

أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحقيق رضا العملاء بالتطبيق على

البلديات في المملكة العربية السعودية

مشروع تخرج

إعداد

إشراف

1447هـ/2026م

المشروع الثاني

التكليف الأول

جدول المحتويات

الرقم	الموضوع
1.1	مقدمة البحث
1.2	مشكلة البحث
1.3	أهمية البحث
1.4	أسئلة البحث
1.5	أهداف البحث
1.6	فرضيات البحث
1.7	نموذج البحث
1.8	نطاق الدراسة
1.9	مخطط المشروع
2.1	الدراسات السابقة
2.2	التعليق على الدراسات السابقة
2.3	الفجوة البحثية
—	قائمة المراجع
—	الاستبيان
—	جدول أدوات البحث

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة البحث

يشهد العالم المعاصر تحولاً متسارعاً في استخدام التقنيات الذكية داخل المؤسسات الحكومية والخدمية، حيث أصبحت أدوات الذكاء الاصطناعي من أهم الوسائل التي تسهم في تحسين جودة الأداء، وتطوير آليات تقديم الخدمات، ورفع كفاءة الاستجابة لاحتياجات المستفيدين. ولم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد تقنية مساعدة، بل أصبح مدخلاً إدارياً وتطبيقياً يساعد المؤسسات على تحليل البيانات، دعم اتخاذ القرار، تقليل الأخطاء، وتقديم خدمات أكثر سرعة ودقة وملاءمة لتوقعات العملاء. وقد أكدت العديد من الدراسات أن دمج الذكاء الاصطناعي في المؤسسات يتطلب سياسات واضحة، وبنية تقنية مناسبة، وتدريباً مستمراً للعاملين لضمان فاعلية التطبيق وجودة المخرجات (بكر وطه، 2019؛ بوبحة، 2022).

وتُعد البلديات من أكثر القطاعات الحكومية ارتباطاً بحياة المواطنين والمقيمين، نظراً لما تقدمه من خدمات يومية تشمل إصدار التراخيص، معالجة البلاغات، إدارة النفايات، متابعة الخدمات الحضرية، وتحسين جودة البيئة العمرانية. ومن ثم فإن تطوير الخدمات البلدية باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي يمثل ضرورة إدارية وتقنية تساعد على تسهيل الإجراءات، وتسريع إنجاز المعاملات، وتحسين قنوات التواصل مع العملاء. كما أن تطبيق النظم الخبيرة وتقنيات التعلم

الآلي داخل البلديات يمكن أن يسهم في التنبؤ باحتياجات المستفيدين، وتحليل البلاغات، وتوجيه الموارد بطريقة أكثر كفاءة، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على جودة الخدمة ومستوى رضا العملاء (بوبحة، 2022؛ البسيوني وآخرون، 2022).

ويُعد رضا العملاء أحد المؤشرات الأساسية لقياس نجاح المؤسسات الخدمية، إذ يرتبط بمدى إدراك المستفيد لجودة الخدمة، وسرعة الاستجابة، وسهولة الحصول على الخدمة، ودرجة الثقة في المؤسسة المقدمة لها. وقد أوضحت الدراسات السابقة أن جودة الخدمة، وسهولة الإجراءات، والتفاعل الرقمي، والاعتمادية، وسرعة الاستجابة تعد من أبرز العوامل المؤثرة في رضا العملاء (الهواري، 2018؛ العوضي وحامد، 2023). كما بينت بعض الدراسات أن سهولة الاستخدام والأمان الرقمي في الخدمات الإلكترونية يؤديان دوراً مهماً في تعزيز رضا العملاء واستمرارهم في استخدام الخدمات الرقمية (أشكناني، 2017).

