

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص إدارة المشاريع



تطبيق منهجيات المشاريع الرشيقة في مشاريع تحسين تجربة العميل في مجال بيع التجزئة للأجهزة
الذكية في الرياض

إعداد الطالبة/ عهد عبدالله حسن الحمدان

إشراف/

د. الفيصل عبد الحميد

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2025

مقدمة:

شهد قطاع البيع بالتجزئة خلال السنوات الماضية تطورًا كبيرًا بفعل التحول الرقمي وتغير سلوك المستهلك وارتفاع توقعاته، الأمر الذي فرض على المنظمات والشركات خاصة في قطاع البيع بالتجزئة إعادة التفكير في أساليب جديدة لإدارة المشاريع المرتبطة بتجربة العميل.

بالإضافة انه في وقتنا الحالي وفي ظل التسارع التقني والرقمي، وبحث الاشخاص على أسهل الطرق في التسوق وأفضل تجربة تسوق سواء عن الطريق الانترنت أو مراكز البيع، فقد اصبحت تجربة العميل جزء لا يتجزأ من عملية البيع، وهي تعتبر عامل حاسم في تحقيق الميزة التنافسية في الاسواق، وبما أن مشاريع تحسين تجربة العميل تنسم بالتعقيد وسرعة التغير فان المنظمات حرصت على ان تواكب هذا التغير للتغلب على الصعوبات الناتجة عن التأخير وسرعة الاستجابة للمتغيرات،

فقد بدأت الشركات بتنفيذ منهجية المشاريع الرشيفة والمرنة لمواكبة التغيرات السريعة بكفاءة وجودة لرفع مستوى تجربة العميل والحصول على ارباح تحقق اهداف الشركة، وضمان الحصول على ولاء العملاء وتوسيع دائرة عملائها.

فعلى الرغم من تزايد الاهتمام العالمي بهذا التوجه، إلا أن الدراسات التطبيقية التي تتناول فاعلية منهجيات المشاريع الرشيفة في تحسين تجربة العميل خارج السياقات التقنية لا تزال محدودة، خاصة في بيئات العمل في الشرق الأوسط وقطاع التجزئة. من هنا تنبع أهمية هذه الدراسة التي تسعى إلى استكشاف وتحليل مدى فاعلية تطبيق منهجيات المشاريع الرشيفة في مشاريع تحسين تجربة العميل، مع التركيز على شركة مختصة في بيع الأجهزة الذكية بالتجزئة في المملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة:

انطلاقاً من التحديات المستمرة التي تواجه شركات البيع بالتجزئة للأجهزة الذكية في العالم وتحديداً في المملكة العربية السعودية في تلبية احتياجات وتوقعات العملاء المتغيرة بشكل سريع، مما يتطلب آليات إدارة مشاريع أكثر مرونة وتكيف مع التغيرات في سوق العمل وحاجة العملاء، ومع أن منهجية إدارة المشاريع الرشيقة أثبتت فعاليتها في المشاريع البرمجية، إلا أن تطبيقها في مشاريع تحسين تجربة العميل داخل قطاع البيع بالتجزئة مزال محدوداً و غير موثق بشكل كافٍ.

ومن هنا جاءت فكرة الدراسة البحثية لمعرفة الى اي مدى يمكن ان تسهم تطبيق منهجية المشاريع الرشيقة في تحسين كفاءة تنفيذ مشاريع تجربة العميل ورفع مستوى رضا العملاء وبالتالي رفع مستوى ربح الشركة.

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية النظرية:

1. اثراء الأدبيات العلمية حلو استخدام منهجية المشاريع الرشيقة في سياقات مختلفة غير السياق البرمجي
2. دعم البحث الأكاديمي في مجال الربط بين ادارة المشاريع و تجربة العميل.
3. سيفتح مجال لعمل دراسات مستقبلية تفيد قطاعات البيع بالتجزئة لتحسين تجربة العميل و زيادة الارباح.

ثانياً: الأهمية العملية:

1. سيساعد هذا البحث في معرفة كيف يتم زيادة الارباح من خلال منهجية المشاريع الرشيقة في تحسين تجربة العميل.
2. سيتيح امكانية المقارنة بين تطبيق منهجية المشاريع الرشيقة والمشاريع التقليدية في تحسين تجربة العميل في مجال البيع بالتجزئة الاجهزة الذكية.
3. سيساهم في رفع مستوى رضا العملاء في قطاع البيع بالتجزئة للأجهزة الذكية.
4. سيقدم حلول عملية لتحسين أداء المشاريع المرتبطة بتجربة العميل في قطاع البيع بالتجزئة للأجهزة الذكية.

