

Israa University – Palestine

Deanship of Postgraduate Studies

Faculty of Administrative and

Financial Sciences

Master of business administration



جامعة الإسرائ – فلسطين

عمادة الدراسات العليا

كلية العلوم الإدارية والمالية

ماجستير إدارة أعمال

أثر تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء
بالجامعات الفلسطينية الخاصة (دراسة حالة جامعة الإسرائ)

**The Impact of Applying Cloud Computing on
Improving The Customer's Relationship
Management in Palestinian Private Universities
(Case study of Al-Israa University)**

إعداد الباحث

أحمد جمال علي أبو سلطان

إشراف

الدكتورة / هدى عبد المنعم لبد

الدكتور / رأفت حسين الهور

أستاذ الهندسة وتكنولوجيا المعلومات المساعد

أستاذ الإدارة العامة المساعد

قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج إدارة الأعمال

بكلية العلوم الإدارية والمالية في جامعة الإسرائ

محرم / 1446 هـ – أغسطس / 2024 م

إقرار الباحث

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة المسومة بعنوان:

أثر تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء بالجامعات الفلسطينية
الخاصة (دراسة حالة جامعة الإسرائ).

**The impact of applying cloud computing on improving the customer's
relationship management in Palestinian private universities
(Case study of Al-Israa University) .**

أقر بأن ما ورد في هذه الرسالة هو ناتج عملي وجهدي الخاص باستثناء ما تم الإشارة إليه في متن
الرسالة. بعد تسجيلي لدرجة الماجستير في إدارة الأعمال، وإن ما ورد فيها ككل أو جزء منها لم يقدم
من قبل الآخرين لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى جامعة الإسرائ، أو في أي مؤسسة
تعليمية أو بحثية أخرى. أو باستثناء الحالات التي تنص على خلاف ذلك بالإشارة أو بالإقرار.

I declare that this thesis has been composed solely by myself and it
represent my own work which has been done after registration for the
degree of master in Business Management and that it has not been
submitted in whole or in part in any previous application for a degree at
Israa University or at any other in situation, except where states otherwise
by reference or acknowledgment, the work presented is entirely my own.

Student Name: Ahmed abu sultan

اسم الطالب: احمد جمال ابو سلطان



Signature:



التوقيع:

Date: 30/9/2023

التاريخ: 2023/9/30



نتيجة الحكم على رسالة ماجستير

استناداً إلى موافقة عمادة الدراسات العليا بجامعة الإسرائا - فلسطين على تشكيل لجنة الحكم على رسالة الباحث/
أحمد جمال علي أبو سلطان لنيل درجة الماجستير في كلية العلوم الإدارية والمالية قسم إدارة أعمال وموضوعها:

أثر تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء بالجامعات الفلسطينية
الخاصة (دراسة حالة جامعة الإسرائا)

The Impact of Applying Cloud Computing on Improving The Customer's Relationship Management in Palestinian Private Universities (Case study of Al-Israa University)

وبعد المناقشة التي تمت يوم (الموافق 15 ربيع الأول 1445) الموافق (2023/09/30) الساعة الواحدة ظهراً
في قاعة/ الدكتور إبراهيم الحساينة اجتمعت لجنة الحكم على الرسالة والمكونة من:

.....	دكتور/ رافت حسين الهور	مشرفاً ورئيساً	
.....	دكتورة/ هدى عبد المنعم ليد	مشرفاً	
.....	دكتور/ أحمد إسماعيل الحساينة	مناقشاً داخلياً	
.....	دكتور/ نادر حامد أبو شرح	مناقشاً خارجياً	

وبعد المداولة توصي اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في كلية العلوم الإدارية والمالية قسم إدارة أعمال.
واللجنة إذ تمنحه هذه الدرجة فإنها توصيه بتقوى الله في عمله وأن يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.

والله ولي التوفيق والسداد

عميد الدراسات العليا
د. ناهض ذياب حجازي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{ يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ

بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ { (المجادلة، 11)



إلى أكرم الخلق إلى من فضله الله على العالمين إلى المصطفى رسولنا الكريم محمد

صلى الله عليه وسلم

إلى من احمل اسمه بافتخار إلى سبب وجودي في الحياة

والذي الكريم

إلى من تعبت وسهرت بجواري في صغري إلى من تحت قدميها الجنان

أمي الغالية

إلى من ساندتني في جهدي وسهرت معي في تعبتي إلى من ألقى هموم الدنيا بجوارها إلى من

تحملت معي ضغوط الحياة رفيقة دربي

زوجتي الغالية

إلى سندي في هذه الدنيا إلى عزوتي

إخواني

إلى صديقتي وأمي الثانية خالتي وأم زوجتي

أم خالد

إلى ملهمي ودافعي وقودتي د. أسامة أبو سلطان

اهدي لكم ثمرة جهدي



بسم الله الرحمن الرحيم والحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد

صلى الله عليه وسلم

أتقدم بالشكر إلى إدارة جامعة الإسراء الكرام الذين سهلوا مهمتي وكانوا رمزاً لمواكبة العلم

والتطور الذين يمدون لنا يد العون ولا يكون من بذل الجهد للارتقاء بالجامعة وطلابها

وأخص بالشكر مشرفاي

الدكتور/ رأفت الهور

والدكتورة/ هدى لبد

على ما تقدم به من دعم وجهد مبذول للإتمام مهمتي البحثية

واشكر لجنة المناقشين الذين حضروا من أجل مناقشة أطروحتي ورسالتي العلمية شكرا لكم كل

بلقبه وباسمه

واشكر الحضور الكريم زملائي الكرام

فهرس المحتويات

إقرار الباحث.....	أ
.....	ث
.....	ج
فهرس المحتويات	ح
فهرس الجداول.....	ر
فهرس الأشكال.....	س
فهرس الملاحق	س
ملخص الدراسة	ش
Abstract	ض
الفصل الأول الإطار العام للدراسة	1
1.1 مقدمة:	2
1.2 مشكلة الدراسة:	4
1.3 فرضيات الدراسة:	5
1.4 أهداف الدراسة:	7
1.5 أهمية الدراسة:	8
1.6 الأبعاد الخاصة بالمتغير المستقل (الحوسبة السحابية)	9
1.7 نموذج الدراسة	10
1.8 حدود الدراسة:	10
1.9 مصطلحات الدراسة:	11
الفصل الثاني الإطار النظري	14
2.1 المبحث الأول: الحوسبة السحابية.....	16
2.1.1 تاريخ الحوسبة السحابية ونشأتها	16

17	2.1.2 مفهوم الحوسبة السحابية
18	2.1.3 مكونات الحوسبة السحابية:
19	2.1.4 أهداف الحوسبة السحابية
20	2.1.5 مميزات الحوسبة السحابية
22	2.1.6 مساوئ الحوسبة السحابية
24	2.1.7 أبعاد الحوسبة السحابية
35	2.1.8 أنواع الحوسبة السحابية
41	2.1.9 كيفية حماية السحابة
41	2.1.10 خدمات الحوسبة السحابية
42	2.1.11 الفرق بين الحوسبة التقليدية والحوسبة السحابية
45	2.2 المبحث الثاني: إدارة العلاقة مع العملاء
45	2.2.1 تاريخ إدارة العلاقة مع العملاء
46	2.2.2 تعريف إدارة العلاقة مع العملاء
47	2.2.3 مكونات إدارة العلاقة مع العملاء (CRM)
48	2.2.4 أبعاد إدارة العملاء:
49	2.2.5 مميزات إدارة العملاء
50	2.2.6 أنواع أنظمة إدارة العلاقة مع العملاء
50	إدارة العلاقة مع العملاء الاستراتيجية التعاونية
51	2.2.7 مهام إدارة العلاقة مع العملاء
53	2.2.8 فوائد نظام إدارة العلاقة مع العملاء CRM (Ngelyaratan & Soediantono, 2022)
54	2.2.9 أنواع العملاء
58	2.2.10 المقصود برضا العميل وولائه
59	2.2.11 إدارة دورة حياة العميل
61	2.2.12 سياسات إدارة العلاقة مع العملاء
62	العلاقة بين إدارة العلاقة مع العملاء والحوسبة السحابية
63	فوائد الحوسبة السحابية في إدارة العلاقة مع العملاء:
64	2.3 المبحث الثالث: الجامعات الفلسطينية الخاصة
65	أولاً: الجامعة العربية الأمريكية
66	ثانياً: جامعة دار الكلمة
66	ثالثاً: جامعة فلسطين الأهلية
66	رابعاً: جامعة غزة
67	خامساً: جامعة فلسطين

67	سادساً: الجامعة العربية المفتوحة
68	سابعاً: جامعة الزيتونية للعلوم والتكنولوجيا
68	ثامناً: جامعة الإسراء
73	الفصل الثالث الدراسات السابقة
74	3.1 الدراسات السابقة المتعلقة بالحوسبة السحابية
74	3.1.1 الدراسات المحلية في الحوسبة السحابية
77	3.1.2 الدراسات العربية في الحوسبة السحابية
79	3.1.3 الدراسات الأجنبية في الحوسبة السحابية
81	3.2 الدراسات السابقة المتعلقة بإدارة العلاقة مع العملاء
81	3.2.1 الدراسات المحلية في إدارة العلاقة مع العملاء
82	3.2.2 الدراسات العربية في إدارة العلاقة مع العملاء:
84	3.2.3 الدراسات الأجنبية في إدارة العلاقة مع العملاء
85	3.3 التعليق على الدراسات السابقة والفجوة البحثية
86	الفصل الرابع إجراءات ومنهجية الدراسة
87	4.1 منهج الدراسة
87	4.2 مصادر جمع البيانات
88	4.3 مجتمع وعينة الدراسة
88	4.4 أداة الدراسة
89	4.5 صدق أداة الدراسة
94	4.6 ثبات أداة الدراسة
94	4.7 اختبار التوزيع الطبيعي
95	4.8 المعالجات الإحصائية
96	الفصل الخامس تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة
97	5.1 الوصف الإحصائي لعينة الدراسة
100	5.2 تحليل محاور الاستبانة
112	5.3 اختبار فرضيات الدراسة
123	الفصل السادس النتائج والتوصيات
124	6.1 نتائج الدراسة

124	6.1.1 النتائج المتعلقة بمتغيرات الدراسة:
125	6.1.2 النتائج المتعلقة باختبار الفرضيات:
126	6.2 التوصيات
126	6.2.1 التوصيات المتعلقة بمتغيرات الدراسة
127	المراجع
128	أولاً: المراجع العربية
139	ثانياً: المراجع الأجنبية
144	الملاحق

فهرس الجداول

جدول (1.1): مصفوفة الأبعاد الخاصة بالمتغير المستقل (الحوسبة السحابية)	9
جدول (2.1): الفرق بين الحوسبة السحابية والحوسبة التقليدية	44
جدول (2.2): الجامعات الفلسطينية وتصنيفها	64
جدول (4.1): مقياس ليكرت الخماسي.	89
جدول (4.2): صدق الاتساق الداخلي لمحور: البرمجيات كخدمة	90
جدول (4.3): صدق الاتساق الداخلي لمحور: المنصات كخدمة	90
جدول (4.4): صدق الاتساق الداخلي لمحور: البنية التحتية كخدمة	91
جدول (4.5): صدق الاتساق الداخلي لمحور: المستخدم	91
جدول (4.6): صدق الاتساق الداخلي لمحور: إدارة العلاقة مع العملاء	92
جدول (4.7): الصدق البنائي لمحاور الاستبانة	93
جدول (4.8): طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة	94
جدول (4.9): طريقة التجزئة النصفية لقياس ثبات الاستبانة	94
جدول (4.10): اختبار التوزيع الطبيعي	95
جدول (5.1): النوع الاجتماعي	97
جدول (5.2): العمر	97
جدول (5.3): المؤهل العلمي	98
جدول (5.4): سنوات الخدمة	99
جدول (5.5): طبيعة الوظيفة	100
جدول (5.6): تحليل محاور الحوسبة السحابية	101
جدول (5.7): تحليل محور البرمجيات كخدمة	102
جدول (5.8): تحليل محور: المنصات كخدمة	103
جدول (5.9): تحليل محور: البنية التحتية كخدمة	105
جدول (5.10): تحليل محور: المستخدم	107
جدول (5.11): تحليل محور: إدارة العلاقة مع العملاء	109
جدول (5.12): معامل الارتباط بين الحوسبة السحابية وإدارة العلاقة مع العملاء	112
جدول (5.13): أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع	113
جدول (5.14): تحليل الفروقات في الحوسبة السحابية وفقا لمتغير النوع الاجتماعي	115
جدول (5.15): تحليل الفروقات في الحوسبة السحابية وفقا لمتغير العمر	116

