

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع جودة التجربة الرقمية

أسم الطالب
علاء صالح رجب

مشروع تخرج- 1
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....	3
1.1. المقدمة:.....	4
2.1. مشكلة الدراسة.....	5
1.2.1. فجوات على المستوى النظري.....	5
2.2.1. فجوات على المستوى التطبيقي.....	5
3.1. أهمية الدراسة.....	6
1.3.1. على المستوى النظري:.....	6
2.3.1. على المستوى التطبيقي:.....	6
4.1. أسئلة الدراسة.....	6
5.1. أهداف الدراسة.....	7
6.1. فرضيات الدراسة.....	7
7.1. نموذج الدراسة.....	8
8.1. منهجية الدراسة.....	8
9.1. الدراسة الميدانية.....	9
10.1. مخطط المشروع المقترح.....	9
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....	11
1.2. المقدمة:.....	12
2.2. المتغير المستقل.....	12
3.2. المتغير التابع.....	13
4.2. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....	13
5.2. الخاتمة.....	14
قائمة المراجع.....	14

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

جودة التجربة الرقمية تعني مدى سهولة وفعالية ورضا المستخدم عند تعامله مع موقع إلكتروني أو نظام داخلي وأيضاً في أي منصفه رقمية وهي بناء متعدد الأبعاد يجمع جوانب الأداء الوظيفي، المتعة، والمعنى الشخصي للمستخدم. تؤثر مباشرة على رضا المستخدمين ونتائج الأعمال، وتتطلب قياساً يجمع مؤشرات موضوعية وتقييمات المستخدمين.

و تؤثر جودة التجربة الرقمية على سلوك المستخدم ونتائج المنظمة عبر زيادة الرضا، الولاء، والأداء السوقي ودراسات واسعة تشير إلى أن أبعاد تجربة العميل الرقمية مرتبطة بأداء السوق والنتائج المالية للشركات. الأبحاث التي درست أبعاد تجربة العميل الرقمية وجدت علاقة سببية بين مؤشرات تجربة العميل الرقمية وأداء الأعمال في سياقات مؤسسية وتجارية

وفي التجارة الإلكترونية، ثبت أن تحسين عناصر التجربة مثل سهولة الاستخدام والتنفيذ والدعم الأمني يرفعان رضا العملاء ونوايا الولاء كما أن ضعف جودة المنصات الرقمية في سياقات محددة مثل الخدمات الصحية يؤثر سلباً على رضا المستخدمين وانتظامهم في استخدام الخدمات

حيث تطلب قياس جودة التجربة الرقمية مزيجاً من الأدوات النوعية والكمية وإطارات مفاهيمية متكاملة لالتقاط الأبعاد المتعددة تم اقتراح وقياس مؤشرات جديدة مثل مقياس الانغماس في الحياة الرقمية ومقياس جودة التجربة الرقمية لالتقاط جوانب متعددة من التجربة الذاتية للمستخدمين

كما توجد طرق عملية لمراقبة تجربة المستخدم في أنظمة مدعومة بالذكاء الاصطناعي تركز على رصد الحوادث وعمليات المنتج لتحسين قابلية الملاحظة والتشخيص

وهناك أيضاً توجد طرق مقترحة لقياس تجربة المستخدم تشجع على تحديد أهداف قابلة للقياس وتقسيم التجربة إلى مكونات عملية وقيمة لتوجيه التصميم والاختبار

وفي التطبيق العملي، توصي الأدبيات بدمج قياسات الأداء الموضوعي مع استبيانات وتقارير المستخدم لالتقاط البُعدان التقني والتجريبي لقياس الجودة

