



تقييم المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة

العربية السعودية: دراسة تقييمية

Assessment of the Web sites and smart applications of the communications companies in Saudi Arabia: a comparative assessment study

الرقم الجامعي	عمل الطالبات
٤٠٥٥٥٢٧	بشاير رجاء الجهني
٤١٥٦٩٣١	تغريد حمدان المزيني
٤٠٥٥٥٤	رنيم محمد الحازمي
٤٠٥٦١٧٦	سعاد سالم السحيمي
٤٠٧٨٤٤٦	عفاف معيض المطيري
٤١٥٦٨٤٨	هالة مبروك المرعشبي



F13 الشعبة:

إشراف الدكتورة: بسمة خليفة الشيشيني

الفصل الدراسي الثالث - ١٤٤٤ هـ / ٢٠٢٣ م

بسم الله الرحمن الرحيم

(وَقُلْ رَبِّنِي زَرِّنِي عَلِمًا)

صدق الله العظيم

(سورة طه، آية ١١٤)

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلوة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

الحمد لله الذي وفقنا بتوفيقه، والشكر له سبحانه أولاً وأخيراً، ما انتهى درب إلى بعطاه، ونحن مررنا بدرب طويل تعديننا العوائق في طريقنا، وأرخنا بعضها كي يكون درب العطاء واسعاً يملئ بقصص النجاح، فإننا نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى دكتورتنا المعطاء: الدكتورة بسمة خليفة الشيشيني، التي قدمت لنا يد المساعدة والتوجيه، وتحثنا وترغبنا وتقوى عزيمتنا لإتمام هذا البحث، فلها اسماء عبارات الثناء والتقدير التي لا تكفيها.

كما يسعدنا أن نتقدم بجزيل الشكر والعرفان لرئيسة قسم المعلومات ومصادر التعلم الدكتورة الفاضلة: إنعام محمد الطيب؛ على كل ما تقدمه من تطوير وتشجيع مستمر فيما يصب في مصلحة الطالب، ولولا جهودها في القسم لما تمكننا منمواصلة النجاح، فلها جزيل الشكر والامتنان.

إلى من أضاءوا ليالي العتمة في طريقنا، إلى من أفنوا عمرهم في سبيل تحقيق طموحنا، إلى مصدر قوتنا، ومن راهنوا على نجاحنا وتذكيرهم الدائم والمستمر بمدى قوتنا واستطاعتنا: لأهلاً نشكركم ونهدي لكم ثمرة جهودنا.

أدى التطور المستمر في العصر الحالي إلى ظهور تقنيات حديثة توافق المستجدات الجديدة، مما أدى إلى ظهور منافسة بين شركات الاتصالات، مما انعكس على تطور قطاع خدمات الاتصالات بشكل ملحوظ، وتسعى المملكة العربية السعودية لتطوير بنيتها التحتية الخاصة بالاتصالات وخدماتها والاستثمار بها وزيادة التنافس بين شركات الاتصالات، وتهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على الواقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات محل الدراسة وأهميتها في تقديم خدماتها لكافة المستفيدين، كما تناولت الدراسة تقييم وتحليل الواقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية وفقاً للمعايير التي تم الاعتماد عليها، توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها ما يلي:

أصبح الوصول للواقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية أسهل وأسرع في ظل استخدام التكنولوجيا، ساهمت الواقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية محل الدراسة في توفير الوقت وتخفيف الأعباء لدى جمهور المستفيدين، تلعب الواقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات دور حيوي في تحسين جودة خدماتها.

The continuous development in the current era has led to the emergence of modern technologies that keep up with new developments, resulting in competition between telecommunications companies. This has had a significant impact on the development of the telecommunications sector, and Saudi Arabia is seeking to develop its infrastructure for communications and services, invest in it, and increase competition between telecommunications companies. The current study aims to identify the websites and smart applications of telecommunications companies under study and their importance in providing services to all beneficiaries. The study also evaluated and analyzed the websites and smart applications of telecommunications companies in Saudi Arabia according to the standards that were adopted. The study found several important results, including: access to websites and smart applications has become easier and faster with the use of technology; the websites and smart applications under study have contributed to saving time and reducing burdens for their audience; and they play a vital role in improving the quality of their services.

الكلمات المفتاحية: شركات الاتصالات، المملكة العربية السعودية.

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
V	قائمة الجداول.....
VI	قائمة الأشكال.....
الإطار المنهجي	
XI	٠ تمهيد.....
XI	١ مشكلة الدراسة.....
XI	٢/٠ أهمية الدراسة.....
XI	٣/٠ أهداف الدراسة.....
XII	٤/٠ تساؤلات الدراسة.....
XII	٥/٠ حدود الدراسة.....
XII	٦/٠ منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.....
XIV	٧/٠ مجتمع الدراسة.....
XV	٨/٠ عينة الدراسة.....
XV	٩/٠ مصطلحات الدراسة.....
XVI	١٠/٠ أدبيات الموضوع.....
XXII	١١/٠ صعوبات الدراسة.....
XXII	١٢/٠ صياغة الاستشهادات المرجعية.....
XXII	١٣/٠ فصول الدراسة.....
الإطار النظري	
٣٢-١	الفصل الأول (الموقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية: ماهيتها ونشأتها (STC ، Zain ، Mobily)
٢	٠ تمهيد.....
المبحث الأول (شركة Mobily)	
٤	١/٠ اسم الشركة.....
٤	١/١ نبذة عن الشركة.....
٤	٢/١ تعريفها.....
٤	٣/١ أهميتها.....

٥ ٤ مميزاتها
٥ ٥ خصائصها
٦ ٦ إنجازاتها
٦ ٧ سياستها
٧ ٨ الموقع الإلكتروني للشركة
٩ ٩ التطبيق الذكي للشركة

المبحث الثاني (شركة Zain)

١٥ ٠ اسم الشركة
١٥ ١ نبذة عن الشركة
١٥ ٢ تعريفها
١٥ ٣ نشأتها
١٥ ٤ أهميتها
١٥ ٥ مميزاتها
١٦ ٦ خصائصها
١٦ ٧ سياستها
١٧ ٨ الموقع الإلكتروني للشركة
١٩ ٩ التطبيق الذكي للشركة

المبحث الثالث (شركة STC)

٢٢ ٠ اسم الشركة
٢٢ ١ نبذة عن الشركة
٢٢ ٢ تعريفها
٢٢ ٣ نشأتها
٢٢ ٤ أهميتها
٢٣ ٥ مميزاتها
٢٣ ٦ خصائصها
٢٤ ٧ سياستها
٢٥ ٨ الموقع الإلكتروني للشركة
٢٧ ٩ التطبيق الذكي للشركة
٣٢ ٤ خاتمة الفصل

٦٥-٣٣	الفصل الثاني (تقييم المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية Zain، Mobily و STC)
٣٤	٠ تمهيد ٢
٣٤	١/٢ المعايير المعتمدة في تقييم المواقع الإلكترونية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية
٣٥	١/١/٢ تقييم الموقع الإلكتروني لشركة Mobily
٣٦	٢/١/٢ تقييم الموقع الإلكتروني لشركة Zain
٣٧	٣/١/٢ تقييم الموقع الإلكتروني لشركة STC
٣٨	١/٣ التحليل والنتائج
٣٩	١/١/٣ تحليل المواقع الإلكترونية لشركات الاتصالات
٣٩	٢/١/٣ النتائج
٣٩	٢/٢ المعايير المعتمدة في تقييم تطبيقات شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية
٤٣	١/٢/٢ تقييم التطبيق الذكي لشركة Mobily
٤٧	تحليل التطبيق الذكي شركة Mobily
٤٩	٢/٢/٢ تقييم التطبيق الذكي لشركة Zain
٥٣	تحليل التطبيق الذكي شركة Zain
٥٦	٣/٢/٢ تقييم التطبيق الذكي لشركة الاتصالات السعودية STC
٦٠	تحليل التطبيق الذكي لشركة الاتصالات السعودية (Mystc)
٦٣	٥/٢/٢ التقييم والتحليل
٦٣	٥/٢/٢ التحليل العام للتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات
٦٥	٣/٢ خاتمة الفصل
الإطار العملي (الفصل الثالث)	
٧٥-٦٦	(تقييم مجتمع المدينة المنورة من المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية Zain، Mobily و STC)
٦٧	٣/٠ تمهيد

٦٧	٣/١ التكرارات في الخصائص الديموغرافية.....
٦٨	٣/٢ الارتباط بين متغيرات الدراسة.....
٧٠	٣/٣ ثبات أسئلة الدراسة.....
٧١	٣/٤ الإحصاء الوصفي لفقرات الدراسة.....
٧٥	٣/٥ فروض الدراسة.....
٧٥	٣/٦ خاتمة الفصل.....
الخاتمة: النتائج والتوصيات	
٧٧	٤/٠ الخاتمة.....
٧٨	٤/١ نتائج الدراسة.....
٨٠	٤/٢ توصيات الدراسة.....
قائمة المراجع	
٨٣	المراجع بصياغة APA.....
قائمة الملاحق	
٨٧	ملحق رقم (١) : استبانة لقياس مدى إفادة مجتمع المدينة المنورة من الموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
XV	قائمة المواقع الإلكترونية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.....	١
XV	قائمة التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية	٢
XVI	عرض الدراسات بالطريقة النوعية.....	٣
XVII	عرض الدراسات بالطريقة الكمية.....	٤
XVIII	التوزيع الزمني للدراسات.....	٥
٣٨	معايير تقييم المواقع الإلكترونية لشركات الاتصالات.....	٦
٦٣	تقييم التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات.....	٧
٦٧	توزيع عينة الدراسة وفقاً للجنس	٨
٦٧	توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر	٩
٦٧	توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة الوظيفية	١٠
٦٨	توزيع العينة وفقاً للشركة الأكثر استخداماً	١١
٦٨	معامل الارتباط لمحور الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات.....	١٢
٦٩	معامل الارتباط لمحور التطبيق الذكي لشركة الاتصالات	١٣
٧٠	معامل الارتباط لمحور تقييم المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية	١٤
٧١	معامل ثبات ألفا كرو نباخ لمحاور الدراسة.....	١٥
٧١	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور الأول.....	١٦
٧٢	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور الثاني	١٧
٧٣	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور الثالث.....	١٨

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
٤ Mobily شعار شركة	١
٧ Mobily واجهة موقع	٢
٧ الخدمات المتاحة	٣
٧ أنواع الباقات	٤
٨ أنواع الإنترن特	٥
٨ خدمة طلب جهاز وعدة مزايا أخرى	٦
٨ الطلبات السابقة والسداد	٧
٨ الخدمات المتوفرة الأخرى	٨
٩ Mobily واجهة تطبيق شركة	٩
٩ Mobily صفحة تسجيل الدخول شركة	١٠
٩ Mobily الصفحة الرئيسية لتطبيق	١١
٩ قائمة لإدارة الخط من قبل العميل	١٢
١٠ Mobily قائمة المتجر لشركة	١٣
١٠ قائمة المتجر (قائمة الباقات)	١٤
١٠ قائمة المتجر (الأجهزة والإكسسوارات)	١٥
١٠ قائمة المتجر (شراء اللاب توب)	١٦

١١	قائمة باقات مسبقة الدفع	١٧
١١	قائمة باقات الدقائق المحلية المتوفرة في المتجر.....	١٨
١١	قائمة باقات السوشيال ميديا في المتجر	١٩
١١	قائمة باقات الألعاب في المتجر.....	٢٠
١٢	قائمة باقات الرسائل النصية المتوفرة في المتجر.....	٢١
١٢	قائمة نقاطي	٢٢
١٢	قائمة استبدال نقاط العميل	٢٣
١٢	قائمة شركاء نقاطي.....	٢٤
١٣	قائمة المساعدة	٢٥
١٣	قائمة تغيير اللغة.....	٢٦
١٥	شعار شركة Zain	٢٧
١٧	واجهة الرئيسية لشركة Zain	٢٨
١٧	عرض موقع شركة Zain	٢٩
١٨	إمكانية اختيار اللغة	٣٠
١٨	تصميم موقع شركة Zain	٣١
١٨	سداد الفواتير	٣٢
١٨	تصميم الموقع	٣٣
١٨	خانة المساعدة	٣٤
١٩	واجهة تطبيق شركة Zain	٣٥
١٩	الصفحة الرئيسية لشركة Zain	٣٦

١٩	خانة لا تعرف رقمك.....	٣٧
١٩	الخدمات المقدمة.....	٣٨
١٩	متجر شركة Zain	٣٩
٢٠	إدارة الخط	٤٠
٢٠	صفحة الدعم.....	٤١
٢٠	الصفحة الشخصية لعملاء Zain	٤٢
٢٢	شعار شركة STC	٤٣
٢٥	واجهة الموقع لشركة STC	٤٤
٢٥	الصوت والتجوال	٤٥
٢٥	خدمات المرافق	٤٦
٢٥	خدمات البيانات	٤٧
٢٦	الأسهم	٤٨
٢٦	الباقات	٤٩
٢٦	الخدمات المميزة	٥٠
٢٦	باقات الترفيه المنزلي	٥١
٢٦	الأجهزة	٥٢
٢٧	التواصل	٥٣
٢٧	واجهة تطبيق My STC	٥٤
٢٧	تسجيل الدخول لتطبيق My STC	٥٥
٢٧	الصفحة الرئيسية لتطبيق My STC	٥٦

٢٨	العرض.....	٥٧
٢٨	قائمة التجوال.....	٥٨
٢٨	قائمة الترفيه.....	٥٩
٢٨	الإعلانات التسويقية.....	٦٠
٢٨	القسائم.....	٦١
٢٩	شراء أحدث الأجهزة.....	٦٢
٢٩	العلامة التجارية.....	٦٣
٢٩	برنامج قطاف.....	٦٤
٢٩	عرض قطاف.....	٦٥
٢٩	شركاء قطاف.....	٦٦
٣٠	مكافآت قطاف	٦٧
٣٠	عرض مكافآت قطاف	٦٨
٣٠	دعوة صديق لبرنامج قطاف	٦٩
٣٠	شروط دعوة صديق لبرنامج قطاف	٧٠
٣٠	إصدار التطبيق	٧١
٣١	قائمة المزيد	٧٢
٣١	أماكن ومتاجر STC	٧٣
٣١	أيقونة الإعدادات	٧٤

الإطار المنهجي

٠/٠ تمهيد

١/٠ مشكلة الدراسة

٢/٠ أهمية الدراسة

٣/٠ أهداف الدراسة

٤/٠ تساؤلات الدراسة

٥/٠ حدود الدراسة

٦/٠ منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

٧/٠ مجتمع الدراسة

٨/٠ عينة الدراسة

٩/٠ مصطلحات الدراسة

١٠/٠ أدبيات الموضوع

١١/٠ صعوبات الدراسة

١٢/٠ صياغة الاستشهادات المرجعية

١٣/٠ فصول الدراسة

٠/ تمهيد

أدى التغيير والتطور المستمر في حياتنا الاجتماعية والثقافية والتقنية إلى ظهور تقنيات وخدمات جديدة ومتعددة تخدم جميع فئات المستفيدين، وأدت إلى المنافسة بين المؤسسات الخدمية تحت تحديات الازدهار التكنولوجي، وقد شهد قطاع خدمات الاتصالات ازدهاراً ملحوظاً وتصاعد في طبيعة الخدمات المقدمة، وأصبحت شركات الاتصالات تركز على تقديم خدمات ذات جودة عالية ومتعددة وأسعار مرضية لكمب رضاء العملاء، الذين أصبحوا في ظل الوضع الاقتصادي واحتمالية الاستفادة من التسوق الإلكتروني أكثر دقة في اختيار الخدمات الجيدة على حسب العروض والأسعار المنافسة بين شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

١/ مشكلة الدراسة

تركز المملكة العربية السعودية على أهمية التوسيع في الخدمات والاستثمار بقطاع الاتصالات في الداخل والخارج وزيادة التنافس، ومن هنا تكمن مشكلة الدراسة في الحاجة إلى تقييم الموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، فضلاً عن التعرف على مدى رضاء جمهور المستفيدين نحو استخدامهم للموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

٢/ أهمية الدراسة

تعمل المملكة العربية السعودية على تطوير البنية التحتية الخاصة بالاتصالات وتقنية المعلومات، وتهيء الآلية التنظيمية والدعم المناسب لبناء شراكة فاعلة مع مشغلي الاتصالات بهدف تطوير البنية التحتية التقنية، وتدعم نمو المستثمرين المحليين في قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات ومن هنا تكمن أهمية هذه الدراسة في تقييم الموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، بهدف التعرف على نقاط القوة لتعزيزها، ونقاط الضعف لمعالجتها.

٣/ أهداف الدراسة

تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيسي وهو تقييم الموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، ومعرفة الأفضل والأعلى تقييم لدى مجتمع المدينة المنورة من مواطنين ومتقىين، ويمكن تحقيق الهدف الرئيسي من خلال مجموعة من الأهداف الفرعية وهي كالتالي:

١. التعرف على مفهوم وأهمية ومميزات وسياسة وخصائص شركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية.

٢. التعرف على نقاط القوة والضعف للموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية.

٣. قياس مدى رضاء العملاء عن شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

٤/ تفاصيل الدراسة

تقوم الدراسة على تفاصيل رئيسية لمستخدمي الموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية لمعرفة مميزات كل منها ومن هذه التفاصيل:

١. ما هو مفهوم وأهمية ومميزات وسياسة وخصائص شركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية؟

٢. ما هي نقاط القوة والضعف للموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية؟

٣. ما هو قياس مدى رضاء العملاء عن شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية؟

٥/ حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة تقييم الموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية.

الحدود اللغوية: تم تناول المصادر في هذه الدراسة باللغة العربية.

الحدود الزمنية: أجريت هذه الدراسة في الفصل الدراسي الثالث للعام الجامعي (٢٠٢٣) م).

الحدود الكمية: تناولت الدراسة الحالية (٣) مواقع إلكترونية وثلاث تطبيقات ذكية وهي:

شركة سوا STC، شركة موبيلي Mobily، شركة زين Zain.

الحدود الجغرافية: تمت هذه الدراسة في المملكة العربية السعودية.

٦/ منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث إنه يعتمد على الملاحظة والوصول إلى نتائج دقيقة، وذلك بهدف تقييم الموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، وتم الاعتماد على "قائمة معايير الدكتور فراس محمد العزة لتقييم وتحليل الموقع الإلكتروني لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية":

١. جودة المحتوى.

٢. جودة التصميم.

٤. جودة سهولة التعامل.

٣. جودة التنظيم.

وتم الاعتماد على قائمة "معايير الدكتورة هبة صلاح الدين، لتقدير وتحليل التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية":

١. معايير الاستخدام.

٢. المعايير الشكلية البنائية.

٤. المعايير التقنية.

٥. معايير الجودة.

أدوات جمع البيانات: استخدم فريق العمل عدد من أدوات جمع البيانات، ومنها:

١. **أداة التقييم والتحليل:** استخدم فريق العمل معايير تقييم المواقع الإلكترونية التي توصلت إليها الدكتورة هبة صلاح الدين، ومعايير تقييم التطبيقات الذكية التي توصل إليها فراس محمد، للتقييم وتحليل المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية.

٢. **الاستبانة:** تم إنشاء استبانة موجهة إلى مجتمع المدينة المنورة من (مواطنين ، مقيمين) تهدف إلى تقييم مجتمع المدينة المنورة للمواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية (STC ، Zain ، Mobily).

١/٢ مراحل إعداد (الاستبانة)

١/١ إعداد وبناء الاستبانة

تم بناء الاستبانة في صورتها الأولية بأربع محاور رئيسية، وكل محور يضم مجموعة من الأسئلة، عددها الكلي واحد وثلاثون سؤالاً، وهي كالتالي:

المحور الأول: البيانات الشخصية تمثلت في (الجنس ، الفئة العمرية ، الحالة الوظيفية).

المحور الثاني: بعنوان الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات، كان بمثابة تقييم للموقع الإلكتروني محل الدراسة، وتمثل في (٨) أسئلة.

المحور الثالث: بعنوان التطبيق الذكي لشركة الاتصالات، كان بمثابة تقييم للتطبيق الذكي محل الدراسة، وتمثل في (٨) أسئلة.

المحور الرابع: قياس مدى إفادة مجتمع المدينة المنورة من المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، وتمثل في (٩) أسئلة.

٢/١/٢ تحكيم وتقنين الاستبانة

١. د. أحمد سعيد — أستاذ مساعد في قسم المعلومات مصادر التعلم — كلية الأدب والعلوم الإنسانية — جامعة طيبة.

٢. د. محمود زكريا — أستاذ مساعد في قسم المعلومات مصادر التعلم—كلية الأداب والعلوم الإنسانية — جامعة طيبة.

٣. د. نداء طلبه — أستاذ مساعد في قسم المعلومات ومصادر التعلم — كلية الأداب والعلوم الإنسانية- جامعة طيبة.

٤. د. صقر مويسان العتيبي — أستاذ مساعد في قسم المعلومات ومصادر التعلم — كلية الأداب والعلوم الإنسانية- جامعة طيبة.

٣/١/٢ صياغة الاستبانة

بناءً على ما تقدم فقد تم صياغة الاستبانة في صورتها النهائية، بعد العمل على جميع التعديلات والمقترحات التي طرحت من قبل المحكمين، حيث أصبحت الاستبانة مكونة من أربع محاور وتشمل نوعين من الأسئلة:

١. **الأسئلة المغلقة:** وهي الأسئلة التي تتطلب إجابة محددة، ضمن خيارات يضعها الباحثين، وعلى المبحوث اختيار إحداها أو بعض منها بما يتفق مع طبيعة السؤال، يتميز هذا النوع من الأسئلة بسهولة التعامل معه من الجهتين (الباحثين والمبحوثين).

٢. **الأسئلة المفتوحة:** وهي الأسئلة التي تترك بصورة مفتوحة لمقترنات المبحوث ورأيه الخاص.

٤/١/٢ تصميم ونشر الاستبانة

بعد الانتهاء من إعادة صياغة الاستبانة وفقاً لتعليمات ومقترحات المحكمين، تم العمل على ما يلي:

١. تصميم الاستبانة بشكل إلكتروني خلال نماذج قوقل (Google Forms).
٢. نشر الاستبانة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ودعوة أفراد مجتمع المدينة المنورة من (مواطنين ومتخصصين)، بالمشاركة والمساهمة في دعم الدراسة الحالية.

٧/٠ مجتمع الدراسة

يتتألف مجتمع الدراسة من الواقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، التي تخدم مستخدميها داخل المدينة المنورة من (مواطنين ومتخصصين)، حيث قام فريق العمل بحصر الواقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية بهدف تقييمها وقياس رضاها عملاً بها، حيث تمثلت في (٣) شركات للاتصالات وهي (STC، Mobily، Zain) وتم اختيارها لأنها الأكثر استخداماً في مجتمع الدراسة مقارنةً بشركات

الاتصالات الأخرى كشركة فيرجن موبайл، وشركة ليبارا موبайл، وشركة جوي... وغيرها، و تهدف إلى تقديم أفضل الخدمات لأفراد مجتمع المدينة المنورة.

كما قام فريق العمل بالاستعانة بتطبيقات الشراء داخل الهاتف المحمول وهي (App store) و(Google Play) لحصر وجمع التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات داخل المملكة العربية السعودية، وفيما يلي قام فريق العمل بإعداد جدول رقم (١) لحصر هذه الموقع الإلكترونية وجدول رقم (٢) لحصر التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

جدول (١) قائمة الموقع الإلكترونية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية

الاسم	URL
Mobily	https://www.mobily.com.sa
Zain	https://sa.zain.com/ar
STC	https://www.stc.com.sa

جدول (٢) قائمة التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية

الاسم	URL
Mobily	https://apps.apple.com/app/id375539359
Zain	https://apps.apple.com/app/id1272141660
STC	https://apps.apple.com/app/id808807355

٨/ عينة الدراسة

يرى المتخصصين في البحث والقياس أن حجم العينة المناسب في الدراسات المسحية يجب ألا يقل عن (١٠٠) مفرد، وعليه فقد حددت الدراسة عينة عمدية قوامها (٢٥٠) مفردة من أفراد مجتمع المدينة المنورة من (مواطنين ، مقيمين)، وتم نشر الاستبانة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي لاكتساب عدد كبير من الردود لمختلف فئات المجتمع.

٩/ مصطلحات الدراسة

شركة زين :Zain telecom company

وهي شركة الاتصالات المتنقلة (زين) وتأسست في العام ١٩٨٣ كأول مشغل لخدمات الاتصالات المتنقلة في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا، ومتلك الشركة قاعدة مشتركين يتجاوز عددها ٤٥.٢ مليون مشترك.

شركة الاتصالات موبيلي :Mobily telecom company

شركة اتحاد اتصالات هي شركة خدمات اتصالات سعودية تقدم خدمات الخطوط الثابتة والخطوط المحمولة وكذلك خدمات الإنترن特 تحت الاسم التجاري Mobily، وتعرف Mobily بهوية علامتها التجارية، وهي شركة مساهمة عامة في المملكة العربية السعودية.

شركة الاتصالات السعودية: STC

هي شركة الاتصالات السعودية مقرها الرئيسي الرياض، وتعرف اختصارا باسم STC، واستطاعت الشركة منذ انطلاقها توقيع عدة وظائف إدارية وتقنية وغيرها للعمل بهدف تقديم مناصب متنوعة للمتخصصين في قطاع الاتصال والإإنترنت، وهي أول شركات السوق السعودي لخدمات الهاتف النقال تأسست سنة ٢٠٠٢ وتحتل الصدارة بين منافساتها من الشركات مثل Zain, Mobily.

التطبيقات الذكية :Smart applications

هي حزم برمجية أو برمجيات تتصف بصغر الحجم والبساطة، يتم تصميمها بشكل مصغر لتتلاءم مع طبيعة عمل الهواتف الذكية وتعتبر من ضمن خدمات الإنترنط في بيئه هواتف الذكية، واختلافها يكون باختلاف المجال الذي يتم استخدامها فيه من أمثلتها شركات الاتصالات.

الموقع الإلكتروني :Websites

بأنها مجموعة من الملفات والموارد التي يمكن الوصول إليها من خلال شبكة الويب العالمية.

١٠/ أدبيات الموضوع:

من خلال البحث في أدبيات الموضوع عن الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة الحالية، وجد فريق العمل محدودية في الدراسات العربية وندرة في الدراسات الأجنبية لهذا الموضوع ويوضح ذلك من خلال التحليل الكمي والنوعي للدراسات لتوضيح أوجه الاتفاق والاختلاف بين هذه الدراسات و دراستنا الحالية:

١/١: عرض الدراسات بالطريقة النوعية:

جدول (٣) عرض الدراسات بالطريقة النوعية

العدد	عنوان الدراسة	النوع
١.	أ. أسامة غازي المدنى، يحيى محمد مباركي "استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعى فى إدارة سمع شركات الاتصالات فى السعودية: شركات STC، و Mobily، و Zain، وأنموذجاً" (٢٠٢٢).	٤- بحث

	<p>٢. جمال الحوباني، عبد الناصر حموده، نادية أمين" دور إدراك العميل لعدالة علاج قصور الخدمة في التأثير على بنوايات السلوكية المستقبلية: دراسة ميدانية بالتطبيق على شركات الأنترنت المصرية" (٢٠٢١).</p> <p>٣. سرى إبراهيم العايد" دور ممارسات إدارة الموارد البشرية في تعزيز تطبيق المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات السعودية وفقاً لرؤيه المملكة (٢٠٢٠).</p> <p>٤. محمد طلال مساوى" دور الأنشطة الاتصالية الرقمية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية في تحقيق الميزة التنافسية لها" (٢٠٢٢).</p> <p>٥. هبة صلاح الدين النموري" اختيار وتقدير تطبيقات الهاتف الذكي للمكتبات الأكاديمية: معايير ومواصفات مقترنة" (٢٠٢٢).</p>	
العدد	عنوان الدراسة	النوع
٢	١. عبد الله ادم أمير أوشيك" دور محاسبة الموارد البشرية في قياس وتقدير الأصول البشرية في شركات الاتصالات: دراسة حالة الشركة السودانية للهاتف السيار (Zain)" (أطروحة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ٢٠٠٩).	رسائل علمية
٣	٢. نزار نضال عبد الفتاح الكركي" واقع رضا العملاء عن الخدمة المقدمة من شركة الاتصالات الفلسطينية- جوال في الضفة الغربية" (أطروحة ماجستير، جامعة القدس، ٢٠٢١).	رسائل علمية
العدد	عنوان الدراسة	النوع
٢	١. عبد العزيز عمر " واقع تطبيقات تقنية المعلومات والاتصالات (ICT) على وظائف مكتبة جامعة السودان المفتوحة" (٢٠١٥).	مقالات علمية
٣	Erin Martini, Lili Adi Wibowo, Agus Rahayu, Ratih Hurriyat Website as A Communication Tool and Branding Strategy " (٢٠٢٢) "in Telecommunication Companies . Customers Satisfaction in Telecom Sector in Saudi Arabia: An Empirical Investigation .	مقالات علمية

ثانياً: عرض الدراسات بالطريقة الكمية:

جدول (٤) عرض الدراسات بالطريقة الكمية

مقالات الدوريات	رسائل علمية	بحوث منشورة
٣	١	٦

ثالثاً: التوزيع الزمني للدراسات التي تم الاعتماد عليها في موضوع الدراسة:

جدول (٥) التوزيع الزمني للدراسات

الفترة الزمنية	٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠١٥	٢٠١٤	٢٠٠٩
عدد الدراسات	٤	٣	١	١	١

رابعاً: سرد الدراسات السابقة عن الموضوع:

١- الدراسات العربية:

دراسة **أسامه غازي المدنى**، يحيى محمد مباركي، (٢٠٢٢)، بعنوان استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعى في إدارة سمعة شركات الاتصالات في السعودية: شركات STC، Mobily، Zain، أنمونجا، والتي هدفت إلى التعرف على أثر استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركات، وتمثلت عينتها في جميع موظفي العلاقات العامة بشركات الاتصالات في السعودية (Zain–Mobily– STC)، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج المسحي، وكان من أبرز نتائجها تساعد وسائل التواصل الاجتماعى دوائر العلاقات العامة على إبراز دور الشركة في خدمة المجتمع ومسؤولياتها الاجتماعية.