أهداف الدراسة:

1. دراسة كيفية تطبيق منهجية المشاريع الرشيقة في المشاريع التي تطور تجربة العميل في شركات بيع الأجهزة الذكية.
2. دراسة تأثير تطبيق منهجية المشاريع الرشيقة على تسريع تحسين التفاعل مع العميل (قبل وأثناء وبعد عملية الشراء).
3. تحليل أثر تطبيق منهجية المشاريع الرشيقة على سرعة تنفيذ المشاريع ومستوى رضا العميل.
4. استكشاف أبرز التحديات والمعوقات التي تواجه تطبيق منهجية المشاريع الرشيقة في هذا السياق.
5. اقتراح إطار عمل مناسب لتطبيق منهجية المشاريع الرشيقة بشكل فعال في تحسين تجربة العميل.

تساؤلات الدراسة:

- السؤال الأول: كيف يمكن لممارسات منهجية المشاريع الرشيقة ان تحسن من مؤشرات تجربة العميل ؟
- السؤال الثاني: وهل تؤدي منهجية المشاريع الرشيقة الى خفض تكاليف مشاريع تحسين تجربة العميل مقارنة بالمنهج التقليدية في قطاع البيع بالتجزئة الأجهزة الذكية ؟
- السؤال الثالث: ماهي الاليات المثلّى لتطبيق منهجية المشاريع الرشيقة في قطاع البيع بالتجزئة للأجهزة الذكية ؟
- السؤال الرابع: ما مدى تأثير تطبيق منهجية المشاريع الرشيقة في تحسين تجربة العميل في قطاع البيع بالتجزئة الأجهزة الذكية ؟
- السؤال الخامس: ماهي التحديات التي تواجه دمج منهجية المشاريع الرشيقة مع المشاريع التقليدية ؟

فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تطبيق منهجيات المشاريع الرشيقة و رفع مستوى رضا العميل.
2. توجد علاقة تربط بين تطبيق منهجيات المشاريع الرشيقة و تقليل الوقت الازم لتنفيذ المشاريع ذات العلاقة برضا العملاء.
3. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تجربة العميل وارباح الشركة في جميع قطاعات البيع بالتجزئة و خاصة في قطاع الاجهزة الذكية.

الدراسات السابقة:

هناك عدة دراسات تضمنت ادارة المشاريع بمنهجيات المشاريع الرشيقة، ودراسات اخرى تضمنت تجربة العميل في القطاعات المختلفة، و هناك شح واضح في الدراسات المتضمنة تحسين تجربة العميل من خلال منهجيات المشاريع الرشيقة، فقد كان التركيز عن كل موضوع على حدا و البحث عن اوجه الترابط بينهم للوصول الى دراسة تفيد الباحثين مستقبلاً في هذا المجال، وهذه بعض الدراسات:

أولاً: دراسات عربية سابقة

1. عنوان الدراسة: فاعلية تطبيق منهجية أجايل (Agile) في إدارة المشاريع: دراسة حالة على شركة تقنية سعودية

الباحث: ماجد بن علي القرني

الجهة: جامعة الملك سعود – كلية إدارة الأعمال- 2021

الملخص: تناولت الدراسة أثر تطبيق المشاريع الرشيقة في إدارة المشاريع التقنية، ولخصت أن أجايل تساعد في تحسين سرعة التنفيذ والتكيف مع المتغيرات، وأوصت بتوسيع استخدامها في المجالات الأخرى.

أهمية للدراسة: تدعم فرضية أن تطبيق المشاريع الرشيقة يُحسِّن الأداء ويقتصر مدة التنفيذ، ويمكن استخدامها كدراسة ممهدة للتطبيق في قطاع بيع الأجهزة الذكية.

2. عنوان الدراسة: أثر تجربة العميل الرقمية على سلوك الشراء في قطاع التجزئة

الجهة: المجلة العربية للإدارة - 2022

الملخص: ركزت على العلاقة بين جودة تجربة العميل عبر القنوات الرقمية ومدى تأثيرها على نية الشراء وتكرار التعامل.

أهمية للدراسة: توضح كيف أن تجربة العميل أصبحت من المؤشرات الاستراتيجية، وتدعم أهمية الاستثمار في تحسينها.

3. عنوان الدراسة: أثر إدارة المشاريع الرشيقة على تحسين جودة الخدمات في بيئة عمل مرنة

المصدر: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية – رسالة ماجستير - 2020

الملخص: ناقشت الدراسة تطبيق المشاريع الرشيقة في بيئة الخدمات، وربطت بين التفاعل السريع والاستجابة الفورية وتحقيق رضا العملاء.

أهمية للدراسة: تقدم دعمًا مباشرًا لفكرة الدراسة حول فاعلية المشاريع الرشيقة في سياقات غير تقنية بحتة.