- جدول (5.16): تحليل الفروقات في الحوسبة السحابية وفقاً لمتغير المؤهل العلمي 116
- جدول (5.17): تحليل الفروقات في الحوسبة السحابية وفقاً لمتغير سنوات الخدمة 117
- جدول (5.18): تحليل الفروقات في الحوسبة السحابية وفقاً لمتغير طبيعة الوظيفة 118
- جدول (5.19): تحليل الفروقات في إدارة العلاقة مع العملاء وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي 119
- جدول (5.20): تحليل الفروقات في إدارة العلاقة مع العملاء وفقاً لمتغير العمر 120
- جدول (5.21): تحليل الفروقات في إدارة العلاقة مع العملاء وفقاً لمتغير المؤهل العلمي 120
- جدول (5.22): تحليل الفروقات في إدارة العلاقة مع العملاء وفقاً لمتغير سنوات الخدمة 121
- جدول (5.23): تحليل الفروقات في إدارة العلاقة مع العملاء وفقاً لمتغير طبيعة الوظيفة 122

فهرس الأشكال

شكل (1.1): نموذج الدراسة	10
شكل (2.1): نموذج البرمجيات كخدمة SaaS	24
شكل (2.2): المنصة كخدمة PaaS	30
شكل (2.3): البنية التحتية كخدمة	32
شكل (2.4): السحابة العامة	35
شكل (2.5): السحابة الخاصة	37
شكل (2.6): السحابة المجتمعية المشتركة	38
شكل (2.7): السحابة الهجينة	39

فهرس الملاحق

ملحق رقم (1): الاستبانة	145
ملحق رقم (2): قائمة بأسماء السادة المحكمين	151
ملحق رقم (3): المقابلة	152

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التحقق من أثر تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين إدارة العلاقة بالعملاء بالجامعات الفلسطينية الخاصة. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واتخذ الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وكان مجتمع الدراسة الجامعات الفلسطينية الخاصة، وقد اتخذ الباحث جامعة الإسراء لدراسة موضوع البحث وذلك لأنها تستخدم الحوسبة السحابية بنسبة متوسطة (75%)، واستخدم نظام العينة المسحية المكونة من (147) موظف وزعت عليهم الاستبانة، واسترجع منهم (115) استبانة أي بنسبة (78.2%) وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

حيث أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى استخدام الحوسبة السحابية في جامعة الإسراء بقطاع غزة بدرجة كبيرة جداً وبوزن نسبي (84.7%)، وأن مستوى إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسراء بقطاع غزة بدرجة كبيرة جداً وبوزن نسبي (85.3%)؛ لأنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الحوسبة السحابية وأبعادها (البرمجيات كخدمة، المنصات كخدمة، البنية التحتية كخدمة، المستخدم) وإدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسراء. كما أظهرت النتائج أنه يوجد أثر لأبعاد الحوسبة السحابية (المستخدم، البرمجيات كخدمة) على (إدارة العلاقة مع العملاء) في جامعة الإسراء بقطاع غزة، بينما لم تؤثر أبعاد الحوسبة (المنصات كخدمة، البنية التحتية كخدمة) على (إدارة العلاقة مع العملاء). وأظهرت النتائج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول الحوسبة السحابية تعزى للمتغيرات الديموغرافية التالية (النوع الاجتماعي، العمر، سنوات الخدمة، طبيعة الوظيفة). بينما وجدت فروق تعزى لمتغير المؤهل العلمي، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول إدارة العلاقة مع العملاء تعزى للمتغيرات الديموغرافية التالية (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي،

سنوات الخدمة، طبيعة الوظيفة). وفي ضوء النتائج السابقة أوصت الدراسة ب: استخدام أقسام متخصصة لتعزيز الحوسبة السحابية، وتدريب العاملين على استخدام الحوسبة السحابية، وتأهيل موظفي نظم المعلومات لدعم تطوير أنظمة الحوسبة السحابية، وتوصي الإدارة العليا بوضع قوانين ولوائح لحماية استخدام الحوسبة السحابية. عمل دوائر خاصة بإدارة العلاقة مع العملاء. تدريب العاملين على كيفية التعامل مع العملاء. عمل قاعدة بيانات لحفظ معلومات العملاء وبياناتهم.

الكلمات المفتاحية: الحوسبة السحابية، إدارة العلاقة مع العملاء، العملاء، الجامعات الخاصة.

Abstract

The study aimed to verify the impact of applying cloud computing in improving customer relationship management in private Palestinian universities. The researcher used the descriptive analytical approach, and took the questionnaire as a tool for collecting data. The study community was private Palestinian universities. The researcher chose Al-Isra University to study the research topic because it uses cloud computing at an average rate (75%). He used the survey sample system consisting of (147) employees to whom the questionnaire was distributed, and (115) questionnaires were returned from them, i.e. (78.2%). The study reached several results, the most important of which are: The results of the study showed that the level of use of cloud computing at Al-Isra University in the Gaza Strip is very high and with a relative weight of (84.7%), and that the level of customer relationship management at Al-Isra University in the Gaza Strip is very high and with a relative weight of (85.3%); because there is a statistically significant correlation between cloud computing and its dimensions (software as a service, platforms as a service, infrastructure as a service, user) and customer relationship management at Al-Isra University. The results also showed that there is an impact of the dimensions of cloud computing (user, software as a service) on (customer relationship management) at Al-Isra University in the Gaza Strip, while the dimensions of computing (platforms as a service, infrastructure as a service) did not affect (customer relationship management). The results showed that there are no statistically significant differences between the averages of respondents' responses about cloud computing attributed to the following demographic variables (gender, age, years of service, nature of the job). While differences were found attributed to the variable of educational qualification, there are no statistically significant differences between the averages of respondents' responses about customer relationship management attributed to the following demographic variables (gender, age, educational qualification, years of service, nature of the job). In light of the previous results, the study recommended: using specialized departments to enhance cloud computing, training employees on the use of cloud computing, and qualifying information systems employees to support the development of cloud computing systems. It is recommended that senior management establish laws and regulations to protect the use of cloud computing. Creating departments dedicated to customer relationship management. Training employees on how to deal with customers. Creating

a database to store customer information and data. Keywords: Cloud computing,
..customer relationship management, customers, private universities

Keywords: cloud computing, customer relationship management, clients, private
.universities

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة

1.2 مشكلة الدراسة

1.3 فرضيات الدراسة

1.4 أهداف الدراسة

1.5 أهمية الدراسة

1.6 الأبعاد الخاصة بالمتغير المستقل (الحوسبة السحابية)

1.7 نموذج الدراسة

1.8 حدود الدراسة

1.9 مصطلحات الدراسة

1.1 مقدمة:

تعتبر الحوسبة السحابية هي التوجه الرئيسي في العالم حالياً، والذي بدوره سيغير شكل صناعة البرمجيات، وتكنولوجيا المعلومات في العالم، ومن ثم تتغير طرق عمل الشركات، وستكون طريقة حياة في المستقبل القريب، حيث أصبح بالإمكان رفع جميع البيانات، والمعلومات، والمستندات في سحابة الكترونية، وتخزينها في تلك السحابة، ومعالجتها باستخدام برمجيات السحابة المتوفرة، واسترجاعها وقت الحاجة لها في أي وقت ومن أي مكان. (المنيري، 2011)

إن تطبيقات الحوسبة السحابية ليست قاصرة على مجال معين، بل هي ممتدة لتقديم خدماتها في كل المجالات. (عبد الحافظ، 2013)

وعرفت الحوسبة السحابية عبارة عن توفير موارد الحوسبة مثل الخوادم، والتخزين، وقواعد البيانات، والبرمجيات عبر الإنترنت كبديل للبنية التحتية المحلية تمكن المستخدمين استخدامها والوصول إليها في أي مكان وزمان. (David, 2023)

أما إدارة العلاقة مع العملاء هي عبارة عن استراتيجية شاملة تمكن المؤسسات من تحديد العملاء المرشحين، واكتسابهم، والاحتفاظ بهم، ورعايتهم من خلال بناء علاقات طويلة الأمد معهم والحفاظ عليها. (Bahri, 2022)

إدارة علاقات العملاء Customer relationship management (CRM) هي استراتيجية، تمكن الشركات من تحليل ملفات تعريف العملاء، وتحديد احتياجاتهم، ومجالات الربح المحتملة، وتنفيذ الإجراءات اللازمة لتحقيق رضا العملاء، والميزة التنافسية وبالتالي الربحية. (Parnell, &other,2019)

نتيجة للعلومة، وتضخم البيانات، والتطور التكنولوجي، وثورة المعلومات والتقنيات الحديثة، واشتداد المنافسة بين المنظمات، توجهت المنظمات إلى المحافظة على عملائها من أجل البقاء وتجنب الاندثار، وأصبح على المؤسسات والشركات أن توفر للعملاء الخدمات والمنتجات في أي وقت وزمان ومكان، فإذا نظرنا إلى الطرق التقليدية لنظم المعلومات؛ يتضح لنا أنها أصبحت لا تفي بالغرض المنشود، إلى جانب أنها ذات تكلفة عالية ترهق المؤسسات في أعمالها. من هنا بدأت المنظمات البحث عن طرق جديدة للحفاظ على معلوماتها، واستخدامها، واسترجاعها، وتخزينها، ومعالجتها، وسرعة تناقلها، وكذلك المحافظة على عملائها بأقل تكلفة وأكثر فاعلية لذلك اتجهت هذه الشركات لما يعرف في وقتنا الحاضر بالحوسبة السحابية كحل أمثل لتفي بأهداف المؤسسة. فكان لا بد من دراسة أثر تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء في الجامعات بوجه عام والخاصة منها على وجه الخصوص.

جامعة الإسراء هي إحدى الجامعات الفلسطينية الخاصة المواكبة للتطور والتقدم التكنولوجي تأسست عام 2014، ويقع مقر جامعة الإسراء الرئيسي في مدينة الزهراء بمحافظة غزة، ولها مقر آخر في حي التفاح/ شارع يافا/ بمدينة غزة. الجامعة عضو في اتحاد الجامعات العربية، وفي منظمة العالم الإسلامي للتربية والعلوم والثقافة، وفي اتحاد جامعات العالم الإسلامي، والاتحاد العالمي للمؤسسات العلمية وفي الاتحاد الدولي للجامعات، وحاصلة على شهادة الجودة الأيزو العالمية (2015: 9001: ISO). (موقع جامعة الإسراء، 2023)

WWW.ISRAA.PS.COM

1.2 مشكلة الدراسة:

في ظل المنافسة والمحاولات المتكررة تسعى معظم الجامعات الخاصة الى تحسين وترقية أدائها من خلال استخدام تكنولوجيا الحوسبة السحابية التي تساعدها في معالجة بياناتها، وتخزينها، والاحتفاظ بها، وتبادلها مع الأطراف الأخرى مثل العملاء والموردين والشركات وحتى المؤسسات الحكومية من أجل الحصول على الحصة السوقية الأكبر وعلى أكبر عدد من العملاء فباستخدام الحوسبة السحابية يمكن أن تتمكن الجامعات الخاصة من الوصول إلى أكبر عدد من العملاء والمحافظة على عملائها وجذب عملاء جدد من خلال أدوات الاتصال الممكنة والمعتمدة على الحوسبة السحابية مثل تطبيقات جوجل المختلفة وكذلك الجيميل وأيضا شبكات التواصل الاجتماعي. ونتيجة لقصور نظم المعلومات التقليدية (طه، 2016) كان لا بد أنا تتوجه جامعة الإسراء للأنظمة الحديثة مثل الحوسبة السحابية حيث أجريت مقابلة مع كل من د. أحمد الصليبي عميد كلية الهندسة تكنولوجيا المعلومات في جامعة الإسراء و م. حسن عبد الله أبو حسين مدير دائرة تكنولوجيا المعلومات بالجامعة وتبين من خلال المقابلة أن جامعة الإسراء تستخدم الحوسبة السحابية بنسبة تتجاوز (75%) أي بدرجة متوسطة، فهي تتبنى الحوسبة السحابية وتستخدم معظم أنواع أنظمتها المتمثلة في (SaaS, PaaS, IaaS)، وأن كليهما من مؤيدي الانتقال التام الكامل للحوسبة السحابية. (انظر الملحق الثالث). وفيما يخص التحديات التي تواجه الجامعة في الانتقال إلى الحوسبة السحابية تحدثا عن ضعف الإنترنت، وكذلك انقطاع التيار الكهربائي، وأيضا الثقافة السائدة في المجتمع.