1.2. الدراسة مشكلة

تتمثل مشكلة الدراسة في التحدي الذي تواجهه المنظمات في تقديم تجربة رقمية متكاملة تتجاوز مجرد الأداء التقني لتشمل الأبعاد الذاتية والشخصية للمستخدم. فرغم أهمية جودة التجربة الرقمية في تعزيز الولاء والأداء السوقي ، إلا أن هناك فجوة في كيفية قياس هذه التجربة بشكل يجمع بين المؤشرات الموضوعية والتقييمات البشرية ، مما قد يؤدي إلى ضعف رضا المستخدمين خاصة في قطاعات حيوية مثل الخدمات الصحية والتجارة الإلكترونية

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

تعدد الأبعاد المفاهيمية : وجود حاجة لتأصيل نظري يجمع بين جوانب الأداء الوظيفي، المتعة، والمعنى الشخصي للمستخدم كبناء واحد متكامل
قصور الأطارات التكاملية : الحاجة إلى إطارات مفاهيمية أكثر شمولاً قادرة على إلتقاط الأبعاد المتعددة للتجربة الذاتية للمستخدم بدلاً من التركيز على جانب واحد
تطوير أدوات القياس الحديثة : وجود فجوة في الأدبيات المتعلقة بمقاييس حديثة مثل "مقياس الانغماس في الحياة الرقمية" وربطها بالنتائج المؤسسية بشكل نظري دقيق
تداخل الأبعاد التقنية والتجريبية : الحاجة إلى دراسات تنظر في كيفية دمج قياسات الأداء الموضوعي مع التقارير الذاتية للمستخدمين لتوجيه عمليات التصميم والاختبار بشكل علمي

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

ضعف التكامل في أدوات القياس : هناك فجوة عملية في دمج قياسات الأداء التقني الموضوعية مع التقارير الاستيعابية للمستخدمين لالتقاط البعدين التجريبي والتقني معاً
تأثير الجودة على الاستمرارية : يؤدي ضعف جودة المنصات الرقمية في سياقات معينة، كالخدمات الصحية، إلى نتائج سلبية تطبيقية تؤثر على انتظام المستخدمين في استخدام تلك الخدمات
قصور المراقبة والتشخيص : تفتقر بعض الأنظمة المدعومة بالذكاء الاصطناعي إلى طرق عملية فعالة لمراقبة تجربة المستخدم ورصد الحوادث لتحسين قابلية التشخيص.
محدودية استخدام المقاييس الحديثة : بالرغم من وجود مقاييس مقترحة مثل "مقياس الانغماس في الحياة الرقمية"، إلا أن تطبيقها العملي لالتقاط الجوانب المتعددة للتجربة الذاتية لا يزال محدوداً

السؤال الرئيسي ما هو أثر جودة التجربة الرقمية بأبعادها المتعددة على رضا المستخدمين ونواتج أداء المنظمة؟

1.3. أهمية الدراسة

تكمن أهمية دراسة جودة التجربة الرقمية في رضا العملاء وتعزيز الميزة التنافسية وزيادة المبيعات والإيرادات لدى المنظمة وأيضاً في بناء الثقة والسمعة للقطاعات المالية والخدماتية

1.3.1. على المستوى النظري:

إضافة معرفة علمية حول مفهوم جودة تجربه الرقمية وتوضيح العلاقة بين التجربة الرقمية والأداء المالي

دمج مفاهيم التحول الرقمي ضمن نظريات الميزة التنافسية كما تسهم في تطوير إطار نظري متكامل يجمع بين مفاهيم التحول الرقمي ونظريات الإدارة الإستراتيجية مما يعزز فهم دور الموارد الرقمية الغير ملموسة في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة .

2.3.1. على المستوى التطبيقي:

تحسين القرارات الإدارية لدى المؤسسات بحيث تحدد نقاط القوة والضعف في المنصات الرقمية وتوجيه الإستثمارات التقنية بشكل أكثر كفاءة وتقليل القرارات العشوائية في مشاريع التحول الرقمي وبذلك تساعد في رفع أداء وكفاءة تخصيص الموارد.