دراسة **جمال الحوباني**، عبد الناصر حموده، نادية أمين، (٢٠٢١)، بعنوان دور إدراك العميل لعدالة علاج قصور الخدمة في التأثير على بنواية السلوكية المستقبلية: دراسة ميدانية بالتطبيق على شركات الإنترنـت المصرية، والتي هدفت إلى التعرف على طبيعة تأثير إدراك العميل لعدالة علاج قصور الخدمة على بنواية السلوكية المستقبلية بالتطبيق على عملاء شركات الإنترنـت في جمهورية مصر العربية، وتمثلت عينتها في عملاء شركات الإنترنـت الرئيسية في جمهورية مصر العربية، واستخدمت أداة قائمة الاستقصاء لجمع البيانات، وكان من أبرز نتائجها وجود تأثير معنوي موجب لكل من العدالة التوزيعية والعدالة الإجرائية على نية العميل في الاستمرار بالتعامل مع مقدم الخدمة.

دراسة سرى إبراهيم العайд، (٢٠٢١)، بعنوان دور ممارسات إدارة الموارد البشرية في تعزيز تطبيق المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات السعودية وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠، والتي هدفت إلى معرفة دور ممارسات إدارة الموارد البشرية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات السعودية بمدينة الرياض في ظل رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، وتمثلت عينتها في (٢٤٣) فرداً يعملون في شركات الاتصالات السعودية الأربع بمدينة الرياض، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي، وكان من أبرز نتائجها إن مستوى تطبيق ممارسات إدارة الموارد البشرية والمسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات السعودية مرتفع.

دراسة عبدالله ادم أمير أوشيك، (٢٠٠٩)، بعنوان دور محاسبة الموارد البشرية في قياس وتقويم الأصول البشرية في شركات الاتصالات: دراسة حالة الشركة السودانية للهاتف السيار (Zain)، والتي هدفت إلى التعرف على المفاهيم المختلفة للأصول وأنواعها وخصائصها وطرق قياسها وتقديرها، والوقوف على الأصول البشرية ذات الاستخدام الأوسع والتي تميز بالتكليف العالية في شركات الاتصالات مما يتطلب إجراء التوزيع العادل لتلك النفقات على فترات الاستخدام المتوقعة، وتمثلت عينتها في موظفي الشركة السودانية للهاتف السيار Zain، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الاستباطي في تحديد أنماط المشكلة، والمنهج التاريخي في تتبع الدراسات السابقة والإطار النظري والمنهج الاستقرائي في صياغة الفرضيات وتحليل البيانات والمنهج الوصفي في تحليل البيانات واختبار الفرضيات، وكان من أبرز نتائجها أن اختلاف الطرق والإجراءات والمعايير المتبعة في إعداد القوائم المالية في المنشآت تؤثر على مصداقيتها وتقدها المقارنة.

دراسة محمد طلال مساوى، (٢٠٢٢)، بعنوان دور الأنشطة الاتصالية الرقمية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية في تحقيق الميزة التنافسية لها، والتي هدفت إلى التعرف على دور الأنشطة الاتصالية الرقمية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية في تحقيق الميزة التنافسية من خلال دراسة تطبيقية على شركة STC وذلك بالاعتماد على نظرية الاتصال الحواري، وتمثلت عينتها في جميع فئات الجمهور السعودي المتعاملين مع شمن الذكور والإناث من مستويات عمرية واقتصادية واجتماعية وثقافية متنوعة من هؤلاء الذين يستخدمون الإنترن特 وعملاء لشركات المحمول، واستخدمت أداة صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات وفق المنهج المسمحي، وكان من أبرز نتائجها وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استجابة المبحوثين للأنشطة الرقمية محل الدراسة ودرجة رضاه عن الشركة وخدماتها.

دراسة هبة صلاح الدين النموري، (٢٠٢٢)، بعنوان اختيار وتقدير تطبيقات الهواتف الذكية للمكتبات الأكاديمية: معايير ومواصفات مقترنة، والتي هدفت إلى تسلیط الضوء على تطبيقات الهواتف الذكية من حيث المفهوم، والمميزات، والخصائص، ودراسة نماذج لتطبيقات الهواتف الذكية لخدمات المكتبات الأكاديمية بالدول المتقدمة لاستكشاف خصائصها والقواسم المشتركة بينها سعياً للخروج بمواصفات للتقدير، وكذلك تطبيقات الهواتف الذكية لأشهر موقع التسويق الإلكتروني العربي والأجنبي للاستفادة من خبراتها وحرفيتها في تسويق الخدمة، ثم إعداد تصور مقترن للمعايير التي يمكن أن تسترشد بها المكتبات الأكاديمية عند تقييم أو اختيار تطبيق لإتاحة خدماتها على الهواتف الذكية، وتمثلت عينتها في نماذج تطبيقات الهواتف الذكية لخدمات المكتبات الأكاديمية في الدول المتقدمة، واستخدمت أداة قائمة مراجعة لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي، وكان من أبرز نتائجها انتهت إلى قائمة بالمعايير المقترنة مكونة من (١١) معيار رئيس متفرع إلى (١٨) عنصر فرعي شملت (١٣١) بند تضعها الباحثة أمام الجهات الأكاديمية والمهنية لمناقشتها وتعديلها.

دراسة نزار نضال عبدالفتاح الكركي، (٢٠٢١)، بعنوان واقع رضاء العملاء عن الخدمة المقدمة من شركة الاتصالات الفلسطينية- جوال في الضفة الغربية، والتي هدفت إلى تحديد رضا المستفيدين والعملاء إلى الخدمة التي تقدمها الشركة الفلسطينية للاتصالات السلكية واللاسلكية، كما تدرس العوامل المقدمة للخدمة ومقدم الخدمة، وتمثلت عينتها في عينة عشوائية من جميع عملاء شركة جوال للاتصالات الخلوية الفلسطينية في الضفة الغربية، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي، وكان من أبرز نتائجها وجود مستوى عالي من العوامل المتعلقة بمقدم الخدمة يؤثر على تحسين مستوى رضاء العملاء عن الخدمات.

دراسة عبدالعزيز عمر، (٢٠١٥)، بعنوان واقع تطبيقات تقنية المعلومات والاتصالات (ICT) على وظائف مكتبة جامعة السودان المفتوحة، والتي هدفت إلى تحديد تأثير تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الوظائف في مكتبة جامعة السودان المفتوحة، وتمثلت عينتها في تطبيقات تقنية المعلومات والاتصالات (ICT)، واستخدمت أداة الملاحظة لجمع البيانات وفق منهج دراسة الحالة، وكان من أبرز نتائجها إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مكتبة جامعة السودان المفتوحة قد ساهم بشكل كبير في توفير وتسهيل الوصول إلى خدمات المكتبة.

٢- الدراسات الأجنبية:

دراسة Erin martini, Lili adi wibowo, agus rahayu, ratih hurriyat (٢٠٢٢)، بعنوان WEBSITE AS AN COMMUNICATION TOOL AND BRANDING " "

"STRATEGY IN TELECOMMUNICATION COMPANIES" والتي هدفت الى التحقق من استخدام موقع الويب الرسمي للشركة كوسيلة اتصال لأغراض العلامة التجارية عبر الإنترت في صناعة الاتصالات السلكية واللاسلكية في إندونيسيا، وتمثلت عينتها في شركات الاتصالات في إندونيسيا، كما أن المؤشرات التي تم استخدامها لتحليل الدراسة هي محتوى موقع الويب، وسهولة استخدامه، وتفاعل الموقع، أظهرت نتائج هذه الدراسة أن ١٠٠٪ من شركات الاتصالات في إندونيسيا لديها موقع ويب يمكن استخدامه كاستراتيجية للعلامة التجارية عبر الإنترت. كانت المؤشرات التي استخدمتها هذه الشركات في الغالب للعلامات التجارية عبر الإنترت هي محتوى موقع الويب (٩٣.٦٥٪) وسهولة استخدام موقع الويب (١٠٠٪)، بينما لا يزال استخدام تفاعل موقع الويب (٥٣٪) بحاجة إلى تعظيم، كانت نتائج هذه الدراسة مفيدة في الكشف عن كيفية استخدام شركات الاتصالات في البلدان النامية مواقعها الإلكترونية كوسيلة اتصال للعلامات التجارية عبر الإنترت.

Raj Bahadur Sharma دراسة CUSTOMERS SATISFACTION، (٢٠١٤)، بعنوان "INVESTIGATION IN TELECOM SECTOR IN SAUDI ARABIA: AN EMPIRICAL" والتي هدفت الى التتحقق في تلك العوامل التي تؤثر على رضاء العملاء في صناعة الاتصالات في منطقة الرياض بالمملكة العربية السعودية، وتمثلت عينتها في عملاء شركات الاتصالات الشهيرة في المملكة العربية السعودية، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج المحسي، وكان من أبرز نتائجها أن العملاء أكثر رضاء عن جودة الخدمة، وتغطية الشبكة، وخدمة العملاء، وخطط الترويج لخدمات الاتصالات السعودية (STC) مقارنة بشركات الاتصالات الأخرى في المملكة العربية السعودية.

خامساً: خلاصة تحليل الدراسات السابقة:

أما عن الاستفادة الحالية من الدراسات السابقة تمثلت في أنها: يتبع من الاطلاع على الدراسات السابقة أن بعض الدراسات سلطت الضوء على دور وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمع شركات الاتصالات في السعودية، والبعض الآخر ذكرت دور رضا العميل لعلاج قصور الخدمات المقدمة من شركات الاتصالات، فيما ذكرت دراسات آخر دور قسم الموارد البشرية في قياس وتقدير الأصول البشرية في شركات الاتصالات وتحقيق ميزة تنافسية لها، وأيضاً هناك دراسات ذكرت واقع تطبيقات تقنية المعلومات والاتصالات على وظائف المكتبات الأكاديمية، فيما ذكرت أخرى تقييم تطبيقات الهواتف الذكية للمكتبات

الأكاديمية، حيث تسعى العديد من شركات الاتصالات في تقديم خدماتها بجودة عالية؛ وذلك من خلال تقييمها للتعرف على مواطن القوة والعمل على تعزيزها، وعلى مواطن الضعف والعمل على معالجتها.

اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة العربية والأجنبية حيث تناولت دراسة تقييم الموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، كما تميزت بأنها تسعى إلى التعرف على نقاط القوة في هذه الموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات، وذلك لتعزيزها، ونقط الضعف لمعالجتها، فيما تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بأنها الأولى - في حدود علم الباحثات - التي تتناول متغيرات الدراسة في بيئه شركات الاتصالات في المدينة المنورة.

١١/ صعوبات الدراسة

واجه فريق العمل بعض صعوبات الدراسة التي لم تكن ذات تأثير كبير على نتائجها وبفضل الله تم التغلب عليها، وتمثلت تلك الصعوبات في:

١. عدم الاهتمام من قبل العينة المطلوبة بالإجابة على الاستبانة مما استغرق وقت أطول.
٢. الضغط الدراسي الذي واجه فريق العمل بسبب ضيق وقت الفصل الدراسي الحالي.

١٢/ صياغة الاستشهادات المرجعية

أتخذ فريق العمل في صياغة الاستشهادات المرجعية على معايير الجمعية الأمريكية الأكاديمية حيث أورد دليلاً لكتابه البحث وتطوير الدليل لمده مراحل متعددة منذ سنة ١٩٥٤ حتى ظهر الإصدار السادس في عام ٢٠١٠، ونفذت الجمعية الأمريكية لعلم النفس دليل النشر إلى جانب مجموعة من المقالات لتسهيل المرجعية للباحثين في استخدام الكتابة والتقارير البحثية، وتحتوي هذه المقالات معلومات لابد أن تكون من ضمن الشروط في تقرير البحث بعض النظر عن الملحقات الأخرى أو في حالة استخدام منهج آخر.

١٣/ فصول الدراسة

لإتمام هذه الدراسة وتحقيق أهدافها، التزم فريق العمل في إجراء دراسته بمجموعة من الخطوات تم تنظيمها في مقدمة وثلاث فصول وقائمة مراجع وثلاث ملاحق، وذلك على النحو التالي:

أولاًً: الإطار المنهجي للدراسة

يضم الإطار المنهجي للدراسة أهمية وأهداف وتساؤلات الدراسة، وكذلك حدود ومنهج الدراسة، وأدوات جمع البيانات، والمجتمع والعينة الخاصة بالدراسة ومصطلحاتها، وبإضافة إلى أدبيات الموضوع وصعوبات وفصول الدراسة، وصياغة الاستشهادات المرجعية.

ثانياً: الإطار النظري للدراسة

وقد اشتمل على العديد من المحاور الأساسية، والمتعلقة بأساس الدراسة الحالية، وهي كالتالي:
(الفصل الأول) بعنوان "الموقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية: ماهيتها ونشأتها" (STC، Zain، Mobily) وقد تناول هذا الفصل (٣) مباحث، وهي التعريف بهذه الشركات في المملكة العربية السعودية، وأهميتها ومميزاتها وخصائصها، وسياساتها، وموقعها، وتطبيقاتها.

(الفصل الثاني) تناول عنوان "تقييم الواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية (STC، Zain، Mobily)" وقد اشتمل الفصل على تقييم وتحليل الواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات.

ثالثاً: الإطار العملي للدراسة

(الفصل الثالث) وهو بعنوان "تقييم مجتمع المدينة المنورة من الواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية (STC، Zain، Mobily)" وقد اشتمل هذا الفصل على تحليل لأسئلة الاستبانة المقدمة لمجتمع المدينة المنورة من مواطنين ومتقىين، لقياس مدى إفادتهم من الواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية.
الخاتمة "النتائج والتوصيات". فيها تم رصد النتائج التي توصل إليها فريق العمل في الدراسة الحالية فضلاً عن مجموعة من التوصيات.

قائمة المراجع

تضمنت قائمة مراجع باللغة العربية والتي بلغت (٣٩) مرجع، وقائمة مراجع أجنبية والتي بلغت (٥) مراجع.

قائمة الملاحق

ملحق (١) استبانة لقياس مدى إفادة مجتمع المدينة المنورة من الواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الإطار النظري

الفصل الأول (الموقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية: ماهيتها ونشأتها (STC، Zain، Mobily)

١/٠ تمهيد

١/١ المبحث الأول

٢/١ المبحث الثاني

٣/١ المبحث الثالث

٤/١ خاتمة الفصل

١/ تمهيد

تلزム مجموعة شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية بتقديم خدمات وتقنيات عصرية وحلول متميزة ذات جودة عالية، ترقى لططلعات واحتياجات عملائها من خلال سعيها المستمر في تطوير سياساتها وإجراءاتها وتدريب منسوبيها باستخدام أفضل التقنيات والمفاهيم الإدارية، وبمشاركة فعالة من جميع الأطراف ذات الصلة، بما يتماشى مع رسالة المجموعة ورؤيتها.

وسنتناول في هذا الفصل (٣) مباحث، وهي التعريف بشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية وأهميتها ومميزاتها وخصائصها، وسياساتها، وموقعها، وتطبيقاتها.

المبحث الأول (شركة Mobily)

٠/١ اسم الشركة

١/١ نبذة عن الشركة

٢/١ تعريفها

٣/١ أهميتها

٤/١ مميزاتها

٥/١ خصائصها

٦/١ إنجازاتها

٧/١ سياستها

٨/١ الموقع الإلكتروني للشركة

٩/١ التطبيق الذكي للشركة



شكل (١) شعار شركة

١/٠ اسم الشركة وشعارها: شركة Mobily

رابط الموقع الإلكتروني: <https://www.mobily.com.sa>

١/١ نبذة عن الشركة:

شركة اتحاد الاتصالات المعروفة باسم (موبيلي)، هي شركة اتصالات في المملكة العربية السعودية تأسست في عام ٢٠٠٤م، وذلك عبر تحالف قادته إحدى شركات الاتصالات الإماراتية، وتعتبر مجموعة الاتصالات الإماراتية هي المساهم الأكبر في شركة Mobily، وتبلغ نسبة أسهمها (٤٥٪)، وتليها أسهم المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية بنسبة (١١،٨٥٪)، وبالنسبة لأسهمها الشركة المتبقية فمتلكها عدد من المؤسسات الاستثمارية والأفراد، فقد حازت شركة Mobily على الرخصة الثانية لتقديم خدمات الاتصالات المتنقلة اللاسلكية في نفس سنة تأسيسها داخل المملكة العربية السعودية، وبعد ٦ أشهر في سنة ٢٠٠٥ أطلقت Mobily العديد من العمليات التجارية وقد سجلت ما يزيد عن مليون مشترك خلال (٣) أشهر الأولى من إطلاق العمليات التجارية، وفي عام ٢٠٠٦م تم منح شركة Mobily جائزة من قبل الرابطة العالمية لمشغلي الاتصالات المتنقلة (GSM) بأنها شركة الاتصالات الأسرع نمواً في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

وفي نفس العام قامت Mobily بإطلاق خدمات شبكات الجيل الثالث، بينما أطلقت خدمات شبكات الجيل الرابع في عام ٢٠١١م، تمتلك شركة Mobily نسبة (٦٦٪) من أسهم مشروع الشبكة السعودية الوطنية للألياف البصرية، وتعد من أضخم شبكات الألياف البصرية في العالم، ومن خلال هذه الشبكة أصبحت Mobily توفر لعملائها بنية اتصالات متكاملة تشتمل على خدمات الاتصالات المتنقلة والإنترنت السريع، وقد تم إدراج أسهم شركة Mobily للاتصالات في السوق المالية السعودية "تداول" وذلك في عام ٢٠٠٤م، حيث بلغ رأس مالها ٧،٧٠٠ مليون ريال سعودي موزعة على ٧٧٠ مليون سهم، ويبلغ قيمة السهم الواحد ١٠ ريال سعودي

٢/١ تعريفها

هي شركة اتصالات تقدم خدمات الخطوط الثابتة والخطوط المحمولة، وكذلك خدمات الإنترنوت تحت الاسم التجاري Mobily، وتعززها علامتها التجارية، وهي شركة مساهمة عامة في المملكة العربية السعودية.

٣/١ أهميتها

تعتبر شركة Mobily أهم شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، وذلك لتتوفر بنيّة تحتية ذات مستوى عالٍ في كافة قطاعاتها ومراكز البيانات والمراكز التقنية المنتشرة في أنحاء المملكة وتعتبر بنيتها التحتية عاملًا قويًا لتقديم خدماتها باعتمادية وموثوقية عالية، لأنها توفر الألياف البصرية للوحدات السكنية بكامل تجهيزاتها الخاصة، وتكمّن أهميتها أيضًا في مشروعها القائم على تحويل ينبع إلى مدينة ذكية، كما أنها تمتلك أكبر منظومة لمراكز البيانات وذلك من خلال قيامها بإنشاء ٥٨ فرعاً في جميع مدن ومحافظات المملكة لخدمة مشتركي Mobily.

٤/٤ مميزاتها

تتميز شركة Mobily بالعديد من المميزات ومنها ما يلي:

١. تقديم خدمات متكاملة لكافة القطاعات وهي: قطاع الأفراد، قطاع الأعمال، قطاع المشغلين.
٢. لديها إحدى أكبر الشركات اللاسلكية من حيث التغطية على مستوى المملكة العربية السعودية.
٣. تمتلك أكبر شبكات FTTH.
٤. تمتلك واحد من أضخم أنظمة مراكز البيانات حول العالم.
٥. تتوفّر فروعها في كافة مناطق وضواحي المملكة وقد حققت افتتاح ٥٨ فرعاً حتى الآن.
٦. تعدد باقتها المفتوحة ومسبقة الدفع المتوفّرة في جميع فروعها ومن خلال تطبيقها.
٧. سوّعة الاستجابة لاستفسرات العملاء وتقديم الخدمات لهم بكل سوية.
٨. وجود تطبيق وموقع لتسهيل الوصول إلى الخدمات والباقات في أي وقت ومكان.
٩. توفير امن متكامل للمعلومات.
١٠. توفير العديد من الأجهزة الإلكترونية المحمولة وإمكانية شراءها وتقسيطها بعد الاشتراك في إحدى الباقات في الفرع.
١١. إمكانية توصيل وتشغيل الألياف البصرية إلى المنزل والمؤسسات.
١٢. الاستثمار في شركة Mobily من خلال شراء الأسهم بسعر ١٠ ريال لكل سهم، حيث إن أرباحها في ارتفاع متالي.

٤/٥ خصائصها

توفّرت بعض من الخصائص لدى شركة Mobily التي جعلت العميل يكسب طرق للتعامل مع خدمات شركة Mobily للاتصالات، ومن هذه الخصائص:

١. تطبيق Mobily متاح بشكل مجاني داخل جميع المتاجر الإلكترونية ويدعم جميع أنظمة التشغيل المتوفرة.

٢. يتمتع تطبيق Mobily بالأمن والجودة، مما يضمن الحصول على مستوى خدمة جيدة.

٣. تفعيل خاصية الفزامنة مع الأجهزة الذكية.

٤. يتمتع تطبيق Mobily بسرعة عالية في الأداء وعرض الخدمات.

٥. المساهمة في دعم المكالمات المحلية والدولية إضافةً إلى الخدمات الأخرى المتوفرة.

٦/إنجازاتها:

حققت شركة Mobily إنجازات ثُبرهن على سعيها لتحسين خدماتها بشكل مستمر، ومن هذه الإنجازات:

١. تعتبر أسرع مشغل للهواتف المحمولة نمواً في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

٢. في عام ٢٠٠٦، وصلت Mobily إلى أكثر من ٨٠٠،٠٠٠ مشترك.

٣. في ٢٠ يناير ٢٠٠٧، كان لديها ٦ مليون مشترك و ٥ مليون مستخدم للجيل الثالث.

٤. منذ دخول السوق السعودي عام ٢٠٠٤، تبنت الشركة استراتيجية توسيع قوية، تعتمد على قنوات البيع المباشرة وغير المباشرة.

٥. تمتلك ٦٦٪ من الشبكة الوطنية السعودية للألياف البصرية(SNFN) ، وهي واحدة من أكبر شبكات الألياف البصرية في العالم.

٧/ سياستها:

تللزم Mobily بعدم استخدام المعلومات الشخصية في غير الأغراض المقصود منها، وأيضاً لا تقوم Mobily ببيع أو تبادل أو نقل معلومات عملائها الشخصية إلى أطراف خارجية، وتستخدم شركة Mobily المعلومات للرد على الاستفسارات الخاصة بعملائها، أو لتوفير المنتجات والخدمات المطلوبة، والاتصال بالعميل فيما يتعلق بالمنتجات والخدمات الجديدة، ويحق لعملاء Mobily الوصول إلى بياناتهم الشخصية وتحديثها وتصحيحها أو الحصول على نسخة إلكترونية منها

٨/١ الموقع الإلكتروني لشركة Mobily



شكل (٢) واجهة موقع Mobily

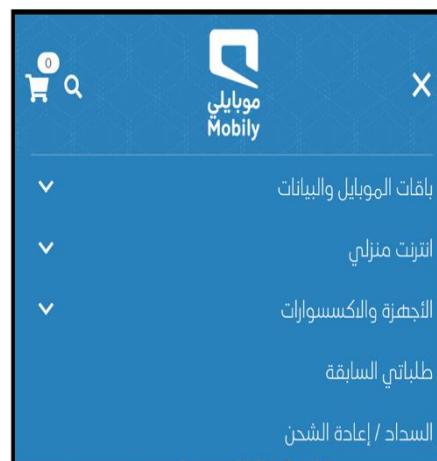
الوصول إلى موقع Mobily ، من خلال الرابط التالي:
<https://www.mobily.com.sa>

يوضح الشكل رقم (٢) واجهة الموقع، تمتاز واجهة الموقع بتوفير خلفية باللون الأزرق الفاتح وبخطوط بيضاء واضحة للقارئ حجماً ولواناً، ويوجد اسم الشركة في أعلى منتصف الموقع وفي يمينه يتتوفر شريط يحتوي على خيارات الخدمات التي يحتاجها المستفيد.

يوضح الشكل رقم (٣)

الخدمات المتاحة في الموقع،

خدمة باقات الهاتف والبيانات، خدمة الإنترنت المنزلي هي التي تكون من خلال توفير المودم باختلاف قوة الشبكة أو الألياف البصرية، وخدمة طلب الأجهزة والإكسسوارات، وخدمة مراجعة ومعرفة الطلبات المسبقة في الموقع، وخدمة السداد وإعادة الشحن.



شكل (٣) الخدمات المتاحة



شكل (٤) أنواع الباقة

يوضح الشكل السابق رقم (٤) أنواع الباقة المتاحة في الموقع، حيث تمتاز الباقة بتوفيرها على شرائح SIM المعتادة، وشرائح eSIM الإلكترونية، باقات الموبايل SIM تكون إما مسبقة الدفع أو مفتوحة، بينما باقات الموبايل eSIM جميعها مفتوحة كونها شريحة إلكترونية، وأيضاً توفر باقات البيانات وهي تلك التي تختص بالإنترنت فقط ويمكن وضعها في جهاز الموبايل أو بالمودم المتنقل ويمكن استخدامها في أي مكان و zaman.

يوضح الشكل رقم (٥) أنواع الإنترن트 وهي:

^١ SIM : هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية صغيرة تحتوي على رقمتعريف خاص ورقم هاتف وبيانات أخرى متعلقة بالمستخدم.

^٢ eSIM : هي شريحة رقمية مدمجة في الجهاز ولا يمكن إزالتها كالشريحة التقليدية، حيث يتم تفعيلها باستخدام رمز QR خاص لكل ملف تعريف على جهاز واحد فقط.



شكل (٥) أنواع الإنترنط

النوع الأول: للإنترنت في المنزل والأكثر سرعة في التحميل هو "الألياف البصرية"، كما يمكن من خلاله مشاهدة مقاطع الفيديو على الفور وتشغيل ألعاب الفيديو مباشرة عبر الإنترنت ومن مميزاته سرعة التحميل التي تصل إلى ٥٠٠ ميجا بت في الثانية، وسعة عالية لجميع الأفراد في المنزل، دعم فني متواصل.

النوع الثاني: يكون من خلال توفير جهاز راوتر منزلي مع شريحة إنترنت تعمل على شبكة الجيل الرابع G4 والجيل الخامس G5 الجديدة ومن مميزاته الإنترنت اللاحدود، سرعة فائقة بالأداء، تركيب أجهزة مجانية للإنترنت سهلة التركيب.

النوع الثالث: هو الذي يحل مشكله تغطية الوايبرلس في المنزل بأكمله بمعنى أن بعض الإنترنط لا يتوفّر في جميع أرجاء المنزل، ويساعد في توسيع نطاق تغطية الشبكة دون تمديد الأسلاك.



شكل (٦) خدمة طلب جهاز وعدة مزايا أخرى



شكل (٧) الطلبات السابقة والسداد



شكل (٨) الخدمات المتوفرة الأخرى

يوضح الشكل رقم (٦) خدمة طلب جهاز وعدة مزايا أخرى، توفر شركة Mobily من خلال الموقع إمكانية طلب الأجهزة الذكية، وتتوفر إكسسوارات وكماليات للأجهزة، وتوفير الأجهزة اللوحية باختلاف شركاتها.

يوضح الشكل رقم (٧) خدمة معرفة الطلبات السابقة والسداد/إعادة الشحن، تمكن خدمة الطلبات السابقة من مساعدة العميل للتعرف على الطلبات السابقة كتفعيل البيانات أو طلب أحد الأجهزة، بينما خدمة السداد/إعادة الشحن تكون لسداد الشرائح المفوتة وباقات البيانات، وإعادة الشحن لتفعيل خدمة الإنترنط من وقت لآخر أو لغرض الاتصالات.

يوضح الشكل رقم (٨) الخدمات المتوفرة الأخرى، تمتاز شركة Mobily بتوفيرها لخدمات الإنترنط والاتصال سواء داخل المملكة العربية السعودية أو خارجها في بعض الدول كدول مجلس التعاون كما هو موضح في الصورة حيث تتوفر عدة باقات وخدمات لتفعيلها والاستفادة منها في أي مكان وبأسعار منافسة.



شكل (٩) واجهة تطبيق شركة Mobily

٩/ التطبيق الذكي لشركة Mobily

الوصول إلى تطبيق Mobily، من خلال الرابط التالي:

يوضح الشكل رقم (٩) واجهة التطبيق،

تمتاز واجهة تطبيق Mobily في وضوح عنوان التطبيق وألوان

الواجهة، وحجم الخط متناسق وأيضاً يتميز بأنه مجاني في جميع

متاجر الهواتف الذكية.



شكل (١٠) صفحة تسجيل الدخول شركة Mobily

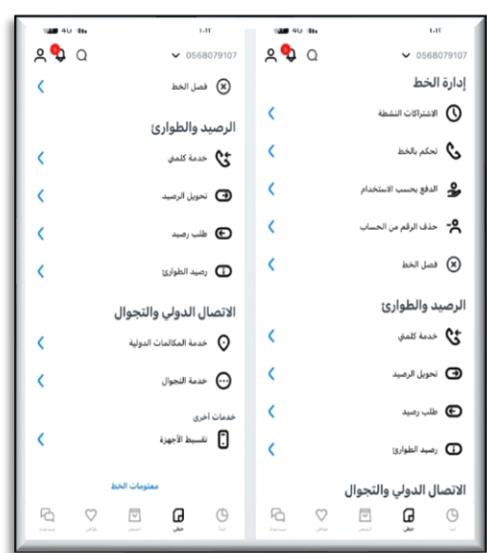


شكل (١١) الصفحة الرئيسية لتطبيق Mobily

يوضح الشكل رقم (١١) الصفحة

الرئيسية، يوضح الرصيد المتوفر لدى العميل والباقيات التي تم الاشتراك بها، أيضاً الدوائر التي تم استهلاكها في المكالمات والمتبقي منها.

يوضح الشكل رقم (١٢) قائمة خطي والذى يسمح للمستفيد بإدارة خطه، حيث يمكنه التحكم بالخط ومعرفة الاشتراكات النشطة للخط، وأيضاً يمكنه فصل الخط في حال عدم رضا المستفيد بالخدمة المقدمة له، أيضاً توفر القائمة خدمة كلمني هذه الخدمة مقدمة من Mobily مجاناً وبدون اشتراك أو أي تكلفة للرسالة، وفي قائمة خطي يمكن للمستفيد طلب أو تحويل الرصيد إلى مستفيد آخر من شبكة Mobily، أيضاً يمكن للمستفيد الاستفادة من رصيد الطوارئ في حال عدم وجود رصيد كافٍ في الأوقات الازمة.



شكل (١٢) قائمة لإدارة الخط من قبل العميل

يوضح الشكل رقم (١٣) قائمة المتجر ، الذي يحتوي على العروض الجديدة في Mobily وأيضاً يتتوفر به قوائم إضافية منها الترفيه والأجهزة والإكسسوارات والباقات سواء كانت مسبقة الدفع أو الدولية.