وفي السياق البلدي، تزداد أهمية دراسة العلاقة بين أدوات الذكاء الاصطناعي ورضا العملاء، خاصة في ظل التوسع في تطبيقات التحول الرقمي والخدمات الذكية. فقد أشارت دراسة البسيوني وآخرين (2022) إلى أن التفاعل الرقمي وسهولة الإجراءات من الأبعاد المهمة في رفع رضا المستهلكين في مراكز خدمة العملاء البلدية. كما أكدت دراسات أخرى في قطاعات

خدمية مختلفة أن دعم العملاء، جودة الخدمة، والموثوقية تمثل عوامل رئيسية في تكوين الرضا وتعزيز الولاء والثقة لدى المستخدمين.(Yassin et al., 2024; Ayouni, 2024)

وانطلاقاً من ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى بحث أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحقيق رضا العملاء بالتطبيق على البلديات في المملكة العربية السعودية، من خلال التركيز على ثلاثة أبعاد رئيسية هي: النظم الخبيرة، والتعلم الآلي، وسهولة الاستخدام. كما تهدف الدراسة إلى توضيح مدى تأثير هذه الأبعاد في تحسين جودة الخدمات البلدية، ورفع كفاءة الاستجابة، وتسهيل تجربة المستخدم، بما يساهم في تقديم تصور علمي وتطبيقي يساعد متخذي القرار في البلديات على تطوير الخدمات الذكية وتعزيز رضا العملاء.

1.2 مشكلة البحث

على الرغم من التوسع الواضح في تطبيق التحول الرقمي داخل القطاعات الحكومية في المملكة العربية السعودية، إلا أن مستوى رضا العملاء عن الخدمات البلدية لا يزال يرتبط بعدة تحديات، منها سرعة إنجاز المعاملات، وضوح الإجراءات، سهولة الوصول إلى الخدمة، جودة الاستجابة للبلاغات، ودقة المعلومات المقدمة للمستخدمين.

كما أن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي داخل البلديات قد يحقق فوائد كبيرة، مثل التنبؤ باحتياجات المواطنين، تحليل البلاغات، توجيه الموارد، تحسين قنوات التواصل، وتقليل

الأخطاء البشرية. إلا أن الأثر الفعلي لهذه الأدوات على رضا العملاء يحتاج إلى دراسة علمية منظمة، خاصة في البيئة البلدية السعودية.

وبناءً على ذلك، تتمثل مشكلة البحث في السؤال الرئيس الآتي:
ما أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحقيق رضا العملاء بالتطبيق على البلديات في المملكة العربية السعودية؟

1.3 أهمية البحث

أولاً: الأهمية العلمية

تتبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة من كونها تتناول موضوعاً حديثاً يجمع بين الذكاء الاصطناعي ورضا العملاء في القطاع البلدي، وهو مجال لا يزال بحاجة إلى مزيد من الدراسات التطبيقية، خاصة في المملكة العربية السعودية. كما تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات الإدارية المتعلقة بالتحول الرقمي وجودة الخدمات الحكومية.

ثانياً: الأهمية التطبيقية

تتمثل الأهمية التطبيقية للدراسة فيما يلي:

1. مساعدة البلديات على فهم أثر أدوات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للمواطنين والمقيمين.
2. توضيح دور النظم الخبيرة في دعم اتخاذ القرار وتسريع معالجة الطلبات والبلاغات.
3. بيان أثر التعلم الآلي في تحليل بيانات المستفيدين والتنبؤ باحتياجاتهم المستقبلية.
4. إبراز أهمية سهولة استخدام التطبيقات والمنصات الذكية في رفع مستوى رضا العملاء.
5. تقديم توصيات عملية تساعد متخذي القرار في البلديات على تطوير الخدمات الرقمية وتحسين تجربة المستفيدين.

1.4 أسئلة البحث

السؤال الرئيس: ما أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحقيق رضا العملاء بالتطبيق على البلديات في المملكة العربية السعودية؟

الأسئلة الفرعية

1. ما طبيعة العلاقة بين النظم الخبيرة ورضا العملاء في البلديات السعودية؟
2. ما أثر تقنيات التعلم الآلي على رضا العملاء في البلديات بالمملكة العربية السعودية؟
3. ما علاقة سهولة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بمستوى رضا العملاء؟

4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء موظفي البلديات وآراء المواطنين حول أثر

أدوات الذكاء الاصطناعي في تحقيق رضا العملاء؟

5. ما أبرز أدوات الذكاء الاصطناعي التي يمكن أن تسهم في تحسين الخدمات البلدية؟

1.5 أهداف البحث

تهدف الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف على أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحقيق رضا العملاء في

البلديات السعودية.