تدعم الأداء المالي للمؤسسات وتحسين الإيرادات وتعزيز الربحية وتقليل فقدان العملاء.

وأيضاً تحسين تجربة العميل ورفع الولاء من حيث سرعة الخدمة ومستوى الأمان وسهولة الإستخدام مما يساعد في تقليل الشكاوى وتحسين السمعة السوقية.

1.4. أسئلة الدراسة

- ما هو مستوى جودة التجربة الرقمية المقدمة حالياً في القطاعات الحيوية (مثل الخدمات الصحية أو التجارة الإلكترونية) من وجهة نظر المستخدمين؟
- كيف تساهم الأبعاد الذاتية والشخصية للمستخدم (مثل الانغماس الرقمي والمتعة) في تشكيل التقييم العام لجودة التجربة الرقمية؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة التجربة الرقمية وبين تعزيز ولاء العملاء والأداء السوقي للمنظمة؟

- ما مدى فاعلية دمج المؤشرات التقنية الموضوعية مع التقييمات البشرية الذاتية في قياس الجودة الكلية للتجربة الرقمية؟
- كيف يؤثر ضعف جودة المنصات الرقمية على استمرارية وانتظام المستخدمين في استخدام الخدمات الرقمية؟

1.5. أهداف الدراسة

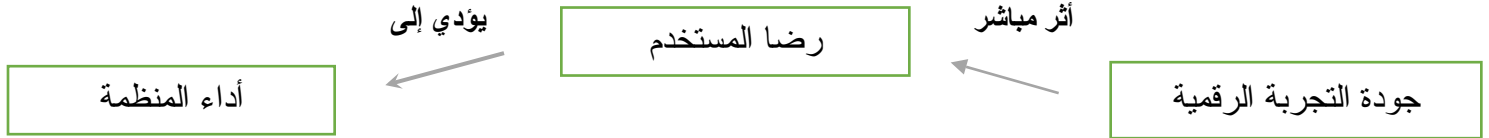
- تحليل وقياس أثر جودة التجربة الرقمية بأبعادها المختلفة على مستوى رضا المستخدمين وانعكاس ذلك على الأداء العام للمنظمة
- بناء إطار نظري متكامل يجمع بين الأداء التقني الوظيفي، والأبعاد النفسية كالمتعة والمعنى الشخصي للمستخدم
- التعرف على مستوى جودة الخدمات الرقمية المقدمة في القطاعات محل الدراسة (مثل الصحة أو التجارة الإلكترونية) من منظور المستخدم النهائي.
- استكشاف كيفية دمج المعايير التقنية الموضوعية مع التقارير الذاتية للمستخدمين للوصول إلى أداة قياس شاملة.
- قياس العوائد المؤسسية وتحديد العلاقة بين تحسين تجربة العميل الرقمية وبين النتائج المالية والسوقية مثل زيادة الولاء وحصة السوق.
- دعم اتخاذ القرار وتقديم توصيات عملية للمديرين تساعد في توجيه الاستثمارات التقنية نحو المجالات التي تحقق أعلى درجات الرضا والولاء

6.1. فرضيات الدراسة

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة التجربة الرقمية بأبعادها المتعددة وبين رضا المستخدمين والأداء العام للمنظمة.
- هناك تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لأبعاد الأداء الوظيفي (سهولة الاستخدام والفعالية) على رضا المستخدمين في المنصات الرقمية.
- تؤثر الأبعاد الذاتية (المتعة والمعنى الشخصي) إيجاباً وبشكل معنوي على ولاء المستخدمين واستمراريتهم في استخدام الخدمة.
- توجد علاقة طردية بين مستوى جودة التجربة الرقمية وبين المؤشرات المالية والسوقية للمنظمة (مثل زيادة الإيرادات والحصة السوقية).
- يؤدي دمج قياسات الأداء التقني مع التقييمات البشرية إلى دقة أعلى في التنبؤ بسلوك المستخدم مقارنة بالاعتماد على جانب واحد فقط

- يختلف أثر جودة التجربة الرقمية على رضا المستخدمين باختلاف طبيعة القطاع (مثل الفروقات بين الخدمات الصحية والتجارة الإلكترونية).

