرات الدراسة على النحو الآتي:

- خمسة عبارات لقياس التحول الرقمي.
 - ستة عبارات لقياس جودة الخدمة.
- وقد استخدمت الدراسة مقياس ليكرت الخماسي لقياس درجة موافقة أفراد العينة على العبارات، وذلك وفق التدرج الآتي:

درجة الموافقة	القيمة
أوافق بشدة	5
أوافق	4
محايد	3
لا أوافق بشدة	2
لا أوافق	1

ويُعد مقياس ليكرت الخماسي من أكثر المقاييس استخدامًا في الدراسات الإدارية، لما يتميز به من سهولة التطبيق وارتفاع درجة الثبات والصدق في قياس الاتجاهات والآراء.

ثانيًا: البيانات الثانوية

اعتمدت الدراسة كذلك على البيانات الثانوية التي تم الحصول عليها من المصادر العلمية المختلفة، والتي أسهمت في بناء الإطار النظري للدراسة، ومن أهمها:

- الكتب العلمية العربية والأجنبية.
- الرسائل العلمية.
- الدراسات السابقة.
- المجلات العلمية المحكمة.
- قواعد البيانات الإلكترونية.
- التقارير الصادرة عن الجهات الحكومية.
- الدراسات المتعلقة برؤية المملكة العربية السعودية 2030.
- المواقع العلمية الموثوقة.

وقد ساعدت هذه المصادر في تحديد المفاهيم الأساسية، وصياغة الفرضيات، وبناء أداة الدراسة، وتفسير النتائج التي تم التوصل إليها.

أنواع البيانات

اعتمدت الدراسة الحالية على نوعين من البيانات هما البيانات الكمية والبيانات النوعية، وذلك لتحقيق التكامل بين الجانبين النظري والتطبيقي.

أولاً: البيانات الكمية

وهي البيانات التي يمكن التعبير عنها في صورة أرقام وإخضاعها للتحليل الإحصائي، وقد تم الحصول عليها من إجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي.

واستخدمت هذه البيانات في حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الارتباط والانحدار وتحليل الفرضيات.

ثانياً: البيانات النوعية

ويقصد بها البيانات الوصفية التي لا يمكن التعبير عنها بالأرقام بصورة مباشرة، وتشمل المعلومات المستقاة من الكتب والدراسات السابقة والمقالات العلمية والتقارير الرسمية المتعلقة بالتحول الرقمي وجودة الخدمة.

وقد استفادت الباحثة من هذه البيانات في صياغة الإطار النظري للدراسة، وبناء النموذج المفاهيمي، وتفسير النتائج ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة

أنواع البيانات المستخدمة في الدراسة

نوع البيانات	المصدر	الغرض
البيانات الأولية	الاستبانة الالكترونية	اختبار فرضيات الدراسة وتحليل العلاقة بين المتغيرات
البيانات الثانوية	الكتب والدراسات والمراجع العلمية	بناء الاطار النظري وتفسير النتائج

إجراءات التحليل الإحصائي

بعد الانتهاء من جمع البيانات من أفراد عينة الدراسة، تم تجهيزها ومراجعتها للتأكد من اكتمالها وصلاحياتها للتحليل الإحصائي، ثم إدخالها إلى برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for the Social Sciences - SPSS)، والذي يعد من أكثر البرامج استخدامًا في الدراسات الإدارية والاجتماعية لما يتميز به من الدقة والقدرة على إجراء مختلف الاختبارات الإحصائية.

وقد مرت عملية تحليل البيانات بعدة مراحل متتابعة، بدأت بترميز البيانات، ثم مراجعتها والتأكد من خلوها من الأخطاء، يلي ذلك إجراء التحليلات الوصفية والاستدلالية المناسبة لطبيعة متغيرات الدراسة، وذلك بهدف الإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

واعتمدت الدراسة على مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة، وفيما يأتي توضيح لها:

أولاً: التحليل الوصفي

يهدف التحليل الوصفي إلى وصف خصائص أفراد عينة الدراسة، بالإضافة إلى وصف استجاباتهم تجاه فقرات الاستبانة، وذلك باستخدام عدد من المؤشرات الإحصائية، ومن أهمها:

التكرارات (Frequencies).