ثانيًا: دراسات أجنبية

1. Customer Experience and Agile: Building Synergies to Improve Service Quality

المصدر: Journal of Business Research – 2021

الملخص: تبحث الدراسة في كيفية دمج أدوات Agile في تصميم تجربة العميل، خاصة في الشركات التي تتعامل مع المستهلكين مباشرة (B2C)، وتؤكد أن التعاون المستمر مع العميل يُعزز جودة المخرجات.

أهمية للدراسة: تدعم فكرة البحث من زاوية علمية عالمية، خاصة في ربط منهجيات المشاريع الرشيقة بتجربة المستخدم.

2. The Impact of Agile Project Management on Customer Satisfaction in Retail Services

المصدر: 2020 – International Journal of Project Management

الملخص: أثبتت الدراسة أن اعتماد Agile في مشاريع البيع بالتجزئة أدى إلى رفع رضا العملاء بنسبة تتجاوز 25% مقارنة بالطرق التقليدية.

أهمية للدراسة: تثبت أثر المشاريع الرشيقة الكمي على نتائج تجربة العميل.

3. Using Scrum in Non-Software Projects: A Case Study in Customer Experience Design

المصدر: 2019 – Procedia Computer Science

الملخص: دراسة حالة حول استخدام Scrum (أحد منهجيات المشاريع الرشيقة) في مشروع لتحسين تجربة العملاء في متجر إلكتروني، وأظهرت تحسناً في الوقت والجودة ومشاركة الفريق.

أهمية للدراسة: دراسة مباشرة تعكس السياق الذي ستتضمنه الدراسة البحثية.

الاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة:

تركز هذه الدراسة تحديداً عن تطبيق منهجيات المشاريع الرشيقة في تحسين تجربة العميل في قطاع بيع الأجهزة الذكية.

وان تكون هذه الدراسة مدخل للباحثين في هذا المجال، واثبات كيف لمنهجيات المشاريع الرشيقة في زيادة أرباح و عوائد الشركات.

المنطلقات النظرية للدراسة:

في هذه الدراسة كان الاستناد على عدد من الأسس النظرية والمفاهيم التي تربط العلاقة بين منهجيات المشاريع الرشيقة وتحسين تجربة العميل تحديداً في مجال البيع بالتجزئة للأجهزة الذكية، وهنا تتمثل اهم المنطلقات النظرية:

نظرية إدارة المشاريع الرشيقة:

حيث تعتمد هذه النظرية على مفاهيم المرونة والتفاعل والتطوير التكرار، والتركيز بالدرجة الأولى على احتياج العميل والتكيف السريع مع المتغيرات، وقد اثبتت كفاءتها في المشاريع التقنية، و المشاريع التي تتطلب استجابة سريعة.

وتقوم المشاريع الرشيقة على أربع مبادئ رئيسية (كما ورد في البيان الشهير "the agile manifesto")

1. الأفراد والتفاعلات أهم من العمليات والأدوات.
2. البرمجيات العامة أهم من التوثيق الشامل.
3. التعاون مع العميل أهم من التفاوض على العقد.
4. الاستجابة للتغير أهم من الالتزام بخطة ثابتة.

نظرية تجربة العميل:

هذه النظرية أشارت أن تجربة العميل هي محصلة جميع التفاعلات التي تكون بين العميل و مزود الخدمة ، سواء كانت بشكل مباشر أو غير مباشر، وقد سعت جميع الشركات تطوير تجربة العميل للحصول على أفضل النتائج، وفي مجال البيع بالتجزئة كان التركيز على العميل بشكل أكبر من حيث عدة جوانب:

1. رحلة العميل.
2. مراكز الاتصال.
3. برامج الولاء للعملاء

وغيرها، وتفيد هذه النظرية بأن تحسين تجربة العميل تتطلب فهم دقيق للمتطلبات العميل، والاستجابة للردود فعله، وهو ما يتوافق مع منهجيات المشاريع الرشيقة.

نظرية القيمة المدركة من العميل:

هذه النظرية تفيد بأن رضا العميل يعتمد على القيمة التي يحصل عليها مقابل ما دفعه، أو الوقت الذي استثمره.

ومنهجيات المشاريع الرشيقة تعزز هذه القيمة.

نظرية التكيف التنظيمي:

تشير هذه النظرية ان الشركات التي تتمتع بدرجة عالية من التكيف مع التغيرات تكون قادرة على البقاء في البيئات المتغيرة مثل قطاع البيع بالتجزئة، ومنهجيات المشاريع الرشيقة تعتبر من الأدوات التي تساهم في التكيف مع المتغيرات.