7.1. نموذج الدراسة



1.8. منهجية الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وهو المنهج الأنسب لوصف ظاهرة جودة التجربة الرقمية وتحليل علاقتها برضا المستخدمين وأداء المنظمة.

نوع الدراسة : دراسة كمية تعتمد على جمع البيانات وتحليلها إحصائياً لاختبار الفرضيات المطروحة.

مجتمع وعينة الدراسة : يتمثل المجتمع في مستخدمي المنصات الرقمية في قطاعات حيوية مثل الخدمات الصحية والتجارة الإلكترونية. وسيتم اختيار عينة ميسرة من هؤلاء المستخدمين لجمع آرائهم حول جودة تجربتهم الرقمية.

أداة الدراسة : سيتم تطوير استبيان إلكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات، مصمم ليشمل أبعاد الجودة الثلاثة: (الأداء الوظيفي، المتعة، والمعنى الشخصي).

طرق قياس المتغيرات:

المتغير المستقل (جودة التجربة الرقمية): يقاس عبر دمج مؤشرات الأداء الموضوعية مع تقارير المستخدمين الذاتية لضمان النقاط البعدين التقني والتجريبي.

المتغير التابع (رضا المستخدم وأداء المنظمة): يقاس من خلال تقييمات الولاء، نية الاستمرار في الاستخدام، وتصورات المستخدمين حول الأداء السوقي والسمعة.

الميدانية الدراسة 1.9.

الأداء بين الفجوة فيها تظهر حيث ،حيوية رقمية خدمية قطاعات على الدراسة طُبقت أن قُترح واضح بشكل للمستخدم الذاتية والتجربة التقني

(:الدراسة مجالات المقترح التطبيق مكان :أولا

انتظام على سلبا يؤثر الصحية المنصات جودة ضعف لأن نَظرا :الرقمية الصحية الخدمات قطاع .مورضاهم المستخدمين

- قطاع التجارة الإلكترونية :حيث ثبت أن تحسين عناصر التجربة مثل سهولة الاستخدام والدعم الأمني يرفع ولاء العملاء.
- المنصات التعليمية الرقمية : (مثل تجربة الطلاب في الجامعات الذكية) لقياس أثر الانغماس الرقمي على الأداء.

ثانياً : الدراسة الميدانية المقترحة:

- وحدة التحليل :مستخدمو التطبيقات والمواقع الإلكترونية التابعة للقطاعات المذكورة أعلاه.
- منهجية جمع البيانات :دمج قياسات الأداء الموضوعي (مثل سرعة الاستجابة والأمان) مع التقارير الذاتية للمستخدمين (عبر الاستبيانات) لمقارنة البعدين التقني والتجريبي معاً.
- أداة القياس :استخدام مقاييس حديثة مثل "مقياس الانغماس في الحياة الرقمية" و"مقياس جودة التجربة الرقمية" لقياس الجوانب المتعددة للتجربة الذاتية.
- الهدف الميداني :رصد الحوادث وتحسين قابلية التشخيص في الأنظمة المدعومة بالذكاء الاصطناعي لرفع كفاءة التجربة الرقمية.

1.10. مخطط المشروع المقترح

المرحلة الأولى: الإطار العام للدراسة

- تحديد مشكلة الدراسة (الفجوات النظرية والتطبيقية).
- صياغة أسئلة وأهداف وفرضيات الدراسة.
- بناء نموذج الدراسة المبدئي (المتغير المستقل والتابع).
- المرحلة الثانية: التأصيل النظري (الدراسات السابقة)
- مراجعة الأدبيات حول أبعاد جودة التجربة الرقمية (الوظيفية، المتعة، والمعنى الشخصي).
- تحليل العلاقة بين جودة التجربة والأداء المالي والميزة التنافسية.