2. قياس العلاقة بين النظم الخبيرة ومستوى رضا العملاء.

3. تحليل أثر تقنيات التعلم الآلي في تحسين تجربة المستفيدين من الخدمات البلدية.

4. معرفة دور سهولة الاستخدام في زيادة قبول العملاء للخدمات البلدية الرقمية.

5. الكشف عن الفروق بين آراء الموظفين والمواطنين تجاه استخدام أدوات الذكاء

الاصطناعي في البلديات.

6. تقديم توصيات عملية لتطوير استخدام الذكاء الاصطناعي في البلديات بما يرفع جودة

الخدمة ورضا العملاء.

1.6 فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي ومستوى رضا العملاء في البلديات بالمملكة العربية السعودية.

الفرضيات الفرعية

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين النظم الخبيرة ورضا العملاء في البلديات السعودية.

2. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتقنيات التعلم الآلي على رضا العملاء في البلديات بالمملكة العربية السعودية.

3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سهولة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي ومستوى رضا العملاء.

4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء موظفي البلديات وآراء المواطنين حول أثر أدوات الذكاء الاصطناعي في تحقيق رضا العملاء.

1.7 نموذج البحث

يعتمد نموذج البحث على متغير مستقل يتمثل في أدوات الذكاء الاصطناعي، ومتغير تابع يتمثل في رضا العملاء.

المتغير المستقل: أدوات الذكاء الاصطناعي

ويتكون من الأبعاد الآتية:

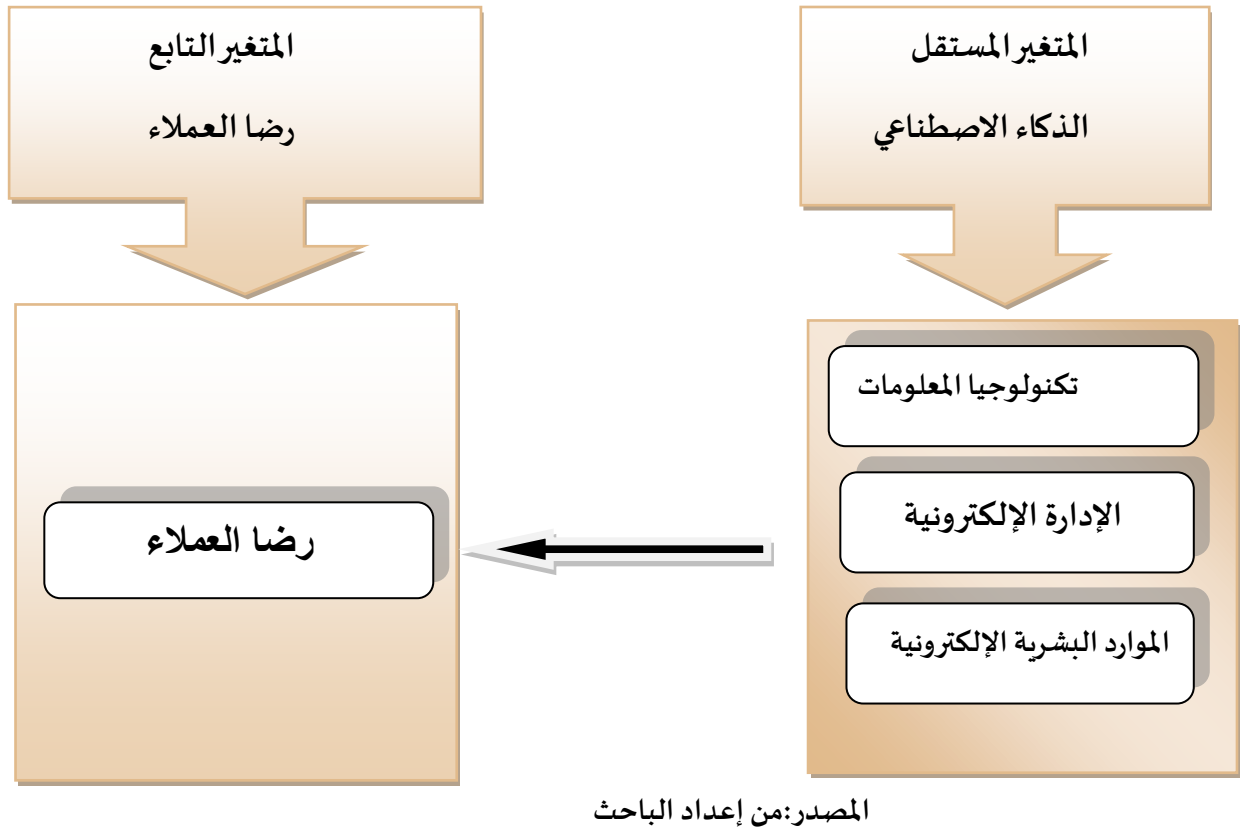
1. النظم الخبيرة.
2. التعلم الآلي.
3. سهولة الاستخدام.