ويمكن توضيح مشكلة الدراسة في السؤال الآتي:

ما أثر تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء بالجامعات الفلسطينية الخاصة؟

ويتفرع منه الأسئلة التالية:

- ما أثر البرمجيات في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء بالجامعات الفلسطينية الخاصة؟
- ما أثر المنصات في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء بالجامعات الفلسطينية الخاصة؟
- ما أثر البنية التحتية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء بالجامعات الفلسطينية الخاصة؟
- ما أثر المستخدم في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء بالجامعات الفلسطينية الخاصة؟

1.3 فرضيات الدراسة:

1.3.1 الفرضية الرئيسية الأولى

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للحوسبة السحابية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسراء - فلسطين.

يتفرع منها الفرضيات الآتية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للبرمجيات في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسراء - فلسطين.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للمنصات في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسراء - فلسطين.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للبنية التحتية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسرء - فلسطين.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للمستخدم في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسرء - فلسطين.

1.3.2 الفرضية الرئيسية الثانية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين الحوسبة السحابية وتحسين إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسرء - فلسطين.

يتفرع منها الفرضيات الآتية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين البرمجيات وتحسين إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسرء - فلسطين.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين المنصات وتحسين إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسرء - فلسطين.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين البنية التحتية وتحسين إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسرء - فلسطين.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين المستخدم وتحسين إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسرء - فلسطين.

1.3.3 الفرضية الرئيسية الثالثة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات المحبوسين حول الحوسبة السحابية تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، طبيعة الوظيفة) للعاملين في جامعة الإسرء - فلسطين.

1.3.4 الفرضية الرئيسية الرابعة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات المبحوثين حول إدارة العلاقة مع العملاء تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، طبيعة الوظيفة) للعاملين في جامعة الإسرء - فلسطين.

1.4 أهداف الدراسة:

يمكن توضيح أهداف الدراسة في:

- بيان أثر الحوسبة السحابية في تحسين أداء إدارة العملاء من وجهة نظر العاملين في إدارة العلاقة مع العملاء في الجامعات الفلسطينية الخاصة.
- تقييم مستوى تطبيق الحوسبة السحابية في الجامعات الفلسطينية الخاصة.
- التعرف إلى مزايا الحوسبة السحابية ومخاطرها.
- تقييم أثر البرمجيات والمنصات والبنية التحتية والمستخدم في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء في الجامعات الفلسطينية الخاصة.
- المقارنة بين نظم المعلومات التقليدية والحوسبة السحابية والمفاضلة بينهم.

- تقديم التوصيات لمتخذي القرار في الجامعات الفلسطينية الخاصة حول الحوسبة السحابية وأثرها في إدارة العلاقة مع العملاء في الجامعات الفلسطينية الخاصة

1.5 أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية العلمية:

وتتمثل في إثراء المعرفة العلمية بمفهوم الحوسبة السحابية، ومكوناتها ومدى تأثيرها على تحسين أداء إدارة العملاء، وقد تنثري هذه الدراسة المكتبة العربية بشكل عام، والجامعات الفلسطينية الخاصة بشكل خاص للتعرف على مدى تأثير الحوسبة السحابية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء.

ثانياً: الأهمية العملية:

تطبيق هذه الدراسة يساعد في تقديم المساعدة للجامعات بشكل عام وللجامعات الفلسطينية الخاصة بشكل خاص، للتعرف على مدى تأثير الحوسبة السحابية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء، وبالتالي الاستفادة من نتائجها وتوصياتها في تحسين الواقع المرتبط بالموضوع

1.6 الأبعاد الخاصة بالمتغير المستقل (الحوسبة السحابية)

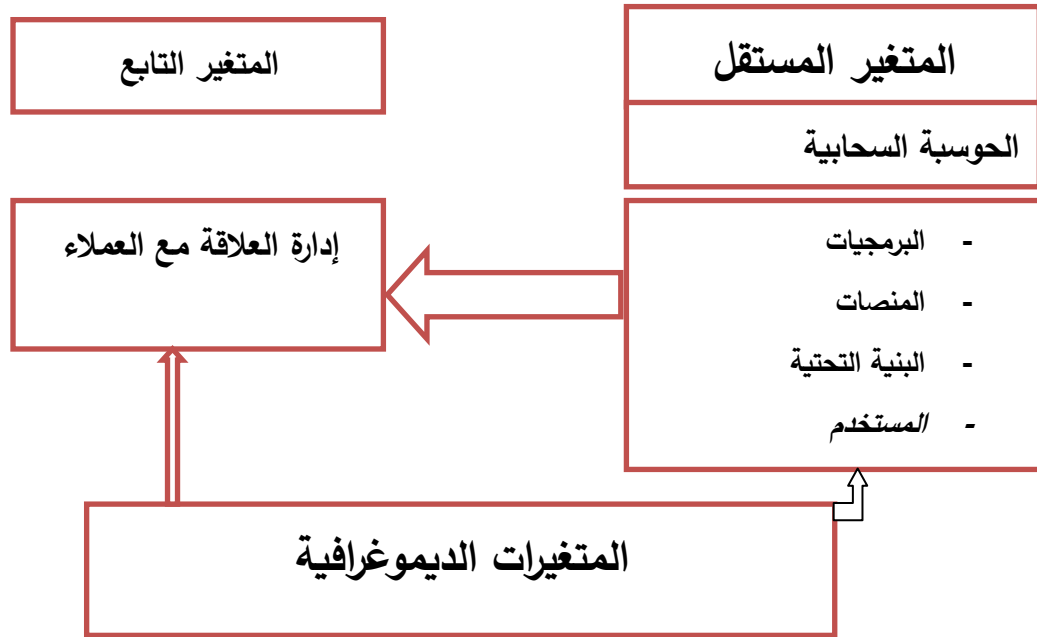
جدول (1.1): مصفوفة الأبعاد الخاصة بالمتغير المستقل (الحوسبة السحابية)

الدراسة	البرمجيات	المنصات	البنية التحتية	الإنترنت	المستخدم	التطبيقات	حاسوب
(يوسف و قويدر، 2022)	\	\	\		\	\	
(BOUZERGUI, 2021)	\	\	\				
(المبارك، 2021)	\	\	\				\
(مجدوب و زياني، 2021)		\	\		\	\	
(فرکش، 2020)		\	\		\	\	
(وصال، 2020)	\	\	\				
(الخرينج و المزين، 2020)		\	\		\	\	
(النجار، 2018)	\	\	\	\	\		
(حسين و أحمد، 2017)	\	\	\				
(الشيتي، 2013)	\	\	\		\		
المجموع	7	10	10	1	6	4	1

(جرد بواسطة الباحث استناداً للدراسات السابقة)

حيث تم اختيار الأبعاد الأربعة الأكثر تكراراً في الدراسات السابقة المذكورة أعلاه.

1.7 نموذج الدراسة



شكل (1.1): نموذج الدراسة (إعداد الباحث)

1.8 حدود الدراسة:

1.8.1 الحد الموضوعي: دراسة أثر تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين أداء إدارة العلاقة مع

العملاء في جامعة الإسراء - فلسطين.

1.8.2 الحد المكاني: جامعة الإسراء - فلسطين.

1.8.3 الحد الزمني: العام الدراسي 2022-2023.

1.8.4 الحد البشري: الموظفين الأكاديميين والإداريين بجامعة - الإسراء.

1.9 مصطلحات الدراسة:

1.9.1 الحوسبة السحابية

• الحوسبة السحابية عبارة عن توفير موارد الحوسبة مثل الخوادم، والتخزين، وقواعد البيانات، والبرمجيات عبر الإنترنت كبديل للبنية التحتية المحلية تمكن المستخدمين استخدامها والوصول لها

في أي مكان وزمان. (David, 2023)

• الحوسبة السحابية تقنية تعتمد على تخزين البيانات ومعالجتها داخل سحابة افتراضية بدلا من أجهزة الحاسوب وتعتبر مركز للبيانات يتم الوصول لها عن طريق شبكة الإنترنت بغض النظر عن المكان والزمان، وتساهم هذه التقنية في إبعاد مشاكل الصيانة والتحديث والتطوير حيث تتحول من منتجات إلى خدمات. (حسونة، 2023)

• تقنية تسمح للمستخدمين بنقل ملفاتهم وبياناتهم ومعالجتها في سحابة (موارد تكنولوجية عبر شبكة الإنترنت) حيث تتم داخل السحابة عمليات المعالجة، مع إمكانية الوصول لتلك البيانات في أي وقت وأي مكان متى توفر الإنترنت. (رضوان، 2016)

1.9.2 البرمجيات: (SaaS) Software as a Service

أحد النماذج القائمة على السحابة حيث يقوم مزود الخدمة بتقديم البرمجيات والتطبيقات للمستخدم على أساس الدفع بالتقسيط، ويعمل مزود الخدمة على تطوير وتحديث وإدارة البرمجيات الوسيطة والبرمجيات التطبيقية، فلا يحتاج المستخدم تحمل أي أعباء إضافية فهو يقوم باستخدام التطبيقات فقط ويدفع مقابلها. (نموذج البرمجيات القائم على السحابة، 2023)

1.9.3 المنصات: (PaaS) (Platform as a Service)

نموذج قائم على السحابة يمكن العميل من تطوير التطبيقات، وتشغيلها، وإدارتها، ويوفر مزود الخدمة الموارد المتمثلة في: الخوادم، والمساحة التخزينية، وبرامج التشغيل، وقواعد البيانات، والأدوات اللازمة للتطوير. (Platform-as-a-Service, 2023)

1.9.4 البنية التحتية (IaaS) Infrastructure as a Service

غالباً ما تكون بيئة افتراضية عتادية كخدمة حاسوبية، يتيح هذا النموذج للعملاء الوصول إلى موارد السحابة القابلة للتطوير، مثل: الخوادم، ومساحة التخزين، والشبكة الظاهرية. عند الطلب، بدلاً من شراء مكوناتها المادية وإدارتها داخل المؤسسة حيث تدفع المؤسسة في هذا النموذج مقابل الموارد التي تستخدمها عبر السحابة، ويقوم مزود الخدمة بإدارة تلك الموارد وتطويرها حسب رغبة العميل واحتياجاته. (ready, Ginjupalli, & Dolan, 2022)

1.9.5 المستخدم

هو المستخدم للتطبيقات والبرمجيات المتاحة في الحوسبة السحابية، باستخدام حاسوب شخصي، أو هاتف محمول، أو أي جهاز لوجي متصل بالإنترنت. ويمكن أن يكون فرداً أو شركة أو مؤسسة. (الزنتي، 2022)

1.9.6 إدارة العلاقة مع العميل (CRM)

- عرفت إدارة العلاقة مع العملاء عبارة عن استراتيجية شاملة، تمكن المؤسسات من تحديد العملاء المربحين، واكتسابهم، والاحتفاظ بهم ورعايتهم من خلال بناء علاقة طويلة الأمد معهم والحفاظ عليها. (Bahri, 2022)

- الاختصار الشائع - CRM يرمز إلى (إدارة العلاقة مع العملاء). إنها أداة تساعد الشركات في رعاية العلاقة مع العملاء المحتملين، وتحويلهم إلى عملاء حقيقيين. يوفر عرضاً موحداً لبيانات

العملاء، ويساعد المؤسسات في كل خطوة من خطوات عملية إدارة العلاقة مع العملاء، وبمساعدة أداة (CRM) يمكن للشركات إدارة العملاء المتوقعين وتتبع تقدم العملاء وتحسين أداء إدارة العلاقة مع العملاء، وتبسيط العمليات، وإدارة الفرص المتاحة. (Bhadoria, 2021)

الفصل الثاني

الإطار النظري

2.1 المبحث الأول: الحوسبة السحابية

2.2 المبحث الثاني: إدارة العلاقة مع العملاء

2.3 المبحث الثالث: الجامعات الفلسطينية الخاصة جامعة الإسرء

تمهيد

ظهرت الحوسبة السحابية لتكون الحل الأمثل لمشاكل المؤسسات، والشركات الكبيرة منها والصغيرة، من حيث تقليل التكاليف، وتخزين المعلومات، ومعالجتها، واسترجاعها وقت الحاجة فهي تقوم بتوفير العتاد التكنولوجي (الذي كان يرهق المؤسسات بتكاليفه الباهظة، وصيانته) بشكل افتراضي مجاني، وتعمل على إلغاء الحدود الزمانية، والجغرافية للعمل. فيمكن أداء الأعمال، ومعالجة المعلومات في أي مكان وزمان، فلا يحتاج الموظف والعميل إلا فقط لجهاز حاسوب متوسط الإمكانيات، واتصال بالإنترنت، لأداء مهامه، والتمتع بالخدمات المتوفرة.