المرحلة الثالثة: التصميم والمنهجية

- تحديد مجتمع وعينة الدراسة (الخدمات الصحية أو التجارة الإلكترونية).
- تطوير أداة الدراسة (الاستبيان) لدمج الأداء الموضوعي مع التقييمات الذاتية.
- المرحلة الرابعة: الدراسة الميدانية والتحليل
- تجميع البيانات الميدانية من المستخدمين.
- استخدام الأساليب الإحصائية لاختبار الفرضيات وقياس أثر الجودة على الرضا والولاء.

المرحلة الخامسة: النتائج والتوصيات

- استخلاص النتائج حول كيفية تحسين القرارات الإدارية وتوجيه الاستثمارات التقنية.
- تقديم مقترحات عملية لرفع كفاءة تخصيص الموارد في مشاريع التحول الرقمي.

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

1.2. المقدمة:

يهدف هذا الفصل إلى استعراض وتحليل الأدبيات والدراسات السابقة التي تناولت مفهوم جودة التجربة الرقمية وأثرها على مخرجات المنظمة. يتم تقسيم هذا الفصل إلى محاور رئيسية تشمل المتغير المستقل (جودة التجربة الرقمية)، والمتغير التابع (رضا المستخدم وأداء المنظمة)، مع إبراز العلاقة الارتباطية والسببية بينهما.

2.2. المتغير المستقل : جودة التجربة الرقمية

تُعرف جودة التجربة الرقمية بأنها بناء متعدد الأبعاد يجمع بين سهولة الاستخدام والرضا والفعالية عند التفاعل مع المنصات الرقمية.

- **أبعاد التجربة:** تشير الدراسات إلى أن التجربة تتجاوز الأداء الوظيفي لتشمل "المتعة" و"المعنى الشخصي" للمستخدم.
- **تطور المقاييس:** اقترحت الأدبيات الحديثة مقاييس مثل "مقياس الانغماس في الحياة الرقمية" لالتقاط الجوانب الذاتية للتجربة التي لا يمكن رصدها بالمؤشرات التقنية وحدها.
- **التصميم المرتكز على المستخدم:** أكد (Hassenzahl, 2021) على أن تصميم التجربة يجب أن يوازن بين المكونات العملية (Pragmatic) والقيمية (Hedonic) لتوجيه عمليات الاختبار بشكل علمي.

2.3. المنظمة وأداء المستخدم رضا: التابع المتغير

رضا المستخدم: أثبتت الدراسات في مجال التجارة الإلكترونية أن تحسين عناصر التجربة مثل سهولة التنفيذ والدعم الأمني يرفع بشكل مباشر من رضا العملاء ونوايا الولاء.

الأداء التنظيمي: تشير تقارير (McKinsey, 2023) إلى وجود علاقة سببية بين مؤشرات تجربة العميل الرقمية والنتائج المالية وأداء السوق للشركات.

الإستمرارية في الاستخدام: في سياقات معينة مثل الخدمات الصحية، أثبتت البحوث أن ضعف جودة المنصات يؤدي إلى تراجع انتظام المستخدمين، مما يؤثر سلباً على كفاءة الخدمة

4.2. العلاقة بين جودة التجربة الرقمية والأداء المؤسسي

تربط الأدبيات بين جودة التجربة الرقمية وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة من خلال مايلي:

- تحسين القرارات الإدارية وتوجيه الاستثمارات التقنية بشكل أكثر كفاءة.
- بناء الثقة والسمعة السوقية، خاصة في القطاعات المالية والخدمات التي تعتمد كلياً على القنوات الرقمية.
- دمج مفاهيم التحول الرقمي ضمن نظريات الإدارة الإستراتيجية لفهم دور الموارد الرقمية غير الملموسة في تعزيز الربحية.