المتغير التابع: رضا العملاء

ويُقاس من خلال الأبعاد الآتية:

1. جودة الخدمة.
2. سرعة الاستجابة.
3. سهولة إنجاز المعاملة.
4. الثقة في الخدمة.
5. الرضا العام عن الخدمات البلدية.

الشكل رقم (1) متغيرات الدراسة



1.8 نطاق الدراسة

النطاق الموضوعي

تقتصر الدراسة على بحث أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بأبعادها: النظم الخبيرة، التعلم الآلي، وسهولة الاستخدام، في تحقيق رضا العملاء داخل البلديات السعودية.

النطاق المكاني

تطبق الدراسة على قطاع البلديات في المملكة العربية السعودية.

النطاق البشري

تستهدف الدراسة فئتين رئيسيتين:

1. موظفي البلديات الذين يتعاملون مع الأنظمة والخدمات الرقمية.
2. العملاء أو المستفيدين من الخدمات البلدية، مثل المواطنين والمقيمين وأصحاب المنشآت.

النطاق الزمني

تُجرى الدراسة خلال العام الدراسي 1447هـ / 2026م.

1.9 مخطط المشروع

مخطط المشروع

يتكون هذا المشروع من خمسة فصول رئيسية مترابطة، صُممت بصورة منهجية بما يخدم موضوع الدراسة وأهدافها، ويساعد على الانتقال من الإطار العام والنظري إلى الجانب التطبيقي ثم عرض النتائج والتوصيات.

يتناول الفصل الأول: الإطار العام للدراسة عرض المدخل الأساسي لموضوع البحث، حيث يبدأ بالمقدمة التي توضح خلفية الدراسة وأهمية تناول أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحقيق رضا العملاء داخل البلديات في المملكة العربية السعودية. كما يتضمن هذا الفصل صياغة مشكلة الدراسة، وبيان أهميتها العلمية والتطبيقية، ثم عرض أسئلة الدراسة وأهدافها وفرضياتها. ويتناول كذلك نموذج البحث الذي يوضح العلاقة بين متغيرات الدراسة، إضافة إلى تحديد نطاق الدراسة من حيث الموضوع والمكان والفئة المستهدفة.

أما الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة فيركز على بناء الأساس العلمي للدراسة من خلال تناول مفهوم الذكاء الاصطناعي وأهم أدواته وتطبيقاته، مع توضيح مفهوم رضا العملاء والعوامل المؤثرة فيه. كما يعرض هذا الفصل الدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع البحث، ثم يقدم تعليقاً تحليلياً عليها من حيث أوجه الشبه والاختلاف، وصولاً إلى تحديد الفجوة البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها.

ويتناول الفصل الثالث: منهجية الدراسة والإجراءات المنهجية التي يعتمد عليها البحث، حيث يتم توضيح المنهج المستخدم في الدراسة، ومجتمع الدراسة، وعينتها، وأداة جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان. كما يتضمن هذا الفصل شرحاً لأساليب التحقق من صدق الأداة وثباتها، بالإضافة إلى الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة.

أما الفصل الرابع: تحليل البيانات واختبار الفرضيات فيخصص لعرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليل استجابات أفراد العينة. ويتضمن هذا الفصل وصفاً للبيانات، وتحليلاً لمحاور الاستبيان المرتبطة بأدوات الذكاء الاصطناعي ورضا العملاء، ثم اختبار الفرضيات الرئيسة والفرعية للدراسة، مع تفسير النتائج في ضوء أهداف البحث والدراسات السابقة.