ومن الجدير بالذكر أن تكلفة الحوسبة السحابية وخدماتها قليلة نسبياً وتزداد وفقاً للخدمات المطلوبة حسب الحاجة. وفي هذا الفصل يوضح الباحث مفهوم الحوسبة السحابية، ومكوناتها، وأنواعها، وخدماتها، وكذلك إدارة العملاء بمفهومها، وخدماتها، ومدى الترابط بين الحوسبة السحابية وإدارة العلاقة مع العملاء، كما يتم الحديث حول الجامعات الفلسطينية الخاصة.

الفصل يتحدث عن:

- المبحث الأول: الحوسبة السحابية
- المبحث الثاني: إدارة العلاقة مع العملاء
- المبحث الثالث: الجامعات الفلسطينية الخاصة جامعة الإسراء. فلسطين

2.1 المبحث الأول: الحوسبة السحابية

2.1.1 تاريخ الحوسبة السحابية ونشأتها

يعود مصطلح الحوسبة السحابية إلى أواخر ستينيات القرن الماضي، وأخذت هذه التقنية مسماها من رمز السحابة الذي كان يمثل الإنترنت في رسوم بيانية (أشرف، 2022)، وتعود فكرتها للعالم (مكارثي) وهو أستاذ في جامعة ستان فورد، وقد أشار في العديد من تقاريره إلى إمكانية استخدام الحوسبة السحابية في مجال تقنية المعلومات والإنترنت، وفي عام 1997 استخدمت الحوسبة السحابية في إحدى محاضرات العالم (رامنيث شيلابا) في جامعة تكساس الذي أشار إلى ضرورة استخدام الحوسبة في تقنية المعلومات، وفي عام 1999 قام (مارك أندرسن) بتسويق الحوسبة السحابية مع البنية التحتية كخدمة، وفي عام 2000 طورت شركة مايكرو سوفت الحوسبة السحابية في شكل البرمجيات كخدمة، وفي عام 2001 استخدمتها شركة IBM في إدارة المعلومات المعقدة، والتحسين الذاتي، والمراقبة الذاتية، وفي عام 2005 قامت شركة أمازون باستخدام الحوسبة السحابية في بنيتها التحتية الأمر الذي ساهم في توفير سرعة أداء الخدمات للمستخدمين، وفي عام 2009 قامت شركة جوجل بالتعاون مع عدة جامعات بإجراء مبادرات لتطوير الحوسبة السحابية وأطلقت نظاماً متكاملًا يعمل من خلال مفهوم الحوسبة السحابية.

(الغويري، 2022)

2.1.2 مفهوم الحوسبة السحابية

اختلفت التعريفات للحوسبة السحابية وتعددت منذ بداية ظهورها إلى يومنا هذا فكان من

تلك التعريفات:

• الحوسبة السحابية عبارة عن توفير موارد الحوسبة، مثل: الخوادم، والتخزين، وقواعد البيانات، والبرمجيات عبر الإنترنت، كبديل للبنية التحتية المحلية تمكن المستخدمين استخدامها والوصول لها في أي مكان وزمان. (David, 2023)

• الحوسبة السحابية تقنية تعتمد على تخزين البيانات ومعالجتها داخل سحابة افتراضية بدلا من أجهزة الحاسوب، وتعتبر مركز للبيانات يتم الوصول لها عن طريق شبكة الإنترنت، بغض النظر عن المكان والزمان، وتساهم هذه التقنية في إبعاد مشاكل الصيانة والتحديث والتطوير حيث تتحول من منتجات إلى خدمات. (حسونة، 2023)

• هي نقل المساحة التخزينية، ومعالجة البيانات إلى خادم يمكن الوصول إليه عبر الإنترنت باستخدام حاسوب لدى المستخدم، ومن ثم تتحول الموارد التكنولوجية إلى خدمات، تساعد المستخدم على مشاركة مجموعة كبيرة من المصادر الحاسوبية التي يمكن نشرها، وتوفيرها بأقل جهد، وتفاعل مع موفر الخدمة. (Pardeshi, 2014)

• وعرفت أيضا بأنها نموذج يتيح للمستخدم الوصول للموارد السحابية (برامج، وتطبيقات ومساحة تخزينية، وشبكات، وخوادم وخدمات)، ومشاركتها، واستخدامها بأقل جهد وتفاعل من المستخدم مع المورد. (Mell & Grance, 2011)

• تكنولوجيا تعتمد على نقل المعالجة والتخزين لدى الحاسوب إلى السحابة (خادم)، يمكن الوصول إليه عن طريق الإنترنت في أي وقت ومن أي مكان وقت الحاجة، ويقتصر التعامل مع السحابة

من قبل الشركات استخدامها فقط، بعيداً عن صيانتها، وتطوير التكنولوجيا المستخدمة بها، مما يعمل على تقليل التكاليف. (سيد، 2013)

يرى الباحث من التعريفات السابقة بأن تعريف الحوسبة السحابية يعتمد على عدة أمور:

1. إنها عبارة عن نموذج تكنولوجي.
 2. مجموعة من الخوادم، والشبكات، والمساحات التخزينية، والتطبيقات.
 3. يمكن الوصول إليها باستخدام حاسوب واتصال بالإنترنت.
 4. يقتصر تعامل المستخدمين معها فقط للاستخدام وليس صيانتها وتطويرها.
- مما سبق يعرف الباحث إجرائياً الحوسبة السحابية بأنها عبارة عن نموذج تكنولوجي، يتكون من مجموعة من الموارد الحاسوبية المترابطة، يمكن للمستخدم استخدامها عبر الإنترنت في أداء أعماله، ولا يتحمل أعباء صيانتها وتطوير التكنولوجيا المستخدمة فيها.

2.1.3 مكونات الحوسبة السحابية:

تعددت مكونات الحوسبة السحابية، واتفقت الدراسات والكتب المرجعية على عدة مكونات

أساسية لا بد من توفرها وهي رجم (2019):

1. جهاز حاسوب شخصي متوسط الإمكانيات.
2. أي نظام تشغيل يسمح بالاتصال بالإنترنت، وأغلب الأنظمة التشغيلية قادرة على ذلك.
3. متصفح إنترنت مثل كروم، فاير فوكس، أوبرا وغيرها من المتصفحات.
4. توفير اتصال بالإنترنت حيث لا تعمل الحوسبة السحابية دون توفر اتصال بالإنترنت ويفضل أن يكون فائق السرعة.

5. مزود خدمة يوفر للمستخدمين الوصول لخدمات وإمكانيات السحابة كل حسب رغبته.

ونذكرت بعض العناصر الأخرى كما يلي دغمان و حجام (2021):

1. المستفيد أو العميل، هو الذي سيستخدم تقنية الحوسبة السحابية، وينتفع من خدماتها من

خلال استخدامه جهازه الشخصي، أو هاتفه المحمول، ويشترط اتصاله بالإنترنت.

2. التطبيقات، وهي مجموعة البرامج التي يمكن أن يعمل عليها المستخدم في السحابة، مثل:

برامج معالجة النصوص، ومشاركة المعلومات، وعرض الجداول.

3. المنصات، وهي الجهات المانحة لخدمة الحوسبة السحابية من خلال توفير خوادم عملاقة

في مساحتها التخزينية، وسرعة معالجتها مثل جوجل أبل.

4. البنية التحتية، وهي البنية الأساسية التي تعتمد عليها المنصات، ومن ثم التطبيقات،

وتشمل المساحات التخزينية، والخوادم والشبكات.

2.1.4 أهداف الحوسبة السحابية

وجدت الحوسبة السحابية لتقدم حلولاً متعددة للمعضلات التي تواجه المؤسسات التي لم

تكن الحوسبة التقليدية قادرة على حلها، فكانت الحلول التي قدمتها الحوسبة السحابية متمثلة في

أهدافها التالية كلو (2015):

• جعلت الحاسوب مجرد محطة تمكن المستخدم من الوصول للخادم ليتمكن من التعامل مع

بياناته. وهذا يعني بأن المستخدم لا يحتاج لتحميل التطبيقات الخاصة به ولا التخزين في حاسوبه

الشخصي، بل على السحابة.

• توفير مساحة تخزينية كبيرة وعالية الجودة.

- الوصول للمعلومات في أي وقت، وأي زمان والقدرة على استرجاعها.
- انتقاء الحاجة لعمل نسخ احتياطية على الجهاز الخاص وتحميل التطبيقات.
- إتاحة الكثير من الخدمات والتطبيقات بصورة مجانية.
- تمكن المستخدم من معالجة ملفاته عن بعد، والتعديل عليها، وحذفها، وإجراء التنظيم في حفظها.

2.1.5 مميزات الحوسبة السحابية

تتمتع الحوسبة السحابية بعدة خصائص ومميزات تجعلها متفوقة على الحوسبة التقليدية ونذكر منها خمسة خصائص رئيسية (Mell & Grance (2011):

الخدمة الذاتية عند الطلب

توفير الموارد الحاسوبية دون تدخل وسيط، فيمكن للعملاء الوصول للخدمات السحابية فور التسجيل، ويمكن للشركات بناء آليات للوصول الموظفين، والعملاء، والشركاء إلى الخدمات السحابية الداخلية عند الطلب دون الحاجة إلى المرور بخدمات تكنولوجيا المعلومات.

وصول واسع للشبكة

يستطيع المستخدمون والعملاء الوصول إلى موارد الشبكة بواسطة حاسوب متصل بالإنترنت من أي مكان، وفي أي وقت بشرط أن يكون له إذن دخول إلى السحابة.

تجميع الموارد

يمكن مشاركة موارد الشبكة لعدة مستخدمين، وأفراد، وشركات في الوقت ذاته، مع المحافظة على بيانات كل منهم مخفية عن الآخرين.

المرونة السريعة

يمكن لمستخدمي السحابة التعديل والتغيير على موارد السحابة بالزيادة، والتقليص وفق الحاجة على عكس نظم المعلومات التقليدية التي تحتاج إلى جهد ووقت في إعداد البنية التحتية وبرمجة النظام ومعالجة أخطاء التطبيقات.

الخدمة المحوسبة

تدفع الشركات ومستخدمي السحابة مقابل حجم موارد السحابة المستخدمة فقط وفي أية دورة معينة.

وذكر حماد (2022) مزايا للحوسبة السحابية ومنها:

- انخفاض التكاليف

الحوسبة السحابية تتيح لك عدم شراء الموارد الحاسوبية، والبنية التحتية وبالتالي تكاليف منخفضة.