شكل (١٤) قائمة المتجر (قائمة الباقات)



شكل (١٣) قائمة المتجر شركة Mobily

يوضح الشكل رقم (١٤) قائمة المتجر ، باقات Mobily والتي تشمل على باقات مسبقة الدفع وهي التي تقوم بشحن محفظة المستفيد ويتم الحسم من الرصيد بناء على استخدام المستفيد، وأيضاً يشمل على الباقات المفوتة وهي التي يتم الاشتراك بها وبانتهاء الشهر تصدر فاتورة تبين استخدام المستفيد للباقة.



شكل (١٥) قائمة المتجر (الأجهزة والإكسسوارات)

يوضح الشكل السابق رقم (١٥) الأجهزة التي توفرها Mobily والتي يمكن شرائها بالتقسيط، وأيضاً يمكن لعملاء خدمة راقي استعمال خصم خاص بهذه الباقة والاستفادة منه في شراء الأجهزة.



شكل (١٦) قائمة المتجر (شراء اللاب توب)

يوضح الشكل رقم (١٧) الباقات مسبقة الدفع، والتي يمكن للمستفيد اختيار الباقة المناسبة له، ومن تلك الباقات باقة ٣٦٠ والتي تسمح للمستفيد الدخول إلى تطبيقات التواصل الاجتماعي بلا حدود، وتفعيل الإنترن特 بلا حدود، وتسمح أيضاً بالمكالمات الهاوندية اللامحدودة، أيضاً باقة ٢٢٠ والتي تسمح للمستفيد بالحصول على ١٠٠ جيجابايت، والدخول إلى موقع التواصل الاجتماعي بلا حدود، ومكالمات غير محدودة.



شكل (١٧) قائمة الباقات مسبقة الدفع



شكل (١٨) قائمة باقات الدقائق المحلية المتوفرة في المتجر

يوضح الشكل رقم (١٨) باقة الدقائق المحلية، وهي خدمة تسمح للمستفيد إجراء المكالمات بلا قيود أو شروط، حيث تقدم مكالمات ودقائق لجميع الشبكات المحلية، ويمكن للمستفيد اختيار الباقة المناسبة له سواءً كانت يومية أو أسبوعية أو شهرية.



شكل (١٩) قائمة باقات السوشيال ميديا في المتجر



شكل رقم (٢٠) باقات الألعاب

يوضح الشكل رقم (١٩) باقات السوشيال ميديا وهي باقات تسمح للمستفيد استخدام لا محدود لتطبيقات محددة، ومنها: الواتس آب، تويتر، سناب شات، فيسبوك، جوجل ميت.

يوضح الشكل السابق رقم (٢٠) باقات للألعاب والتي تقدم خدمتها لدعم قطاع الألعاب الإلكترونية، والتي تسمح للمستفيد استخداماً لا محدود له من تطبيقات الألعاب الإلكترونية.



شكل (٢١) قائمة باقات الرسائل النصية المتوفرة في المتجر

يوضح الشكل السابق رقم (٢١) باقة الرسائل النصية، والتي تتيح للمستفيد إرسال الرسائل متعددة الوسائط لمدة شهر واحد، ويتم تجديد الباقة تلقائياً كل شهر.

يوضح الشكل رقم (٢٢) قائمة نقاطي، وهو برنامج لمكافأة مستخدمي باقات Mobily حيث يتم جمع النقاط واستبدالها بأحد فروع شركاء نقاطي.



شكل (٢٢) قائمة نقاطي



شكل (٢٣) قائمة استبدال نقاط

يوضح الشكل رقم (٢٤) قائمة شركاء نقاطي، مجموعة من شركاء Mobily في نقاطي والتي يمكن للمستفيد تبديل نقاطه بإحدى الشركات المذكورة.



شكل (٢٤) قائمة شركاء نقاطي



شكل (٢٥) قائمة المساعدة



شكل (٢٦) قائمة تغيير اللغة

يوضح الشكل السابق رقم (٢٦) قائمة اللغات المتوفرة في تطبيق Mobily وهي اللغة العربية واللغة الإنجليزية.

المبحث الثاني (شركة Zain)

٠/٢ اسم الشركة

١/٢ نبذة عن الشركة

٢/٢ تعريفها

٣/٢ نشأتها

٤/٢ أهميتها

٥/٢ مميزاتها

٦/٢ خصائصها

٧/٢ سياستها

٨/٢ الموقع الإلكتروني للشركة

٩/٢ التطبيق الذكي للشركة



شكل (٢٧) شعار شركة Zain

٠/٢ اسم الشركة وشعارها: شركة Zain

رابط الموقع الإلكتروني: <https://sa.zain.com/ar>

١/٢ نبذة عن الشركة

شركة Zain السعودية هي رائدة من رواد الاتصالات في الشرق الأوسط والعالم، فمنذ تأسيسها في أواخر عام ٢٠٠٨ م والشركة تسير بخطى ثابتة نحو التوسع على الأصعدة الجغرافية، والاستثمارية، وأيضاً على صعيد الخدمات والعروض التي توفرها لعملائها، حيث إنها توفر بخطط تسويقية متكاملة ما يلزم المواطن السعودي من منتجات ذات صلة بقطاع الاتصالات الخلوية والإنترنت، يرجع تأسيسها بموجب المرسوم الملكي رقم م/٤٨ الصادر بتاريخ ٢٦/٥/٢٠٢٨هـ.

٢/٢ تعريفها

مجموعة Zain هي شركة اتصالات مساهمة كويتية ومقرها الرئيسي في الكويت وتعتبر شركة Zain للاتصالات من الشركات الرائدة في مجال الاتصالات المتنقلة في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا، وهي تتمتع بانتشار جغرافي مميز، وذلك بفضل تواجدها في سبعة بلدان وهي: السعودية، السودان، لبنان، البحرين، العراق، الأردن حيث تقدم خدمات اتصالات متنقلة متعددة إلى أكثر من 52 مليون عميل.

٣/٢ نشأتها

بدأت شركة Zain للاتصالات في السعودية منذ عام ٢٠٠٧، حيث إنها شركة مملوكة سعودياً وتبلغ حصة المساهمين السعوديين ما يقارب ٦٠٪، وأيضاً تكون شركة Zain السعودية نسبة ٩٢٪ من قيادتها التنفيذية من الخبراء السعوديين، وكانت شركة Zain السعودية أول مشغل في الشرق الأوسط يطلق شبكة الجيل الرابع بشكل تجاري.

٤/٢ أهميتها

تبرز أهمية شركة Zain للاتصالات في تقديم خدماتها الجوهرية من خلال تحديد احتياجات ورغبات عملائها، ومواكبتها لعصر الخدمات الرقمية، كما تسعى لتوفير الوصول عبر شبكتها وتشجع عملائها على الاستخدام المسؤول لمنتجاتها وخدماتها.

٥/٢ مميزاتها

تتميز شركة Zain بالعديد من المميزات ومنها ما يلي:

١. بنجاحها في ترسيخ نفسها كمشغل اتصالات موثوق ومزود خدمات رقمية متكاملة تغطي الاتصالات، وشبكة الجيل الخامس G5، وغيرها من الخدمات.

٢. بكونها أول مشغل اتصالات في الشرق الأوسط يطلق شبكة LTE ٤G، وذلك في عام ٢٠١١.

٣. بأطلاق في عام ٢٠١٩ شبكة الجيل الخامس الأحدث على مستوى المملكة، والشرق الأوسط، وأوروبا، وأفريقيا.

٤. التزامها بالتطوير المستمر لشبكتها وخدماتها، وذلك لتحقيق تجربة أفضل للعملاء.

٥. توفير الخدمات اللازمة والانتقال نحو مجتمع ذكي وتحسين جودة الحياة.

٦/٢ خصائصها

السرعة والمرونة لتكييف مع التغيير واتخاذ القرارات في الوقت المناسب، الانتماء بأن تومن هي المنزل الثاني، العميل محور شركة Zain وذلك بتقديم خدمة مميزة تتجاوز توقعات العملاء الشمولية أن التنوع هو سر تميز الشركة، التواصل بشفافية واحترام الآراء والأفكار، ومن أهم الخصائص:

١. تستخدم Zain السعودية استراتيجيات مميزة حيث ساعتها على إن تكون من أوائل المشغلين لشبكة LTE ٤G تجارياً.

٢. تمكنت من تغطية ٢٨ مدينة من خلال برج ٢٦٠٠.

٣. احتلت المرتبة الرابعة عالمياً في نشر شبكات الجيل الخامس (5G)

٤. تم إطلاق حزمة من المبادرات الخاصة بالتنوع والاستعمال للمساهمة في تمكين القوة العاملة وخدمة المجتمع.

٧/٢ سياستها:

يسمح العميل لشركة Zain للاتصالات بجمع واستخدام وحفظ المعلومات الشخصية الخاصة به، حيث قد تجمع شركة Zain ببعضًا من معلومات العميل المتنوعة والتي قد تحتوي على معلوماته الشخصية، مثل: الاسم، البريد الإلكتروني، وكذلك المعلومات المالية وهي التي يقدمها العميل من خلال الدفع بالطرق الإلكترونية من أجل خدمات ومنتجات الشركة، مثل: معلومات البطاقة الائتمانية، تفاصيل الحساب البنكي، وذلك بغرض التأكيد وتتفيد عملية الدفع لأي من الخدمات أو المنتجات من

قبل شركة Zain، معلومات الشبكة والجهاز: المعلومات التي تحصل عليها شركة Zain من خلال استخدام العميل للخدمات، مثل: عنوان بروتوكول الإنترنت، نوع الجهاز المستخدم للدخول للموقع.

١/٧/٢ أغراض استخدام شركة Zain للمعلومات:

تدعم شركة Zain للاتصالات عمليات وتشغيل الأنظمة الالزمة؛ وذلك لاستمرارية تقديم الخدمات بجودة عالية، وتقديم فوترة دقيقة حتى تتمكن الشركة من تسويية مدفوعات المنتجات والخدمات، كما تستخدم شركة Zain للاتصالات معلومات العميل وذلك للتحقق من هوية المستخدم، كما تقوم بإرسال عروض المنتجات والخدمات لهم، فيما تستفيد منها في تطوير محتوى الخدمات والمنتجات المقدمة للعملاء، وأيضاً تلبيةً لمتطلبات قانونية وتنظيمية، مع التزام شركة Zain بكافة التنظيمات والقرارات ذات العلاقة التي من شأنها حماية معلومات المستخدم وبياناته.

٢/٧/٢ حقوق المستخدم:

يحق للمستخدم الوصول إلى معلوماته الشخصية والاطلاع عليها؛ من خلال الموقع الإلكتروني، أو أحد قنوات التواصل الخاصة بالشركة، أو من خلال زيارة أحد فروع الشركة الرئيسية. كما يستطيع إن يحدث معلوماته الشخصية في حال كانت غير صحيحة أو غير دقيقة أو قديمة.

٣/٧/٢ سرية المعلومات والإفصاح عنها:

تؤكد شركة Zain للاتصالات أن من أولوياتها هي حماية البيانات الشخصية، كما إنها تعهد باتخاذ جميع الاحتياطات التقنية والتنظيمية لمنع فقدان أو إساءة استخدام أو تحريف المعلومات، وستقوم بحفظ البيانات التي جمعتها في خوادم آمنة. وتعهد شركة Zain للاتصالات بعد بيع البيانات الشخصية، أو متاجرتها، أو تأجيرها، أو إفشاء أي معلومة إلى أي طرف ثالث خارج شركة Zain أو الشركات التابعة لها، بدون إذن المستخدم، كما أن الطرف الثالث متعهد بالمحافظة على سرية المعلومات ويطلع عليها بالقدر الذي يقتضيه تقديم الخدمات والمنتجات.

٤/٧/٢ الموقع الإلكتروني لشركة Zain:

يمكن الوصول إلى موقع زين من خلال الرابط التالي: <https://sa.zain.com>



شكل (٢٨) الواجهة الرئيسية لموقع

zain

توضّح الأشكال السابقة رقم (٢٩، ٢٨) يحتوي الموقع على معلومات عن العروض

والأجهزة التي توفرها الشركة وعرضها في الصفحة الرئيسية على شاشة متحركة.



شكل (٢٩) عرض موقع شركة

zain



شكل رقم (٣١) تصميم موقع شركة Zain

يوضح شكل رقم (٣١) تصميم الموقع بشكل جذاب، ويمكن للمستفيد دفع الفواتير وشحن الخط عن طريق النقر على الشاشة الموضحة



شكل (٣٠) إمكانية اختيار اللغة

يوضح الشكل رقم (٣٠) إمكانية عرض الموقع باللغة العربية والإنجليزية

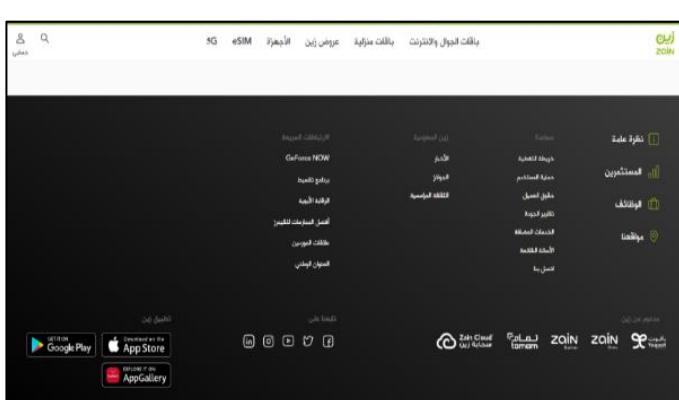
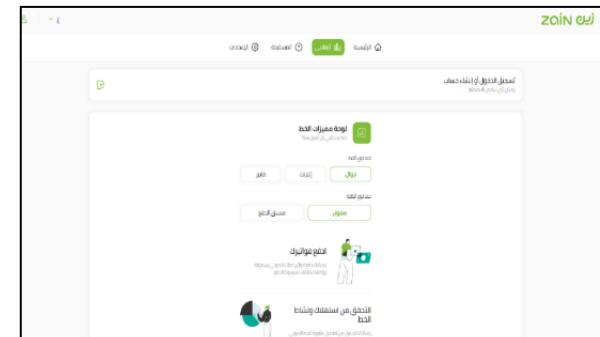


شكل (٣٢) تصميم الموقع

يوضح الشكل رقم (٣٢) إمكانية سداد

الفواتير بشكل سريع وسهل

يوضح شكل سابق رقم (٣٣) تصميم الموقع فقد صمم الموقع بشكل ملائم يخدم المستفيدين بشكل سريع وجيد، بالإضافة إلى وضوح الخط وسهولة قراءة العروض والباقات المقدمة للعميل، وأيضاً تعدد الخيارات المتنوعة في الباقات سواء كانت منزليّة أو للجوال.



شكل (٣٤) خانة المساعدة

يوضح الشكل رقم (٣٤) جود خانة مساعدة لمساعدة المستفيد عند مواجهة أي صعوبة أو مشكلة وأيضاً توفر المنصة أرقام تواصل وحسابات في برامج التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى خانة شكاوى لضمان حل جميع المشكلات التي تواجهه المستفيد.

٩/٢ التطبيق الذكي لشركة Zain



شكل (٣٥) واجهة التطبيق شركة Zain

الوصول إلى تطبيق Zain للدخول إلى التطبيق عبر الرابط التالي
<https://zain.app>



شكل (٣٦) الصفحة الرئيسية لتطبيق Zain

يوضح الشكل رقم (٣٦) الصفحة الرئيسية لتطبيق زين حيث يتواجد شعار الشركة، التطبيق يتيح استخدام اللغتين العربية والإنجليزية، خدمة الدفع السريع التي يوفرها التطبيق.

يوضح الشكل السابق رقم (٣٨) عرض الخدمات المقدمة من الشركة عبر التطبيق مثل الباقات المتاحة للجوال والإنترنت، كما توفر عرض خانة (عالم زين) والتي تشتمل على إمكانية تحويل الخط لمستخدمي الشبكات الأخرى إلى شبكة Zain وأيضاً استخراج الشرائح المدمجة وعرض الخرائط بالموقع التي تقوم شبكة Zain بتغطيتها داخل المملكة العربية السعودية.

شكل (٣٧) خانة لا تعرف رقمك

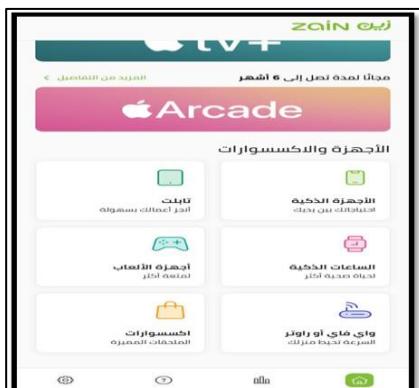
يوضح الشكل رقم (٣٧) خانة خاصة بمعرفة الرقم الخاص

حيث تتيح للمستخدم إجراء اتصال عبر الخط المراد دفع فاتورته أو الدخول إلى الرابط التالي لمعرفة الرقم الخاص

<https://mynumber.zain.app/ar> بالعميل

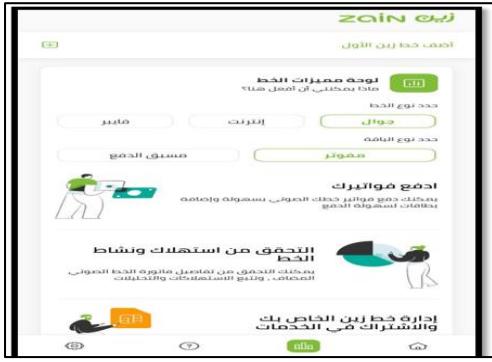


شكل (٣٨) الخدمات المقدمة



شكل (٣٩) متجر شركة Zain

يوضح في الشكل السابق رقم (٣٩) متجر الإكسسوارات التي توفرها الشركة، من هواتف ذكية وساعات ذكية وأجهزة اللعب.



شكل (٤٠) إدارة الخط

يوضح الشكل السابق رقم (٤٠) الصفحة الخاصة بمستخدمي شبكة Zain، حيث تمكنه من إدارة جميع أنواع الخطوط الخاصة وكذلك إدارة أنواع الباقات المختلفة، كما تمكنه الاستفادة من خدمة الدفع السريع للفاتورة.



شكل (٤١) صفحة الدعم

يوضح الشكل السابق رقم (٤١) يوضح صفحة الدعم والمساعدة، ويتميز التطبيق بتقديم طرق متعددة للدعم والمساعدة منها خانة الأسئلة الشائعة، وطرق التواصل المتاحة ومنها موقع التواصل الاجتماعي توiter، والاتصال بالرقم الموحد الخاص بطلب الاستفسارات، أو تقديم شكوى من خلال التطبيق بشكل مباشر ويتميز التطبيق بسهولة الوصول لتلك الخدمات.



شكل (٤٢) الصفحة الشخصية لتطبيق

Zain شركة

يوضح الشكل السابق رقم (٤٢) الصفحة الشخصية للعميل، حيث تقوم بعرض الاسم وإمكانية تعديل البيانات، إمكانية إدارة المدفوعات، وتتوارد إدارة الأمان والمقصود بها تأمين حساب العميل من أي شيء.

المبحث الثالث (شركة STC)

٠/٣ اسم الشركة

١/٣ نبذة عن الشركة

٢/٣ تعريفها

٣/٣ نشأتها

٤/٣ أهميتها

٥/٣ مميزاتها

٦/٣ خصائصها

٧/٣ سياستها

٨/٣ الموقع الإلكتروني للشركة

٩/٣ التطبيق الذكي للشركة



شكل (٤٣) شعار شركة STC

٣/٠ اسم الشركة وشعارها: شركة STC

رابط الموقع الإلكتروني: <https://www.stc.com.sa>

١/٣ نبذة عن الشركة

شركة الاتصالات السعودية (STC) هي شركة عامة ومدرجة في السوق المالية السعودية منذ يناير (٢٠٠٣) وتصنف بأنها تعمل في قطاع خدمات الاتصالات، مع التركيز الكامل على خدمات الاتصالات المتكاملة، كما أن مقر الشركة الرئيسي في العاصمة السعودية الرياض، تم تأسيسها باعتمادها كشركة مساهمة سعودية سنة (٢٠٠٢)، الذي اعتمد نظام الشركة الأساسي.

٢/٣ تعريفها

شركة الاتصالات السعودية مقرها الرئيسي العاصمة الرياض، كما تعرف اختصاراً باسم STC، استطاعت الشركة منذ انطلاقها أن توفر عدة وظائف إدارية وتقنية وفنية للعمل بهدف تقديم مناصب متنوعة للمتخصصين في قطاع الاتصال والإنتernet، كما تعتبر أنها أول شركات السوق السعودي لخدمات الهاتف النقال تأسست سنة ٢٠٠٢ وتحتل الصدارة بين منافساتها من الشركات مثل Mobily وZain.

٣/٣ نشأتها

منذ نشأتها كانت شركة الاتصالات السعودية تابعة إلى الحكومة السعودية بنسبة ١٠٠٪ قبل أن يتم تخصيص ٣٠٪ من الأسماء الخاصة بها في البورصة، تعتبر تلك الخطوة هي أكبر خطوات الاكتتاب التي شهدتها الدول العربية في ذلك الوقت، وبعد ذلك تم تخصيص نسبة ٢٠٪ تعود إلى المواطنين السعوديين، كما تم تخصيص نسبة ٥٪ لأصحاب المعاش التقاعدin ومثلهم للمؤسسة العامة الخاصة بالتأمينات الاجتماعية.

٤/٣ أهميتها

هي شركة رقمية رائدة هدفها يتمحور حول:

١. التقدم الدائم.
٢. السعي للتطور والابتكار.
٣. التفكير بصناعة المستقبل.
٤. البقاء في المقدمة كشركة ذات إرادة وهدف.
٥. تقديم الحلول والخدمات الرقمية في مجالات متعددة تشمل:

الاتصالات، وتقنية المعلومات، والمدفوعات الرقمية، والإعلام الرقمي، والأمن السيبراني.

٦. التحول الرقمي محلياً وإقليمياً.

٥ مميزاتها:

تتميز شركة STC بالعديد من المميزات، ومنها ما يلي:

١. البنية التحتية لشبكة STC: هي الأكبر والأسرع بسبب وجود بنية تحتية متقدمة توفر تواكب أحدث الابتكارات في مجال تكنولوجيا الاتصالات، فتصبح أعلى جودة، وأقل انقطاع، وأكثر شمولية.

٢. خدمة عملاء على مدار ٢٤ ساعة/٧ أيام الأسبوع، ويمكن التواصل عبر: الاتصال على ٩٠٠، الرسائل النصية، تطبيق Mystc، شبكات التواصل الاجتماعي.

٣. التطور التقني: يتتوفر لدى STC فرق متخصصة من المهندسين الذين يبحثون عن أفضل التقنيات التي تناسب احتياجات العميل من خدمات حالية من الفيروسات، وبدرجة عالية من الأمان.

٤. أسعار تنافسية: باقات شركة STC تتميز بأسعار تناسب الجميع وتناسب الباقة المختارة.

٥. القيمة المضافة: يتتوفر لدى شركة STC أكبر برنامج ولاء هو "برنامج قطاف" مع مجموعة واسعة من الشركاء، حيث يتم تجميع النقاط واستبدالها لدى الشركاء.

٦. النمو المستمر على كافة الأصعدة.

٧. تمتلك مركز قيادي في السوق السعودي وتنامي شكل سريع في الأسواق الإقليمية.

٨. لديها ميزانية عالية وتذبذب مالي سليم، مما يجعلها مؤهلة لتحصل على تمويل للتوسعات المستقبلية.

٦ خصائصها:

شركة STC تهدف للتقدم وتسعى للتطور والابتكار، وصناعة المستقبل للبقاء كشركة ذات إرادة وهدف، وتتميز بعدد من الخصائص ومنها ما يلي:

١. شبكة تغطية الجوال الجغرافية هي الأقوى في المملكة والأوسع انتشاراً.

٢. تقدم كافة الحلول عبر الألياف البصرية(الفايبر) للاتصال الهاتفي والإنترنت.

٣. من الشركات صاحبة السبق في إطلاق شبكة الجيل الخامس(G5).

٤. تقوم بتوفير خيارات متعددة وواسعة من الباقات المفوتره ومبكرة الدفع.

٥. تناسب كافة الاحتياجات للهاتف المنزلي والهاتف النقال.

٦. توفر مجموعة واسعة من أجهزة الجوال الذكية، الساعات، السماعات، الحاسوب، أجهزة الراوتر، بطريقتين: نقداً، أو مع برامج التقسيط.
٧. تثري حياة عمالها بخدمات المحتوى المرئي من خلال "جوي تي في".
٨. تتيح للعملاء برنامج "قطاف" والذي تم إطلاقه عام ٢٠٠٤ م، وهو برنامج ولاء للعملاء يخدم أكثر من ١١ مليون مشترك.
٩. تقدم برنامج "التميز" مخصص لخدمة العملاء المميزين، حيث إنه يقدم عالم من الخدمات الحصرية والفردية على مدار الساعة.

٧/٣ سياستها:

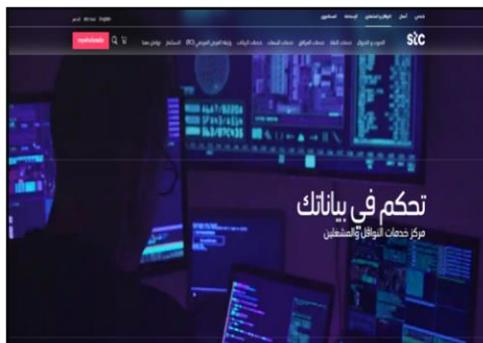
وضع الضوابط واللوائح المتعلقة بالتعامل مع حالات تضارب المصالح الفعلي أو المحتمل، وأليات الكشف عن هذه المواقف لجميع الأشخاص في مجال العمل الذي تتطبق عليه هذه السياسة، وكذلك مع أصحاب الشركات عندما يكون التعامل مع أصحاب المصالح قد يؤثر على اتخاذ القرار عند التعامل مع الموردين والمقاولين (الملاك، المديرون، التنفيذيون)، سيساعد في حماية مصالح الشركة والحفاظ على بيئة عمل جيدة، مع أعلى مستوى من الشفافية والنزاهة، وفيما يلي نستعرض السياسيات:

٧/٣/١ الافتراضات الأساسية:

١. يفترض من تتطبق عليهم هذه السياسة، الالتزام بالعمل المؤسسي، وقيم العدالة والنزاهة والمسؤولية، والبعد عن علاقات العداوة والكراء وتعطيل مصالح الأشخاص أو المؤسسات بسبب عداوة سابقة أو مشاعر بغض وعنصرية لأي سبب من الأسباب.
٢. تعد هذه السياسة جزء لا يتجزأ، من الوثائق التي تربط الشركة بالموظفين، سواء كانت هذه الوثائق قرارات تعين أو عقود عمل.
٣. يشمل الإفصاح، أي عمل أو عقود أو منافسة لنشاط الشركة، كما يشمل أي معلومات أو بيانات مطلوبة وفق الضوابط والإجراءات المعتمدة بالشركة.
٤. تطبق هذه السياسة بما لا يتعارض مع الأنظمة واللوائح الحكومية ذات العلاقة. تتطبق هذه السياسة على كل من: أعضاء مجلس الإدارة واللجان، الإدارة التنفيذية، الموظفون، أصحاب المصالح (الموردون، المتعاقدون، المقاولون)، مالك السياسة: الأمانة العامة لمجلس الإدارة (مجلس إدارة STC).

٨/٣ الموقع الإلكتروني لشركة STC

الوصول إلى موقع STC من خلال الرابط التالي: <https://www.stc.com.sa>



شكل (٤) واجهة الموقع شركة STC

يوضح الشكل رقم (٤) تضم واجهة الموقع التي تتميز بالسهولة والفعالية عدد من الخدمات التي يمكن للمستفيد اختيار الخدمة التي يريد الاشتراك بها أو الاستعلام عنها مثل، الصوت والتجوال، خدمات النفاذ، خدمات المرافق، خدمات الساعات، خدمات البيانات، وثيقة العرض المرجعي (RO)، الاستثمار، تواصل معنا.



شكل (٥) الصوت والتجوال



شكل (٦) خدمات المرافق

يوضح الشكل رقم (٦) خدمة الدعم الفني لمراكز البيانات وهي خدمة مصممة لتزويد العملاء بالمساعدة الفنية في الموقع، بحيث واجهة المستفيد مشكّلة يتوجه إلى خدمة الدعم ويتواصل مع مزودي الخدمة لحل المشكلة، خدمة الدعم الذاتي هي خدمة تسمح للمستفيد إدارة خدماته عن بعد والتحكم بها بالشكل الذي يريد، وتتوفر خدمة الدعم الفني على مدار الساعة.



شكل (٧) خدمات البيانات

يوضح الشكل رقم (٧) خدمة الإنترت العبورى هي خدمة تمكّن المستفيد من العبور إلى الإنترت العالمي عبر شبكة STC، وهي مزودة بتوصيات مخصصة لشبكة الألياف الضوئية.



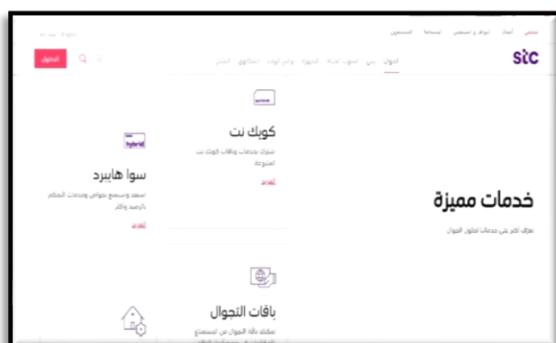
شكل (٤٨) الأسهم

يوضح الشكل رقم (٤٨) كافة المعلومات المتعلقة بالأسهم في الشركة، كالتالي: سهم STC، حاسبة الاستثمار، قائمة المحظلين وتوصياتهم، تحليل التوصيات، توقعات المحظليين ومن كل خيار من هذه الخيارات، يتم الوصول إلى معلومات أكثر دقة وتوضيح.



شكل (٤٩) الباقات

يوضح الشكل رقم (٥٠) تميز الخدمات والباقات للسماح للأفراد باستخدام الإنترنت في كل وقت ومكان، باقات كويك نت مفوتر، باقات إنترنت مفوترة مصممة لجميع استخداماتك اليومية، باقات كويك نت مسبق الدفع، باقات إنترنت مسبقة الدفع متعددة لكافة احتياجاتك.