ويختتم المشروع بـ **الفصل الخامس: النتائج والتوصيات**، حيث يتم عرض النتائج النهائية التي توصلت إليها الدراسة بصورة منظمة، وبيان مدى تحقق أهداف البحث والإجابة عن أسئلته. كما يقدم هذا الفصل مجموعة من التوصيات العملية التي يمكن أن تستفيد منها البلديات في المملكة العربية السعودية عند توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة الخدمات ورفع مستوى رضا العملاء. ويتضمن أيضاً مقترحات مستقبلية يمكن أن تكون أساساً لدراسات لاحقة في مجال الذكاء الاصطناعي والخدمات الحكومية الرقمية.

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1 الدراسات العربية

الدراسة الأولى: أحمد، أثير خلف (2025)

تناولت الدراسة موضوع الذكاء الاصطناعي من منظور مقاصدي في ضوء الشريعة الإسلامية، وهدفت إلى تحديد الضوابط الشرعية التي تحكم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي يجب أن يرتبط بضوابط تحفظ الخصوصية والعدالة والشفافية. وتفيد هذه الدراسة البحث الحالي من حيث التأكيد على أهمية الحوكمة والضوابط عند تطبيق أدوات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات العامة.

الدراسة الثانية: إسماعيل، هبة صبحي جلال(2023)

هدفت الدراسة إلى تحليل تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومخاطره في المجال التربوي، وأوضحت أن أدوات الذكاء الاصطناعي تسهم في تحسين التجربة التعليمية من خلال التوصية الشخصية والتغذية الراجعة السريعة. كما أشارت إلى ضرورة عدم الاعتماد الكامل على التقنية دون العنصر البشري. وتفيد الدراسة الحالية في توضيح أهمية التوازن بين التقنية والتفاعل الإنساني في تقديم الخدمات.

الدراسة الثالثة: بكر وطه(2019)

ركزت الدراسة على سياسات وبرامج الذكاء الاصطناعي في التعليم العالي من منظور دولي، وبينت أن إدماج الذكاء الاصطناعي في المؤسسات يتطلب خطاً واضحة، وتدريباً مستمراً

للعاملين، ومراكز جودة لمتابعة أداء الأنظمة. وتقيد هذه الدراسة البحث الحالي في جانب تأهيل موظفي البلديات وتطوير مهاراتهم التقنية.

الدراسة الرابعة: بوبحة، سعاد(2022)

تناولت الدراسة تطبيقات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها في قطاعات المال والأعمال، وأظهرت أن روبوتات الدردشة والتحليلات الذكية تسهم في تقليل التكاليف وتحسين سرعة خدمة العملاء. وترتبط هذه الدراسة بموضوع البحث الحالي من خلال بيان دور الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة الخدمات ورضا العملاء.

الدراسة الخامسة: البسيوني وآخرون(2022)

هدفت الدراسة إلى تطوير نموذج لقياس رضا المستهلك في مركز خدمة العملاء ببلدية العين. واعتمدت على استبانة تناولت جودة الخدمة والشفافية والتفاعل الرقمي. وتوصلت إلى أن سهولة الإجراءات والتفاعل الرقمي من أهم العوامل المؤثرة في رضا المستهلكين. وتُعد هذه الدراسة من أكثر الدراسات ارتباطاً بالبحث الحالي لأنها تناولت قطاعاً بلدياً وخدمات رقمية مرتبطة برضا العملاء.

الدراسة السادسة: أشكناني، صفية مختار محمد(2017)

تناولت الدراسة أثر التسويق المصرفي الإلكتروني على رضا العملاء في القطاع المصرفي الكويتي، وتوصلت إلى أن سهولة الاستخدام والأمان الرقمي من أبرز العوامل المؤثرة في رضا العملاء. وتفيد هذه الدراسة البحث الحالي في دعم بعد سهولة الاستخدام بوصفه أحد أبعاد أدوات الذكاء الاصطناعي.