النسب المئوية (Percentages).

المتوسط الحسابي (Mean).

الانحراف المعياري (Standard Deviation).

وقد استخدمت هذه المؤشرات في وصف الخصائص الديموغرافية للمشاركين، مثل الجنس والعمر والمستوى التعليمي وعدد مرات الشراء الإلكتروني، بالإضافة إلى تحديد مستوى تطبيق التحول الرقمي ومستوى جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية

ثانيًا: اختبار صدق أداة الدراسة

يقصد بصدق الأداة مدى قدرتها على قياس ما أعدت لقياسه، ولذلك تم الاعتماد على نوعين من الصدق هما:

الصدق الظاهري

تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في إدارة الأعمال وإدارة المشاريع والإحصاء، وذلك للتأكد من:

سلامة الصياغة اللغوية.

وضوح العبارات.

ملاءمة الفقرات لمتغيرات الدراسة.

مدى ارتباط كل فقرة بالمحور الذي تنتمي إليه.

وقد تم إجراء التعديلات التي اقترحها المحكمون حتى أصبحت الاستبانة بصورتها النهائية.

صدق الاتساق الداخلي

تم التحقق من الاتساق الداخلي من خلال حساب معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، ويعد الارتباط دالًا إحصائيًا إذا كانت قيمة مستوى الدلالة أقل من (0.05).

ثالثاً: اختبار ثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات الأداة مدى اتساق نتائجها عند إعادة تطبيقها في ظروف متشابهة.

ولقياس ثبات الاستبانة تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، ويعد من أكثر المقاييس استخداماً في الدراسات الإدارية.

ويتم تفسير قيم ألفا كرونباخ وفقاً للآتي:

مستوى الثبات	قيمة ألفا كرونباخ
ضعيف	أقل من 0.60
مقبول	من 0.60 إلى أقل من 0.70
جيد	من 0.70 إلى أقل من 0.80
جيد جداً	من 0.80 إلى أقل من 0.90
ممتاز	0.90 فأكثر

ومن المتوقع أن تحقق محاور الدراسة معاملات ثبات مرتفعة نظراً لاعتماد فقرات الاستبانة على مقاييس علمية سبق استخدامها في العديد من الدراسات السابقة.

رابعاً: اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

قبل إجراء الاختبارات الإحصائية الاستدلالية، سيتم التحقق من خضوع البيانات للتوزيع الطبيعي باستخدام اختبار Kolmogorov-Smirnov أو Shapiro-Wilk، بالإضافة إلى مؤشري الالتواء (Skewness) والتفرطح (Kurtosis).

ويساعد هذا الإجراء في اختيار الاختبارات الإحصائية المناسبة سواء كانت اختبارات معلمية أو لامعلمية.

خامساً: اختبار الارتباط

لاختبار طبيعة العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة سيتم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

ويستخدم هذا الاختبار لقياس:

قوة العلاقة.

اتجاه العلاقة.

مدى دلالة العلاقة إحصائياً.

وتتراوح قيمة معامل الارتباط بين (-1) و(+1)، وكلما اقتربت القيمة من (+1) دل ذلك على وجود علاقة طردية قوية بين المتغيرين.

سادساً: تحليل الانحدار الخطي البسيط

سيتم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لقياس أثر المتغير المستقل (التحول الرقمي) في المتغير التابع (جودة الخدمة).

ويعد هذا التحليل من أهم التحليلات المستخدمة في الدراسات الإدارية، إذ يوضح:

- مقدار تأثير التحول الرقمي في جودة الخدمة.
- نسبة تفسير المتغير المستقل للتغير في المتغير التابع (R^2).
- معنوية نموذج الانحدار.
- معنوية معامل الانحدار.

ومن خلال هذا التحليل سيتم قبول أو رفض فرضيات الدراسة وفقاً لمستوى الدلالة الإحصائية (0.05).