شكل (٥٠) الخدمات المميزة

يوضح الشكل رقم (٥١) بيتي G5 هي خدمة إنترنت لاسلكية عبر تقنية الجيل الخامس تتيح لك الحصول على سعة بيانات لامحدودة وبأقصى سرعة تدعمها الشبكة، FTTH هو اختصار لـ "الألياف الضوئية إلى المنزل".

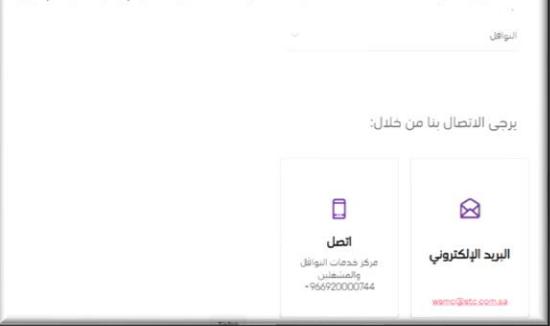


شكل (٥١) باقات الترفيه المنزلي



شكل (٥٢) الأجهزة

يوضح الشكل رقم (٥٢) الهواتف الذكية، STC TV، ساعات، الأجهزة اللوحية، وأجهزة الكمبيوتر المحمولة، الإكسسوارات، 5G\4G، راوترات، Wi-Fi، الألعاب، السماعات، الأجهزة المنزلية، حلول



شكل (٥٣) التواصـل

٩/٣ التطبيق الذكي لشركة STC:

الوصول إلى تطبيق MySTC: من خلال الدخول إلى الرابط التالي:

<https://apps.apple.com/app/id808807355>

يوضح الشكل السابق رقم (٥٤) واجهة التطبيق، يتمتع بواجهة جذابة ومتناصة، وأيضاً وضوح شعار التطبيق وعنوانه.



شكل (٥٤) واجـهـه التطبيق .my STC



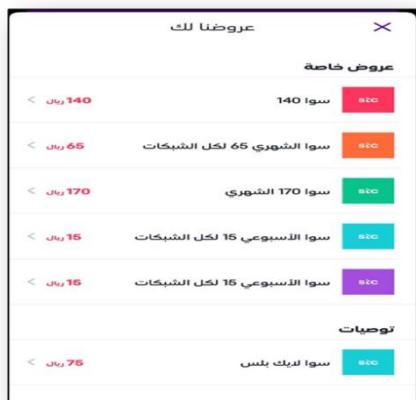
شكل (٥٥) تسجيـل الدخـول لـتطـبيق STC

يوضح الشكل رقم (٥٥) صفحة تسجيل الدخول إلى التطبيق، القيام بالتسجيل عندما يكون العميل مستخدم جديد وإنشاء حساب أو تسجيل الدخول برقم الهاتف أو اسم المستخدم أو رقم الهوية.



شكل (٥٦) الصـفـحة الرئـيسـية لـتطـبيق STC

يوضح الشكل رقم (٥٦) الصفحة الرئيسية للتطبيق يتضمن في أعلى يسار الصفحة (أيقونة التبيهات، خدمة العملاء، أيقونة البحث)، يوضح اسم العميل والباقة المشترك بها والرصيد، ولتفاصيل أكثر القيام بالضغط على أيقونة إدارة حيث تظهر قائمة بـ الاستخدام، الاشتراكات، الرصيد



شكل (٥٧) العروض

يوضح الشكل رقم (٥٧) الصفحة الرئيسية، النقر على أيقونة عروضنا لك تظهر قائمة خيارات عروض خاصة للعميل وتتجدد باستمرار.



شكل (٥٨) باقات التجوال

يوضح الشكل رقم (٥٨) الصفحة الرئيسية للتطبيق، تظهر عدة أيقونات تتضمن: باقات التجوال وهي خدمة من STC أثناء السفر إلى خارج المملكة، أيقونة الترقية إلى المفوترة وهي خدمة بيانات تقدم للعميل بشكل مفوترة.



شكل (٥٩) قائمة الترفيه

يوضح الشكل رقم (٦٠)

قائمة المتجر، أعلى الصفحة تظهر إعلانات تسويقية لجذب العميل، أيقونة اطلب رقم جديد تتضمن: تحويل الرقم إلى STC، شريحة جوال وإنترنت، تأسيس بيتي إنترنت، مزاد الأرقام.



شكل (٦٠) الإعلانات التسويقية

يوضح الشكل رقم (٦١)

قائمة المتجر القسم، يمكن شراء القسام والبطاقات بالضغط على عرض الكل و اختيار أيقونة الشراء التي يريدها العميل، وأيضاً يمكن استبدال الأجهزة، و برنامج الإهداء.



شكل (٦١) القسام

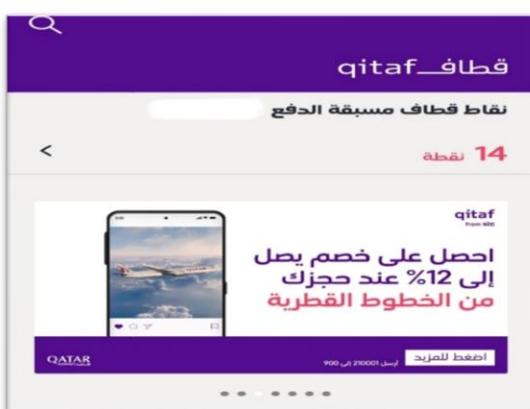
يوضح الشكل رقم (٦٢) أحدث قائمة الأجهزة، تتضمن إمكانية الشراء عبر التطبيق في عدد من الأيقونات وهي: عروض الويكيند، الهواتف الذكية، داش كام، حلول ذكية، التلفزيونات وأجهزة الترفيه،ألعاب، الأجهزة المجددة.



شكل (٦٢) شراء أحدث الأجهزة



شكل (٦٣) العلامة التجارية



شكل رقم (٦٤) برنامج قطاف

يوضح الشكل رقم (٦٣) قائمة المتجر (العلامة التجارية)، يمكن التسوق من وفق العلامة التجارية التي يفضلها العميل وغيرها من العلامات التجارية الأخرى بالضغط على عرض الكل يسار الصفحة.

يوضح الشكل رقم (٦٤) برنامج قطاف، وهو برنامج ولاء يمكن للعميل الاشتراك مجاناً والبدء بتجمیع النقاط عبر دفع فواتير الجوال أو الهاتف أو مسبق الدفع، التعرف على عدد النقاط وإمكانية استبدالها.

يوضح الشكل رقم (٦٥) عروض قطاف، تتضمن: العروض الحصرية لعدد من الشركات المشتركة في برنامج قطاف.

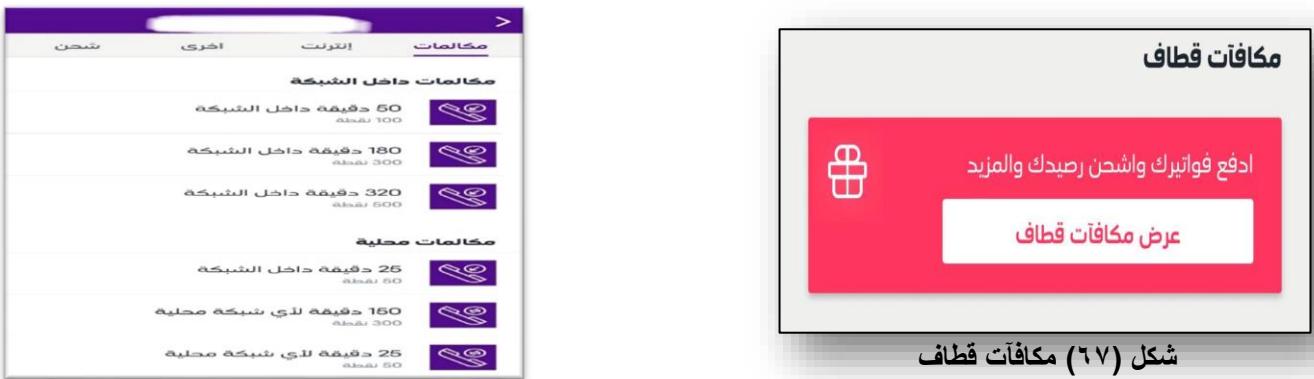


شكل (٦٥) عروض قطاف



شكل (٦٦) شركاء قطاف

يوضح الشكل السابق رقم (٦٦) شركاء قطاف، يتيح للعميل معرفة من منهم شركاء قطاف في عدة مجالات تتضمن: السفر والفنادق، المستلزمات المنزلية، المطاعم والحلويات، التسوق، الترفيه، الصحة، الخدمات، التطبيقات، البنوك، السيارات، التعليم.



شكل (٦٨) عرض مكافآت قطاف

يوضح الشكلين السابقين المتضمنة في الرقمين (٦٧، ٦٨) مكافآت قطاف، عرض مكافآت قطاف، والتي تتضمن هذه المكافآت للعملاء، بالنقر على عرض مكافآت قطاف واستبدالها إلى مكالمات، أو إنترنت، أو أخرى، أو شحن.



شكل (٧٠) شروط دعوة صديق لبرنامج

يوضح الشكلين السابقين رقم (٦٩، ٧٠) دعوة صديق للانضمام إلى برنامج قطاف، وكسب النقاط عند إرسال الدعوة المتضمنة في عدد من الشروط.



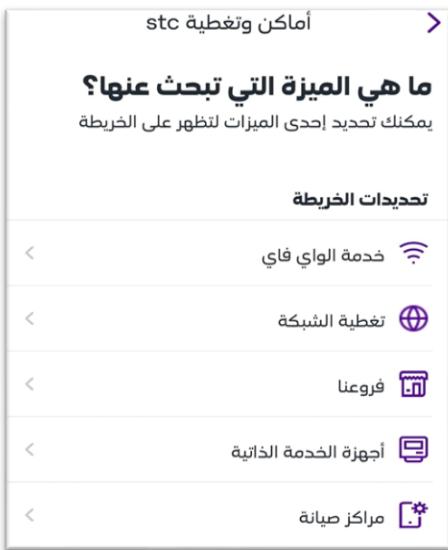
شكل (٧١) إصدار التطبيق

يوضح الشكل رقم (٧١) عن STC، يتيح معرفة آخر إصدار للتطبيق ويضم قائمة لتسهيل الوصول إلى التطبيقات الأخرى التابعة له.

يوضح الشكل رقم (٧٢) تظهر عدة أيقونات: في أعلى الصفحة زر البحث، ومن ثم اختيار الأيقونة التي يريد لها العميل وهي: إدارة الأرقام، طباطي، إدارة المدفوعات، خدمات أخرى، أماكن وتغطيات STC، الإعدادات.

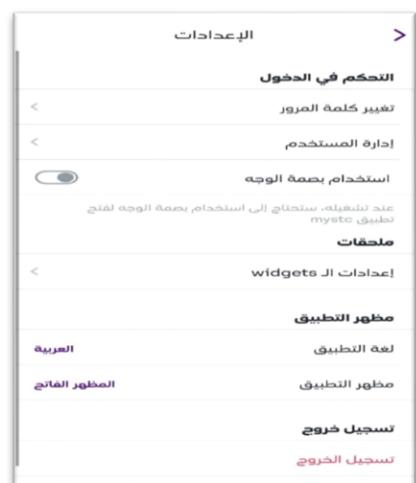


شكل (٧٢) قائمة المزيد



شكل رقم (٧٣) أماكن وتغطيات STC

يوضح الشكل رقم (٧٣) قائمة المزيد، أيقونة أماكن وتغطيات STC: وبالنقر على أماكن وتغطية STC تظهر قوائم تمكن للعميل اختيار الميزة التي يبحث عنها، تحديدات الخريطة وهي: خدمة الواي فاي، تغطية الشبكة، فروعنا، أجهزة الخدمة الذاتية، مراكز الصيانة.



شكل (٧٤) أيقونة الإعدادات

^٣ widgets: بأنها عبارة عن واجهة رسومية تقدم للمستخدم الفرصة لاستخدام ملحقات بسيطة للتطبيقات وتنسيقها على الجهاز.

٤/١ خاتمة الفصل

ما سبق ذكره في هذا الفصل يمكننا القول بأن التكنولوجيا الحديثة أظهرت لنا أشكال مختلفة والتي كان من أبرزها ظهور المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية التي ساهمت بشكل كبير في توفير الوقت والجهد المستفيد بأيسر وأسهل الطرق.

لذلك تم التطرق في هذا الفصل إلى المحاور التالية نشأة وتأسيس شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، ثم التطرق إلى أهميتها ومميزاتها، ثم التطرق إلى سياستها في التعامل، وفي الأخير قمنا بشرح خدمات الموقع الإلكترونية والتطبيق الذكي لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

الفصل الثاني (تقييم المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية (STC، Zain، Mobily

٠/٢ تمهيد

١/٢ المعايير المعتمدة في تقييم المواقع الإلكترونية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية

٢/٢ المعايير المعتمدة في تقييم تطبيقات شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية
٣/٢ خاتمة الفصل

في ظل التطور الكبير في ثورة المعلومات الهائلة وعالم التكنولوجيا التي باتت تسيطر على قطاعات الأعمال في أنحاء العالم وبشكل خاص على المنشآت المرتبطة بالเทคโนโลยيا، بانت مواكبة التقنيات الحديثة السبيل الوحيد لرقي شركات الاتصالات في مجال عملها لتحقيق كفاءة أعلى في تقديم خدماتها لعملائها، والتميز من خلال المنافسة المستمرة بين الشركات هو من أهم العوامل المؤثرة في تحقيق مردود مادي وكسب ولاء العميل وثقته.

١/٢ المعايير المعتمدة في تقييم الواقع الإلكتروني لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية

تضمنت قائمة المعايير المعتمدة على أربعة أقسام رئيسية تدرج تحتها مجموعة من الأقسام الفرعية تضم قائمة أسئلة لقياس كل معيار، وهي كالتالي:

أولاً: جودة المحتوى:

يهدف هذا المعيار إلى مواكبة التطور للمحتوى في المجال الموضوعي، والتحديث المستمر والدائم، والتغطية المعرفية، ويتضمن عدة معايير فرعية تفاص بمجموعة أسئلة:

١. التحديث: هل المعلومات المتوفرة على الصفحة تخضع إلى تحديث مستمر.

٢. الصلة: ما مدى صلة الموقع بالمؤسسة من حيث المحتوى والشمولية في المعلومات.

٣. تعدد اللغات: ما عدد اللغات التي يمكن استعراض الصفحة بها.

ثانياً: جودة التصميم:

يعتبر هذا المعيار أحد العناصر الرئيسية في عملية التقييم، حيث يعبر عن مدى انجذاب المستفيدين إلى الصفحة، ويتضمن عدة معايير فرعية تفاص بمجموعة أسئلة:

١. الجاذبية: إلى أي مدى تعتبر الصفحة ذات جاذبية من حيث الابتكار والتصميم.

٢. الملائمة: هل التصميم لنوع الخدمة المتوفرة على الصفحة مناسب.

٣. اللون: إلى أي حد تم مراعاة استخدام الألوان في الخلفيات والنصوص.

٤. النص: هل الخط المستخدم يسهل قراءته وحجمه مناسب.

ثالثاً: جودة التنظيم:

يقيس هذا المعيار الهيكل التنظيمي، ويعني المنهجية الواضحة الميسرة والمنظمة لغرض تسهيل مهمة المستفيدين، ويتضمن عدة معايير فرعية تفاص بمجموعة أسئلة:

١. الفهرس: هل تحتوي الواجهة الرئيسية على أيقونات تساعد المستفيدين بالتنقل.
٢. الاتساق: ما مدى توافق جميع الصفحات في طريقة العرض.

رابعاً: جودة سهولة التعامل:

يهدف هذا المعيار إلى تحديد مدى سهولة استخدام الصفحة من قبل المستفيدين، بغض النظر عن خلفيتهم العلمية، ويتضمن عدة معايير فرعية تقيس بمجموعة أسئلة:

١. السهولة: ما مدى سهولة استخدام الصفحة وإيجاد المعلومات فيها.
٢. الميزات التفاعلية: هل تحتوي الصفحة على أدوات اتصال وتغذية راجعة بين المستفيدين.

١/١/٢ تقييم الموقع الإلكتروني لشركة Mobily :<https://www.mobily.com.sa>

أولاً: جودة المحتوى:

١. التحديث: المعلومات بالموقع حديثة، ويتم من خلال المنتجات بتزيلها بشكل دوري، لم يتوفّر الوقت والتاريخ الذي يحدد وقت زيارة المستخدم.

٢. الصلة: لا يحتوي الموقع على قيم ورؤية ونبذة عنه، ولا يحتوي الموقع على الأهداف، ويحتوي على معلومات المستفيدين من خلال التسجيل فيه، ويحتوي على معلومات المنتجات والخدمات المقدمة، ولا يحتوي على صور توضح مرافق المؤسسة.

٣. تعدد اللغات: توفر التصفح باللغة العربية واللغة الإنجليزية، ومراعاة الموقع لاختلاف الثقافات للمستخدمين بغض النظر عن الدولة المنتمين لها.

ثانياً: جودة التصميم:

١. الجاذبية: الموقع يتصرف بالجاذبية من حيث التصميم، ويتصف الموقع من خلال الصور والحركات بشكل جاذب، وله ميزة جميلة يجعل المستفيد قادر على الاستخدام السهل والسرع.

٢. الملائمة: التصميم ملائم لنوع الخدمة المقدمة، الصور المستخدمة ملائمة للموقع، وتوازن توزيع الصور المستخدمة في الموقع، وعدد الإعلانات والشاشات ملائم للصفحة.

٣. اللون: استخدام الألوان المتواقة والمتناسقة مع بعضها، وعدم استخدام التداخل بالألوان بالصفحات وذلك مما زادها رونق.

٤. النص: استخدام خط واضح للعناوين، واستخدام الخطوط السهلة بالقراءة، واستخدام الفراغات الواضحة بين الفقرات لسهولة القراءة، وتميز العناوين الرئيسية والفرعية عن غيرها.

ثالثاً: جودة التنظيم:

١. **الفهرس:** احتواء الصفحة الرئيسية على أيقونات خاصة لنقل المستفيد للصفحات من خلال الصفحة الرئيسية.

٢. **الاتساق:** احتواء الصفحات على روابط وعمل الروابط بشكل يساعد المستفيد على التنقل بشكل سريع، وعمل الروابط بشكل صحيح، واحتواء الصفحات على روابط تساعد المستفيد.

رابعاً: **جودة سهولة التعامل:**

١. **السهولة:** سهولة استخدام الموقع وفهم التعامل معه، وسهولة الحصول على المعلومات، وسهولة إيجاد الموقع من خلال محركات البحث.

٢. **الميزات التفاعلية:** إظهار علامات دالة على استعمال خاطئ أو حدوث مشكلة، وجود أدوات تغذية راجعة من خلال الدعم الفني، والقدرة على متابعة الطلب، والقدرة على البحث من خلال الموقع.

https://zain.app/ar: Zain ٢/١٢ تقييم الموقع الإلكتروني لشركة

أولاً: **جودة المحتوى:**

١. **التحديث:** المعلومات بالموقع حديثة، يتم من خلال المنتجات بتزيلها بشكل دوري، ولم يتوفّر الوقت والتاريخ الذي يحدد وقت زيارة المستخدم، واحتواء الموقع على النسخة الأخيرة المحدثة للمعلومات.

٢. **الصلة:** لا يحتوي الموقع على قيم ورؤى ونبذة عنه، ولا يحتوي الموقع على الأهداف، ويحتوي الموقع على معلومات المستفيدين من خلال التسجيل فيه، ويحتوي على معلومات المنتجات والخدمات المقدمة، ولا يحتوي صور توضح مرافق المؤسسة.

٣. **تعدد اللغات:** توفر التصفح باللغة العربية واللغة الإنجليزية، ومراعاة الموقع لاختلاف الثقافات المستخدمين بغض النظر عن الدولة المنتسبين لها.

ثانياً: **جودة التصميم:**

١. **الجاذبية:** الموقع يتصف بالجاذبية من حيث التصميم، ويتصف الموقع من خلال الصور والحركات بشكل جاذب، وله ميزة جميلة يجعل المستفيد قادر على الاستخدام السهل وال سريع.

٢. **الملائمة:** التصميم ملائم لنوع الخدمة المقدمة، والصور المستخدمة ملائمة للموقع، وتوازن توزيع الصور المستخدمة في الموقع، وعدد الإعلانات والشاشات ملائم للصفحة.

٣. **اللون:** استخدام الألوان المتواقة والمتناسقة مع بعضها، عدم استخدام التداخل بالألوان بالصفحات وذلك مما زادها رونق.

٤. النص: استخدام خط واضح للعناوين، واستخدام الخطوط السهلة بالقراءة، واستخدام الفراغات الواضحة بين الفقرات لسهولة القراءة، وتمييز العناوين الرئيسية والفرعية عن غيرها.

ثالثاً: جودة التنظيم:

١. الفهرس: احتواء الصفحة الرئيسية على أيقونات خاصة لنقل المستفيد للصفحات من خلال الصفحة الرئيسية.

٢. الاتساق: احتواء الصفحات على روابط وعمل الروابط بشكل يساعد المستفيد على التنقل بشكل سريع، وعمل الروابط بشكل صحيح، واحتواء الصفحات على روابط تساعد المستفيد.

رابعاً: جودة سهولة التعامل:

١. السهولة: سهولة استخدام الموقع وفهم التعامل معه، وسهولة الحصول على المعلومات، وسهولة إيجاد الموقع من خلال محركات البحث.

٢. الميزات التفاعلية: إظهار علامات دالة على استعمال خاطئ أو حدوث مشكلة، ويوجد أدوات تغذية راجعة من خلال الدعم الفني، ولا يحتوي الموقع على ميزة متابعة الطلب، ولا يحتوي الموقع على ميزة البحث.

٣/١/٢ تقييم الموقع الإلكتروني لشركة STC: <https://www.stc.com.sa>

أولاً: جودة المحتوى:

١. التحديث: المعلومات بالموقع حديثة، يتم من خلال المنتجات بتزيلها بشكل دوري، لم يتتوفر الوقت والتاريخ الذي يحدد وقت زيارة المستخدم.

٢. الصلة: لا يحتوي الموقع على قيم ورؤية ونبذة عنه، ويحتوي الموقع على الأهداف، ويحتوي الموقع على معلومات المستفيدين من خلال التسجيل فيه، ويحتوي على معلومات المنتجات والخدمات المقدمة، ولا يحتوي على صور توضح مرافق المؤسسة.

٣. تعدد اللغات: توفر التصفح باللغة العربية واللغة الإنجليزية، ومراعاة الموقع لاختلاف الثقافات للمستخدمين بغض النظر عن الدولة المنتسبين لها.

ثانياً: جودة التصميم:

١. الجاذبية: الموقع يتصرف بالجاذبية من حيث التصميم، ويتصف الموقع من خلال الصور والحركات بشكل جاذب، وله ميزة جميلة يجعل المستفيد قادر على الاستخدام السهل وال سريع.

٢. الملائمة: التصميم ملائم لنوع الخدمة المقدمة، والصور المستخدمة ملائمة للموقع، وتوازن توزيع الصور المستخدمة في الموقع، وعدد الإعلانات والشاشات ملائم للصفحة.

٣. اللون: استخدام الألوان المتناسقة والمتوافقة مع بعضها، وعدم استخدام التداخل بالألوان بالصفحات وذلك مما زادها رونق.

٤. النص: استخدام خط واضح للعناوين، واستخدام الخطوط السهلة بالقراءة، واستخدام الفراغات الواضحة بين الفقرات لسهولة القراءة، وتمييز العناوين الرئيسية والفرعية عن غيرها.

ثالثاً: جودة التنظيم:

١. الفهرس: احتواء الصفحة الرئيسية على أيقونات خاصة لنقل المستفيد للصفحات من خلال الصفحة الرئيسية.

٢. الاتساق: الصفحات على روابط وعمل الروابط بشكل يساعد المستفيد على التنقل بشكل سريع، وعمل الروابط بشكل صحيح، واحتواء الصفحات على روابط تساعد المستفيد.

رابعاً: جودة سهولة التعامل:

١. السهولة: سهولة استخدام الموقع وفهم التعامل معه، وسهولة الحصول على المعلومات، وسهولة إيجاد الموقع من خلال محركات البحث.

٢. الميزات التفاعلية: إظهار علامات دالة على استعمال خاطئ أو حدوث مشكلة، ويوجد أدوات تغذية راجعة من خلال الدعم الفني، ويحتوي الموقع على ميزة متابعة الطلب، ويحتوي الموقع على ميزة البحث داخل الموقع.

١/٣ التحليل والنتائج:

جدول رقم (٦) معايير تقييم الموقع الإلكتروني لشركات الاتصالات

المعايير												اسم التطبيق		
جودة سهولة التعامل			جودة التنظيم		جودة التصميم				جودة المحتوى					
النفاذ عليه	المسؤولية	الاتساق	التنظيم	اللون	الهيكل	المأهولة	البيئة	البيانات	الوظائف	المحتوى	الإمدادات			
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Mobily		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Zain		

✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	STC
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----

١/١/٣ تحليل المواقع الإلكترونية لشركات الاتصالات:

من حيث جودة المحتوى: يتضح من خلال الجدول رقم (٦)، جميع المواقع يتواجد بها جودة بالمحتوى وتحديث للمعلومات بصورة جميلة وعملية التحديث تعطي معلومات دقيقة وثقة من جهة المستفيد.

جودة التصميم: يتضح من خلال الجدول رقم (٦)، جميع المواقع تتتوفر بها عناصر التصميم من خلال مناسبة المظهر وتناسق الألوان، وجاذبية الموقع مما يعطي المستفيد سرعة وثقة وانجذاب في استخدام الموقع، وتتوفر العناوين الرئيسية والأيقونات الخاصة بالخدمات مما يساعد المستفيد لتلبية الاحتياجات.

جودة التنظيم: يتضح من خلال الجدول رقم (٦)، الوصول إلى الموقع بشكل سهل ومبادر واتساقها وعمل الوصلات بشكل صحيح، وتتوفر بها الخدمات وسهولة الوصول لها بجميع المواقع حتى يتم اختيار الخدمة التي يريدها المستفيد.

جودة سهولة التعامل: يتضح من خلال الجدول رقم (٦)، سهولة في استخدام الموقع من حيث توفر خدمة الطلب والدعم الفني لحل المشكلات، وتتوفر البحث من خلال الموقع عن الخدمات مما يساعد المستفيد بتلقي الخدمات والحصول عليها بكل سهولة.

٢/١/٣ النتائج:

حيث يفتقر كل من موقع Zain و Mobily الأسئلة الشائعة، بينما موقع STC يتميز بتوفير أيقونه بالأسئلة الشائعة، وكلا من شركة Zain و Mobily و STC يوفر الدعم الفني بالمجالات المختلفة من خلال الأرقام الموحدة والشكاوى، وأن كلا من STC و Mobily و Zain يفتقران وجود تاريخ الزيارة والخروج من الموقع، حيث إن كل الموقع الثلاث تتميز بوجود الخدمات في الصفحة الرئيسية.

٢/٢ المعايير المعتمدة في تقييم التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية مرحلة التقييم من أهم الخطوات لكي يتم تقييم أداء التطبيق ومعرفة نطاق القوة والضعف فيه والتعامل بالأسلوب الأمثل لتطويره وتحسينه وتم الاعتماد على دراسة التي توصلت لها هيه صلاح الدين النموري في دراستها: "تقييم تطبيقات الهواتف الذكية بالمكتبات الجامعية العربية":

أولاًً: معايير الاستخدام:

١. التوصيف الذاتي.
٢. إمكانية التشغيل.
٣. إنشاء حساب.
٤. سهولة العثور ووقت التحميل.
٥. سهولة الاستخدام.
٦. تعدد اللغات.
٧. سهولة التنقل والتجول.

ثانياً: المعايير الشكلية البنائية:

١. التفاعلية.
٢. وسائل الدعم الفني.
٣. دقة الروابط.
٤. المرونة.
٥. أساليب البحث والاسترجاع.

ثالثاً: المعايير التقنية:

١. الألوان.
٢. الخطوط.
٣. جانبية وجهة التطبيق.

رابعاً: معايير الجودة:

١. الصلة.
٢. الحداثة.
٣. تنوع أسلوب العرض.
٤. المسؤولية.
٥. الموضوعية.
٦. الدقة.

تضمنت قائمة المعايير المعتمدة لتقدير التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية عشرة معايير رئيسية تتدرج تحتها مجموعة من المعايير الفرعية، وهي كالتالي:

أولاً: معيار التوصيف الذاتي:

يقيم هذا المعيار مدى توافر البيانات التعريفية التي تصف وتعزز بالتطبيق ذاتياً عند البحث عنه بالمتجر، ويشمل البنود التالية:

- ١/١ الاسم الرسمي للشركة (باللغتين العربية والإنجليزية مع البعد عن الاختصارات).
- ٢/١ رقم الإصدار.
- ٣/١ بيانات مطور التطبيق (الاسم، صفحة الويب الخاصة به، عنوانه).
- ٤/١ نبذة عن ماهية التطبيق وأهدافه وخدماته.
- ٥/١ فئات المستفيدين الموجه لهم التطبيق.

ثانياً: معيار إمكانية التشغيل:

يقيم هذا المعيار قدرة التطبيق على العمل على منصات تشغيل الأنظمة المختلفة، ويتضمن البنود التالية:

- ١/٢ أن يتواافق للعمل على نظم التشغيل المختلفة (IOS، والأندرويد).
- ٢/٢ أن يعمل على جميع أجهزة الأبل.
- ٣/٢ أن يعمل على جميع أجهزة أندرويد.
- ٤/٢ أن يعمل بذاته دون الحاجة لبرامح تشغيل مساعدة.
- ٥/٢ أن يتواافق بإصدار تجريبي (بيتا) للتطبيق قبل بدء الاستخدام الفعلي.

ثالثاً: معايير سهولة العثور ووقت التحميل:

يقيم هذا المعيار سهولة العثور على التطبيق والبحث عنه داخل المتجر، وتحسين فرص وصول المستفيدين إليه، وسرعة تحميله على الجهاز، ويتحقق ذلك وفقاً للبنود التالية:

- ١/٣ أن يكون اسم التطبيق داخل المتجر هو نفس الاسم الرسمي للشركة باللغتين العربية والإنجليزية مع البعد عن الاختصارات والرموز.

٢/٣ أن يتسم بسهولة وسرعة التحميل على الجهاز (في خطوة واحدة).

٣/٣ أن يسمح بالوصول والاستخدام المستمر دون الحاجة لإعادة التحميل والتنبيت مرة أخرى على جهاز المستفيد.