الدراسة السابعة: العوضي وحامد (2023)

هدفت الدراسة إلى قياس تأثير جودة أداء الخدمات على رضا العملاء، وتوصلت إلى أن الاعتمادية والاستجابة من أكثر أبعاد جودة الخدمة تأثيراً على الرضا. وتفيد الدراسة الحالية في تحديد مؤشرات قياس رضا العملاء في البلديات.

2.2 الدراسات الأجنبية

الدراسة الثامنة (2025) Badawy :

تناولت الدراسة دور الذكاء الاصطناعي في دعم الاستثمار في الموارد البشرية وتعزيز الإبداع والابتكار في العالم العربي. وقد أوضحت النتائج أن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين كفاءة العمل وتطوير قدرات الموظفين. وتفيد هذه الدراسة في دعم أهمية تدريب موظفي البلديات على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.

الدراسة التاسعة (2024) Bousetouane :

ركزت الدراسة على استخدام الذكاء الاصطناعي في الترجمة العربية والتغلب على التعقيدات اللغوية، وأظهرت أن تقنيات معالجة اللغة الطبيعية تساعد في تحسين جودة المخرجات مع الحاجة إلى المراجعة البشرية. وتفيد هذه الدراسة البحث الحالي في جانب استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين التواصل الرقمي مع العملاء.

الدراسة العاشرة (2024) Yassin, Abd El Azim & Refaie :

تناولت الدراسة أثر رضا العملاء على قرارات الشراء في قطاع الاتصالات المصري. وتوصلت إلى أن جودة الخدمة، السعر، والدعم الفني تؤثر في ولاء العملاء واستمرارهم في التعامل مع المؤسسة. وتفيد الدراسة الحالية في ربط رضا العملاء بجودة الخدمة والدعم والاستجابة.

الدراسة الحادية عشرة (2024) Ayouni :

هدفت الدراسة إلى قياس أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك جزائري، وتوصلت إلى أن الموثوقية والضمان وسرعة الاستجابة من أهم العوامل المؤثرة في رضا العملاء. وتفيد هذه الدراسة في دعم مؤشرات قياس رضا العملاء في البحث الحالي.

2.3.التعليق على الدراسات السابقة

يتضح من عرض الدراسات السابقة أن هناك اهتمامًا متزايدًا بدراسة العلاقة بين التقنيات الرقمية والذكاء الاصطناعي من جهة، ورضا العملاء وجودة الخدمة من جهة أخرى. وقد اتفقت أغلب الدراسات على أن سهولة الاستخدام، سرعة الاستجابة، الاعتمادية، والتفاعل الرقمي من العوامل الأساسية المؤثرة في رضا العملاء.

كما أظهرت الدراسات أن استخدام الذكاء الاصطناعي قد يؤدي إلى تحسين كفاءة الخدمات، تقليل الوقت، دعم اتخاذ القرار، وتحسين تجربة المستفيدين. ومع ذلك، فإن معظم الدراسات ركزت على قطاعات مثل البنوك، التعليم، الاتصالات، أو المؤسسات التجارية، بينما لا تزال الدراسات التي تتناول أثر أدوات الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء في البلديات السعودية محدودة.

وبذلك تتمثل الفجوة البحثية في الحاجة إلى دراسة تطبيقية تقيس أثر أدوات الذكاء الاصطناعي، وخاصة النظم الخبيرة، التعلم الآلي، وسهولة الاستخدام، على رضا العملاء داخل قطاع البلديات بالمملكة العربية السعودية.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

1. أحمد، أثير خلف. (2025). الذكاء الاصطناعي: رؤية مقاصدية في ضوء الشريعة الإسلامية. مجلة كلية العلوم الإسلامية، 24(2)، 121-144.
2. إسماعيل، هبة صبحي جلال. (2023). الذكاء الاصطناعي: تطبيقاته ومخاطره التربوية: دراسة تحليلية. آفاق جديدة في تعليم الكبار، 33، 280-377.
3. بكر، عبدالجواد السيد، وطه، محمود إبراهيم عبدالعزيز. (2019). الذكاء الاصطناعي: سياساته وبرامجه وتطبيقاته في التعليم العالي: منظور دولي. مجلة التربية، 184(3)، 383-432.
4. بن عثمان، فريدة. (2020). الذكاء الاصطناعي: مقارنة قانونية. دفاتر السياسة والقانون، 12(2)، 156-168.
5. بوبحة، سعاد. (2022). الذكاء الاصطناعي: تطبيقات وانعكاسات. مجلة اقتصاديات المال والأعمال، 6(4)، 85-108.

