

Final Project 1

Code: PMG496

Faculty of Project Management
Midocean University

عنوان المشروع

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

أسم الطالبة
شهد وحيد أحمد فضه

مشروع تخرج 1
كلية إدارة مشاريع - جامعة ميدأوشن

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

رقم الطالب: 232001199
تاريخ البحث: 2026/2/21
السنة الثالثة الفصل الدراسي الثالث

جدول المحتويات

1.	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....	3
1.1.	المقدمة.....	4
1.2.	مشكلة الدراسة.....	5
1.2.1.	فجوات على المستوى النظري.....	5
1.2.2.	فجوات على المستوى التطبيقي.....	6
1.3.	أهمية الدراسة.....	7
7	على المستوى النظري.....	7
7	على المستوى التطبيقي.....	7
1-	تساعد نتائج الدراسة أصحاب المتاجر الإلكترونية في تقييم مستوى التحول الرقمي لديهم ومدى تأثيره على جودة الخدمة	8
8	قائمة المراجع.....	8

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. 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.

1.2. 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.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

1. 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.
2. 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.
3. 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.
4. محدودية الدراسات التي ركزت على مدينة جدة تحديداً كبيئة اقتصادية وتجارية ذات خصوصية داخل المملكة.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

- 1- تفاوت مستوى تطبيق التحول الرقمي بين المتاجر الإلكترونية، دون وجود مؤشرات واضحة لقياس أثر ذلك على جودة الخدمة.
- 2- عدم وجود بيانات واضحة لدى بعض المتاجر حول مدى انعكاس الاستثمار في التقنيات الرقمية على رضا العملاء.
- 3- ضعف الربط العملي بين أنظمة الأتمتة وتجربة المستخدم، مما يؤدي إلى مشكلات تشغيلية تؤثر على جودة الخدمة.
- 4- ارتفاع شكاوى العملاء المتعلقة بسرعة الاستجابة وأمان البيانات، رغم التوجه العام نحو الرقمنة.
- 5- 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؟

1.3. أهمية الدراسة

تتبع 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.

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

على المستوى النظري:

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

على المستوى التطبيقي:

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

قائمة المراجع:

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pearson .(15th ed) *Marketing management* .Keller, K. L. (2016) & ,Kotler, P .Education
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28 ,144–118 ,(2)
<https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- Venkatraman, N. (2013). Digital & ,Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A .business strategy: Toward a next generation of insights
(2), *MIS Quarterly*, 37 ,471–482
- Services marketing: Integrating* .Gremler, D. D. (2018) & ,Zeithaml, V. A., Bitner, M. J .McGraw-Hill Education .(7th ed) *customer focus across the firm*
- العنبي، 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.
- Khan, M. (2020). The impact of digital transformation on service & ,Al-Kahtani, A .quality in Saudi organizations
International Journal of Business and Management, 15(9), 1–12.
- Pearson .(6th ed) *Digital business and e-commerce management* .Chaffey, D. (2015) .Education