سابعاً: مستوى الدلالة الإحصائية

اعتمدت الدراسة مستوى دلالة إحصائية قدره ($\alpha \leq 0.05$)، وهو المستوى الأكثر استخداماً في البحوث العلمية. وعلية :

إذا كانت قيمة (Sig.) أقل من أو تساوي (0.05) يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الصفرية.
إذا كانت قيمة (Sig.) أكبر من (0.05) يتم قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

الهدف	الاسلوب الاحصائي
وصف افراد العينة	التكرارات والنسب المئوية
وصف متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري
التحقق من صدق الاداة	معامل ارتباط بيرسون
التحقق من ثبات الاداة	معامل الفا كروتباخ
اختبار العلاقة بين المتغيرات	معامل ارتباط بيرسون
اختبار أثر التحول الرقمي	الانحدار الخطي البسيط
اتخاذ القرار الاحصائي	مستوى الدلالة (0.05)

الخاتمة

في ضوء ما تناولته هذه الدراسة من جوانب نظرية ومنهجية وتطبيقية، يتضح أن التحول الرقمي أصبح أحد الركائز الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات المعاصرة، ولا سيما المتاجر الإلكترونية، لتحقيق مستويات مرتفعة من الكفاءة والتميز في تقديم الخدمات. وقد هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر التحول الرقمي على جودة الخدمة في المتاجر الإلكترونية بمدينة جدة، من خلال بناء إطار نظري يستند إلى الأدبيات والدراسات السابقة، واعتماد منهجية علمية مناسبة لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة واختبار فرضياتها.

وقد تناول الفصل الأول الإطار العام للدراسة، حيث تم توضيح مشكلة البحث وأهميته وأهدافه وأسئلته وفرضياته، بالإضافة إلى عرض نموذج الدراسة والمنهج العام الذي استندت إليه. كما استعرض الفصل الثاني الأدبيات العلمية والدراسات السابقة ذات الصلة بمتغيرات الدراسة، والمتمثلة في التحول الرقمي وجودة الخدمة، مع بيان العلاقة بينهما وتحديد الفجوة البحثية التي تسعى الدراسة إلى معالجتها.

أما الفصل الثالث، فقد تناول منهجية البحث بصورة تفصيلية، حيث تم توضيح التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة، وتصميم البحث، ومجتمع الدراسة والعينة، وطرق وتقنيات أخذ العينات، وأدوات جمع البيانات، وأنواع البيانات، بالإضافة إلى الإجراءات والأساليب الإحصائية التي سيتم الاعتماد عليها في تحليل البيانات باستخدام برنامج (SPSS)، بما يضمن الوصول إلى نتائج تتسم بالدقة والموضوعية والموثوقية.

وتؤكد الدراسة أن اختيار المنهج العلمي المناسب، والاعتماد على أدوات قياس تتسم بالصدق والثبات، يمثلان عنصرًا أساسيًا في نجاح البحث العلمي، ويعززان من موثوقية النتائج التي يتم التوصل إليها، الأمر الذي يساهم في تقديم توصيات عملية يمكن أن يستفيد منها متخذي القرار وأصحاب المتاجر الإلكترونية في تطوير خدماتهم وتعزيز قدرتهم التنافسية في ظل التحول الرقمي المتسارع.

ومن المتوقع أن تساهم النتائج التي ستتوصل إليها الدراسة في توضيح طبيعة العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة، وبيان حجم التأثير الذي يمارسه التحول الرقمي في تحسين الخدمات المقدمة للعملاء، بما يدعم الجهود الرامية إلى تطوير قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، ويتوافق مع مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030 في مجال التحول الرقمي والاقتصاد الرقمي.