6. أشكناني، صفية مختار محمد. (2017). أثر التسويق المصرفي الإلكتروني على

رضاء العملاء: دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي في الكويت. المجلة العلمية

للبحوث والدراسات التجارية، 31(3)، 301-334.

7. البسيوني، محمد يحيى، زبيدي، توفيق الأمين، ماضي، محمد الطاهر، وحسن، محمد

يوسف. (2022). تطوير نماذج رضاء المستهلك: تطبيق على مركز خدمة العملاء

ببلدية العين. المجلة العربية للعلوم الإدارية، 18(3)، 514-534.

8. العوضي، العوضي منصور أحمد، وحامد، محمد محمد عبدالفتاح. (2023). تأثير

جودة أداء الخدمات على رضا العملاء: دراسة ميدانية.

9. أحمد، هاني علي شارد. (2016). دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على درجة

رضاء العملاء بالتطبيق على قطاع البنوك المصرية. المجلة العلمية للدراسات التجارية

والبيئية، 7(2)، 241-285.

10. أحمد، هاني علي شارد. (2024). استكشاف دور الإدارة المستدامة لعلاقات

العملاء على رضا العملاء المستدام بمصرف الراجحي بالمملكة العربية السعودية.

المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 15(3)، 1507-1549.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

1. Badawy, W. (2025). Artificial Intelligence: A Catalyst for Investing in Human Resources and Driving Creativity and Innovation in the Arab World.
2. Bousetouane, F. (2024). Artificial Intelligence and Arabic Translation: Overcoming Linguistic Complexities.
3. Yassin, M., Abd El Azim, M. T., & Refaie, N. (2024). The Impact of Customer Satisfaction on Customer Purchase Decisions in the Egyptian Telecommunications Industry.
4. Ayouni, D. (2024). The Impact of Banking Quality on Customer Satisfaction: Case Study of Popular Credit of Algeria Bank Maghnia Agency.

استبيان الدراسة

السادة/ المشاركون الكرام،

تحية طيبة وبعد،،،

يقوم الباحث بإجراء دراسة علمية بعنوان " أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحقيق رضا العملاء بالتطبيق على البلديات في المملكة العربية السعودية"، وذلك بهدف التعرف على مدى مساهمة أدوات الذكاء الاصطناعي، مثل النظم الخبيرة، وتقنيات التعلم الآلي، وسهولة استخدام الخدمات الذكية، في تحسين جودة الخدمات البلدية ورفع مستوى رضا العملاء والمستفيدين.

ونظرًا لأهمية آرائكم وخبراتكم في دعم أهداف هذه الدراسة، يرجى التكرم بالإجابة عن فقرات الاستبيان بدقة وموضوعية، حيث إن إجاباتكم ستسهم في الوصول إلى نتائج علمية يمكن أن تساعد في تطوير الخدمات البلدية وتحسين تجربة المستفيدين منها.

ونؤكد لكم أن جميع البيانات والمعلومات التي سيتم الحصول عليها ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط، كما أن المشاركة في هذا الاستبيان تهدف إلى دعم الدراسة ولا يترتب عليها أي التزام شخصي.

يرجى قراءة العبارات الآتية بعناية، ثم اختيار الدرجة التي تعبر عن رأيكم وفق مقياس ليكرت الخماسي الآتي:

الدرجة	مستوى الموافقة
1	غير موافق بشدة

2	غير موافق
3	محايد
4	موافق
5	موافق بشدة

شاكرين لكم حسن تعاونكم ومساهمتم في إنجاح هذه الدراسة.