رابعاً: معيار القدرة على الاستخدام:

يقيس هذا المعيار إمكانية وسهولة استخدام التطبيق لأداء وظائف شركة الاتصالات، ويتضمن الموصفات الفرعية التالية:

٤/١ البساطة وسهولة الاستخدام: وتحقق وفقاً للبنود التالية:

٤/١/١ أن يظهر رابط الشركة مباشرة في واجهة التطبيق الذكي، وفي حالة التطبيقات المستقلة الخاصة بالشركة، ينبغي أن تظهر أيضاً كافة روابط الخدمات في الواجهة مباشرة.

٤/١/٢ أن يتسم التطبيق بالبساطة وسهولة فهم وظائفه.

٤/٣ إلا يتطلب التركيز والتفرغ الكامل من جانب المستفيد - وإن كان في أقل مرات استخدامه - وتجنب كثرة الروابط وازدحامها في الصفحة الواحدة بحيث يسمح للمستفيد بأداء مهام أخرى أثناء الاستخدام.

٤/٤ اللغة. ٤/١ أن يدعم التطبيق استخدام أكثر من لغة. ٤/٢ أن يظهر رابط تغيير اللغة بوضوح في واجهة التطبيق. ٤/٣ أن تتم خطوات تغيير اللغة بسهولة. ٤/٤ أن تكون خطوات تغيير اللغة مكتوبة بوضوح. ٤/٥ أن يلائم مستوى اللغة والمصطلحات المستخدمة مختلف فئات المستخدمين من تطبيقات شركات الاتصالات، وأن تخلو من الأخطاء اللغوية والإملائية.

٤/٣ سهولة التعلم والألفة.

٤/٤ سهولة التنقل والتجول: وتعني القدرة على التجول واكتشاف محتويات التطبيق والوصول للمعلومة المطلوبة دون الخوف من التشتت وفقدان المسار خاصة بالنسبة لمستخدم التطبيق لأول مرة، وتحقق ذلك بتوفّر الأدوات التالية:

٤/١ روابط للحركة والتنقل بين صفحات التطبيق. ٤/٢ التكبير. ٤/٣ التلقيم المرتد للرابط المستخدم. ٤/٤ القوائم الفرعية المنسدلة. ٤/٥ خريطة التطبيق. ٤/٦ إمكانية وصول ذوي الاحتياجات الخاصة.

٤/٧ التفاعلية: يقصد بها توافر وسائل لتفاعل المستفيد كما يلي:

٤/١ نموذج للتلقيم المرتد يتضمن: اسم المستفيد، والغنة، والبريد الإلكتروني، ورقم الهاتف، والملاحظات. ٤/٢ استماراة لتقييم رضا المستفيد بإعطائه درجة من (٥).

٤/٣ توافر وسائل للدعم الفني لمساعدة المستفيدين عند حدوث أي مشكلة. ٤/٨ القدرة على التذكر.
خامساً: معيار الكفاءة.

يقيم هذا المعيار مدى نجاح التطبيق في إكمال المهام وتحقيقها، وجودة الأداء، وتحديد الوقت المستغرق في إنجاز المهمة.

١/٥ استقرار التطبيق. ٢/٥ كفاءة الروابط. ٣/٥ سلوك الوقت. ٤/٥ الفاعلية. ٥/٥ رضا المستفيدين عنه وملاءمته له.

سادساً: المعايير الشكلية والبنائية:

تقييم الخصائص الشكلية والبنائية للتطبيق وتتضمن عدداً من المواصفات والعناصر الفرعية على النحو التالي:

١/٦ مواصفات التصميم البصري.

- ١/١ جاذبية التصميم. ٢/٦ واجهة التطبيق. ٣/٦ البنية المنطقية للروابط.
٤/٦ الواجهات الرسومية والصور. ٥/٦ الألوان. ٦/٦ الخط. ٧/٦ الاتساق.
٨/٦ تنسيق عرض البيانات وشكل الصفحة. ٩/٦ الشعار. ١٠/٦ الخلفية.
١١/٦ التخصيص. ١٢/٦ المرونة.
٢/٦ مواصفات النظام الصوتي.

سابعاً: المعايير التقنية:

تقييم الخصائص التقنية المتوفرة بالتطبيق وإمكانات الهاتف الذكية التي يتم توظيفها وينبغي أن تغطي المواصفات التالية:

- ١/٧ التكامل. ٢/٧ توظيف إمكانات الهاتف الذكية. ٣/٧ التزامن. ٤/٧ حفظ وتخزين البيانات.
٥/٧ سرعة زمن الاستجابة. ٦/٧ المخرجات. ٧/٧ التواصل الاجتماعي.

ثامناً: التحقق والخصوصية:

١/٨ التحقق.

٢/٨ الخصوصية.

أن يحافظ التطبيق على خصوصية المعلومات الشخصية للمستخدم من خلال:
١/٨ عمل حساب خاص لكل مستخدم.

- ٢/٨ توفير (٤) مستويات للخصوصية. ٣/٨ نشر سياسة الخصوصية الخاصة بالتطبيق.

تاسعاً: التكلفة.

عاشرأً: التحديث.

١/٢/٢ تقييم التطبيق الذكي لشركة Mobily

تضمنت قائمة المعايير المعتمدة لتقييم التطبيق الذكي لشركة Mobily عشرة معايير رئيسية تدرج تحتها مجموعة من المعايير الفرعية، وهي كالتالي:

أولاً: معيار التوصيف الذاتي:

١/١ شركة اتحاد اتصالات (موبايلي) Mobily .١/٢ الإصدار ٤.١٢٠١ (١٠٩١) ٣/١ الاسم: Mobily صفحة الويب الخاصة به: <https://2u.pw/ON94MI>

١/٤ هو تطبيق خاص بشركة اتحاد الاتصالات (موبايلي)، بالإضافة تجربة أسهل للمستخدمين في إدارة الحساب، مما يسرع الوصول لكافة المعلومات المهمة وغيرها من الخدمات.

أهداف تطبيق Mobily :

١. توفير الوقت على العاملين في الشركات الحكومية والخاصة.
٢. القدرة على تصدير الخدمات والمحظى محلياً وإلى بقية العالم العربي وخارجها بأقل التكاليف.
٣. القدرة على استيراد الخدمات من مختلف أنحاء العالم.
٤. ضمان استمرارية الأعمال من خلال أنظمة الحماية والأمان.

خدمات تطبيق Mobily :

١. باقات مفوتة.
 ٢. باقات مسبقة الدفع.
 ٣. باقات بيانات مسبقة الدفع.
 ٤. باقات بيانات مفوتة.
 ٥. باقات فايبر مسبقة الدفع.
- ١/٥ موجه إلى جميع جهات المستفيدين بدون استثناء.

ثانياً: معيار إمكانية التشغيل:

١/٢ يدعم تطبيق نظام تشغيل iOS والأندرويد. ٢/٢ يعمل تطبيق على الايفون، والايباد، والأيوبود تاتش، وجهاز الماك. ٣/٢ يعمل تطبيق على جميع أجهزة الأندرويد.

٤/٢ تطبيق دون الحاجة لأي برامج تشغيل مساعدة. ٥/٢ لا يتتوفر إصدار تجريبي (بيتا) لتطبيق Mobily.

ثالثاً: معايير سهولة العثور ووقت التحميل:

٦/١ اسم التطبيق في المتجر باللغتين العربية والإنجليزية، وجاءت كالتالي: موبايلي - Mobily .

٢/٣ يتميز التطبيق بسهولة وسرعة التحميل بخطوة واحدة فقط. ٣/٣ يتيح التطبيق إمكانية الوصول والاستخدام للمستفيدين دون الحاجة لإعادة التحميل والثبت مرة أخرى على الجهاز.

رابعاً: معيار القدرة على الاستخدام:

٤/١ البساطة وسهولة الاستخدام، وتحقق وفقاً للبنود التالية:

٤/١/١ تظهر في واجهة تطبيق كافة روابط الخدمات والتي يكون منها روابط تنقل المستخدم لموقع شركة Mobily، مثل رابط TV Mobily. ٤/١/٢ يتميز التطبيق ببساطة، وسهولة فهم وظائفه.

٤/١/٣ يسمح التطبيق للمستفيد بأداء مهام أخرى أثناء استخدامه وذلك لأنّه يتّجنب كثرة الروابط وازدحامها في الصفحة الواحدة، لذلك لا يتطلّب التطبيق التركيز والتفرّغ الكامل من جانب المستفيد.

٤/٢ اللغة:

٤/٢/١ يدعم تطبيق Mobily اللغتين العربية والإنجليزية. ٤/٢/٢ يظهر رابط تغيير اللغة في واجهة تطبيق Mobily. ٤/٢/٣ تتم خطوات تغيير اللغة في التطبيق بسهولة وذلك من خلال النقر على أيقونة اللغة في واجهة التطبيق. ٤/٢/٤ لا يوجد خطوات مكتوبة لتغيير اللغة، وذلك لوضوح أيقونة اللغة في واجهة التطبيق. ٤/٢/٥ يخلو التطبيق من الأخطاء اللغوية والإملائية، كما أن مستوى ومصطلحاته المستخدمة يلائم مع كافة فئات المستفيدين.

٤/٣ سهولة التعلم والألفة: يتميز تطبيق Mobily بسهولة وسرعة التعلم بحيث يشعر المستفيد بالألفة معه، ويفهم بسهولة كيفية استخدامه دون خبرة مسبقة، وذلك لوضوح تصميم أقسام التطبيق.

٤/٤ سهولة التنقل والتجول، ويتضمن البنود التالية:

٤/٤/١ يمكن التنقل من التنقل بين صفحات التطبيق وذلك من خلال النقر على أيقونة الخدمة المراده. ٤/٤/٢ لا يسمح التطبيق من التكبير على كلمة أو جزء معين بالصفحة. ٤/٤/٣ لا يراجع التطبيق المستفيد للتأكد من اختياره للرابط المراد استخدامه. ٤/٤/٤ لا يحتوي التطبيق على قوائم فرعية منسلقة. ٤/٤/٥ لا يحتوي التطبيق على خريطة لاستعراض كافة الروابط وتفرّيعاتها في التطبيق. ٤/٤/٦ لا يمكن للتطبيق الذكي لشركة Mobily من وصول ذوي الاحتياجات الخاصة، ولكن يقدم لهم عروض وباقات خاصة بهم على الموقع.

٤/٧ التفاعلية: يقصد بها توافر وسائل لتفاعل المستفيد كما يلي:

٤/٧/١ لا يتضمن التطبيق نموذج للتقييم المرتد. ٤/٧/٢ يحتوي التطبيق على أيقونة لتقدير رضا المستفيد في صفحة "مساعدة"، حيث ينقلك لاستماره التقييم في المتجر. ٤/٧/٣ يتضمن التطبيق

العديد من الخيارات لمساعدة المستفيدين عند حدوث أي مشكلة وهي التالي:

١. قائمة الرموز المختصرة.

٢. قائمة أوامر الرسائل النصية القصيرة.

٤/٤ القدرة على التذكر: يتميز التطبيق بسهولة تذكر المستفيد لكيفية استخدامه بعد مرور فترة من التوقف.

خامساً: معيار الكفاءة:

١/٥ يتميز تطبيق Mobily بالاستقرار دون التعرض للتوقف أو الخلل المفاجئ. ٢/٥ تتسم روابط التطبيق الذكي لشركة Mobily بالبطء مقارنة بتطبيقات شركات الاتصالات الأخرى، ولكن تعمل بشكل صحيح وفعال، وت Dell عناوين الروابط في التطبيق على محتواها، ولا يحتوي على روابط معطلة. ٣/٥ يتميز التطبيق بسرعة إنجاز المهام، ويتم الانتقال من شاشة إلى أخرى بمجرد الضغط على الرابط. ٤/٥ نجح التطبيق في إنجاز الوظائف بشكل أسهل وأسرع مقارنة بالموقع. ٥/٥ يلائم التطبيق فئات المستفيدين من خدمات شركة Mobily، ويلبي احتياجاتهم ويحظى برضاهن ورغبتهم باستمراره، كما يساعد في زيادة معدلات استخدام المستفيدين لخدمات شركة Mobily مقارنة بما قبله.

سادساً: المعايير الشكلية والبنائية:

١/٦ مواصفات التصميم البصري.

١/١/٦ يتسم التطبيق بجودة التصميم وجاذبيته للعين. ٢/١/٦ تميز واجهة التطبيق بجاذبيتها للمستخدم. ٣/١/٦ تبني الرابط في التطبيق أفقيا بحيث تقسم إلى أقسام أفقية متتالية ويخصص كل قسم لخدمة من الخدمات. ٤/١/٦ يتميز التطبيق بوضوح وملائمه الأيقونات للخدمات التي يقدمها، كما يتميز بملائمه الصور والخلفيات لمحتوى التطبيق، فيما يتسم التطبيق بالإفراط في استخدام الصور؛ مما أدى لنقل عملية التحميل. ٥/١/٦ تتسم ألوان الخطوط في التطبيق باللون الأبيض والأسود، كما يتم توحيد الألوان المستخدمة للعناوين الرئيسية، والفرعية، والنص. ٦/١/٦ يتميز خطوط التطبيق بالوضوح، وتتوحد شكل وحجم الخط المستخدم في الصفحة الواحدة باستثناء العناوين الرئيسية والفرعية. ٧/١/٦ يتميز التطبيق باتساق جميع صفحاته، ويتميز أيضاً بتوحد شكل وترتيب عرض البيانات حتى مع تغيير اللغة، وعدم ثبات العناصر الموجودة بداية كل صفحة. ٨/١/٦ يتسم التطبيق بكثرة النصوص وازدحام الروابط والبيانات المعروضة في الصفحة الواحدة.

٩/١/٦ وضع شعار شركة Mobily وثباته في واجهة تسجيل الدخول فقط. ١٠/١/٦ يستخدم التطبيق اللون الأبيض في الخلفية، واللون الأسود والأبيض للنصوص، ويستخدم خلفية موحدة لكل صفحات التطبيق، واللون الأزرق للأقسام، ويتميز بتناسق لون الخلفية ولون الخط. ١١/١/٦ لا يوفر التطبيق

إمكانية التخصيص أو التعديل في شكل التطبيق. ٦/١٢ لا يدعم التطبيق إمكانية تغيير ألوان وأشكال الخطوط المستخدمة وحجم الخط.

٦/٢ لا يدعم التطبيق الذكي لشركة **Mobily** النظام الصوتي. سابعاً: المعايير التقنية:

٧/١ يتميز التطبيق الذكي لشركة **Mobily** كواجهة النظام لشركة **Mobily**، حيث يمكن من خلاله إجراء كافة التعاملات والتحديث والتعديل بقاعدة البيانات الرئيسية. ٧/٢ يستخدم التطبيق إمكانات الهواتف الذكية لاستحداث طرق جديدة لإتاحة خدمات شركة **Mobily** لم تكن موجودة من قبل مثل الإشعارات، ونظم الدفع عبر الهاتف الذكي... وما يستحدث من إمكانات. ٧/٣ يسمح التطبيق بتزامن المعلومات عبر الأجهزة وأنظمة التشغيل المختلفة. ٧/٤ يتميز التطبيق بصغر المساحة التخزينية على ذاكرة الهاتف، ولا يحتوي على خدمات التخزين السحابي، ويحتوي على أيقونة للبحث، لكن لا يحفظ سجل البحث. ٧/٥ يواجه التطبيق نقل بسيط في سرعة تحميل البيانات بمجرد الضغط على الرابط ويتميز بصحة البيانات المسترجعة. ٧/٦ يدعم التطبيق الحصول على المخرجات في شكل رابط. ٧/٧ يسمح التطبيق بنشر المعلومات التي تخص خدماته على موقع التواصل الاجتماعي.

ثامناً: التحقق والخصوصية:

٨/١ التحقق: يعتمد التطبيق الذكي لشركة **Mobily** إجراءات للتحقق والوصول المرخص لهم بالاستخدام وذلك بتسجيل المرور وكلمة السر، كما يسمح للزوار غير المرخص لهم بإمكانية الوصول والتصفح فقط.

٨/٢ الخصوصية:

٨/١/٢ لا يدعم التطبيق الذكي لشركة **Mobily** إنشاء حساب خاص لكل مستخدم. ٨/٢/٢ لا يدعم التطبيق الذكي لشركة **Mobily** سوى مستوى واحد من الخصوصية وهي اسم المستخدم وكلمة المرور. ٨/٣/٢ يتيح التطبيق الذكي لشركة **Mobily** سياسة الخصوصية، كما يسمح بنشره.
تسعاً: التكلفة: يتاسب سعر خدمات شركة **Mobily** مع كافة فئات المستخدمين مقارنة بالتطبيقات الأخرى.

عاشرًا: التحديث: يتم تحديث التطبيق الذكي لشركة **Mobily** شهرياً مرتين على كافة منصات التشغيل المتاح بها التطبيق، وذلك للعمل على سرعة التطبيق، وإضافة إمكانات وخدمات جديدة، وزيادة كفاءة الروابط، وإصلاح الأخطاء والمشكلات في الإصدارات السابقة.

تحليل التطبيق الذكي لشركة Mobily

أولاً: معيار التوصيف الذاتي:

يمكن البحث في المتجر عن اسم الشركة الخاصة بالتطبيق [موبالي - Mobily] باللغتين العربية والإنجليزية، وكان آخر رقم إصدار للتطبيق ٤٠١٢٠١ (١٠٩١)، فيما قام بتطوير التطبيق Mobily، ويعرف تطبيق موبالي لإضافة تجربة أسهل للمستخدمين في إدارة الحساب، مما يسرع الوصول لكافة المعلومات المهمة وغيرها من الخدمات، ويهدف إلى القدرة على تقديم الخدمات والمحتوى محلياً وإلى بقية العالم العربي وخارجها بأقل التكاليف، وضمان استمرارية الأعمال من خلال أنظمة الحماية والأمان، فيما يقدم العديد من الخدمات منها؛ باقات مفوتره، باقات مسبقة الدفع، باقات بيانات مسبقة الدفع، باقات بيانات مفوتره... وغيرها، ويتميز التطبيق الذكي لشركة Mobily بدعمه لكافة المستفيدين دون استثناء.

ثانياً: معيار إمكانية التشغيل:

يتواافق التطبيق الذكي لشركة Mobily للعمل على نظم التشغيل المختلفة (iOS، والأندرويد)، فيما يعمل على أجهزة أبل كالأيفون، والأياد، والأيود تاش، وجهاز الماك، وي العمل أيضاً على جميع أجهزة الأندرويد، كما يتميز بالعمل ذاتياً دون الحاجة لبرامج تشغيل مساعدة، ولا يتوافر إصدار تجريبي (بيتا).

ثالثاً: معايير سهولة العثور ووقت التحميل:

تم تقييم التطبيق الذكي لشركة Mobily لمعرفة مدى سهولة العثور على التطبيق والبحث عنه داخل المتجر وتحسين فرص وصول المستفيدين إليه، وسرعة تحميله على الجهاز، حيث يعرف اسم التطبيق في المتجر باللغتين العربية والإنجليزية، وجاءت كالتالي: موبالي - Mobily، فيما يتميز التطبيق الذكي لشركة Mobily بسهولة وسرعة التحميل بخطوة واحدة فقط، ويسهل إمكانية الوصول والاستخدام للمستفيدين دون الحاجة لإعادة التحميل والتثبيت مرة أخرى على الجهاز.

رابعاً: معيار القدرة على الاستخدام:

تظهر في واجهة التطبيق الذكي لشركة Mobily كافة روابط الخدمات والتي يكون منها روابط تنقل المستخدم لموقع شركة Mobily، مثل رابط TV Mobily ، ويتميز تطبيق Mobily ببساطة، وسهولة فهم وظائفه، ويسمح للمستفيد بأداء مهام أخرى أثناء استخدامه وذلك لأنه يتجنب كثرة الروابط وزدحامها في الصفحة الواحدة، لذلك لا يتطلب تطبيق Mobily التركيز والفراغ الكامل من جانب المستفيد، ويدعم تطبيق Mobily اللغتين العربية والإنجليزية، يخلو تطبيق Mobily من الأخطاء

اللغوية والإملائية، كما أن مستوى ومصطلحاته المستخدمة يلائم مع كافة فئات المستفيدين، ويتميز بسهولة وسرعة التعلم بحيث يشعر المستفيد بالألفة معه، ويفهم بسهولة كيفية استخدامه دون خبرة مسبقة، وذلك لوضوح تصميم أقسام التطبيق، لا يسمح التطبيق من التكبير على كلمة أو جزء معين بالصفحة، ولا يراجع المستفيد للتأكد من اختياره للرابط المراد استخدامه، ولا يحتوي على قوائم فرعية منسلفة، ولا خريطة لاستعراض كافة الروابط وتقريراتها في التطبيق، ولا يمكن تطبيق Mobily من وصول ذوي الاحتياجات الخاصة، ولكن يقدم لهم عروض وباقات خاصة بهم على الموقع، ولا يتضمن نموذج للتقييم المرتد، ويحتوي تطبيق Mobily على أيقونه لتقييم رضا المستفيد في صفحة "مساعدة"، حيث ينقالك لاستماراة التقييم في المتجر.

خامساً: معيار الكفاءة:

يتميز تطبيق Mobily بالاستقرار دون التعرض للتوقف أو الخلل المفاجئ، وتنقسم روابط تطبيق Mobily بالبطء مقارنة بتطبيقات شركات الاتصالات الأخرى، ولكن تعمل بشكل صحيح وفعال، وتتل عنوانين الروابط في التطبيق على محتواها، ولا يحتوي على روابط معطلة، ويتميز تطبيق Mobily بسرعة إنجاز المهام، ويتم الانتقال من شاشة إلى أخرى بمجرد الضغط على الرابط، ونجح تطبيق Mobily في إنجاز الوظائف بشكل أسهل واسع مقارنة بالموقع، ويلائم التطبيق الذكي لشركة Mobily فئات المستفيدين من خدمات شركة Mobily، ويلبي احتياجاتهم ويحظى برضاهem ورغبتهم باستمراره، كما يساعد في زيادة معدلات استخدام المستفيدين لخدمات شركة Mobily مقارنة بما قبله.

سادساً: المعايير الشكلية والبنائية:

يتسم تطبيق Mobily بجودة التصميم وجاذبيته للعين، وتميز واجهة التطبيق بجاذبيتها للمستخدم، وتبني الروابط في تطبيق Mobily أفقيا بحيث تقسم إلى أقسام أفقيّة متتالية ويخصص كل قسم لخدمة من الخدمات، ويتميز بوضوح وملائمه الأيقونات للخدمات التي يقدمها، وملائمه الصور والخلفيات لمحتوى التطبيق، فيما يتسم تطبيق Mobily بالإفراط في استخدام الصور؛ مما أدى لنقل عملية التحميل، وتنقسم ألوان الخطوط في تطبيق Mobily باللون الأبيض والأسود، كما يتم توحيد الألوان المستخدمة للعناوين الرئيسية، والفرعية، والنص، ويتميز خطوط التطبيق الذكي لشركة Mobily بالوضوح، وتتوحد شكل وحجم الخط المستخدم في الصفحة الواحدة باستثناء العناوين الرئيسية والفرعية.

سابعاً: المعايير التقنية:

بناءً على المعايير التقنية تم تقييم الخصائص التقنية المتوفرة بالتطبيق الذكي لشركة Mobily، وإمكانات الهواتف الذكية التي يتم توظيفها فيه، حيث يتميز التطبيق كواجهة النظام لشركة Mobily، حيث يمكن من خلاله إجراء كافة التعاملات والتحديث والتعديل بقاعدة البيانات الرئيسية، ويستخدم إمكانات الهواتف الذكية لاستحداث طرق جديدة لإتاحة خدمات شركة Mobily لم تكن موجودة من قبل مثل الإشعارات، ونظم الدفع عبر الهاتف الذكي... وما يستحدث من إمكانات. ويسمح تطبيق Mobily بتزامن المعلومات عبر الأجهزة وأنظمة التشغيل المختلفة، فيما يتميز بصغر المساحة التخزينية على ذاكرة الهاتف، ولا يحتوي على خدمات التخزين السحابي.

ثامناً: التحقق والخصوصية:

يعتمد تطبيق Mobily إجراءات للتحقق والوصول المرخص لهم بالاستخدام وذلك بتسجيل المرور وكلمة السر، كما يسمح للزوار غير المرخص لهم بإمكانية الوصول والتصفح فقط، ويدعم التطبيق الذكي لشركة Mobily إنشاء حساب خاص لكل مستخدم، كما أنه لا يدعم التطبيق الذكي لشركة Mobily سوى مستوى واحد من الخصوصية وهي اسم المستخدم وكلمة المرور، ويتاح سياسة الخصوصية في التطبيق، كما يسمح بنشره.

تاسعاً: التكلفة:

يتاسب سعر خدمات شركة Mobily مع كافة فئات المستخدمين مقارنة بالتطبيقات الأخرى.

عاشرًا: التحديث:

يتم تحديث تطبيق Mobily شهرياً مرتين على كافة منصات التشغيل المتاح بها التطبيق، وذلك للعمل على سرعة التطبيق، وإضافة إمكانات وخدمات جديدة، وزيادة كفاءة الروابط، وإصلاح الأخطاء والمشكلات في الإصدارات السابقة.

٢/٢/٢ تقييم التطبيق الذكي لشركة Zain:

تضمنت قائمة المعايير المعتمدة لتقييم التطبيق الذكي لشركة Zain عشرة معايير رئيسية تدرج تحتها مجموعة من المعايير الفرعية، وهي كالتالي:

أولاً: معيار التوصيف الذاتي:

١/١ شركة زين (Zain). ٢/١ الإصدار ٣.٦.٣ (٤) الاسم: Mobile Telecommunications company Saudi Arabia, (Zain Saudi Arabia) صفحة الويب الخاصة به: <https://zain.app/ar/onboarding/choose-language>

٤/١ هو تطبيق "Zain السعودية" بنسخته المحدثة يتيح لك الوصول الفوري إلى عدد كبير من خدمات وعروض Zain المقدمة لك لتملك حرية التحكم بأي خط في أي وقت وأي مكان، والاشتراك أو تغيير الخدمات، وإدارة الخطوط بنوعيتها مفتوحة، أو مسبقة الدفع، سواء كانت خطوط للمكالمات الصوتية أو شرائح البيانات. يخدم التطبيق جميع عملاء Zain باللغتين العربية والإنجليزية مما يجعله أداة سهلة وميسرة لتنفيذ خدمات العملاء، ومن أهمها:

١. متابعة الاستخدام لمميزات الباقة الحالية للمستخدم
٢. سداد الفواتير وإعادة الشحن عبر عدة طرق كالبطاقات الائتمانية، وخدمة سداد الاشتراك، وتغيير، وترقية وإلغاء الباقات الصوتية وباقات البيانات
٣. عرض الفاتورة الحالية والسابقة، وتفاصيل المكالمات، واستهلاك البيانات، وإمكانية إرسال التفاصيل عبر بريدك الإلكتروني
٤. الحصول على أحدث العروض، والخدمات، وجديد Zain
٥. استخدام واجهة بيانية تمكن المستخدم من البحث، والاستماع، وشراء أو إهداء نغمات وكامل التحكم بخدمة "سمّعهم"
٦. موجه إلى جميع المستفيدين بدون استثناء.

ثانياً: معيار إمكانية التشغيل:

١/٢ يدعم التطبيق الذكي لشركة Zain نظام تشغيل iOS والأندرويد. ٢/٢ يعمل التطبيق الذكي لشركة Zain على جميع أجهزة الأبل.

٤/٢ يعمل التطبيق الذكي لشركة Zain دون الحاجة لأي برمج تشغيل مساعدة. ٥/٢ لا يتوافر إصدار تجريبي (بيتا) لتطبيق الذكي لشركة Zain.

ثالثاً: معايير سهولة العثور ووقت التحميل:

١/٣ اسم التطبيق في المتجر باللغة العربية فقط، وجاءت كالتالي: Zain السعودية.

٢/٣ يتميز التطبيق الذكي لشركة Zain بسهولة وسرعة التحميل بخطوة واحدة فقط.

٣/٣ يتيح التطبيق الذكي لشركة Zain إمكانية الوصول والاستخدام للمستفيدين دون الحاجة لإعادة التحميل والتنشيط مرة أخرى على الجهاز.

رابعاً: معيار القدرة على الاستخدام، ويتضمن المواصفات الفرعية التالية:

٤/٤ البساطة وسهولة الاستخدام:

٤/١ لا يظهر رابط شركة Zain مباشرة في واجهة تطبيق Zain، بينما تظهر كافة روابط الخدمات التي تقدمها في الواجهة المباشرة. ٤/٢ يتميز التطبيق الذكي لشركة Zain بالبساطة، وسهولة فهم وظائفه. ٤/٣ يسمح التطبيق الذكي لشركة Zain للمستفيد بأداء مهام أخرى أثناء استخدامه وذلك لأنه يتتجنب كثرة الروابط وازدحامها في الصفحة الواحدة، لذلك لا يتطلب التطبيق الذكي لشركة Zain التركيز والتفرغ الكامل من جانب المستفيد.

٤/٤ اللغة:

٤/١/٤ يدعم التطبيق الذكي لشركة Zain اللغتين العربية والإنجليزية. ٤/٢/٤ لا يظهر رابط تغيير اللغة في واجهة التطبيق، بل يظهر بوضوح في صفحة إعدادات التطبيق. ٤/٣/٤ تم خطوات تغيير اللغة في تطبيق Zain بخطوتين الذهاب لأيقونة الإعدادات ومن ثم تغيير اللغة. ٤/٤ يتميز التطبيق الذكي لشركة Zain بوضوح خطوات تغيير اللغة. ٤/٥ يخلو التطبيق الذكي لشركة Zain من الأخطاء اللغوية والإملائية، كما أن مستوى ومصطلحاته المستخدمة يلائم مع كافة فئات المستفيدين.

٤/٦ سهولة التعلم والألفة: يتميز التطبيق الذكي لشركة Zain بسهولة وسرعة التعلم بحيث يشعر المستفيد بالألفة معه، ويفهم بسهولة كيفية استخدامه دون خبرة مسبقة.

٤/٧ سهولة التنقل والتجول، ويتحقق ذلك بتوفّر الأدوات التالية:

٤/١/٤ يمكن التطبيق الذكي لشركة Zain في حال كان العميل يصل إلى آخر الصفحة أن ينقر على أيقونه الصفحة نفسها للرجوع إلى بداية الصفحة. ٤/٢/٤ لا يسمح التطبيق الذكي لشركة Zain من التركيز على كلمة أو جزء معين بالصفحة. ٤/٣/٤ لا يراجع التطبيق الذكي لشركة Zain المستفيد للتأكد من اختياره للرابط المراد استخدامه. ٤/٤/٤ لا يحتوي التطبيق الذكي لشركة Zain على قوائم فرعية منسلفة. ٤/٥/٤ لا يحتوي التطبيق الذكي لشركة Zain على خريطة لاستعراض كافة الروابط وتفرعياتها في التطبيق. ٤/٦/٤ لا يمكن التطبيق الذكي لشركة Zain من وصول ذوي الاحتياجات الخاصة، ولكن يقدم لهم عروض وباقات خاصة بهم على الموقع.