- السرعة والوقت

بدلاً من انتظار فريق التكنولوجيا لإعداد البنية التحتية، وتركيب البرامج التي قد تستغرق أسابيع وربما شهور، تستطيع عن طريق الحوسبة السحابية الوصول بدقائق. أي يمكن للمستخدم الوصول للتطبيقات عبر السحابة ويستطيع فريق التكنولوجيا تحديثها وتركيب برامجها الخاصة دون توقف العمل.

- مرونة التوسع

إمكانية زيادة أو تقليص الموارد السحابية حسب احتياجك.

- الاستفادة من الشبكة العالمية للإنترنت

يمكن نشر تطبيقاتك قريبة من المستخدمين، مما يجعلها تعمل بكفاءة أكثر، فإن أغلب شركات الحوسبة السحابية توفر مراكز للبيانات في أغلب أنحاء العالم.

2.1.6 مساوئ الحوسبة السحابية

على الرغم من أن للحوسبة السحابية عدة مزايا إلا أن لها سلبيات تسعو الشركات الكبرى مثل ميكرو سوفت و IBM وغيرها للتغلب عليها، وتتمثل تلك المساوئ في: (رجم، 2019)

- المخاوف الأمنية: البيانات عرضة للاختراق رغم وجود الشركات المزودة للخدمة ذات السمعة الجيدة، والموثوقية العالية، فمثلا لو تعرضت إحدى الشركات للاختراق فإن جميع معلومات المستخدمين تتعرض أيضا للاختراق.

- الاتصال الدائم بالإنترنت: تحتاج الحوسبة السحابية للإنترنت، فهي لا تعمل دون الاتصال بالإنترنت، فهناك دول محرومة من الإنترنت لا تستطيع الوصول للحوسبة السحابية.

- التعود على تطبيقات الحوسبة السحابية: معظم المستخدمين اعتادوا على تطبيقات النظام التقليدي فهم بحاجة للوقت للتعود على تطبيقات الحوسبة السحابية.

تأكيداً لما ذكره رجم ذكر (2009) Linthicum:

- أمن المعلومات: تشعر الكثير من الشركات بالخوف من وضع بياناتها ومعلوماتها الخاصة بين يدي موردي الخدمة الذي بدوره يتحمل حمايتها من الاختراق والتسلل لها.

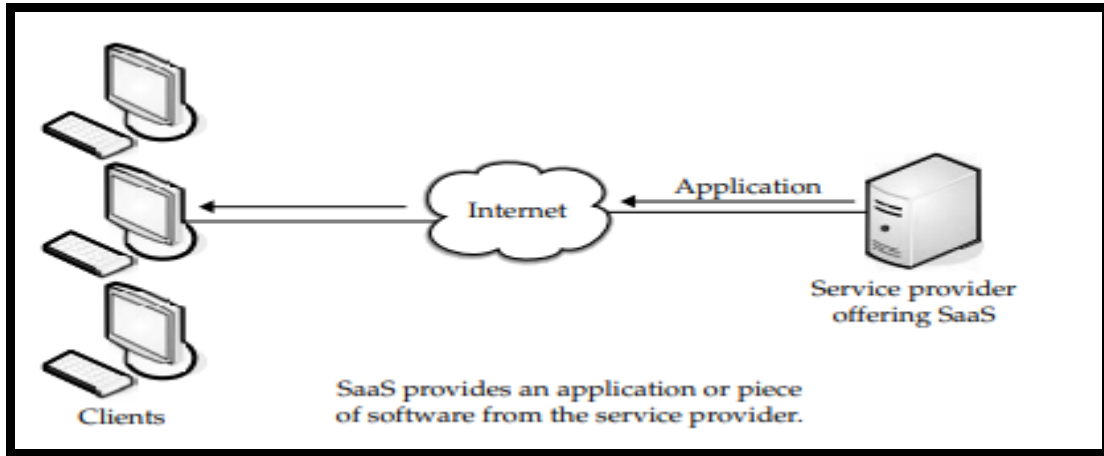
- توافر الإنترنت: يحتاج العمل بالحوسبة السحابية إلى اتصال دائم وجيد بالإنترنت فهي لا تعمل بدون الاتصال بالإنترنت.

- التكلفة: على الرغم من أن التكلفة منخفضة هناك بعض التطبيقات تكون تكلفتها مرتفعة نسبياً عندما تحتاج تلك التطبيقات إلى ميزات خاصة.
- حقوق الملكية الفكرية: عدم وجود ضمانات تضمن عدم انتهاك حقوق الملكية الفكرية والتعدي عليها.
- التبعية لمورد الخدمة: العمل مع أكثر من مورد للخدمة يقلل من مرونة العمل؛ وبالتالي يكون المستخدم مقيداً للعمل لدى مورد واحد.
- اتفاقية مستوى الخدمة: يجب أن تكون التفاهات واضحة بين المستخدم والمورد وأن يكون هناك ضمانات ومسئوليات حول الخدمة المقدمة من قبل مزود الخدمة.

2.1.7 أبعاد الحوسبة السحابية

للحوسبة السحابية عدة أبعاد، وقد قام الباحث بالتركيز على أربعة أبعاد رئيسية وهي (البرمجيات كخدمة، والمنصة كخدمة، والبنية التحتية كخدمة، والمستخدم).

2.1.7.1 البعد الأول البرمجيات كخدمة (SaaS) Software as a Service



شكل (2.1): نموذج البرمجيات كخدمة SaaS (Velte, Velte, & Elsenpeter, 2010)

يوضح الشكل (2.1) آلية عمل التطبيقات كخدمة حيث يستخدم المستخدم جهاز حاسوب أو هاتف متصل بالإنترنت للوصول إلى خادم التطبيقات التي يزوده بالتطبيق الذي يحتاجه في الوقت الذي يريد

هنالك العديد من التعريفات للنموذج البرمجيات كخدمة SaaS

- ممكن تسميتها بالتطبيقات السحابية فهي تطبيقات مستضاف على السحابة ممكن الوصول إليها من أي مكان وفي أي وقت عن طريق تطبيقات الهاتف المحمول أو عن طريق متصفح الويب في حاسوبك الشخصي والأجهزة الأخرى، ولكن يجب أن تكون متصلة بالإنترنت (حماد، 2022).

• وهذا النموذج هو الذي يحتوي على التطبيقات التي يستطيع المستخدم من خلالها الوصول للسحابة، وفي هذا النموذج يمكن الوصول للسحابة من خلال أجهزة إلكترونية متعددة تدعم ذلك، ومن أمثلة تلك التطبيقات: إدارة العلاقة مع العملاء (CRM)، وتطبيق برمجيات المحاسبة عبر الإنترنت، وتطبيق ذكاء الأعمال (رجم، 2019).

• هو البرنامج الذي يتم فيه استضافة التطبيق كخدمة للعملاء، الذين يصلون له عبر الإنترنت عندما يتم استضافة البرنامج أو التطبيق خارج الموقع أو المؤسسة، لا يتطلب من العميل المحافظة على التطبيق أو دعمه، فهو خارج نطاق يدي العميل، الفكرة هنا أنك تستخدم البرنامج خارج النطاق، ولا يحتاج منك الكثير من التغيرات، ولا يتطلب منك إجراء تكامله مع الأنظمة الأخرى، حيث يقوم الموفر بجميع عمليات التصحيح والترقيات التي يحتاج لها التطبيق (Velte, Velte, & Elsenpeter, 2010).

بالنسبة للتكاليف يمكن أن يكون هناك نوعان تكاليف الوصول إلى البرامج التي تستخدمها بصورة مستمرة، وهنا بدلا من دفع ثمن الاستخدام مرة واحدة والانتهاه منه يتم زيادة المبلغ، وهناك تكاليف لا تدفع مقدما يتم محاسبتك فيها على أساس الاستخدام للتطبيقات. (Velte, Velte, & Elsenpeter, 2010).

البرامج التي تتناسب مع نموذج البرمجيات كخدمة SaaS:

هناك العديد من أنواع البرامج التي تتناسب نموذج SaaS منها برنامج يقوم بمهمة بسيطة دون الحاجة إلى التفاعل مع الأنظمة الأخرى، فيمكن للعملاء الذين لا يميلون إلى أداء تطوير البرامج، ولكن بحاجة إلى تطبيقات عالية الطاقة الاستفادة من نموذج SaaS. ومن التطبيقات التي يمكن الاستفادة منها في هذا النموذج ما يلي (Velte, Velte, & Elsenpeter, 2010):

- إدارة العلاقة مع العملاء (CRM)
- مؤتمرات الفيديو (Video conferencing)
- إدارة خدمة تكنولوجيا المعلومات (IT service management)
- المحاسبة (Accounting)
- تحليلات الويب (Web analytics)
- إدارة محتوى الويب (Web content management)

مميزات نموذج البرمجيات كخدمة SaaS

واحدة من أكبر فوائد هذا النموذج تكلفتها القليلة في استخدام التطبيقات إذا ما قورنت بشراء التطبيقات. يمكن لمزود الخدمة تقديم تطبيقات أرخص وأكثر موثوقية وتشمل بعض المزايا الأخرى كما يلي: (Velte, Velte, & Elsenpeter, 2010)

- الإلمام بشبكة الويب العالمية: معظم العاملين يتمتعون بإمكانية الوصول إلى جهاز كمبيوتر ومعرفة كيفية استخدامه على شبكة الويب العالمية على هذا النحو ممكن أن يكون منحى تعلم استخدام التطبيقات الخارجية أصغر بكثير.

- عدد أقل من الموظفين العاملين في قسم نظام تكنولوجيا المعلومات: تتطلب أنظمة المعلومات تكاليف غير مباشرة من رواتب، ونفقات، وتأمين، ومساحة بناء. فالقدرة على تجميع التطبيقات تقلل الحاجة الى نفس القدر من موظفي تكنولوجيا المعلومات
- التخصيص: كان من الصعب تخصيص التطبيقات القديمة فهي تحتاج الى تعديل في الأكواد والرموز. التخصيص في تطبيقات SaaS أسهل بكثير ويمكن المنظمة للوصول إلى ما تريده بالضبط.
- تسويق أفضل: موفري الخدمة هم مطوري البرامج يواجهون مشاكل في تسويق تطبيقاتهم بسبب ضيق حجم السوق لكن مع SaaS العالم بأسره مفتوح لمقدمي الخدمة.
- الأمان: طبقة مآخذ التوصيل الآمنة (SSL) تستخدم على نطاق واسع وموثوق بها، مما يسمح للعملاء الوصول إلى تطبيقاتهم دون توظيف التكوينات الخلفية المعقدة مثل الشبكات الافتراضية الخاصة (VPN).
- المزيد من النطاق الترددي: زيادة عرض النطاق الترددي بشكل كبير في الأشهر الأخيرة وتحسين جودة خدمة تدفق البيانات جعلت المنظمات تثق بأنها سوف تصل إلى تطبيقاتها بزمن انتقال منخفض وبسرعات جيدة.

تقييم نموذج البرمجيات كخدمة (SaaS)

قبل استخدام SaaS هناك عوامل يجب مراعاتها، فيجب تقييم مقدم الخدمة SaaS وخدماته، ولكن أيضا تقييم ما تريده المؤسسة من هذه الخدمة SaaS. وأثناء تقييم موفر خدمة SaaS الخاص بالمؤسسة لا بد من التأكد من توفر العوامل التالية (Elsenpeter, 2010):

- **الوقت المستغرق:** إحدى الفوائد العظيمة لاستخدام السحابة هي القدرة على تقصير الوقت المستغرق للحصول على أنظمة أو تطبيقات جديدة وتشغيلها، على عكس النماذج التقليدية التي تتطلب تثبيتا معقدا للأنظمة والتطبيقات يتطلب إعداده وقتا طويلا. يتطلب SaaS فقط متصفحا، يسمح لك بالتشغيل بسرعة أكبر بكثير من استخدام البرامج التقليدية.
- **الفترة التجريبية:** معظم موفري SaaS يقدمون فترة تجريبية لمدة 30 يوما لخدماتهم، وهذا لا يحدث مع البرامج التقليدية، ومع ذلك يمكن تجربة عرض بائع SaaS، من ثم تقييمه إن كان مناسباً أم لا.
- **تكلفة منخفضة:** من مميزات SaaS هي التكلفة المنخفضة، البدء باستخدامها بدلا من تخصيص مبلغ هائل من المال كما في النماذج التقليدية، ويمكن أيضا البدء بشكل نسبي غير مكلف. SaaS تعتبر حلا لتقليل التكلفة.
- **الخدمة في SaaS:** يقوم البائع بخدمة العميل، ويعني هذا أن يصبح العميل مالكا للبائع، أي أن شراء الأجهزة، والتثبيت، وتهيئة البرامج، والصيانة على البائع الخاص بالعميل، فإن أفضل ما يسعى له البائع هو إسعاد عملائه.