المنهجية وطرق البحث:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المختلط الذي يجمع بين المنهج الكمي والمنهج النوعي، وذلك بهدف بناء فهم متكامل وشامل لمدى فاعلية تطبيق منهجيات المشاريع الرشيقة في مشاريع تحسين تجربة العميل داخل شركات بيع الأجهزة الذكية. ويُعد هذا المنهج الأنسب لطبيعة المشكلة البحثية، التي تتطلب جمع بيانات كمية قابلة للقياس، إلى جانب استكشاف التفسيرات والمعاني العميقة من خلال التحليل النوعي.

فعلى الصعيد الكمي، سيتم تطوير استبيان مغلق يتضمن مجموعة من العبارات المرتبطة بمحاور الدراسة (ممارسات المشاريع الرشيقة – أثرها على جودة تجربة العميل – التحديات التنظيمية)، ويتم الإجابة عليه وفق مقياس ليكرت الخماسي. وقد تم توجيه الاستبيان إلى عينة قصدية من الموظفين العاملين في المشاريع ذات العلاقة بتجربة العميل داخل الشركة المستهدفة. ويهدف الاستبيان إلى قياس مدى انتشار تطبيق مبادئ المشاريع الرشيقة، وتحديد العلاقة بين مستوى التطبيق ورضا العميل، وسرعة الإنجاز.

أما على الصعيد النوعي، فقد تم تصميم دليل مقابلة شبه منظمة لاستكشاف آراء الخبراء ومديري المشاريع في الشركة. وتركز المقابلات على كيفية تطبيق منهجيات المشاريع الرشيقة فعليًا، والعوامل التي تعزز أو تعيق فعاليته في مشاريع تجربة العميل، بالإضافة إلى الوقوف على التجارب والخبرات الميدانية المرتبطة بالممارسات اليومية. وقد تم إجراء المقابلات مع مجموعة مختارة من المسؤولين في أقسام المشاريع، وتجربة العميل، والتقنية.

وفيما يخص تحليل البيانات، فسيتم استخدام التحليل الإحصائي الوصفي والتحليلي (مثل المتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري، ومعامل الارتباط) لمعالجة بيانات الاستبيان من خلال برنامج SPSS أو ما يعادله.

ويسهم اعتماد المنهج المختلط في رفع مصداقية النتائج ودقتها، وذلك من خلال التثليث المنهجي حيث يتم التحقق من اتساق البيانات الكمية مع ما يُستخلص من البيانات النوعية، بما يتيح تقديم توصيات عملية مدعومة بالأدلة الرقمية والتفسيرية في آنٍ واحد.

أدوات الدراسة:

الاستبيان:

يهدف جمع بيانات ومعلومات من عاملين في شركات البيع بالتجزئة الاجهزة الذكية.

مقابلات شخصية:

مع مديري مشاريع في قطاع البيع بالتجزئة الاجهزة الذكية.

دراسات ووثائق:

دراسات سابقة او وثائق في الشركات المختصة لبيع الاجهزة الذكية

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: احدى شركات البيع بالتجزئة في مجال الأجهزة الذكية في المملكة العربية السعودية و تحديدًا في مدينة الرياض.

الحدود البشرية: هذه الدراسة على عينة من موظفين مجال البيع بالتجزئة الاجهزة الذكية و عملائهم.

الحدود الزمانية : هذ الدراسة في النصف الثاني من عام (2025) .

الحدود الموضوعية: تقتصر على مشاريع تحسين تجربة العميل التي تدار باستخدام منهجيات المشاريع الرشيقة في مجال البيع بالتجزئة الاجهزة الذكية.

المراجع الأولية:

1. القرنى، م. ب. ع. (2021). فاعلية تطبيق منهجية أجايل (Agile) في إدارة المشاريع: دراسة حالة على شركة تقنية سعودية . كلية إدارة الأعمال، جامعة الملك سعود.
2. المجلة العربية للإدارة. (2022). أثر تجربة العميل الرقمية على سلوك الشراء في قطاع التجزئة . المنظمة العربية للإدارة.
3. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. (2020). أثر إدارة المشاريع الرشيقة على تحسين جودة الخدمات في بيئة عمل مرنة [رسالة ماجستير]. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
4. Journal of Business Research. (2021). Customer Experience and Agile: Building Synergies to Improve Service Quality . Elsevier
5. International Journal of Project Management. (2020). The Impact of Agile Project Management on Customer Satisfaction in Retail Services . Elsevier
6. Procedia Computer Science. (2019). Using Scrum in Non-Software Projects: A Case Study in Customer Experience Design . Elsevier
7. PMI (2017). Agile Practice Guide
8. Highsmith, J. (2010). Agile Project Management
9. Klaus, P., & Maklan, S. (2013). Measuring customer experience
10. Verhoef, P. et al. (2009). Customer experience creation: Journal of Retailing
11. Harvard Business Review articles on Agile & CX