٤/٨ التفاعلية:

٤/١/٧ لا يتضمن التطبيق الذكي لشركة Zain نموذج للتقييم المرتد. ٤/٢/٧/٤ يحتوي التطبيق الذكي لشركة Zain على استماراة لتقدير رضا المستفيد في أيقونه "قيم تجربتك". ٤/٣/٧/٤ يتضمن التطبيق أيقونتين لمساعدة المستفيدين عند حدوث أي مشكلة وهي "المساعدة والدعم" و "تواصل معنا".

٤/ القدرة على التذكر: يتميز التطبيق الذكي لشركة Zain بسهولة تذكر المستفيد لكيفية استخدامه بعد مرور فترة من التوقف.

خامساً: معيار الكفاءة:

١/ يتميز بالاستقرار دون التعرض للتوقف أو الخلل المفاجئ. ٢/٥ تتسم روابط بالكفاءة العالية وتعمل بشكل صحيح وفعال، وتدل عناوين الروابط في التطبيق على محتواها، ولا يحتوي على روابط معطلة. ٣/٥ يتميز بسرعة إنجاز المهام، ويتم الانتقال من شاشة إلى أخرى بمجرد الضغط على الرابط (جزء من الثانية). ٤/٥ نجح في إنجاز الوظائف بشكل أسهل وأسرع مقارنة بالموقع.

٥/ يلائم فئات المستفيدين من خدمات شركة Zain، ويلبي احتياجاتهم ويحظى برضاهם ورغبتهم باستمراره، كما يساعد في زيادة معدلات استخدام المستفيدين لخدمات شركة Zain مقارنة بما قبله.

سادساً: المعايير الشكلية والبنائية:

١/٦ مواصفات التصميم البصري.

١/٦ يتميز بجودة التصميم وجاذبيته للعين. ٢/٦ يتميز واجهة بجاذبيتها للمستخدم. ٣/٦ تبني الروابط في التطبيق الذكي لشركة Zain أفقياً بحيث تقسم إلى أقسام أفقية متتالية ويخصص كل قسم لخدمة من الخدمات. ٤/٦ يتميز التطبيق بالوضوح وملائمه الأيقونات للخدمات التي يقدمها، كما يتميز بملائمه الصور والخلفيات لمحتوى التطبيق، فيما يتسم التطبيق الذكي لشركة Zain بعدم الأفراط في استخدام الصور والخلفيات المتحركة؛ وذلك للحفاظ على سرعة التحميل.

٥/٦ تتسم ألوان الخطوط في التطبيق الذكي لشركة Zain باللون الأبيض والأسود، كما يتم توحيد الألوان المستخدمة للعناوين الرئيسية، والفرعية، والنص.

٦/٦ يتميز خطوط التطبيق بالوضوح، وتتوحد شكل وحجم الخط المستخدم في الصفحة الواحدة باستثناء العناوين الرئيسية والفرعية. ٧/٦ يتميز التطبيق بتناسق جميع صفحاته وتتوحد بنائه، ويتميز أيضاً بتوحد شكل وترتيب عرض البيانات حتى مع تغيير اللغة، وثبات العناصر الموجودة بدأبنة وأسفل كل صفحة. ٨/٦ يتميز التطبيق بقلة النصوص وانعدام ازدحام الروابط والبيانات المعروضة في الصفحة الواحدة. ٩/٦ وضع شعار شركة Zain وثباته في كافة صفحات التطبيق.

١٠/٦ يستخدم التطبيق اللون الأبيض في الخلفية، واللون الأسود للنصوص، ويستخدم خلفية موحدة لكل صفحات التطبيق، ويتميز بتناسق لون الخلفية ولون الخط. ١١/٦ لا يوفر التطبيق إمكانية التخصيص أو التعديل في شكل التطبيق. ١٢/٦ لا يدعم التطبيق إمكانية تغيير ألوان وأشكال الخطوط المستخدمة وحجم الخط.

٢/٦ مواصفات النظام الصوتي: لا يدعم التطبيق الذكي لشركة Zain النظام الصوتي.

سابعاً: المعايير التقنية:

١/٧ يتميز التطبيق كواجهة النظام لشركة Zain، حيث يمكن من خلاله إجراء كافة التعاملات والتحديث والتعديل بقاعدة البيانات الرئيسية. ٢/٧ يستخدم التطبيق إمكانيات الهواتف الذكية لاستحداث طرق جديدة لإتاحة خدمات شركة Zain لم تكن موجودة من قبل مثل الإشعارات، ونظم الدفع عبر الهاتف الذكي... وما يستحدث من إمكانيات. ٣/٧ يسمح التطبيق بتزامن المعلومات عبر الأجهزة وأنظمة التشغيل المختلفة. ٤/٧ يتميز التطبيق بصغر المساحة التخزينية على ذاكرة الهاتف، ولا يحتوي على خدمات التخزين السحابي، ولا يحتوي على أيقونه للبحث. ٥/٧ يتميز التطبيق بسرعة تحميل البيانات بمجرد الضغط على الرابط وصحة البيانات المسترجعة. ٦/٧ يدعم التطبيق الحصول على المخرجات في شكل رابط. ٧/٧ يسمح التطبيق بنشر المعلومات التي تخص خدماته على مواقع التواصل الاجتماعي.

ثامناً: التحقق والخصوصية:

١/٨ التتحقق: يعتمد التطبيق الذكي لشركة Zain إجراءات للتحقق والوصول المرخص لهم بالاستخدام وذلك بتسجيل المرور وكلمة السر ، كما يسمح للزوار غير المرخص لهم بإمكانية الوصول والتصفح فقط.

٢/٨ الخصوصية.

١/٢/٨ يدعم التطبيق إنشاء حساب خاص لكل مستخدم. ٢/٢/٨ لا يدعم التطبيق سوى مستوى واحد من الخصوصية وهي اسم المستخدم وكلمة المرور .

٣/٢/٨ يتيح التطبيق سياسة الخصوصية، كما يسمح بنشره.

تاسعاً: التكلفة:

يتنااسب سعر خدمات شركة Zain مع كافة فئات المستخدمين مقارنة بالتطبيقات الأخرى.

عاشرأً: التحديث:

يتم تحديث التطبيق شهرياً على كافة منصات التشغيل المتاح بها التطبيق، وذلك للعمل على سرعة التطبيق، وإضافة إمكانيات وخدمات جديدة، وزيادة كفاءة الروابط، وإصلاح الأخطاء والمشكلات في الإصدارات السابقة.

تحليل التطبيق الذكي لشركة Zain

أولاً: معيار التوصيف الذاتي:

يمكن البحث في المتجر باسم الشركة الخاصة بالتطبيق [شركة زين "zain" باللغتين العربية والإنجليزية، وكان آخر رقم إصدار للتطبيق ٣٠٦٣ (٤)، فيما قام بتطوير التطبيق Mobile Telecommunications company Saudi Arabia, (Zain Saudi Arabia) تطبيق "Zain السعودية" بنسخته المحدثة يتيح لك الوصول الفوري إلى عدد كبير من خدمات وعروض Zain المقدمة لك لتمكنك حرية التحكم بأي خط في أي وقت وأي مكان، والاشتراك أو تغيير الخدمات، وإدارة الخطوط بنوعيتها مفتوحة، أو مسبقة الدفع، سواء كانت خطوط للمكالمات الصوتية أو شرائح البيانات. ويستخدم التطبيق جميع عملاء Zain باللغتين العربية والإنجليزية مما يجعله أداة سهلة وميسرة لتنفيذ خدمات العملاء، وتستهدف شركة Zain للاتصالات كافة فئات المستفيدين دون استثناء.

ثانياً: معيار إمكانية التشغيل:

تم تقييم قدرة التطبيق الذكي لشركة Zain للاتصالات على العمل على منصات تشغيل الأنظمة المختلفة، حيث يدعم تطبيق Zain نظام تشغيل iOS والأندرويد، ويعمل على جميع أجهزة الإبل والأندرويد، ولا يحتاج لأي برامج تشغيل مساعدة، ولا يتوفّر له إصدار تجريبي (بيتا).

ثالثاً: معايير سهولة العثور ووقت التحميل:

تقييم سهولة العثور على التطبيق والبحث عنه داخل المتجر، حيث أضافت شركة Zain اسم التطبيق باللغة العربية بالمتجر "زين السعودية"، ويتميّز التطبيق الذكي لشركة Zain بسهولة وسرعة التحميل بخطوة واحدة فقط، فيما يتيح إمكانية الوصول والاستخدام للمستفيدين دون الحاجة لإعادة التحميل والتنبّت مرة أخرى على الجهاز.

رابعاً: معيار القدرة على الاستخدام:

يتسّم بالبساطة وسهولة فهم وظائفه، كما لا يظهر رابط شركة Zain مباشرة في واجهة تطبيق Zain، بينما تظهر كافة روابط الخدمات التي تقدمها في الواجهة المباشرة، ويسمح تطبيق Zain للمستفيد بأداء مهام أخرى أثناء استخدامه وذلك لأنّه يتّجنب كثرة الروابط وازدحامها في الصفحة الواحدة، لذلك لا يتطلب تطبيق Zain التركيز والتفرّغ الكامل من جانب المستفيد. وجدير بالذكر أنّ التطبيق يدعم اللغتين العربية والإنجليزية، ولا يظهر رابط تغيير اللغة في واجهة التطبيق، بل يظهر بوضوح في صفحة إعدادات التطبيق، ويخلو التطبيق الذكي لشركة Zain من الأخطاء اللغوية والإملائية، كما أنّ مستوى ومصطلحاته المستخدمة يلائم مع كافة فئات المستفيدين. ولا يسمح

التطبيق الذكي لشركة Zain من التركيز على كلمة أو جزء معين بالصفحة، ولا يراجع اختيار المستفيد للتأكد من اختياره للرابط المراد استخدامه. والتطبيق الذكي لشركة Zain للاتصالات لا يحتوي على قوائم منسدلة ولا خريطة لاستعراض كافة الروابط وتفرعياتها في التطبيق، وأيضاً لا يمكن من وصول ذوي الاحتياجات الخاصة، ولكن يقدم لهم عروض وباقات خاصة بهم على الموقع، يحتوي التطبيق الذكي لشركة Zain للاتصالات على استماراة لتقدير رضا المستفيد في أيقونه "قيم تجربتك".

خامساً: معيار الكفاءة:

تم تقييم مدى نجاح التطبيق الذكي لشركة Zain للاتصالات في إكمال المهام وتحقيقها، وجودة الأداء، وتحديد الوقت المستغرق في إنجاز المهمة، حيث يتميز بالاستقرار دون التعرض للتوقف أو الخلل المفاجئ، وسرعة إنجاز المهام، ويتم الانتقال من شاشة إلى أخرى بمجرد الضغط على الرابط (جزء من الثانية). وتتسم روابطه بكفاءة عالية وتعمل بشكل صحيح وفعال، وتدل عناوين الروابط في التطبيق على محتواها، ولا يحتوي على روابط معطلة. يلائم التطبيق الذكي لشركة Zain فئات المستفيدين من خدمات شركة Zain، ويلبي احتياجاتهم ويرحظى برضاهem ورغبتهم باستمراره، كما يساعد في زيادة معدلات استخدام المستفيدين لخدمات شركة Zain مقارنة بما قبله.

سادساً: المعايير الشكلية والبنائية.

يتسم تطبيق Zain بجودة التصميم وجاذبيته للعين، وتميز واجهة التطبيق الذكي لشركة Zain بجاذبيتها للمستخدم. وتبني الروابط في التطبيق الذكي لشركة Zain أفقياً بحيث تقسم إلى أقسام أفقيّة متتالية ويخصّص كل قسم لخدمة من الخدمات، يتميز تطبيق Zain بوضوح وملائمه للأيقونات للخدمات التي يقدمها، كما يتميز بملائمه الصور والخلفيات لمحتوى التطبيق، فيما يتسم التطبيق الذكي لشركة Zain بعدم الأفراط في استخدام الصور والخلفيات المتحركة؛ وذلك للحفاظ على سرعة التحميل. وتتسم ألوان الخطوط في التطبيق الذكي لشركة Zain باللون الأبيض والأسود، كما يتم توحيد الألوان المستخدمة للعناوين الرئيسية، والفرعية، والنص. يتميز خطوط التطبيق الذكي لشركة Zain بالوضوح، وتتوحد شكل وحجم الخط المستخدم في الصفحة الواحدة باستثناء العناوين الرئيسية والفرعية.

سابعاً: المعايير التقنية.

يتميز التطبيق الذكي لشركة Zain كواجهة النظام لشركة Zain، حيث يمكن من خلاله إجراء كافة التعاملات والتحديث والتعديل بقاعدة البيانات الرئيسية، ويستخدم التطبيق الذكي لشركة Zain إمكانات الهواتف الذكية لاستحداث طرق جديدة لإتاحة خدمات شركة Zain لم تكن موجودة من قبل

مثل الإشعارات، ونظم الدفع عبر الهاتف الذكي... وما يستحدث من إمكانات. وأيضاً يسمح بتنزيل المعلومات عبر الأجهزة وأنظمة التشغيل المختلفة، ويتميز بصغر المساحة التخزينية على ذاكرة الهاتف، ولا يحتوي على خدمات التخزين السحابي.

ثامناً: التحقق والخصوصية.

يعتمد التطبيق الذكي لشركة Zain إجراءات للتحقق والوصول المرخص لهم بالاستخدام وذلك بتسجيل المرور وكلمة السر، كما يسمح للزوار غير المرخص لهم بإمكانية الوصول والتصفح فقط، ويدعم إنشاء حساب خاص لكل مستخدم، ولا يدعم سوى مستوى واحد من الخصوصية وهي اسم المستخدم وكلمة المرور، وينتظر سياسة الخصوصية، كما يسمح بنشره.

تاسعاً: التكلفة.

يتنااسب سعر خدمات شركة Zain مع كافة فئات المستخدمين مقارنة بالتطبيقات الأخرى.

عاشرأً: التحديث.

يتم تحديث التطبيق الذكي لشركة Zain شهرياً على كافة منصات التشغيل المتاح بها التطبيق، وذلك للعمل على سرعة التطبيق، وأضافاته إمكانات وخدمات جديدة، وزيادة كفاءة الروابط، وإصلاح الأخطاء والمشكلات في الإصدارات السابقة.

٣/٢/٢ تقييم التطبيق الذكي لشركة الاتصالات السعودية :STC

أولاً: معيار التوصيف الذاتي:

١/ شركة الاتصالات السعودية – Saudi Telecom Company .٢/ الإصدار ٤.٣٦

٣/ الاسم: STC صفحة الويب الخاصة به:

<https://www.stc.com.sa/content/STC/sa/ar/personal/home.html>

٤/ هو تطبيق تم أضافته من قبل شركة الاتصالات السعودية STC والذي يتيح لعملائها التحكم في جميع الخدمات، ويهدف لتحسين جودة تقديم خدماتها، وتقدم خدمات النفاذ، وخدمات المرافق، وخدمات البيانات. ٥/ موجه إلى جميع جهات المستفيدين بدون استثناء.

ثانياً: معيار إمكانية التشغيل:

١/ يدعم التطبيق نظام تشغيل iOS والأندرويد. ٢/ يعمل التطبيق على جميع أجهزة الأبل.
٢/ يعمل التطبيق على جميع أجهزة الأندرويد. ٤/ يعمل التطبيق دون الحاجة لأي برامج تشغيل مساعدة. ٥/ لا يتواجد إصدار تجاري (بيتا) لتطبيق الذكي لشركة STC.

ثالثاً: معايير سهولة العثور ووقت التحميل:

١/٣ اسم التطبيق في المتجر باللغة الإنجليزية فقط، وجاءت كالتالي: **Mystc KSA**.

٢/٣ يتميز التطبيق بسهولة وسرعة التحميل بخطوة واحدة فقط. ٣/٣ يتيح التطبيق إمكانية الوصول والاستخدام للمستفيدين دون الحاجة لإعادة التحميل والتثبيت مرة أخرى على الجهاز.

رابعاً: معيار القدرة على الاستخدام، ويتضمن الموصفات الفرعية التالية:

٤/١ البساطة وسهولة الاستخدام: وتحقق وفقاً للبنود التالية:

٤/١/٤ لا يظهر رابط شركة الاتصالات السعودية مباشرة في واجهة تطبيق **Mystc**، بينما تظهر كافة روابط الخدمات التي تقدمها في الواجهة المباشرة. ٤/٢/٤ يتميز التطبيق ببساطة، وسهولة فهم وظائفه. ٤/٣/٤ يسمح التطبيق للمستفيد بأداء مهام أخرى أثناء استخدامه وذلك لأنّه يتجنّب كثرة الروابط وازدحامها في الصفحة الواحدة، لذلك لا يتطلب التركيز والتفرغ الكامل من جانب المستفيد.

٤/٢ اللغة:

٤/١/٤ يدعم التطبيق اللغتين العربية والإنجليزية. ٤/٢/٤ يظهر رابط تغيير اللغة في صفحة الإعدادات. ٤/٣/٤ تتم خطوات تغيير اللغة في تطبيق **STC** بثلاث خطوات بداية من النقر على أيقونة القائمة المنسدلة ومن ثم الذهاب لأيقونة الإعدادات ومن ثم تغيير اللغة. ٤/٤/٤ يتميز التطبيق **STC** بوضوح خطوات تغيير اللغة. ٤/٥/٤ يخلو التطبيق من الأخطاء اللغوية والإملائية، كما أن مستوى اللغة ومصطلحاته المستخدمة يلائم مع كافة فئات المستفيدين.

٤/٣/٤ سهولة التعلم والألفة: يتميز التطبيق بسهولة وسرعة التعلم بحيث يشعر المستفيد بالألفة معه، ويفهم بسهولة كيفية استخدامه دون خبرة مسبقة.

٤/٤ سهولة التنقل والتوجول.

٤/١/٤ لا يدعم التطبيق في حال كان العميل يصل إلى آخر الصفحة أن ينقر على أيقونه الصفحة نفسها للرجوع إلى بداية الصفحة. ٤/٢/٤ لا يسمح التطبيق من التركيز على كلمة أو جزء معين بالصفحة. ٤/٣/٤ لا يراجع التطبيق المستفيد للتأكد من اختياره للرابط المراد استخدامه. ٤/٤/٤ يحتوي التطبيق على قائمة منسدلة واحدة من خلالها يمكن الوصول للإعدادات والطلبات وإدارة الشريحة، والبرقيات الإلكترونية. ٤/٥/٤ لا يحتوي التطبيق على خريطة لاستعراض كافة الروابط وتقريراتها في التطبيق. ٤/٦/٤ لا يمكن التطبيق من وصول ذوي الاحتياجات الخاصة، ولكن يقدم لهم عروض وباقات خاصة بهم على الموقع.

٤/٧ التفاعلية:

٤/٧ لا يتضمن التطبيق نموذج للتقليم المرتد. ٤/٧ لا يحتوي التطبيق على استماراة لتقدير رضا المستفيد، ولكن يتم تقدير التطبيق في المتجر. ٤/٧ لا يتضمن التطبيق وسائل للدعم الفني لمساعدة المستفيدين عند حدوث أي مشكلة.

٤/٨ القدرة على التذكر: يتميز التطبيق بسهولة تذكر المستفيد ل كيفية استخدامه بعد مرور فترة من التوقف.

خامساً: معيار الكفاءة:

٥/١ يتميز التطبيق بالاستقرار دون التعرض للتوقف أو الخطأ المفاجئ. ٥/٢ تقسم روابط التطبيق بكفاءة عالية وتعمل بشكل صحيح وفعال، وتدل عناوين الروابط في التطبيق على محتواها، ولا يحتوي على روابط معطلة. ٥/٣ يتميز التطبيق بسرعة إنجاز المهام، ويتم الانتقال من شاشة إلى أخرى بمجرد الضغط على الرابط (جزء من الثانية). ٥/٤ نجح التطبيق في إنجاز الوظائف بشكل أسهل وأسرع مقارنة بالموقع. ٥/٥ يلائم التطبيق فئات المستفيدين من خدمات شركة STC، ويلبي احتياجاتهم ويحظى برضاهem ورغبتهم باستمراره، كما يساعد في زيادة معدلات استخدام المستفيدين لخدمات شركة STC مقارنة بما قبله.

سادساً: المعايير الشكلية والبنائية:

٦/١ مواصفات التصميم البصري.

٦/١/١ يتميز التطبيق بجودة التصميم وجاذبيته للعين. ٦/١/٢ يتميز واجهة التطبيق بجاذبيتها للمستخدم. ٦/١/٣ تبني الروابط في التطبيق عمودياً بحيث تقسم إلى أقسام رئيسية متتالية ويخصص كل قسم لخدمة من الخدمات. ٦/١/٤ يتميز التطبيق بوضوح وملايئمه الأيقونات للخدمات التي يقدمها، كما يتميز بملائمه الصور والخلفيات لمحتوى التطبيق، فيما يتميز تطبيق STC بعدم الإفراط في استخدام الصور والخلفيات المتحركة؛ وذلك للحفاظ على سرعة التحميل. ٦/١/٥ تتناسب الألوان الخطوط في تطبيق باللون الأبيض والأسود والبنفسجي، كما يتم توحيد الألوان المستخدمة للعناوين الرئيسية، والفرعية، والنص. ٦/١/٦ يتميز خطوط التطبيق بالوضوح، وتوحيد شكل وحجم الخط المستخدم في الصفحة الواحدة باستثناء العناوين الرئيسية والفرعية. ٦/١/٧ يتميز التطبيق باتساق جميع صفحاته وتوحيد بنائه، ويتميز أيضاً بتوحيد شكل وترتيب عرض البيانات حتى مع تغيير اللغة، وثبات العناصر الموجودة بداية كل صفحة فقط. ٦/١/٨ يتميز التطبيق بكثرة النصوص وازدحام الروابط والبيانات المعروضة في الصفحة الواحدة. ٦/١/٩ وضع شعار شركة STC وثباته في واجهة

التطبيق. ١٠/٦ يستخدم التطبيق اللون الأبيض والبنفسجي في الخلفية، واللون الأسود والأبيض والبنفسجي للنصوص، ويستخدم خلفية موحدة لكل صفحات التطبيق، ويتميز بتناسق لون الخلفية ولون الخط. ١١/٦ لا يوفر التطبيق إمكانية التخصيص أو التعديل في شكل التطبيق. ١٢/٦ يدعم التطبيق إمكانية تغيير ألوان الخلفية.

٢/٦ مواصفات النظام الصوتي: لا يدعم التطبيق الذكي لشركة STC النظام الصوتي.

سابعاً: المعايير التقنية:

١/٧ يتميز التطبيق كواجهة النظام لشركة الاتصالات السعودية، حيث يمكن من خلاله إجراء كافة التعاملات والتحديث والتعديل بقاعدة البيانات الرئيسية. ٢/٧ يستخدم التطبيق إمكانات الهاتف الذكية لاستحداث طرق جديدة لإتاحة خدمات شركة STC لم تكن موجودة من قبل مثل الإشعارات، ونظم الدفع عبر الهاتف الذكي... وما يستحدث من إمكانات. ٣/٧ يسمح التطبيق بتزامن المعلومات عبر الأجهزة وأنظمة التشغيل المختلفة. ٤/٧ يتميز التطبيق بصغر المساحة التخزينية على ذاكرة الهاتف، ولا يحتوي على خدمات التخزين السحابي، ويحتوي على أيقونة للبحث ويحتفظ بسجل البحث، ويقوم باستعراض عمليات البحث الشائعة. ٥/٧ يتميز التطبيق بسرعة تحميل البيانات بمجرد الضغط على الرابط وصحة البيانات المسترجعة. ٦/٧ يدعم التطبيق الحصول على المخرجات في شكل رابط. ٧/٧ يسمح التطبيق بنشر المعلومات التي تخص خدماته على موقع التواصل الاجتماعي.

ثامناً: التحقق والخصوصية:

١/٨ **التحقق:** يعتمد التطبيق الذكي لشركة STC إجراءات للتحقق والوصول المرخص لهم بالاستخدام وذلك بتسجيل المرور وكلمة السر ، كما يسمح للزوار غير المرخص لهم بإمكانية الوصول والتصفح فقط.

٢/٨ الخصوصية.

١/٢/٨ يدعم التطبيق إنشاء حساب خاص لكل مستخدم. ٢/٢/٨ لا يدعم التطبيق سوى مستوى واحد من الخصوصية وهي اسم المستخدم وكلمة المرور . ٣/٢/٨ يتيح التطبيق سياسة الخصوصية، كما يسمح بنشره.

تاسعاً: التكلفة: يتاسب سعر خدمات شركة STC مع كافة فئات المستخدمين مقارنة بالتطبيقات الأخرى.

عاشرًا: التحديث: يتم تحديث التطبيق الذي لشركة STC شهرياً على كافة منصات التشغيل المتاحة بها التطبيق، وفي حال احتاج التطبيق لتحسينات عامة يتم تحديثه أكثر من مرتبة في الشهر، وذلك للعمل على سرعة التطبيق، وإضافة إمكانيات وخدمات جديدة، وزيادة كفاءة الروابط، وإصلاح الأخطاء والمشكلات في الإصدارات السابقة.

تحليل التطبيق الذي لشركة الاتصالات السعودية (Mystc):

أولاً: معيار التوصيف الذاتي:

يعرف الاسم الرسمي للشركة بشركة الاتصالات السعودية - Saudi Telecom Company، وكان آخر إصدار للتطبيق هو ٤.٣٦، ويعرف مطور التطبيق باسم STC، وهو تطبيق تم إضافته من قبل شركة الاتصالات السعودية STC والذي يتيح لعملائها التحكم في جميع الخدمات، ويهدف لتحسين جودة تقديم خدماتها، وتقدم خدمات النفاذ، وخدمات المرافق، وخدمات البيانات، ويوفر تطبيق STC جميع المستفيدين بدون استثناء.

ثانياً: معيار إمكانية التشغيل:

يدعم تطبيق STC نظام تشغيل iOS والأندرويد، ويعمل تطبيق STC على جميع أجهزة الأبل وأجهزة الأندرويد، كما يعمل تطبيق STC دون الحاجة لأي برامج تشغيل مساعدة، ولا يتواجد إصدار تجريبي (بيتا) لتطبيق STC.

ثالثاً: معايير سهولة العثور ووقت التحميل:

سهولة العثور على التطبيق والبحث عنه داخل المتجر، وتحسين فرص وصول المستفيدين إليه، وسرعة تحميله على الجهاز، واسم التطبيق في المتجر باللغة الإنجليزية فقط، وجاءت كالتالي: Mystc KSA، ويتميز تطبيق STC بسهولة وسرعة التحميل بخطوة واحدة فقط، وينتشر تطبيق STC إمكانية الوصول والاستخدام للمستفيدين دون الحاجة لإعادة التحميل والتثبيت مرة أخرى على الجهاز.

رابعاً: معيار القدرة على الاستخدام:

إمكانية وسهولة استخدام التطبيق لأداء وظائف شركة الاتصالات، ولا يظهر رابط شركة الاتصالات السعودية مباشرة في واجهة تطبيق Mystc، بينما تظهر كافة روابط الخدمات التي تقدمها في الواجهة المباشرة، ويتميز تطبيق STC ببساطة، وسهولة فهم وظائفه، ويسمح تطبيق STC للمستفيد بأداء مهام أخرى أثناء استخدامه وذلك لأنه يتتجنب كثرة الروابط وازدحامها في

الصفحة الواحدة، لذلك لا يتطلب تطبيق STC التركيز والتفرغ الكامل من جانب المستفيد، ويدعم تطبيق STC اللغتين العربية والإنجليزية، ويظهر رابط تغيير اللغة في صفحة الإعدادات، يتميز تطبيق STC بوضوح خطوات تغيير اللغة، وتم خطوات تغيير اللغة في تطبيق STC بثلاث خطوات بداية من النقر على أيقونة القائمة المنسدلة ومن ثم الذهاب لأيقونة الإعدادات ومن ثم تغيير اللغة، ويخلو تطبيق STC من الأخطاء اللغوية والإملائية، كما أن مستوى اللغة ومصطلحاته المستخدمة يلائم مع كافة فئات المستفيدين، ويتميز تطبيق STC بسهولة وسرعة التعلم بحيث يشعر المستفيد بالألفة معه، ويفهم بسهولة كيفية استخدامه دون خبرة مسبقة، لا يدعم تطبيق STC في حال كان العميل يصل إلى آخر الصفحة أن ينقر على أيقونة الصفحة نفسها للرجوع إلى بداية الصفحة، ولا يسمح من التركيز على كلمة أو جزء معين بالصفحة، ولا يراجع تطبيق STC المستفيد للتأكد من اختياره للرابط المراد استخدامه، ويحتوي تطبيق STC على قائمة منسدلة واحدة من خلالها يمكن الوصول للإعدادات والطلبات وإدارة الشريحة، والبرقيات الإلكترونية، ولا يحتوي على خريطة لاستعراض كافة الروابط وتفرعياتها في التطبيق، لا يمكن تطبيق STC من وصول ذوي الاحتياجات الخاصة، ولكن يقدم لهم عروض وباقات خاصة بهم على الموقع، ولا يحتوي على استمارة لتقدير رضا المستفيد، ولكن يتم تقييم التطبيق في المتجر.

خامساً: معيار الكفاءة:

يتميز تطبيق STC بالاستقرار دون التعرض للتوقف أو الخلل المفاجئ. وتتسم روابط تطبيق STC بكفاءة عالية وتعمل بشكل صحيح وفعال، وتدل عناوين الروابط في التطبيق على محتواها، ولا يحتوي على روابط معطلة، ويتميز بسرعة إنجاز المهام، ويتم الانتقال من شاشة إلى أخرى بمجرد الضغط على الرابط (جزء من الثانية)، ونجح تطبيق STC في إنجاز الوظائف بشكل أسهل وأسرع مقارنة بالموقع، كما يلائم تطبيق STC فئات المستفيدين من خدمات شركة STC، ويلبي احتياجاتهم ويحظى برضاهם ورغبتهم باستمراره، كما يساعد في زيادة معدلات استخدام المستفيدين لخدمات شركة STC مقارنة بما قبله.