• **توفير الاستثمار:** يتم في SaaS تقليل مخاطر النقدية بشكل كبير، فبدلاً من إنفاق الكثير من المال مقدماً كما هو الحال في النماذج التقليدية، ستدفع المؤسسة مقابل الخدمة فقط، ولا يوجد التزام مالي طويل الأجل.

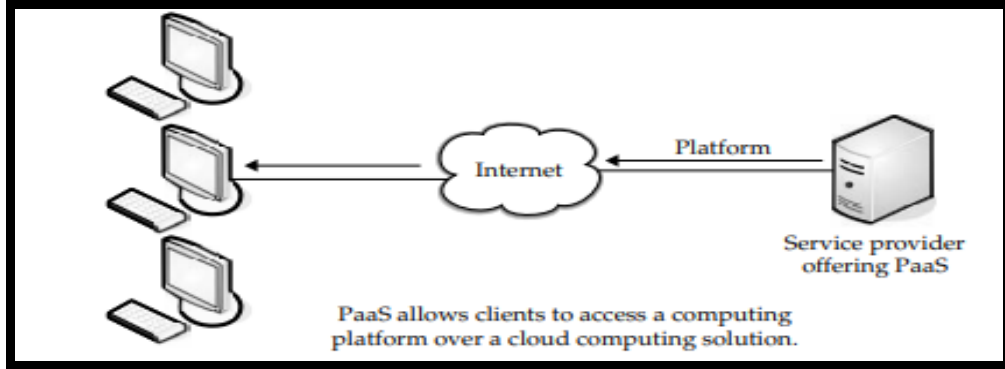
• **الأمن:** يقوم بائعو SaaS بعمل نسخ احتياطية لبياناتك وتطبيقاتك للمحافظة عليها، فبائع السحابة يريد الحفاظ على أمن، وسلامة العملاء فلديه موظفون مكرسون لضمان ذلك.

• **صوتك:** عملاء البرامج المبنية تقليدياً لديهم قدرات قليلة جداً للتأثير على تطوير مميزات المنتج الجديد، ولكن بائع SaaS الخاص بك يريد أن يجعلك سعيداً حتى لا تقفز إلى مزود آخر، سوف يستمع إلى رغباتك ويستجيب لها، ويكون لديك قدرة أكبر على التأثير في المنتج وخصائصه.

• **انخفاض نفقات رأس المال:** استخدام مزود SaaS يلغي الحاجة إلى شراء الأجهزة والبرامج، فهذا لا يجعل المدير المالي لديك سعيداً فحسب، بل يجعله أسرع للحصول على الموافقة على مشروع ما عند إزالة الحاجة لشراء أجهزة.

• **تلبية الاحتياجات قصيرة الأجل:** في كثير من الأحيان تواجه المنظمات أوقاتاً مزدحمة، فإطلاق منتج جديد، أو فتح مكتب جديد، أو حدث آخر، يتطلب ذلك العديد من القدرة السحابية، فبدلاً من شراء أجهزة جديدة للتعامل مع احتياجات السعة، يمكن لمزود SaaS أن يتوسع على الفور ويقدم للمؤسسة المزيد من الموارد، تدفع المؤسسة أو المستفيد مقابل توفير هذه الموارد الإضافية، وما قد انتهى المستفيد (فرد أو مؤسسة) من استخدام هذه الموارد يتوقف عن الدفع مقابلها ويعود الدفع إلى ما كان عليه سابقاً، فالدفع مقابل الخدمة فقط.

2.1.7.2 البعد الثاني المنصة كخدمة (PaaS) Platform as a Service



شكل (2.2): المنصة كخدمة PaaS (Velte, Velte, & Elsenpeter, 2010)

يوضح الشكل (2.2) آلية عمل المنصة كخدمة حيث يمكن المستخدم من الوصول لخادم المنصات لإضافة التطبيقات التي يحتاجها من خلال الإنترنت.

مفهوم نموذج المنصة كخدمة

تمكن المستخدم من نشر تطبيقاته على البنية التحتية باستخدام لغات البرمجة، والمكتبات، والأدوات الداعمة الموفرة من قبل مزود الخدمة مثال: بناء ونشر التطبيقات باستخدام منصة جوجل السحابية. (Manvi & Shyam, 2021)

يتيح هذا النموذج للعميل نشر وتهيئة وتطوير تطبيقاته، والبرامج الخاصة به، بحيث تعمل على منصة محوسبة يمتلكها، ويستضيفها مزود الخدمة، ويشمل هذا النموذج أنظمة التشغيل، وبيئات تنفيذ التطبيقات، وتطويرها، وأنظمة الشبكة العنكبوتية، وأنظمة قواعد البيانات، ويتم تخصيص هذه الموارد حسب طلب العميل، وتعمل هذه التطبيقات في هذا النموذج، بحيث لا يحتاج صاحب هذه التطبيقات لتتصيحها على الأجهزة الخاصة به، حيث يمكنه الوصول إليها والعمل عليها عبر شبكة الإنترنت، وأيضا يتيح هذا النموذج للعميل أن يقوم بتطوير واختبار وتجريب برامجه وتطبيقاته في بيئة مريحة، أما مزود الخدمة ينبغي عليه تجهيز البنية التحتية،

إدارتها، وتهيئتها، ويتوقع من العميل الدفع المادي مقابل هذه الخدمة المتوفرة له على مبدأ الدفع حسب الاستخدام، ومن أمثلة هذا النموذج Windows Azure , Google App (رجم، 2019)

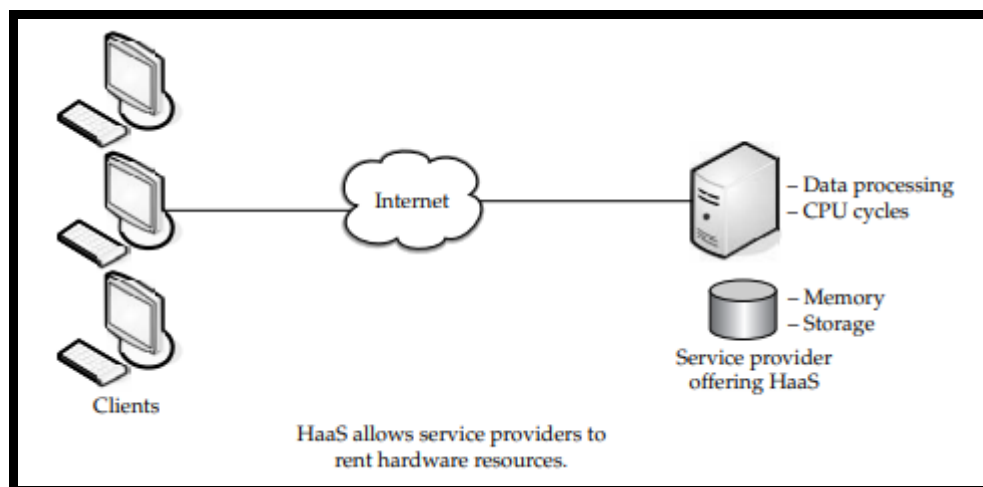
تتألف المنصة PaaS من مجموعة من المكتبات وبرامج وسيطة وتحديثات أولية يحتاجها مطوري التطبيقات في تحديث تطبيقاتهم وتطويرها، فالمنصة تتيح للمطورين بناء تطبيقاتهم عليها دون الحاجة لتثبيتها على أجهزتهم. (Creeger, 2009)

أمثلة على استخدام المنصة كخدمة

ومن الأمثلة على استخدام المنصة خدمة PaaS: (رجم، 2019)

- إيجار قاعدة البيانات والتعامل المشترك معها.
- التعامل مع البرامج الجاهزة وبرنامج نظام التشغيل والأدوات البرمجية.

2.1.7.3 البعد الثالث البنية التحتية كخدمة (IaaS) Infrastructure as a Service



شكل (2.3): البنية التحتية كخدمة (Velte, Velte, & Elsenpeter, 2010)

يوضح الشكل (2.3) آلية عمل البنية التحتية كخدمة وتمكن المستخدم من الوصول للمساحة التخزينية والعتاد الحاسوبية والخوادم في بيئة مناسبة وطلب التعديل عليها لتناسب أعماله من خلال الإنترنت

مفهوم نموذج البنية التحتية كخدمة

توفير قدرات الحوسبة السحابية الأساسية البنية التحتية (التخزين، ووحدات المعالجة المركزية، والشبكات) للمستخدم مثال: تشغيل وحدة المعالجة المركزية/ التطبيقات باستخدام البنية التحتية لأمازون (Manvi & Shyam, 2021).

يتيح هذا النموذج للعميل التزود بالقدرات الحاسوبية، وإدارة وتحكم أكبر في البنية التحتية مقارنة بالنموذجين السابقين من قبل مزود الخدمة مثل المعالجة، والتخزين، والخوادم، والشبكات على مبدأ الدفع مقابل الاستخدام، ويشمل التحكم في أنظمة التشغيل والتخزين والتطبيقات التي تعمل عليها، والتحكم بدرجة أقل في مكونات الشبكة كالجدار الناري، ويبقى أمر الصيانة والإشراف

والإدارة من مهام مزود الخدمة، مما يتيح للعميل التركيز على إنجاز مهامه، ويمكن للعميل الزيادة والتقليص من استخدامه لهذا النموذج حسب الحاجة، ومن أمثله أمازون، وميكروسوفت أزورا، وسيسكو، وجوينت وخدمة محرك الحوسبة من جوجل (رجم، 2019).

تعتبر البنية التحتية حجر الأساس في بناء السحابة والشكل الأول للسحابة وتوصف الخدمة فيها على أساس المنفعة الإلكترونية وكمية المصادر المستخدمة يقوم العملاء باستئجار الخوادم والبرمجيات ومعدات الشبكة بدلا من شرائها وتستخدم الحوسبة السحابية تقنية الحوسبة الافتراضية بشكل مكثف في نموذج *IaaS* (Creeger, 2009).

أمثلة على استخدام البنية التحتية كخدمة:

ومن الأمثلة على استخدام *IaaS* (رجم، 2019):

- التعامل مع شبكات الحاسوب بواسطة الإنترنت
- القدرة على التعامل مع التخزين الجماعي المشترك

2.1.7.4 البعد الرابع المستخدم

وهو من يقوم بالاتصال بالحوسبة السحابية عن طريق هاتف نقال، أو جهاز لوحي، أو حاسوب شخصي، شريطة أن يكون متصلا بالإنترنت. (الزناتي، 2022)

أنواع المستخدم حسب مستويات السحابة (joy, n.d.)

مستخدم البرمجيات كخدمة SaaS

وهو المستخدم النهائي، ويهتم فقط بالحصول على التطبيق لأداء مهامه ولا يهتم لكيفية عمل السحابة.

مستخدم المنصة كخدمة PaaS

وهو المطور الذي يقوم بالبناء على البنية التحتية ولا يركزوا بشيء إلا بالتعليمات البرمجية.