5.2. الخاتمة

من خلال إستعراض الدراسات السابقة، يتضح وجود فجوة في كيفية دمج "المؤشرات التقنية الموضوعية" مع "التقييمات البشرية الذاتية" في إطار قياس واحد متكامل كما تفتقر بعض الأنظمة خاصة تلك المدعومة بالذكاء الاصطناعي إلى طرق عملية لمراقبة التجربة وتشخيص الحوادث من منظور المستخدم وتأتي هذه الدراسة لتساهم في سد هذه الفجوة من خلال تقديم إطار يجمع بين هذه الأبعاد.

قائمة المراجع

- Hassenzahl, M. (2021). User experience and experience design. Interaction Design Foundation.
- McKinsey & Company. (2023). The state of digital customer experience. McKinsey Digital.
- Nielsen Norman Group. (2024). User experience research reports. <https://www.nngroup.com>
- محمد القحطاني. (2022). أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا العملاء في القطاع الصحي بالمملكة العربية السعودية. المجلة العربية للإدارة.
- نورة الشريف. (2023). دور تجربة المستخدم (UX) في تعزيز الميزة التنافسية للمنصات الحكومية الرقمية. مجلة الدراسات التجارية المعاصرة.
- حسن عبيد. (2021). التحول الرقمي وأثره على الأداء المالي للمصارف العربية: دراسة تطبيقية. المجلة الدولية للاقتصاد والأعمال.

الملاحق:

يهدف هذا الملحق إلى عرض أداة الدراسة الميدانية (الاستبيان) المستخدمة في جمع البيانات الأولية وتم تصميم الاستبيان بناءً على المتغيرات المعتمدة في نموذج البحث والأدبيات السابقة لضمان قياس أثر جودة التجربة الرقمية على رضا المستخدم وأداء المنظمة.

إستبيان جودة التجربة الرقمية وأثرها على رضا المستخدم وأداء المنظمة

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfOnS1Dq54QheEZWeRIZeRuZjissGCf1SsIS9AIPTSa9--CCQ/viewform?usp=header>

نوع المتغير	اسم المتغير	الأبعاد المقاسة	رموز العبارات في الاستبيان	الهدف من القياس	المرجع العلمي المقترح
متغير مستقل	جودة التجربة الرقمية (Digital Experience Quality(	1. البعد الوظيفي والتقني: (سهولة الاستخدام، السرعة، والفعالية، الأمان)	Q1, Q2, Q3	قياس الكفاءة التشغيلية والتقنية للمنصة الرقمية ومدى ملاءمتها للاستخدام.	Hassenzahl, 2021()Nielsen Norman, 2024(
		2. البعد الذاتي والتجريبي: (المتعة، الانغماس الرقمي، المعنى الشخصي)	Q4, Q5, Q6	قياس المشاعر الذاتية والقيمة الشخصية التي يختبرها المستخدم أثناء التفاعل.	Hassenzahl, 2021(

نوع المتغير	اسم المتغير	الأبعاد المقاسة	رموز العبارات في الاستبيان	الهدف من القياس	المرجع العلمي المقترح
متغير وسيط	رضا المستخدم والولاء (User Satisfaction & Loyalty)	الرضا العام، نية الاستمرار في الاستخدام، التوصية بالمنصة (الولاء)	Q7, Q8, Q9	قياس المخرجات السلوكية المباشرة للمستخدم الناتجة عن جودة التجربة الرقمية.	McKinsey & Company, 2023)
متغير تابع	أداء المنظمة) Organizational Performance(	السمعة السوقية، الميزة التنافسية، المحافظة على العملاء (تقليل الفقد)	Q10, Q11, Q12	قياس العوائد الاستراتيجية والمؤسسية التي تحققها المنظمة نتيجة تميز تجربتها الرقمية.	McKinsey & Company, 2023)