سادساً: المعايير الشكلية والبنائية:

يتسم التطبيق الذكي لشركة STC بجودة التصميم وجاذبيته للعين، وتميز واجهة التطبيق بجاذبيتها للمستخدم، وتبني الرابط في تطبيق STC عامودياً بحيث تقسم إلى أقسام رئيسية متتالية ويخصص كل قسم لخدمة من الخدمات، ويتميز بوضوح وملائمه الأيقونات للخدمات التي يقدمها، كما يتميز بملائمه الصور والخلفيات لمحتوى التطبيق، فيما يتسم تطبيق STC بعدم الإفراط في

استخدام الصور والخلفيات المتحركة؛ وذلك للحفاظ على سرعة التحميل، وتتنسم ألوان الخطوط في تطبيق STC باللون الأبيض والأسود والبنفسجي، كما يتم توحيد الألوان المستخدمة للعناوين الرئيسية، والفرعية.

سابعاً: المعايير التقنية:

يتميز التطبيق الذكي لشركة STC كواجهة النظام لشركة الاتصالات السعودية، حيث يمكن من خلاله إجراء كافة التعاملات والتحديث والتعديل بقاعدة البيانات الرئيسية، ويستخدم إمكانات الهواتف الذكية لاستحداث طرق جديدة لإتاحة خدمات شركة STC لم تكن موجودة من قبل مثل الإشعارات، ونظم الدفع عبر الهاتف الذكي... وما يستحدث من إمكانات، فيما يسمح بتزامن المعلومات عبر الأجهزة وأنظمة التشغيل المختلفة، ويتميز بصغر المساحة التخزينية على ذاكرة الهاتف، ولا يحتوي على خدمات التخزين السحابي، ويحتوي على أيقونه للبحث ويحتفظ بسجل البحث، ويقوم باستعراض عمليات البحث الشائعة، وكما يتميز تطبيق STC بسرعة تحميل البيانات بمجرد الضغط على الرابط وصحة البيانات المسترجعة، ويدعم الحصول على المخرجات في شكل رابط.

ثامناً: التحقق والخصوصية:

يعتمد التطبيق الذكي لشركة STC إجراءات للتحقق والوصول المرخص لهم بالاستخدام وذلك بتسجيل المرور وكلمة السر، كما يسمح للزوار غير المرخص لهم بإمكانية الوصول والتصفح فقط، ويحافظ على خصوصية المعلومات الشخصية للمستخدم من خلال دعمه لأنشاء حساب خاص لكل مستخدم، ولا يدعم التطبيق الذكي لشركة STC سوى مستوى واحد من الخصوصية وهي اسم المستخدم وكلمة المرور، وينتيج سياسة الخصوصية، كما يسمح بنشره.

تاسعاً: التكلفة:

يتاسب سعر خدمات شركة STC مع كافة فئات المستخدمين مقارنة بالتطبيقات الأخرى.

عاشرأً: التحديث:

يتم تحديث تطبيق STC شهرياً على كافة منصات التشغيل المتاح بها التطبيق، وفي حال احتاج التطبيق لتحسينات عامة يتم تحديثه أكثر من مره في الشهر، وذلك للعمل على سرعة التطبيق، وإضافة إمكانات وخدمات جديدة، وزيادة كفاءة الروابط، وإصلاح الأخطاء والمشكلات في الإصدارات السابقة.

٤/٢ التقييم والتحليل:

جدول رقم (٧) تقييم التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات

معايير الجودة										المعايير التقنية			المعايير الشكلية البنائية			معايير الاستخدام					عناصر تقييم تطبيقات شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية
تنوع أسلوب العرض	الموضوعية	المسؤولية	الدقابة	الحداثة	الصلة	جاذبية واجهة التطبيق	الخطوط	الألوان	أساليب البحث والاسترجاع	المرونة	دقة الروابط	وسائل الدعم الفنى	الفعالية	سهولة التنقل والتوجول	تعدد اللغات	سهولة الاستخدام	سهولة التحميل	إنشاء حساب	إمكانية التشفير	التصويف الثنائي	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Mobily
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Zain
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	STC

٥ التحليل العام للتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات:

قام فريق العمل بحصر التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات وفق معايير واضحة وثابتة، حيث سيتم

تحليل تقييم التطبيقات الذكية كالتالي:

أولاً: معايير الاستخدام:

تدعم جميع التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات أنظمة iOS – Android، كما تعمل على جميع أجهزة الأبل والأندرويد دون الحاجة لأى برامج تشغيل مساعدة، كما لا يتوفّر إصدار تجريبي "بيتا" للتطبيقات الذكية، كما تتميز كافة التطبيقات الذكية بسهولة البحث عنها داخل المتجر، حيث يمكن البحث عن اسم التطبيق الذكي لشركة STC داخل المتجر باللغة الإنجليزية فقط، بينما يمكن

البحث عن اسم التطبيقات الذكية لشركة Zain Mobily باللغتين العربية والإنجليزية، وتحسن التطبيقات الذكية فرص المستفيدين إليها، وسرعة تحميلها على الجهاز بخطوة واحدة فقط، كما يمكن وصول المستفيدين إلى هذه التطبيقات واستخدامها دون الحاجة لإعادة تحميلها وتثبيتها مرة أخرى على الجهاز، كما تدعم التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات اللغتين العربية والإنجليزية، وتتميز بوضوح خطوات تغيير اللغة، وخلوها من الأخطاء اللغوية والإملائية، ولا تسمح التطبيقات الذكية التركيز على كلمة أو جزء معين بالصفحة، ولا تراجع المستفيد للتأكد من اختياره للرابط المراد استخدامه، وتتيح كافة التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات إمكانية إنشاء الحساب.

ثانياً: المعايير الشكلية البنائية:

لا تتضمن التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات على التقييم المرتد، كما يمكن تقييم التطبيقات من المتجر، وتتميز التطبيقات الذكية بسهولة تذكر المستفيد لكيفية استخدامها بعد مرور فترة من التوقف، وتتسم روابط التطبيقات الذكية لشركة STC وشركة Zain بكفاءة عالية، بينما يتسم التطبيق الذكي لشركة Mobily بالبطء ولكن تعمل بشكل صحيح وفعال، وتدل عناوين الروابط في التطبيقات الذكية على محتواها، ولا تحتوي على روابط معطلة، وتبني الروابط أفقياً بحيث تقسم إلى أقسام أفقية متتالية ويخصص كل قسم لخدمة من الخدمات، وجدير بالذكر أنها تتميز بوضوح وملائمة الأيقونات للخدمات التي يقدمها، كما تتميز بملائمة الصور والخلفيات لمحتوى التطبيق، وتتسم التطبيقات الذكية لشركة STC وشركة Zain بعدم الإفراط في استخدام الصور والخلفيات المتحركة، ماعدا التطبيق الذكي لشركة Mobily فيتسم بالإفراط في استخدام الصور مما أدى لنقل عملية التحميل.

ثالثاً: المعايير التقنية:

تتميز التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بواجهة تجذب المستخدمين، وتتسم ألوان الخطوط في التطبيق الذكي لشركة STC باللون الأبيض والأسود والبنفسجي كما يتم توحيد الألوان المستخدمة للعناوين الرئيسية والفرعية، فيما تتسم ألوان الخطوط في التطبيق الذكي لشركة Mobily وشركة Zain باللون الأبيض والأسود، وتتميز خطوط كافة التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالوضوح، وتوحيد شكل وحجم الخط المستخدم في الصفحة الواحدة باستثناء العناوين الرئيسية والفرعية.

رابعاً: معايير الجودة:

يتم تحديث التطبيقات الذكية لشركات الاتصالات شهرياً على كافة منصات التشغيل المتاحة بها التطبيقات، وذلك للعمل على سرعتها، وإضافة إمكانات وخدمات جديدة، وزيادة كفاءة الروابط، وإصلاح الأخطاء والمشكلات في الإصدارات السابقة، كما تتميز التطبيقات الذكية بقلة النصوص

وأنعدام ازدحام الروابط والبيانات المعروضة في الصفحة الواحدة، وتتميز أيضاً باتساق جميع صفحاتها وتوحيد بنيتها، وأيضاً بتوحيد شكل وترتيب عرض البيانات حتى مع تغيير اللغة، وثبات العناصر الموجودة بداية وأسفل كل صفحة، وتتوفر بيانات تعريفية تصف وتعرف بالتطبيق ذاتياً عند البحث عنه في المتجر.

٣/٢ خاتمة الفصل

وفي الختام قام فريق العمل بتقييم وتحليل شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية (Mobily، Zain، STC) وفق معايير تقييم الواقع الإلكتروني ومعايير تقييم التطبيقات الذكية من عدة محاور وجميعها تحتوي على جملة من المعايير التفصيلية، وأهم النتائج.

الإطار العلمي

الفصل الثالث (تقييم مجتمع المدينة المنورة من الواقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية Zain، Mobily، STC)

٠/٣ تمهيد

١/٣ التكرارات في الخصائص الديموغرافية

٢/٣ الارتباط بين متغيرات الدراسة

٣/٣ ثبات أسئلة الدراسة

٤/٣ الإحصاء الوصفي لفقرات الدراسة

٥/٣ فروض الدراسة

٦/٣ خاتمة الفصل

٣/٠ تمهيد

قام فريق العمل بإعداد استبانة موجهة إلى مجتمع المدينة المنورة من (مواطنين، مقيمين) تهدف إلى تقييم مجتمع المدينة المنورة للموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية (STC ، Zain ، Mobily)، قام فريق العمل بجمع وتحليل آراء أفراد عينة الدراسة، وكان عدد المشاركين في الاستبانة (٣٠٢) .

١/١ التكرارات في الخصائص الديموغرافية

١. الجنس:

جدول (٨) توزيع عينة الدراسة وفقاً للجنس

يوضح الجدول السابق رقم (٨) أن غالبية أفراد عينة الدراسة من الإناث، حيث بلغت نسبتهم ٧٦.٢٪، ويرجع ذلك لنشر الاستبانة في مجموعات الطالبات في الجامعة.

المتغير	الصنف	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	٧٢	٢٣.٨٪
	أنثى	٢٣٠	٧٦.٢٪
المجموع		٣٠٢	١٠٠٪

جدول (٩) توزيع عينة الدراسة وفقاً للعمر

٢. العمر:

يظهر من الجدول السابق رقم (٩) أن غالبية أفراد عينة الدراسة أعمارهم من ٣٠-٢٤، وأقل نسبة هم الأفراد من عمر ٣٦ فأكثر، ويرجع السبب في ذلك لنشر الاستبانة أيضاً باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ولذلك فإنه تتوزع الشرائح العمرية.

المتغير	الصنف	العدد	النسبة المئوية
العمر	٢٣-١٨	٩٩	٣٢.٨٪
	٣٠-٢٤	١١٤	٣٧.٧٪
	٣٦-٣١	٦١	٢٠.٢٪
	٣٦ فأكثر	٢٨	٩.٣٪
المجموع		٣٠٢	١٠٠٪

جدول (١٠) توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة الوظيفية

٣. الحالة الوظيفية:

يظهر من خلال الجدول رقم (١٠) أن غالبية أفراد عينة الدراسة طلبة حيث بلغت نسبتهم ٤٢.٤٪، ويرجع ذلك إلى توزيع الاستبانة في إطار الجامعة بين الطلبة.

المتغير	الصنف	العدد	النسبة المئوية
الحالة الوظيفية	موظفة	٥٩	١٩.٥٪
	طالبة	١٢٨	٤٢.٤٪
	غير ذلك	١١٥	٣٨.١٪
	المجموع		٣٠٢

٤. الشركة التي تستخدمها:

جدول (١١) توزيع عينة الدراسة وفقاً للشركة الأكثر استخداماً

يظهر من خلال الجدول رقم (١١) أن غالبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون شركة "STC" بنسبة 55.6%， وذلك لأنها تعطي العديد من المميزات للأفراد، وأقل مستخدمي لشركة "Zain" بنسبة 16.2%， كونها لا تتيح العديد من المميزات للأفراد.

المتغير	المجموع	الصنف	العدد	النسبة المئوية
الشركة	28.1%	Zain	49	16.2%
	55.6%	STC	168	
	100%	Mobily	85	
المجموع			302	

٢/٣ الكشف عن درجة الارتباط ما بين أسئلة الدراسة بأداة الاستبيان تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (٤)، وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (١٢) معامل الارتباط لمحور الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
١	ساهم الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات في توفير الوقت وتحفييف الأعباء.	0.058**	0.000
٢	خدمات الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات متغيرة ومتعددة باستمرار.	0.059**	0.654
٣	أسباب استخدامك للموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات.	0.455**	0.000
٤	يمكن تحسين جودة خدمات الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات.	0.466**	0.000
٥	يتناوب موظفي شركة الاتصالات مع المشاكل التقنية التي تواجهني بفاعلية واهتمام.	0.213**	0.100
٦	يمتاز الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات بالحفاظ على المعلومات الشخصية بسرية تامة.	0.494**	0.001
٧	معرفتك بخدمات ومميزات باقات الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات.	0.151**	0.246
٨	راضي عن الأسعار المقدمة من الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات.	0.321**	0.012
	درجة ارتباط المحور بالأداة ككل	0.697**	0.000

✓ ** دالة عند مستوى دلالة إحصائي (0.01)

يظهر من خلال الجدول رقم (١٢) أن جميع معاملات ارتباط بيرسون لأسئلة المحور الأول هي طردية موجبة، حيث إنها جاءت ما بين (0.058-0.494)، وكانت الفقرات ذات دلالة إحصائية

* ارتباط بيرسون: هو إحصائيات الاختبار التي تقيس العلاقة الإحصائية، أو الارتباط، بين متغيرين مستمرتين.

عند مستوى دلالة (0.01)، وجاءت درجة ارتباط الأسئلة بالأداة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) مما يشير إلى أنه يوجد اتساق داخلي ما بين عبارات المحور الأول، والدرجة الكلية للأداة. ومن وجهة نظر فريق العمل نرى بأن درجات الارتباط التي حققتها أسئلة الاستبيان متناسبة، حيث إن هذه العبارات بينت بأن الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات يساهم في توفير الوقت والحد من الأعباء، وجعل الخدمات الخاصة بالشركة متقدمة ومتعددة.

جدول (١٣) معامل الارتباط لمحور التطبيق الذكي لشركة الاتصالات

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	العبارة	m
0.515	0.085**	ساهم التطبيق الذكي لشركة الاتصالات في توفير الوقت وتخفيف الأعباء.	٩
0.058	0.244**	خدمات التطبيق الذكي لشركة الاتصالات متقدمة ومتعددة باستمرار.	١٠
0.009	0.330**	حدد أسباب استخدامك للتطبيق الذكي لشركة الاتصالات.	١١
0.505	0.087**	يمكن تحسين جودة خدمات التطبيق الذكي لشركة الاتصالات.	١٢
0.050	0.252**	يتجاوب موظفي شركة الاتصالات مع المشاكل التقنية التي تواجهني بفاعلية واهتمام.	١٣
0.058	0.244**	يمتاز التطبيق الذكي لشركة الاتصالات بالحفظ على المعلومات الشخصية بسرية تامة.	١٤
0.000	0.442**	معرفتك بخدمات ومميزات باقات التطبيق الذكي لشركة الاتصالات.	١٥
0.024	0.288**	راضي عن الأسعار المقدمة من التطبيق الذكي لشركة الاتصالات.	١٦
0.000	0.697**	درجة ارتباط المحور بالأداة ككل	

✓ ** دلالة عند مستوى دلالة إحصائي (0.01)

يظهر من خلال الجدول رقم (١٣) أن جميع معاملات ارتباط بيرسون لأسئلة المحور الثاني هي طردية موجبة، حيث إنها جاءت ما بين (0.085-0.442)، وكانت الفقرات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، وجاءت درجة ارتباط الأسئلة بالأداة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) مما يشير إلى أنه يوجد اتساق داخلي ما بين عبارات المحور الثاني، والدرجة الكلية للأداة. ومن وجهة نظر فريق العمل بأن درجات الارتباط التي حققتها أسئلة الاستبيان في هذا المحور متناسبة ومتوسطة، حيث إن هذه العبارات بينت بأن التطبيق الذكي لشركة الاتصالات يساهم في توفير الوقت ويلعب دور في تحسين جودة خدمات شركة الاتصالات، كما أنه يمتاز بالحفظ على المعلومات الشخصية بشكل سري تام.

جدول (١٤) معامل الارتباط لمحور تقييم الموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	العبارة	م
0.000	0.563**	عنوان وشعار الموقع الإلكتروني والتطبيق الذكي يقسم بالوضوح.	١٧
0.000	0.564**	راضي عن قائمة العروض المقدمة من شركات الاتصالات.	١٨
0.000	0.456**	راضي عن خدمة العملاء لشركات الاتصالات.	١٩
0.000	0.240**	تناسب خدما الموقع الإلكتروني والتطبيق الذي لشركات الاتصالات مع مستوى توقعاتك كعميل.	٢٠
0.000	0.404**	يمتاز استخدامك للموقع الإلكتروني والتطبيق الذكي عبر الأجهزة الذكية بالسهولة.	٢١
0.000	0.476**	يمتاز الموقع الإلكتروني والتطبيق الذكي بسهولة التنقل بين الصفحات.	٢٢
0.000	0.728**	راضي عن تناسق الألوان والخطوط في الموقع الإلكتروني والتطبيق الذكي.	٢٣
0.000	0.418**	ما هي وسائلك المفضلة للتواصل مع خدمة العملاء.	٢٤
0.000	0.245**	ما هي مقتراحات والأراء في تحسين الموقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.	٢٥
0.000	0.710**	درجة ارتباط المحور بالأداة ككل	

✓ ** دالة عند مستوى دلالة إحصائي (0.01)

يظهر من خلال الجدول رقم (١٤) أن جميع معاملات ارتباط بيرسون لأسئلة المحور الثالث هي طردية موجبة، حيث إنها جاءت ما بين (0.240-0.728)، وكانت الفقرات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، وجاءت درجة ارتباط الأسئلة بالأداة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) مما يشير إلى أنه يوجد اتساق داخلي ما بين عبارات المحور الثالث، والدرجة الكلية للأداة. ومن وجهة نظر فريق العمل نرى بأن درجات الارتباط التي حققتها أسئلة الاستبيان في هذا المحور جاءت متوسطة، وبينت مدى رضا الأفراد عن خدمة العملاء الخاصة بشركات الاتصالات وأن كلًا من الموقع والتطبيق يمتاز بسهولة التنقل ما بين الصفحات.

٣/٣ حساب معامل الثبات لأسئلة الدراسة

تماشياً مع متطلبات الوصول إلى الاستبانة، فقد تم إخضاع الأداة إلى اختبار الثبات الذي هو ضمان الحصول على النتائج نفسها تقريبًا، إذا أعيد تطبيق الاستبانة أكثر من مرة على نفس مجتمع وعينة الدراسة تحت نفس الظروف، وقد قامت الباحثة باستخدام اختبار ألفا كرو نباخ^(٥) لحساب معامل الثبات لمتغيرات الدراسة.

٥ ألفا كرو نباخ: هو معامل لقياس الموثوقية، أو الاتساق الداخلي.

جدول (١٥) معاملات ثبات ألفا كرو نباخ لمحاور الدراسة

محاور الدراسة	عدد العبارات	معامل ألفا كرو نباخ
المحور الأول: الموقع الإلكتروني	8	0.867
المحور الثاني: التطبيق الذكي	8	0.920
المحور الثالث: التقييم	8	0.903
جميع المحاور	24	0.833

يوضح الجدول (١٥) معاملات الثبات لمحاور الدراسة، حيث تراوحت ما بين (0.833-0.920) في حين بلغ معامل الثبات للمحاور ككل (0.867) وهو أعلى من معدل نابولي المتفق عليه وهو 0.070، ومن وجة نظر فريق العمل نرى أن هذا المعامل يعد مؤشراً على أن أداة جمع البيانات تتسم بدرجة ثبات عالية، وبالتالي يمكن الوثوق بالنتائج التي سيتم الحصول عليها عند تطبيقها على العينة الأساسية للدراسة.

٤/٣ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأسئلة الدراسة

جدول (١٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الأول

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاستجابة	الترتيب
١	ساهم الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات في توفير الوقت وتحفيظ الأعباء.	1.73	0.772	متوسطة	8
٢	خدمات الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات متطورة ومتعددة باستمرار.	1.96	0.912	متوسطة	7
٣	أسباب استخدامك للموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات.	2.14	1.108	متوسطة	6
٤	يمكن تحسين جودة خدمات الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات.	2.27	1.279	متوسطة	2
٥	يتناول موظفي شركة الاتصالات مع المشاكل التقنية التي تواجهني بفاعلية واهتمام.	2.21	1.156	متوسطة	4
٦	يمتاز الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات بالحفاظ على المعلومات الشخصية بسرية تامة.	2.18	1.087	متوسطة	5
٧	معرفتك بخدمات ومميزات باقات الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات.	2.37	1.293	متوسطة	1
٨	راضي عن الأسعار المقدمة من الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات.	2.22	1.188	متوسطة	3
الدرجة الكلية للمحور					متوسطة
1.170					

يوضح الجدول رقم (١٦) التحليل الوصفي المتمثل في "المتوسط الحسابي" لمعرفة متوسط استجابات المبحوثين، و"الانحراف المعياري" لمعرفة درجة انحراف الإجابات، حيث بلغت قيمة متوسط

الدرجة الكلية للأسئلة (2.20) وبانحراف معياري قدره (1.170)، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين تجاه عبارات هذا البعد تسير في الاتجاه المتوسط، حيث كانت درجة استجابات العبارات متوسطة كونها جاءت في المعيار من 1.73 إلى 2.37، وقد جاءت النتائج كما يلي:

١. حصلت العبارة السابعة على أعلى معدل متوسط حسابي حيث جاء بمقدار "2.37".

٢. حصلت العبارة الأولى على أقل معدل متوسط حسابي حيث جاء بمقدار "1.73".

في حين وصلت قيمة الانحرافات المعيارية ما بين (0.772) إلى (1.293)، وهذا يشير إلى تجانس إجابات المبحوثين، حيث إن الانحراف المعياري يشير إلى مدى تشتت استجابات المبحوثين عن المتوسط الحسابي، وقد جاءت النتائج كما يلي:

١. جاءت العبارة السابعة في المرتبة الأولى من حيث مدى تشتت استجابات المبحوثين عن المتوسط الحسابي هو "1.293".

٢. جاءت العبارة الأولى في المرتبة الأخيرة من حيث مدى تشتت استجابات المبحوثين عن المتوسط الحسابي هو "0.772".

ومن وجهة نظر فريق العمل نرى بأن مقدار المتوسط الحسابي يساوي بالتقريب المتوسط المعياري الذي يبلغ (2) وأن الانحراف المعياري هو أكبر من (1) مما يشير إلى وجود تقارب في الإجابات لدى غالبية أفراد العينة وعدم تشتتها بشكل كبير.

جدول (١٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الثاني

الترتيب	درجة الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	M
٨	متوسطة	1.108	2.14	ساهم التطبيق الذكي لشركة الاتصالات في توفير الوقت وتحفيض الأعباء.	١
٧	متوسطة	1.195	2.34	خدمات التطبيق الذكي لشركة الاتصالات متقدمة ومتعددة باستمرار.	٢
٣	متوسطة	1.296	2.42	حدد أسباب استخدامك للتطبيق الذكي لشركة الاتصالات.	٣
٢	متوسطة	1.273	2.50	يمكن تحسين جودة خدمات التطبيق الذكي لشركة الاتصالات.	٤
٦	متوسطة	1.265	2.36	يتجاوب موظفي شركة الاتصالات مع المشاكل التقنية التي تواجهني بفاعلية واهتمام.	٥
٤	متوسطة	1.331	2.37	يمتاز التطبيق الذكي لشركة الاتصالات بالحفظ على المعلومات الشخصية بسرية تامة.	٦
٥	متوسطة	1.368	2.37	معرفتك بخدمات ومميزات باقات التطبيق الذكي لشركة الاتصالات.	٧

٨	راضي عن الأسعار المقدمة من التطبيق الذكي لشركة الاتصالات.			
	متوسطة	0.826	2.26	الدرجة الكلية للمحور

يوضح الجدول رقم (١٧) التحليل الوصفي المتمثل في "المتوسط الحسابي" لمعرفة متوسط استجابات المبحوثين، و"الانحراف المعياري" لمعرفة درجة انحراف الإجابات، حيث بلغت قيمة متوسط الدرجة الكلية للأسئلة (2.26) وبانحراف معياري قدره (0.826)، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين تجاه عبارات هذا البعد تسير في الاتجاه المتوسط، حيث كانت درجة استجابات العبارات متوسطة كونها جاءت في المعيار من 2.14 إلى 2.54، وقد جاءت النتائج كما يلي:

١. حصلت العبارة الثامنة على أعلى معدل متوسط حسابي حيث جاء بمقدار "2.54".
٢. حصلت العبارة الأولى على أقل معدل متوسط حسابي حيث جاء بمقدار "2.14".

في حين وصلت قيمة الانحرافات المعيارية ما بين (1.08) إلى (1.397)، وهذا يشير إلى تجانس إجابات المبحوثين، حيث جاء مدى تشتت استجاباتهم عن المتوسط الحسابي متقارب في كافة أسئلة المحور الثاني، وقد جاءت النتائج كما يلي:

١. جاءت العبارة الثامنة في المحور الثاني في المرتبة الأولى من حيث مدى تشتت استجابات المبحوثين عن المتوسط الحسابي هو "1.397".
٢. جاءت العبارة الأولى في المحور الثاني في المرتبة الأخيرة من حيث مدى تشتت استجابات المبحوثين عن المتوسط الحسابي هو "1.108".

ومن وجهة نظر فريق العمل نرى بأن مقدار المتوسط الحسابي يساوي بالتقريب المتوسط المعياري الذي يبلغ (2) وأن الانحراف المعياري هو أقل من (1)، وهذا يدلل حسب استجابات المبحوثين على وجود تقارب في الإجابات لدى غالبية أفراد العينة وعدم تشتتها بشكل كبير ، كما أن مستوى استجابة الأفراد لأسئلة الاستبيان كان متوسط.

جدول (١٨) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الثالث

الرتبة	درجة الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	M
٥	متوسطة	0.981	2.90	عنوان وشعار الموقع الإلكتروني والتطبيق الذكي يتسم بالوضوح.	١
٨	متوسطة	0.950	2.80	راضي عن قائمة العروض المقدمة من شركات الاتصالات.	٢
٧	متوسطة	0.900	2.83	راضي عن خدمة العملاء لشركات الاتصالات.	٣
٦	متوسطة	0.901	2.85	تناسب خدمات الموقع الإلكتروني والتطبيق الذي لشركات الاتصالات مع مستوى توقعاتك كعميل.	٤

٢	متوسطة	0.971	2.98	يمتاز استخدامك للموقع الإلكتروني والتطبيق الذكي عبر الأجهزة الذكية بالسهولة.	٥
٤	متوسطة	1.000	2.93	يمتاز الموقع الإلكتروني والتطبيق الذكي بسهولة التنقل بين الصفحات.	٦
١	متوسطة	1.061	3.02	راضي عن تناسق الألوان والخطوط في الموقع الإلكتروني والتطبيق الذكي.	٧
٣	متوسطة	1.171	2.97	ما هي وسائلك المفضلة للتواصل مع خدمة العملاء.	٨
٩	متوسطة	0.940	2.79	ما هي مقتراحات والأراء في تحسين الموقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.	٩
متوسطة		1.151	2.88	الدرجة الكلية للمحور	

يوضح الجدول رقم (١٨) التحليل الوصفي لمعرفة عناصر المحور الثالث، حيث بلغت قيمة متوسط الدرجة الكلية للبعد (2.88) وبانحراف معياري قدره (1.151)، وهذا يعني أن إجابات المبحوثين تجاه عبارات هذا البعد تسير في الاتجاه المتوسط، حيث كانت درجة استجابات العبارات متوسطة كونها جاءت في المعيار من 2.02 إلى 3.02، وقد جاءت النتائج كما يلي:

١. حصلت العبارة السابعة على أعلى معدل متوسط حسابي حيث جاء بمقدار "3.02"

٢. حصلت العبارة الثانية على أقل معدل متوسط حسابي حيث جاء بمقدار "2.79".

في حين وصلت قيمة الانحرافات المعيارية ما بين (0.900) إلى (1.171)، وهذا يشير إلى تجانس إجابات المبحوثين، وذلك كون أن تشتت استجابات المبحوثين عن المتوسط الحسابي كانت متقاربة، وجاءت النتائج كما يلي:

١. جاءت العبارة الثامنة في المحور الثالث في المرتبة الأولى من حيث مدى تشتت استجابات المبحوثين عن المتوسط الحسابي هو "1.171".

٢. جاءت العبارة الثالثة في المحور الثالث في المرتبة الأخيرة من حيث مدى تشتت استجابات المبحوثين عن المتوسط الحسابي هو "0.900".

ومن وجهة نظر فريق العمل نرى بأن مقدار المتوسط الحسابي يساوي بالتقريب المتوسط المعياري الذي يبلغ (3) وأن الانحراف المعياري هو أكبر من (1) مما يشير إلى وجود تقارب في الإجابات لدى غالبية أفراد العينة وعدم تشتتها بشكل كبير.

أما فيما يتعلق بالسؤال الأخير الذي ينص على " مقتراحات وأراء في تحسين الموقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية"، فقد تعددت وتنوعت الإجابات ومنها ما كان سهولة الدفع في أبل باي، وتطوير الدعم الفني ووضع سيرفارات قوية تتحمل الضغط، والعمل على تحسين مستوى سرعة الإنترنت، والتجاوب مع مشكلات العملاء

وحلها بشكل سريع، وكذلك العمل على التحديث المستمر وتحسين خدمات كلاً من التطبيق والموقع وربطها بنظام أبشر.

٥/٣ فروض الدراسة

تمثل فرضيات الدراسة فيما يلي:

١. هناك تأثير إيجابي ذات دلالة إحصائية للموقع الإلكتروني على رضا العملاء في المدينة المنورة.
٢. هناك تأثير إيجابي ذات دلالة إحصائية للتطبيق الذكي على الخدمات العامة للمواطنين في المدينة المنورة.
٣. هناك تأثير إيجابي ذات دلالة إحصائية لتقدير المواطنين لكلاً من الموقع الإلكتروني والتطبيق الذكي في المدينة المنورة.