مستخدم البنية التحتية كخدمة IaaS

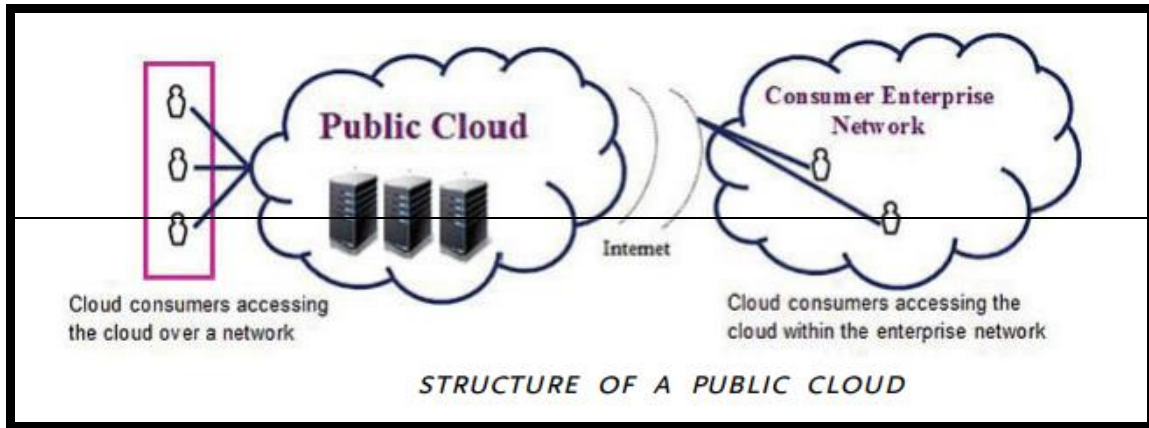
وهم مسئولو النظام الذين يقدمون خوادم سحابية ووحدات تخزينية وأنظمة تشغيل البنية التحتية الأساسية اللازمة لإنشاء التطبيقات.

2.1.8 أنواع الحوسبة السحابية

يمكن وصف نموذج السحابة بأنه نموذج تكوين مميز لعدد معلمات لبيئة الحوسبة السحابية، تتضمن هذه المعلمات: التخزين، والملكية، وإمكانية الوصول وهناك أربعة أنواع رئيسية للسحابة: العامة، والخاصة، والهجينة، والمجتمعية. ويعتمد اختيار نموذج السحابة الصحيح على متطلبات الأعمال، والشبكات، والتخزين في المنظمة.

(Hiran, Doshi, Fagbola, & Mahrishi, 2019)

2.1.8.1 السحابة العامة



شكل (2.4): يوضح السحابة العامة (Hiran, Doshi, Fagbola, & Mahrishi, 2019)

يوضح الشكل (2.4) السحابة العامة وآلية عملها حيث يستطيع المستخدمين العاميين والعملاء استخدامها بصورة عامة أي أنها متاحة للجميع ولا يحتاج الأشخاص لأذونات من جهة ما لاستخدامها

مفهوم السحابة العامة

تعرف أيضا باسم السحابة الخارجية وتتلخص بعدة أمور
(Hiran, Doshi, Fagbola, & Mahrishi, 2019).

• **الملكية:** الأنظمة الأساسية في السحابة العامة مملوكة ومعالجة بالكامل من قبل موفر خدمة السحابة من جهة خارجية، مما يؤدي إلى إنشاء أجهزة افتراضية للاستخدام.

• **إمكانية الوصول:** إمكانية الوصول متاحة للجمهور، أي أن الوصول مفتوح في نموذج السحابة العامة التي توجد فيها خدمات الحوسبة السحابية، ويتم توفيرها والوصول إليها من خلال شبكة عامة مثل الإنترنت.

• **حجم التخزين:** حجم التخزين ضخم يتيح التخزين داخل السحابة العامة للأفراد والمؤسسات وتحرير وإدارة كمية تخزين ضخمة من البيانات، وهذا النوع من التخزين موجود على خادم مزود خدمة سحابية بعيد يمكن الوصول له عبر الإنترنت. يتم إنشاء البيانات والتطبيقات في السحابة العامة، ويتم الاحتفاظ بها على خوادم الجهات الخارجية للوصول العام والاستخدام، يتم توفير الموارد بشكل ديناميكي من قبل مزود الخدمة السحابية لجهة خارجية خارج الموقع، ويوفر الوصول الى هذه الموارد عبر تطبيق ويب عبر الإنترنت. وتقدم السحابة العامة نمودجا للتسعير الذي يضمن أن يدفع المستهلك مقابل مقدار الموارد التي يستخدمها فقط ضمن مبلغ محدد مما يجعل السحابة العامة اقتصادية وسهلة الاستخدام ومن أمثلتها:

- Amazon elastic
- Computer cloud (Amazon EC2)
- Sun cloud
- Windows azure services platform

مميزات السحابة العامة (رؤى، 2023):

- توفير أعباء البنية التحتية: يتحمل مزود الخدمة إدارة وصيانة وتجهيز وتطوير البنية التحتية والبرامج بشكل كامل.
- إمكانية التوسع: يمكنك التوسع باستخدامها بشكل فعال حسب احتاجك للقيام بأعمالك.

– التكاليف: تكاليفها منخفضة إما تكون مجانية، أو حسب الاستخدام.

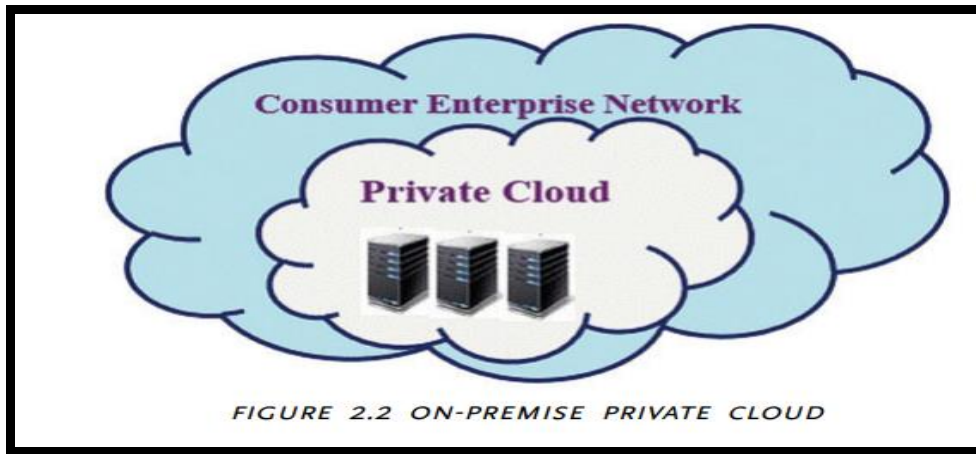
– الجهوزية: تستطيع القيام بأعمالك أثناء التطوير والتحسين.

عيوب السحابة العامة (رؤى، 2023):

• الإدارة غير فعالة فلا يوجد إدارة فعالة للتحكم بالوصول للموارد.

• الأمان منخفض للموارد والبيانات.

2.1.8.2 السحابة الخاصة



شكل (2.5): يوضح السحابة الخاصة (Hiran, Doshi, Fagbola, & Mahrishi, 2019)

يوضح شكل (2.5) ان السحابة الخاصة مخصصة لمؤسسة معينة واستخدامها يكون من قبل

المؤسسة فقط أي انها غير متاحة الا لمن لديهم الإذن بالوصول لها من قبل المؤسسة المالكة

للسحابة حيث تلجأ المؤسسات لها لإخفاء بياناتها والمحافظة عليها.

مفهوم السحابة الخاصة

هي تتشابه مع السحابة العامة من ناحية البنية والعمل لكن هذا النموذج خاص وليس لكافة

المستخدمين (لعامة الناس)، كما في السحابة العام فيكون خاصاً ومملوكاً لشركة معينة واحدة فقط،

ويمكن استضافة الخادم خارجياً، أو داخلياً داخل مقر الشركة المالكة ومن أمثلتها Amazon, Cisco, IBM.

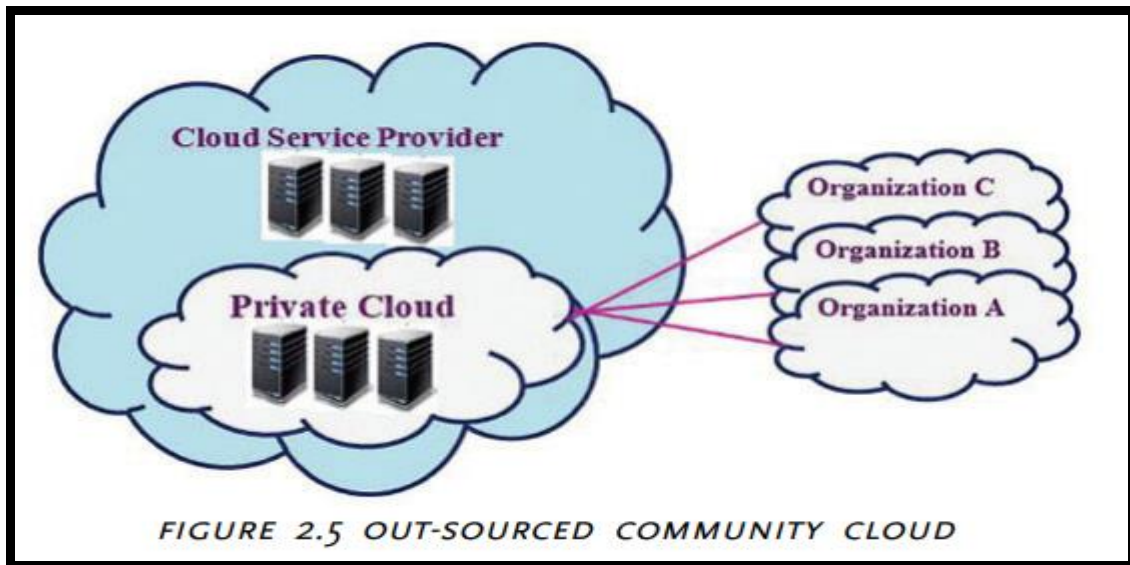
مميزات السحابة الخاصة: (رؤى، 2023)

- تطوير مرن وقابلية عالية للتوسع مما يمكن الشركة من توسيع البنية التحتية حسب حاجتها.
- الأمان، مستوى الأمان عالي ويمكن تحديد الأفراد والمستخدمين الذي يمكنهم الوصول إلى مستودع البيانات على السحابة وحجبها عن الآخرين.

عيوب السحابة الخاصة (رؤى، 2023)

التكلفة تكون عالية جداً حيث تتطلب نفقات على الأجهزة والموظفين والبرامج.

2.1.8.3 السحابة المجتمعية المشتركة



شكل (2.6): يوضح السحابة المجتمعية المشتركة (Hiran, Doshi, Fagbola, & Mahrishi, 2019)

يوضح الشكل (2.6) السحابة المجتمعية المشتركة وهي تتشابه مع السحابة الخاصة ولكن يملكها عدة منظمات في نفس الوقت لها نفس الخواص او بينهم مشروع يجمعهم.

مفهوم السحابة المجتمعية المشتركة

تتشابه الى حد كبير مع السحابة الخاصة، ولكن الاختلاف الوحيد بينهما أن البنية التحتية والبرامج مملوكة لعدة شركات لها نفس الخواص، والمتطلبات الأمنية، والخصوصية، والاحتياجات من البنية التحتية.

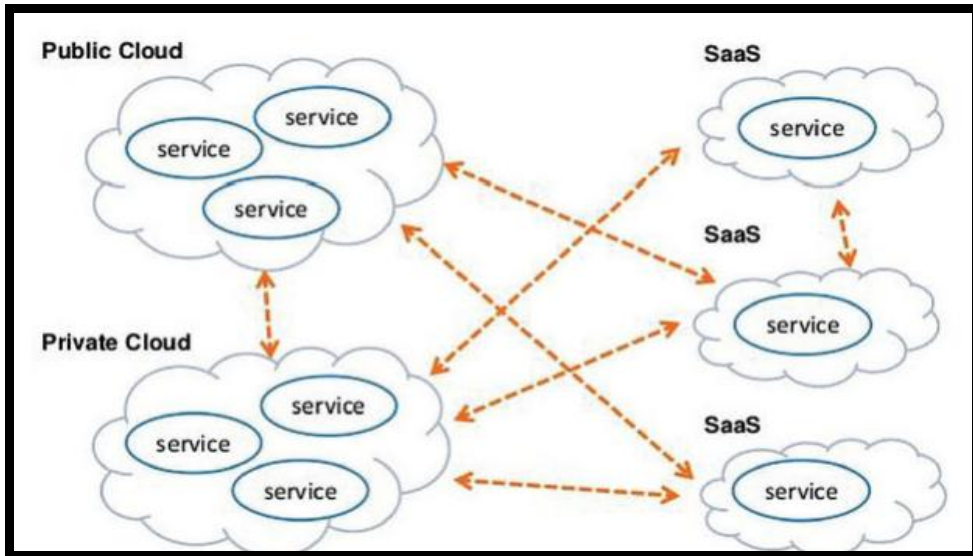
مميزات السحابة المجتمعية المشتركة (رؤى، 2023)

- التكلفة تعمل على تقليل التكلفة فالتكلفة توزع على عدة شركات.
- تحسين الأمان والخصوصية والموثوقية.
- إتاحة التعاون بين الشركات وإقامة المشاريع المشتركة.