وفي الختام، تمثل هذه الدراسة إضافة علمية وعملية في مجال إدارة المشاريع والإدارة الرقمية، إذ تجمع بين التأصيل النظري والتطبيق الميداني، وتساهم في إثراء الأدبيات المتعلقة بالتحول الرقمي وجودة الخدمة. كما تفتح المجال أمام دراسات مستقبلية يمكن أن تتناول متغيرات أخرى ذات صلة، مثل تجربة المستخدم، والثقة الإلكترونية، والابتكار الرقمي، والولاء الإلكتروني، أو تطبيق الدراسة على قطاعات اقتصادية ومناطق جغرافية مختلفة، بما يساهم في تعميق المعرفة العلمية وتطوير الممارسات الإدارية في بيئة الأعمال الرقمية.

قائمة المراجع

- 1988). SERVQUAL: A multiple-item) .Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pearson .(15th ed) 2016). *Marketing management* .Keller, K. L & ,Kotler, P Education.
- 2019). Understanding digital transformation: A review and a research) .Vial, G agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.
<https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- 2013). Digital) .Venkatraman, N & ,Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482.
- 2018). *Services marketing: Integrating*) .Gremler, D. D & ,Zeithaml, V. A., Bitner, M. J McGraw-Hill Education. .(7th ed) *customer focus across the firm*
- العتيبي، م. (2022). التحول الرقمي وأثره على الأداء المؤسسي في المؤسسات السعودية. *مجلة الإدارة والتنمية*، 15(3)، 45–68.
- الزهراني، س. (2021). جودة الخدمة في قطاع التجارة الإلكترونية بالمملكة العربية السعودية. *مجلة العلوم الإدارية*، 12(2)، 77–101.

2020). The impac of digital transformation on service) .Khan, M & ,Al-Kahtani, A quality in Saudi organizations. *International Journal of Business and Management*, 15(9), 1–12.

.(6th ed) 2015). *Digital business and e-commerce management*).Chaffey, D Pearson Education.

2022). From) .Ighomereho, S. O., Ojo, A. A., Omoyele, S. O., & Olabode, S. O service quality to e-service quality: Measurement, dimensions and model. arXiv Preprint. <https://arxiv.org/abs/2205.00055>

Nabila, P. I., Rahayu, S., & Widjaja, F. N. (2026). The role of service quality in e-commerce customer satisfaction and loyalty. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 8(1). <https://doi.org/10.24256/kharaj.v8i1.8806>

Al-Mamary, Y. H., Alshallaqi, M., Abubakar, A., & Alhakimi, W. (2025). A comprehensive conceptual model of digital transformation in public services. *Future Business Journal*. <https://link.springer.com/article/10.1186/s43093-025-00621-8>

حسنين، أ. س. ط. و العازمي، ف. ز. ع. (2022). دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للمواطنين: دراسة تطبيقية. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية*, 13(3), 1059-1078.

عبد المنعم، م. أ. م. (2025). أثر التحول الرقمي على جودة الخدمة المصرفية: دراسة تطبيقية على عملاء 195-البنوك المصرية. *مجلة جامعة الإسكندرية للعلوم الإدارية*, 62(3), 155.

السعدي، ر. ع. ا. (2024). التحول الرقمي لتسويق العمليات المصرفية وأثره على جودة الخدمات المصرفية. *Journal of Accounting and Financial Studies*, 19.

Ighomereho, S. O., et al. (2022). From service quality to e-service quality. arXiv.

Wattoo, M. U., et al. (2025). Service quality and customer behavior in e-commerce. *SAGE Journals*.

Al-Mamary, Y. H., et al. (2025). Digital transformation model. Future Business Journal.

Amin, M., et al. (2025). Digital transformation and marketing performance. Discover Sustainability.

Zhou, L., et al. (2023). Digital transformation and service trade. Sustainability Journal.

Parasuraman, A., et al. (2005). E-S-QUAL model. Journal of Service Research.

Chaffey, D. (2019). Digital Business and E-Commerce. Pearson.

Laudon, K., & Traver, C. (2020). E-commerce. Pearson.

Egodawele, M., et al. (2022). Digital transformation literature review. arXiv.

Che, T., et al. (2023). Digital transformation and quality improvement. Technological Forecasting.