٦/٣ خاتمة الفصل

ختاماً بعد تحليل نتائج الاستبيان، والذي كان يهدف إلى قياس مدى إفادة مجتمع المدينة المنورة من الموقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، توصل فريق العمل إلى أن معظم الواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية تحتاج إلى مزيد من التطوير والتحديث المستمر، لتشهد تقدم واسعاً، وجعلها أكثر كفاءة وفعالية دون جهد وتكلفة وجودة عالية.

الخاتمة: النتائج والتوصيات

٤/٠ الخاتمة

٤/١ نتائج الدراسة

٤/٢ توصيات الدراسة

استعرضت الدراسة الموضع الإلكتروني، والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية من حيث المفهوم، والأهمية، والمميزات، السياسة، والخصائص، ثم درست (٣) موقع إلكترونية و(٣) تطبيقات ذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية، وهي شركة سوا STC، شركة زين Zain، شركة موبابلي Mobily، وهي من أكثر شركات الاتصالات استخداماً؛ خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج والتوصيات في ضوء معايير التقييم ونتائج التحليل حيث تم العمل عليها بشكل دقيق، والوصول إلى نقاط الضعف والقوة للموضع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

تمثلت أهداف هذه الدراسة في هدف رئيس وهو "تقييم المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية"، ومعرفة الأفضل والأعلى تقييم لدى مجتمع المدينة المنورة من مواطنين ومقمين، ولتحقيق الأهداف السابقة تم طرح تساؤل رئيسي لمستخدمي المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، ويترافق منه مجموعة من التساؤلات الفرعية للإجابة عليها، قام الفريق باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، واستخدام أدوات جمع البيانات والتي تتمثل في أداة التقييم والتحليل، والاستبانة، وقد توصلت الدراسة من خلال الإجابة على تساؤلاتها إلى مجموعة من النتائج حاول مناقشتها في ضوء التساؤلات الواردة في الإطار المنهجي وهي كالتالي:

ما هو مفهوم وأهمية ومميزات وسياسة وخصائص شركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية؟

١. تقدم شركة موبايلى خدمات الخطوط الثابتة والخطوط المحمولة، وكذلك خدمات الإنترنت.
٢. توفر شركة موبايلى بنية تحتية ذات مستوى عالٍ في كافة القطاعات ومراكز البيانات والمراكز التقنية المنتشرة في أنحاء المملكة.
٣. تعتبر شركة زين من الشركات الرائدة في مجال الاتصالات المتنقلة في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا.

٤. تبرز أهمية شركة زين في تقديم خدماتها الجوهرية من خلال تحديد احتياجات ورغبات عملائها ومواكبتها لعصر الخدمات الرقمية.

٥. تُحتل شركة Stc الصدارة بين منافساتها من الشركات، وتبرز أهميتها في التقدم الدائم والسعى للتطور والابتكار، وتعرف بأنها أول شركات السوق السعودي لخدمات الهاتف النقال.

ما هي نقاط القوة والضعف للمواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية؟

١. تعد سهولة استخدام الموقع وفهم التعامل معه، وسهولة الحصول على المعلومات من نقاط القوة للتطبيقات الذكية والمواقع الإلكترونية لشركات الاتصالات.
٢. يُعد إمكانية الوصول والاستخدام للمستفيدين في التطبيق الذكي دون الحاجة لإعادة التحميل والتنزيل من نقاط القوة للتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات.

٣. يعد إمكانية الوصول والاستخدام للمستفيدين في التطبيق الذكي دون الحاجة لإعادة التحميل والتبديل من نقاط القوة للتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات.

ما هو قياس مدى رضا العملاء عن شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية؟

١. يساهم التطبيق الذكي لشركة الاتصالات في توفير الوقت ويلعب دور في تحسين جودة خدمات شركة الاتصالات.

٢. يمتاز كلاً من الموضع الإلكتروني والتطبيقات الذكية بسهولة التنقل ما بين الصفحات.

٣. يستخدم معظم أفراد عينة الدراسة شركة "STC" بنسبة قدرها ٥٥.٦٪، ويرجع ذلك لأنها تعطي العديد من المميزات للأفراد.

٤. يساهم الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات في توفير الوقت والحد من الأعباء، وجعل الخدمات الخاصة بالشركة متقدمة ومتقدمة.

وفيها يلي عدداً من النتائج العامة التي توصلت إليها الدراسة:

١. أصبح الوصول للموضع الإلكتروني والتطبيقات الذكية أسهل وأسرع في ظل استخدام التكنولوجيا.

٢. ساهمت الموضع الإلكتروني والتطبيقات الذكية محل الدراسة في توفير الوقت وتخفيف الأعباء لدى جمهور المستفيدين.

٣. يختلف استخدام العملاء للموضع الإلكتروني والتطبيقات الذكية محل الدراسة حسب المجالات.

٤. تلعب الموضع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات دور حيوي في تحسين جودة خدماتها.

٥. يعد الحفاظ على المعلومات الشخصية من أهم المميزات للموضع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات.

٦. تعد ميزة سهولة الاستخدام والتحميل وسهولة التنقل بين الصفحات من المميزات التي تجذب العملاء لاستخدام الموضع الإلكتروني والتطبيقات الذكية محل الدراسة.

٧. تعد الموضع الإلكتروني والتطبيقات الذكية نقلة نوعية سهلت على أفراد مجتمع المدينة المنورة من (مواطنين ومقمين) إنجاز معاملاتهم بكل سهولة ويسر.

٤/٢ توصيات الدراسة

وفقاً للنتائج أعلاه، سيتناول فريق العمل فيما يلي التوصيات المقترنة وفقاً لما قام به الفريق من تقييم الموضع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية:

١. ضرورة خفض أسعار الباقات المقدمة من شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

٢. حث وتشجيع مدراء شركات الاتصالات تحسين مستوى سرعة الإنترنت في بعض الأحياء السكنية بالمدينة المنورة.
٣. حرص المسؤولون عن المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات الاهتمام بمعايير تعدد اللغات، لتلبية احتياجات مختلف المستفيدين الذين لديهم أكثر من لغة.
٤. ضرورة إدراك مدراء شركة Zain بإمكانية مميزات عديدة للأفراد، ويرجع ذلك إلى أن فريق العمل توصل إلى أقل عدد من مستخدميها.
٥. التشجيع على زيادة وعي مجتمع المدينة المنورة بأهمية استخدام المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات، للتقليل من التعاملات الورقية.
٦. تجنب تكرار الجهد المبذول بالمواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات، والعمل على زيادة كفاءة الخدمات والمزيد من تطويرها لكسب ولاء العميل.
٧. الحرص على تحسين معيار التحديث المستمر للتطبيقات الذكية محل الدراسة، لتجنب حدوث عطل تقني يعيق استخدام المستفيد من التطبيقات.
٨. الحفاظ على التجاوب مع مشكلات العملاء وحلها بشكل سريع لدى مدراء شركات الاتصالات محل الدراسة.
٩. المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات محل الدراسة يوصي فريق العمل القيام في ارتباطها بنظام أبشر.

قائمة المراجع

قائمة المراجع بصياغة APA

- عز، فراس محمد. (٢٠٢٠). متاح في: <https://bit.ly/3s9r9EY>. تقييم تطبيقات الهوافن الذكية بالمكتبات الجامعية العربية: النموري، هبه صلاح الدين. (٢٠١٨). دراسة تحليلية.
- مبادر السعودية. (٢٠٢٣). شركة الاتصالات المتنقلة السعودية زين (٧٠٣٠). مجلة مباشر. متاح في: <https://www.mubasher.info/markets/TDWL/stocks/7030/profile>
- المرسال. (٢٠٢٢). قصة نجاح شركة موبابلي. متاح في: <https://2u.pw/BEJKTG>
- مبادر السعودية. (٢٠٢٣). شركة الاتصالات السعودية أُسْ تِي سِي (٧٠١٠). مجلة مباشر. متاح في: <https://www.mubasher.info/markets/TDWL/stocks/7010/profile>
- الفايدي، أحمد عطيه ربيع. (٢٠٢١). أثر التطبيقات الذكية على الرعاية الصحية. المجلة العربية للنشر العلمي، (٣٢) ٣٠-١. متاح في <https://2u.pw/WrcUVE>
- البكري، هديل. (٢٠٢٢). ما هي الواقع الإلكتروني. موضوع. متاح في: <https://2h.ae/ByAV>
- المدنى، أسامة غازى، ومبروكى، يحيى محمد. (٢٠٢٢). استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعى فى إدارة سمع شركات الاتصالات فى السعودية: شركات STC، وموبايلي، وزين النموذج. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط: ع ٣٨: ٤٩ - ١١. متاح في: <https://2u.pw/5QwLsJ>
- الحوبياني، جمال صادق [... وأخ]. (٢٠٢١). "دور إدراك العميل لعدالة علاج قصور الخدمة في التأثير على بنويات السلوكية المستقبلية: دراسة ميدانية بالتطبيق على شركات الإنترنت المصرية". المجلة العلمية لكلية التجارة جامعة أسيوط: ٤١ (٧٣): ٣١٩-٣٥٨.
- العايد، سرى إبراهيم. (٢٠٢١). دور ممارسات إدارة الموارد البشرية في تعزيز تطبيق المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات السعودية وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠. مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية: ١٤ (٢): ٨١ - ١١١. متاح في: <https://2u.pw/XmyXMx>
- أوشياك، عبد الله ادم أمير. (٢٠٠٩). دور محاسبة الموارد البشرية في قياس وتقويم الأصول البشرية في شركات الاتصالات: دراسة حالة الشركة السودانية للهاتف السيار (زين). الخرطوم: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات التجارية: ٩٣ - ١.
- <https://2u.pw/hd66LC>

مساوي، محمد طلال. (٢٠٢٢). "دور الأنشطة الاتصالية الرقمية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية في تحقيق الميزة التنافسية لها". مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الأعلام وتكنولوجيا الاتصال: ٢ (٩): ٦٧ - ١. متاح في: <https://2u.pw/cjAZsT>

النمورى، هبة صلاح الدين. (٢٠٢٢). "اختيار وتقدير تطبيقات الهواتف الذكية للمكتبات الأكاديمية: معايير ومواصفات مقترنة". المجلة المصرية لعلوم المعلومات: ٩ (١): ٣٢٧-٣٢٦. متاح في:

<https://2u.pw/cTjRv0>

Alkaraki, nizar nedal abedalfattah. (2021). "the level of customer satisfaction with the service provided by the palestinian cellular telecommunications company – jawwal in the west bank". al-quds university digital repository service. <https://2u.pw/TfsCDO>

Omer, abdelaziz. (2015). "the reality of information and communication technology (ict) applications on functions of the library of open university of sudan". journal open university of sudan: 4:1-29. <http://eprints.rclis.org/28319>

Erni martini, lili adi wibowo, agus rahayu, ratih hurriyati. (2022). " website as an communication tool and branding strategy in telecommunication companies". journal manajemen dan kewirausahaan: 24 (1): 81-90. <https://2u.pw/ofnbrq>

Raj bahadur sharma. (2014). " customers satisfaction in telecom sector in saudi arabia: an empirical investigation". journal european scientific: 10(13): 354-363. <https://2u.pw/aQglbs>

متاح في موقع موبايلي الرسمي : <https://shop.mobily.com.sa> : ٢٠٢٢. ٢٠٢٢. موبايلي شركة نجاح قصة المرسال، إيمان. محمود، في:

<https://www.almrsal.com>

طريح، عادل محمود (٢٠٢٠) استخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات لقياس جودة الخدمة بالتطبيق على خدمة الاتصالات الهاتفية بالمملكة العربية السعودية: شركة موبايلي للاتصالات. المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل: العلوم الإنسانية الإدارية، مج ٢١، ع ١، ٢٥٩-٢٨٥ ص.

FTTH: هي تقنية نقل البيانات والمعلومات داخل أسلاك زجاجية بسرعات عالية جداً تعادل سرعة الضوء، وهي تقنية مستقرة لا تتأثر بالعوامل الخارجية مثل التشويش والرياح والحرارة الخارجية وغيرها.

طريح، عادل محمود (٢٠٢٠) استخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات لقياس جودة الخدمة بالتطبيق على خدمة الاتصالات الهاتفية بالمملكة العربية السعودية: شركة موبايلي للاتصالات. المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل: العلوم الإنسانية الإدارية، مج ٢١، ع ١، ٢٥٩-٢٨٥ ص.

موقع موبايلي الرسمي: <https://shop.mobily.com.sa>

شركة فالكم (٢٠٢١)، تغطية نتائج أعمال الربع الثالث لعام ٢٠٢١ "شركة اتحاد اتصالات - موبايلي متاح في: https://www.yaqeen.sa/media/2739/etihad-etisalat-3q21-report-update_02-november-2021_arabic.pdf

موبيلات. (٢٠٢٣). تطبيق موبايلي والمزايا والعيوب. متاح في: <https://mobizat.com/mobily-application>

معلومات عن شركة موبايلي السعودية. موقع معلومات. متاح في: <https://2u.pw/N1MicB> /<https://shop.mobily.com.sa/legal>

SIM: هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية صغيرة تحتوي على رقمتعريف خاص ورقم هاتف وبيانات أخرى متعلقة بالمستخدم.

eSIM الإلكترونية : هي شريحة رقمية مدمجة في الجهاز ولا يمكن إزالتها كالشريحة التقليدية، حيث يتم تعديلاها باستخدام رمز QR خاص لكل ملف تعريف على جهاز واحد فقط.

موقع زين للاتصالات الرسمي. نظرة عامة. -متاح في: <https://sa.zain.com/ar/about-zain> (٢٠٢٠). نشرة عن إصدار أسهم حقوق أولية. -متاح في: <https://2u.pw/mmFukg>

موقع زين للاتصالات الرسمي. متاح في: <https://zain.com/en> (٢٠١٩). تقرير مجلس الإدارة. -متاح في:

https://sa.zain.com/sites/default/files/media/2020-04/CG_BoDReportAR_20200413_Final.pdf

Zain. (2023). About us. <https://2u.pw/SsCFpM>

مباشر. (٢٠٢٣). شركة الاتصالات. متاح في: <https://2u.pw/3jHS4m> موقع شركة زين، الثقافة المؤسسية. ٢٠٢٣ . متاح في:

<https://sa.zain.com/ar/personal/culture>:

Zain. (2023). mobile telecommunications saudi company ("zain ksa") privacy policy.<https://2u.pw/H4IL30>

موسوعة المحيط (٢٠٢٠). شركة الاتصالات السعودية، STC متاح في: مباشر السعودية (٢٠٢٣). شركة الاتصالات السعودية، متاح في:

<https://www.mubasher.info/markets/TDWL/stocks/7010/profile>

موقع زيادة (٢٠٢٢). عمرو، شركة الاتصالات السعودية، متاح في: <https://www.zyadda.com/search-for-the-saudi-telecom-company-pdf>

شركة الاتصالات السعودية، stc (٢٠٢٣)، من نحن، متاح في: <https://www.stc.com.sa>

شركة الاتصالات السعودية، stc. متاح في:

<https://www.stc.com.sa/content/stc/sa/ar/personal/why-stc.html>

شركة الاتصالات السعودية، stc . متاح في: <https://www.stc.com.sa>

شركة الاتصالات السعودية، stc . متاح في: <https://www.stc.com.sa>

عز، فراس محمد. (٢٠٢٠)، متاح في: <https://bit.ly/3s9r9EY>

موقع شركة Mobily متاح في: <https://www.mobily.com.sa>

موقع شركة Zain متاح في: <https://zain.app/ar>

موقع شركة STC متاح في: <https://www.stc.com.sa>

النوري، هبه صلاح الدين. (٢٠١٨). تقييم تطبيقات الهواتف الذكية بالمكتبات الجامعية العربية: دراسة تحليلية.

النوري، هبه صلاح الدين. (٢٠١٨). تقييم تطبيقات الهواتف الذكية بالمكتبات الجامعية العربية: دراسة تحليلية.

قائمة الملاحق

ملحق (١) استبانة لقياس مدى إفادة مجتمع المدينة المنورة من الواقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

ملحق (١)

استبيان لقياس مدى إفادة مجتمع المدينة المنورة من المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية
لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

تقييم مجتمع المدينة المنورة للمواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية (STC,Zain,Mobily)

نحن طالبات من قسم المعلومات ومصادر التعلم بجامعة طيبة ندعوك للمشاركة في تعبئة الاستبيان الخاص ببحث تخرجنا بعنوان "تقييم المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية".
هذه الاستبيانة تهدف إلى تقييم مجتمع المدينة المنورة للمواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية (STC,Zain,Mobily) وسيتم التعامل مع المعلومات بسرية تامة وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، شاكرين لكم حسن تعاونكم .

يمكنك تسجيل الدخول إلى [Google](#) لحفظ مستوى التقدم. مزيد من المعلومات

* تشير إلى أنَّ السؤال مطلوب

أولاً: البيانات الشخصية:

* 1. الجنس :

ذكر

أنثى

*2. الفئة العمرية :

18 - 23

24 - 30

31 - 40

وأكثر 41

*3. الحالة الوظيفية :

موظف/ة

طالب/ة

غير ذلك

*4. اختر الشركة التي تستخدمها:

STC

Zain

Mobily

ثانياً: الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات:

5. ساهم الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات في توفير الوقت وتحفييف الأعباء: *

أتفق بشدة

أتفق

محايد

لا أتفق

لا أتفق بشدة

*

6. خدمات الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات متغيرة ومتعددة باستمرار:

أتفق بشدة

أتفق

محايد

لا أتفق

لا أتفق بشدة

* 7. حدد أسباب استخدامك للموقع الالكتروني لشركة الاتصالات:

توفير الوقت والجهد

سرعة الوصول

تحقيق الفائدة من خلالها

التعرف على باقات الموقع

التعرف على افضل العروض المتاحة

أخرى: _____

* 8. يمكن تحسين جودة خدمات الموقع الالكتروني لشركة الاتصالات:

التجاوب مع الشكاوى والاقتراحات

التحديث المستمر والتطوير

كفاءة الدعم الفني

الوضوح والمصداقية

أخرى: _____

* 9. يتجاوب موظفي شركة الاتصالات مع المشاكل التقنية التي تواجهني بفاعلية واهتمام:

9. يتجاوز موظفي شركة الاتصالات مع المشاكل التقنية التي تواجهني بفاعلية واهتمام: *

أتفق بشدة

أتفق

محايد

لا أتفق

لا أتفق بشدة

10.. يمتاز الموقع الإلكتروني لشركة الاتصالات بالحفظ على المعلومات الشخصية بسرية تامة: *

أتفق بشدة

أتفق

محايد

لا أتفق

لا أتفق بشدة

11. معرفتك بخدمات ومميزات باقات الموقع الالكتروني لشركة الاتصالات: *

أواافق بشدة

أواافق

محيد

لا أواافق

لا أواافق بشدة

12. راضي عن الأسعار المقدمة من الموقع الالكتروني لشركة الاتصالات: *

راضي بشدة

راضي

محيد

غير راضي

غير راضي بشدة

ثالثاً: التطبيق الذكي لشركة الاتصالات:

* 13. ساهم التطبيق الذكي لشركة الاتصالات في توفير الوقت وتحفيظ الألعاب:

أتفق بشدة

أتفق

محايد

لا أتفق

لا أتفق بشدة

* 14. خدمات التطبيق الذكي لشركة الاتصالات متغيرة ومتعددة باستمرار:

أتفق بشدة

أتفق

محايد

لا أتفق

لا أتفق بشدة

* 15. حدد أسباب استخدامك للتطبيق الذكي لشركة الاتصالات:

توفير الوقت والجهد

سرعة الوصول

تحقيق الفائدة من خلالها

التعرف على باقات التطبيق

التعرف على أفضل العروض المتوفرة

أخرى: _____

* 16. يمكن تحسين جودة خدمات التطبيق الذكي لشركة الاتصالات:

التجاوب مع الشكاوى والاقتراحات

التحديث المستمر والتطوير

كفاءة الدعم الفني

الوضوح والمصداقية

أخرى: _____

* 17. يتحاوب موظفي شركة الاتصالات مع المشاكل التقنية التي تواجهني بفاعلية واهتمام:

أتفق بشدة

أتفق

محايد

لا أتفق

لا أتفق بشدة

* 18. يمتاز التطبيق الذكي لشركة الاتصالات بالحفظ على المعلومات الشخصية بسرية تامة:

أتفق بشدة

أتفق

محايد

لا أتفق

لا أتفق بشدة

* 19. معرفتك بخدمات ومميزات باقات التطبيق الذكي لشركة الاتصالات:

أوفق بشدة

أوفق

محابد

لا أوفق

لا أوفق بشدة

* 20. راضي عن الأسعار المقدمة من التطبيق الذكي لشركة الاتصالات:

راضي بشدة

راضي

محابد

غير راضي

غير راضي بشدة

رابعاً: تقييم المواقع الالكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات:

21. عنوان وشعار الموقع الالكتروني والتطبيق الذكي يتسم بالوضوح: *

أتفق بشدة

أتفق

محايد

لا أتفق

لا أتفق بشدة

22. راضي عن قائمة العروض المقدمة من شركات الاتصالات: *

أتفق بشدة

أتفق

محايد

لا أتفق

لا أتفق بشدة

*23. راضي عن خدمة العملاء لشركات الاتصالات:

أوفق بشدة

أوفق

محايد

لا أوفق

لا أوفق بشدة

*24. تتناسب خدمات الموقع الإلكتروني والتطبيق الذكي لشركات الاتصالات مع مستوى توقعاتك كعميل:

أوفق بشدة

أوفق

محايد

لا أوفق

لا أوفق بشدة

*25. يمتاز استخدامك للموقع الإلكتروني والتطبيق الذكي عبر الأجهزة الذكية بالسهولة:

أافق بشدة

أافق

محابد

لا أافق

لا أافق بشدة

*26. يمتاز الموقع الإلكتروني والتطبيق الذكي بسهولة التنقل بين الصفحات:

أافق بشدة

أافق

محابد

لا أافق

لا أافق بشدة

* 27. رأسي عن تناسق الألوان والخطوط في الموقع الإلكتروني والتطبيق الذكي:

- أوفق بشدة
- أوفق
- محايد
- لا أوفق
- لا أوفق بشدة

* 28. ما هي وسائلك المفضلة للتواصل مع خدمة العملاء:

- رقم الهاتف
- تويتر
- واتس آب
- البريد الإلكتروني
- أخرى: _____

* 29. شاركتنا مفتشاتك وأرائك في تحسين الموقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية:

إجابتك

محو التموج

إرسال



قسم المعلومات ومصادر التعلم

نموذج تعهد مقرر "مشروع التخرج"
(info 492)إسم الطالب : بشائر رجاء الجهنـي
الرقم الجامعي: 4055527عنوان المشروع : تقييم الواقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية
أستاذ المقرر: د.بسمة خليفة الشيشينـي السعوديةأتعهد أنا الطالب بشائر رجاء الجهنـي بالالتزام بالمبادئ الأخلاقـيـة لجامعة طيبة
والذى ينص على ما يلى:١- الالتزام بالأمانة العلمـية والموضـوعـية عند إعداد البحـوث العـلـمـيـة وتحـرى الدقة في النـقل
والاقـتبـاس.٢- الالتزام باللائحة الموحدة للبحث العلمـي في الجـامـعـات وسـلوـكيـاتـهـ وـقـوـانـينـ وـلـوـانـحـ المـتـبـعةـ
نـظـامـاـ بـالـجـامـعـةـ.

٣- ممارسة الحرية الشخصية والأكاديمـية بما لا يتعارض مع قـيـمـ وـأـخـلـاقـيـاتـ وـنـظـامـ الجـامـعـةـ.

٤- الالتزام بحقوق الملكـيـة الفـكـرـيـة وحقـوقـ الطـبعـ الـوارـدـةـ في وـثـيقـةـ سـيـاسـةـ الـمـلـكـيـةـ الفـكـرـيـةـ
بـالـجـامـعـةـ.٥- الالتزام بالإجراءـاتـ التنـظـيمـيـةـ التي تخـصـ لها حالـاتـ الغـشـ وانتـهـاكـ الأمـانـةـ العـلـمـيـةـ عندـ إـعـادـ
الـبـحـوثـ العـلـمـيـةـ.

وفي حالة ثبوت عـكـسـ ذلكـ أـتـحـمـلـ كـافـةـ الإـجـراءـاتـ المـتـرـتبـةـ.

إسم الطالب: بشائر رجاء الجهنـي

التـوـقـيـعـ :

التـارـيـخـ : 1444/11/21

قسم المعلومات ومحاضر التعلم

"نموذج تعهد مقرر" مشروع التخرج (info 492)

اسم الطالب: تغريد حمدان المزيني

الرقم الجامعي: 4156931

عنوان المشروع: تقييم الواقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية.

أستاذ المقرر: د.بسمة خليفة الشيشيني

أتعهد أنا الطالب تغريد حمدان المزيني بالالتزام بالمياديق الأخلاقى لجامعة طيبة
والذى ينص على ما يلى:

١- الالتزام بالأمانة العلمية والموضوعية عند إعداد البحوث العلمية وتحري الدقة في النقل
والاقتباس.

٢- الالتزام باللائحة الموحدة للبحث العلمي في الجامعات وسلوكياته وقوانين ولوائح المتبعة
نظاماً بالجامعة.

٣- ممارسة الحرية الشخصية والأكاديمية بما لا يتعارض مع قيم وأخلاقيات ونظام الجامعة.

٤- الالتزام بحقوق الملكية الفكرية وحقوق الطبع الواردة في وثيقة سياسة الملكية الفكرية
بجامعة.

٥- الالتزام بالإجراءات التنظيمية التي تخضع لها حالات الغش وانتهاك الأمانة العلمية عند إعداد
البحوث العلمية.

وفي حالة ثبوت عكس ذلك أتحمل كافة الإجراءات المترتبة.

اسم الطالب: تغريد حمدان المزيني

التوقيع: 

التاريخ: ١٤٤٤/١١/٢

٢

المشفوعات: التاريخ: الرقم:



قسم المعلومات ومحاضرات التعليم

"نموذج تعهد مقرر" مشروع التخرج

(info 492)

اسم الطالب : رئيم محمد عوض الحازمي
 رقم الجامعي : ٤٥٥٥٤٤
 عنوان المشروع : تقييم المواقع الالكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية
 أستاذ المقرر : بسمة خليفة الشيشتي

أتعهد أنا الطالب.... رئيم محمد عوض الحازمي ... بالالتزام بالمعايير الأخلاقية لجامعة طيبة
 والذي ينص على ما يلى:

- ١- الالتزام بالأمانة العلمية والموضوعية عند إعداد البحوث العلمية وتحري الدقة في النقل والاقتباس.
- ٢- الالتزام باللائحة الموحدة للبحث العلمي في الجامعات وسلوكياته وقوانينه واللوائح المتبعه نظاماً بالجامعة.
- ٣- ممارسة الحرية الشخصية والأكاديمية بما لا يتعارض مع قيم وأخلاقيات ونظام الجامعة.
- ٤- الالتزام بحقوق الملكية الفكرية وحقوق الطبع الواردة في وثيقة سياسة الملكية الفكرية بالجامعة.
- ٥- الالتزام بالإجراءات التنظيمية التي تخضع لها حالات الغش وانتهاك الأمانة العلمية عند إعداد البحوث العلمية.

وفي حالة ثبوت عكس ذلك أتحمل كافة الإجراءات المترتبة.

اسم الطالب: رئيم محمد عوض الحازمي

التواقيع :

التاريخ :

٢٢/١١/١٤٤٤هـ



قسم المعلومات ومصادر التعلم

"نموذج تعهد مقرر" مشروع التخرج" (info 492)

اسم الطالب : سعاد سالم مناور السحيمي

الرقم الجامعي: 4056176

عنوان المشروع : تقييم الواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية لشركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية
أستاذ المقرر: د/بسمة خليفة الشيشيني

أتعهد أنا الطالب **سعاد سالم مناور السحيمي** بالالتزام بالميثاق الأخلاقى لجامعة طيبة
والذى ينص على ما يلى:

١- الالتزام بالأمانة العلمية والموضوعية عند إعداد البحوث العلمية وتحري الدقة في النقل
والاقتباس.

٢- الالتزام باللائحة الموحدة للبحث العلمي في الجامعات وسلوكياته وقوانينه اللوائح المتبعة
نظاماً بالجامعة.

٣- ممارسة الحرية الشخصية والأكاديمية بما لا يتعارض مع قيم وأخلاقيات ونظام الجامعة.

٤- الالتزام بحقوق الملكية الفكرية وحقوق الطبع الواردة في وثيقة سياسة الملكية الفكرية
بالجامعة.

٥- الالتزام بالإجراءات التنظيمية التي تخضع لها حالات الغش وانتهاك الأمانة العلمية عند إعداد
البحوث العلمية.

وفي حالة ثبوت عكس ذلك أتحمل كافة الإجراءات المترتبة.

اسم الطالب: سعاد سالم مناور السحيمي

التّوقيع:

التاريخ : ١٤٤٤/١١/٢٢ هـ



قسم المعلومات ومحاضر التعلم

"نموذج تعهد مقرر" مشروع التخرج" (info 492)

هاله مبروك المرعشى
٤١٥٦٨٤٨

اسم الطالب :
رقم الجامعي :
عنوان المشروع :
أستاذ المقرر :

تقييم الواقع الإلكتروني والتطبيقات الذكية لشركات
الاتصالات بالمملكة العربية السعودية
د.بسمة خليفة الشيشيني

أتعهد أنا الطالب هاله مبروك المرعشى بالالتزام بالميثاق الأخلاقي لجامعة طيبة
والذى ينص على ما يلى:

- ١- الالتزام بالأمانة العلمية والموضوعية عند إعداد البحوث العلمية وتحري الدقة في النقل
والاقتباس.
- ٢- الالتزام باللائحة الموحدة للبحث العلمي في الجامعات وسلوكياته وقوانينه اللوائح المتبعه
نظاماً بالجامعة.
- ٣- ممارسة الحرية الشخصية والأكاديمية بما لا يتعارض مع قيم وأخلاقيات ونظام الجامعة.
- ٤- الالتزام بحقوق الملكية الفكرية وحقوق الطبع الواردة في وثيقة سياسة الملكية الفكرية
بـالجامعة.
- ٥- الالتزام بالإجراءات التنظيمية التي تخضع لها حالات الغش وانتهاك الأمانة العلمية عند إعداد
البحوث العلمية.
وفي حالة ثبوت عكس ذلك أتحمل كافة الإجراءات المترتبة.

اسم الطالب: هاله مبروك المرعشى

التواقيع :

التاريخ :

١٤٤٤/١١/٢٢

المشروعات : التاريخ : الرقم :