القسم الأول: البيانات الديموغرافية

1. النوع الاجتماعي:

ذكر / أنثى

2. العمر:

أقل من 25 سنة / من 25 إلى أقل من 35 / من 35 إلى أقل من 45 / 45 سنة

فأكثر

3. المؤهل العلمي:

ثانوي فأقل / دبلوم / بكالوريوس / دراسات عليا

4. صفة المشارك:

موظف في البلدية / مستفيد من خدمات البلدية

5. عدد مرات استخدام الخدمات البلدية الرقمية:

مرة واحدة / من 2 إلى 5 مرات / أكثر من 5 مرات

القسم الثاني: محاور الاستبيان

المحور الأول: النظم الخبيرة

م	العبرة	1	2	3	4	5
1	تساعد النظم الخبيرة في تسريع إنجاز المعاملات البلدية.					
2	تسهم النظم الخبيرة في تقديم حلول دقيقة لمشكلات العملاء.					
3	تساعد النظم الخبيرة موظفي البلديات في اتخاذ قرارات أفضل.					
4	تقلل النظم الخبيرة من الأخطاء في تقديم الخدمات البلدية.					

5	تعزز النظم الخبيرة جودة الخدمات المقدمة للمستخدمين.					
---	---	--	--	--	--	--

المحور الثاني: التعلم الآلي

م	العبارة	1	2	3	4	5
6	تساعد تقنيات التعلم الآلي في تحليل احتياجات العملاء.					
7	تسهم تقنيات التعلم الآلي في التنبؤ بالمشكلات البلدية قبل حدوثها.					
8	تساعد تقنيات التعلم الآلي في تحسين سرعة الاستجابة للبلديات.					
9	تساهم تقنيات التعلم الآلي في تخصيص الخدمات وفق احتياجات المستخدمين.					
10	تدعم تقنيات التعلم الآلي كفاءة الأداء البلدي.					

المحور الثالث: سهولة الاستخدام

م	العبارة	1	2	3	4	5
11	تتميز التطبيقات البلدية الذكية بسهولة الاستخدام.					
12	يستطيع المستفيد الوصول إلى الخدمة البلدية الرقمية بسهولة.					
13	واجهات الخدمات البلدية الرقمية واضحة ومفهومة.					
14	لا يحتاج المستخدم إلى وقت طويل لفهم طريقة استخدام الخدمة.					
15	سهولة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي تزيد من رضا المستفيدين.					

المحور الرابع: رضا العملاء

م	العبارة	1	2	3	4	5
16	أشعر بالرضا عن جودة الخدمات البلدية الرقمية.					
17	تتم معالجة الطلبات والبلاغات بسرعة مناسبة.					
18	الخدمات البلدية الرقمية توفر الوقت والجهد.					
19	أثق في دقة المعلومات المقدمة عبر الخدمات البلدية الرقمية.					
20	استخدام الذكاء الاصطناعي يحسن تجربتي مع الخدمات البلدية.					
21	أرغب في الاستمرار باستخدام الخدمات البلدية الرقمية مستقبلاً.					

جدول أدوات البحث

المتغير	نوع المتغير	الأبعاد	عدد العبار ات	أداة القياس	أسلوب القياس
أدوات الذكاء الاصطناعي	مستقل	النظم الخبيرة	5	استبيان	مقياس ليكرت الخماسي
أدوات الذكاء الاصطناعي	مستقل	التعلم الآلي	5	استبيان	مقياس ليكرت الخماسي
أدوات الذكاء الاصطناعي	مستقل	سهولة الاستخدام	5	استبيان	مقياس ليكرت الخماسي
رضا	تابع	جودة الخدمة، سرعة	6	استبيان	مقياس

العملاء		الاستجابة، الثقة، الرضا العام	ن	ليكرت الخماسي
البيانات الديموغرافية	وصفية	النوع، العمر، المؤهل، صفة المشارك، عدد مرات الاستخدام	5 استبيان ن	اختيارات متعددة

خاتمة التكليف

تناول هذا التكليف الإطار العام للدراسة الخاصة بأثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحقيق رضا العملاء بالتطبيق على البلديات في المملكة العربية السعودية. وقد تم عرض مقدمة البحث، ومشكلته، وأهميته، وأسئلته، وأهدافه، وفرضياته، ونموذجه، ونطاقه، إلى جانب مخطط المشروع، والدراسات السابقة، وقائمة المراجع، والاستبيان، وجدول أدوات البحث. ويمثل هذا التكليف أساسًا علميًا ومنهجيًا يمكن البناء عليه في التكاليفات اللاحقة لاستكمال الدراسة الميدانية وتحليل النتائج.