عيوب السحابة المشتركة (رؤى، 2023)

لم يتم استخدامها بشكل شائع حتى الآن.

2.1.8.4 السحابة الهجينة



شكل (2.7): يوضح السحابة الهجينة (Hiran, Doshi, Fagbola, & Mahrishi, 2019)

مفهوم السحابة الهجينة

يتكون هذا النموذج من مزيج من السحابة العامة والخاصة والمجتمعية ويمتلك جميع مميزات مجتمعة، ويمكن توضيح آلية عملها بالمثال التالي:

قامت إحدى الشركات باستئجار سحابة خاصة خوفاً على بياناتها الحساسة والحرية وقامت بنشر المعلومات غير الحساسة على الشبكة العامة، وتشاركت مع شركات أخرى في مشروع استأجروا فيه سحابة مشتركة للقيام بالأعمال.

مميزات السحابة الهجينة (رؤى، 2023)

- التكلفة متوسطة.
- مرونة في التوسع.
- الأمن والخصوصية والموثوقية ذات مستوى مرتفع.

عيوب السحابة الهجينة (رؤى، 2023)

تقسيم البيانات إلى حرجة، وحساسة وغير حساسة في غاية الصعوبة ويكاد يكون أمراً مستحيلاً حيث هنالك بيانات خاصة بالمؤسسة لا تريد الإفصاح عنها، ولا تريد وصول أشخاص خارجيين إليها، فتحفظ بها داخل النظام الهجين الخاص، والبيانات غير الخاصة والتي تريد الإفصاح بها تنشرها في السحابة الهجينة العامة.

خلاصة:

قبل أن تنتقل المؤسسة للعمل على السحابة والحوسبة السحابية لا بد من تحديد المهام التي تحتاج القيام بها، وتقدير التكاليف التي تحتاجها، والنفقات، وكذلك البحث عن مزود خدمة موثوق قادر

على توفير احتياجات المؤسسة وتحديد النموذج الذي يفي باحتياجات الشركة عام، خاص، مجتمعي، هجين.

2.1.9 كيفية حماية السحابة

تتمتع الحوسبة السحابية بنسبة عالية من الأمان، ولكن ينقسم التأمين إلى قسمين فموفر الخدمة يقوم بحماية البنية التحتية، وهي من مسؤولياته، وحماية البيانات تكون من مسؤولية الشركة أو الجهة المستخدمة للسحابة، وهذا الأمر ليس صعب المنال، فيمكن حماية البيانات عن طريق:

(حماد، 2022)

1. تشفير البيانات فهو يضمن الحماية من الاختراق.
2. إدارة الوصول: أي من يسمح له بتعديل البيانات والوصول لها أو يسمح له بالاطلاع عليها.
3. الإدارة التعاونية: فالاتصال السليم والعمليات الواضحة بين فرق تكنولوجيا المعلومات وعمليات الأمن تضمن تكامل سحاباً سلساً وآمناً.
4. مراقبة الأمان وهي مراقبة جميع المتصلين في السحابة ومراقبة عمليات تبادل المعلومات والبيانات باستمرار.

2.1.10 خدمات الحوسبة السحابية

تقدم العديد من الشركات العديد من خدمات الحوسبة السحابية وتعد شركة جوجل إحدى مقدمي الخدمات المتعددة المستخدمة بكثرة ومن هذه الخدمات (تجور، 2022)

- البريد الإلكتروني (Gmail) يمتلك واجهة للمستخدم سريعة وواضحة وسهلة الاستخدام ويوفر مساحة 7 جيجا بايت كمساحة تخزينية وأيضا إمكانية المحادثة الفورية.
- جوجل درايف (Google Drive) يعمل على دمج الخدمة مع خدمات جوجل الأخرى ويوفر مساحة تخزينية 15 جيجا بايت ويستضيف الملفات لعرضها على الويب.
- مواقع جوجل (google sites) يستخدم لإنشاء مواقع الويب بشكل مجاني.
- محرر مستندات جوجل (google doc) يستخدم لإنشاء المستندات وتحريرها ومشاركتها عن بعد.

2.1.11 الفرق بين الحوسبة التقليدية والحوسبة السحابية

تعددت الفروق بين الحوسبة السحابية والحوسبة التقليدية، ولكي يتضح الفرق بينهما تطرق الباحث لتعريف الحوسبة التقليدية، وبيان مميزاتها ومساوئها، ومن ثم بيان الفرق بينها وبين الحوسبة السحابية (AMON TECHNOLOGY, 2023)

الحوسبة التقليدية

هي أن تمتلك الشركة مرافق مركز بيانات بها نظام شبكات كامل، وبمعنى آخر مركز البيانات المادي في المبنى هو الذي يدير الموظفين والأنشطة ومرافق التخزين وأنظمة الشبكات.

مميزات الحوسبة التقليدية (AMON TECHNOLOGY, 2023)

- ملكية البيانات: تمكن الحوسبة التقليدية المؤسسة من التحكم في بياناتها، وتقليل المخاوف الأمنية بشأن خصوصية البيانات.

• **التحكم:** تمنح الحوسبة التقليدية المؤسسة تحكماً كاملاً في مكوناتها المادية والبرمجية وفي التحسين والتخصيص والتطوير.

• **حفظ البيانات:** تقدم الحوسبة التقليدية مستوى عالياً من الحماية للبيانات فهي تخزن بياناتها داخل المؤسسة، وتقوم بحمايتها بواسطة التشفير.

• **الموثوقية:** تعتبر الحوسبة التقليدية أقل عرضة لفقدان البيانات؛ وذلك لعدم اعتمادها على الإنترنت.

• **التوافقية:** بيئة الحوسبة التقليدية تلبي الاحتياجات التنظيمية، مع ضمان تحقيق التوافق بين هذه الاحتياجات والبرامج والأنظمة الحالية.

مساوئ الحوسبة التقليدية (بن سعيد، عبد الرحيم، و مخلوف، 2018)

• **التكلفة:** تعتبر تكلفة الحوسبة التقليدية عالية؛ لأنها تقوم على مبدأ الاستقلالية أي امتلاك المعدات والبرامج وتحمل الدعم والصيانة.

• **قابلية التوسع:** الحوسبة السحابية تجد صعوبة في التوسع حسب الحاجة سواء أكان التوسع بالزيادة أم بالنقص؛ لأنها تتطلب المزيد من المعدات والبرامج للقيام بذلك.

• **إمكانية الوصول:** لا تسمح الحوسبة التقليدية للموظفين بالوصول إلى البيانات عن بعد، ولا يمكن التعامل مع البيانات إلا فقط داخل المؤسسة.

• **الارتقاء بالبيئة والمحافظة عليها:** تحتاج بيئة الحوسبة التقليدية إلى ترقية بيئتها باستمرار، وذلك لتحقيق التوازن والأمن وهذا يكلفها غالبا ويعتبر مضيعة للوقت.

• **محدودية القدرة:** تحتاج المؤسسة لشراء معدات أكثر لتتماشى مع النمو الهائل في بياناتها.

من الجدير بالذكر أن الحوسبة السحابية تتمتع بعدة خصائص تعتبر لها الأفضلية الفارقة على

الحوسبة التقليدية، ويمكن توضيح تلك الفوارق في الجدول الآتي:

جدول (2.1): الفرق بين الحوسبة السحابية والحوسبة التقليدية (إعداد الباحث)

الميزة	الحوسبة السحابية	الحوسبة التقليدية
التكلفة	تعتبر تكلفة المعدات والتطبيقات والصيانة من مسؤولية مزود الخدمة (منخفضة).	تتحمل المؤسسة تكلفة المعدات والتطبيقات والصيانة (مرتفعة).
قابلية التوسع	تتمتع الحوسبة السحابية بالقدرة على التوسع في أي وقت إذا ما احتاجت المؤسسة لذلك.	من الصعوبات التي تواجه المؤسسة التوسع فهي تحتاج لمعدات أكثر قدرة وبرامج أكثر للتوسع.
الوصول عن بعد	يستطيع المستخدم الوصول للبيانات في أي وقت وفي أي مكان.	لا يمكن الوصول للبيانات إلا من داخل المؤسسة.
الأداء	الإدارة من قبل المورد تقدم أحدث الابتكارات التكنولوجية وتتطور دائما.	نفقات مرتفعة معدل أداء أقل من العائد من الإنتاجية.
المرونة	تتميز بمرونة التخزين والقدرة على المعالجة.	محدودة التخزين وصعوبة التكيف مع الحمل.
التقنية	تعتمد على الذكاء الاصطناعي.	تستخدم العنصر البشري بكثرة.
المستخدم	يقوم المستخدم بأداء مهامه من خلال التطبيقات، ولا يهتم بمكونات الحوسبة السحابية، وكيف ويعزو ذلك أن مزود الخدمة هو المسؤول عن البنية التحتية والمنصة والتطبيقات، إلى جانب أنه يوفر بعض التطبيقات بصورة مجانية أحيانا.	تعمل المؤسسة على بناء التطبيقات داخل المؤسسة، وأيضا توفير البنية التحتية، وكذلك المنصات، وذلك في داخل المؤسسة، ولا يمكن للموظف أداء مهامه أو الوصول لبياناته إلا من داخل المؤسسة.
امن البيانات	يقوم مزود الخدمة بالمحافظة على البيانات من الاختراق، وكذلك بعمل نسخة احتياطية على السحابة للبيانات، ويستخدم فريقاً متطوراً للمحافظة على البيانات من السرقة والاختراق.	يقع على عاتق المؤسسة الحفاظ على بياناتها ومتابعة حسابات مستخدميها، ومتابعة وتعقب مستمر للبيانات المرسله والمستقبله على الشبكة داخل المؤسسة.

المصدر (إعداد الباحث)

2.2 المبحث الثاني: إدارة العلاقة مع العملاء

2.2.1 تاريخ إدارة العلاقة مع العملاء

يعود أساس مفهوم إدارة العلاقة مع العملاء CRM إلى ثمانينات القرن الماضي، حيث كانت تعرف بتسويق قواعد البيانات، وهي عبارة كانت تستخدم لتعبر عن فعل خدمة العملاء التي تتحدث بشكل فردي مع العميل التي أصبحت وسيلة قيمة لفتح خطوط الاتصال وخدمات التفصيل؛ وفقاً لمتطلبات العملاء الرئيسيين، ولكن مع مرور الوقت وبأكثر خصوصية لصغار العملاء، أصبحت هذه العملية تقدم معلومات مشوشة غير صالحة، كان جمع البيانات الخاصة بالعملاء سهل، ولكن معالجتها وتحليلها أمر شبه مستحيل. (قويدر، 2022)

في عام 1993 غادر توم سيبل شركة أوراكل وأسس شركة Siebel system، وكانت مزودة SFA وفي عام 1995 أصبحت SFA قادرة على أتمتة العمليات التسويقية، والعملاء المحتملين بنقرة زر، وظهر مفهوم إدارة العلاقة مع العملاء، وفي عام 2003 أطلقت مايكرو سوفت Dynamic CRM وفي عام 2004 أطلقت شركة IBM برنامجاً مجانياً ومفتوح المصدر SUGAR CRM، وفي عام 2014 و2015 ظهرت الهواتف المحمولة الذكية؛ فتعين على الشركات إصدار برامج تتناسب مع هذه الهواتف؛ ليبقوا مع اتصال دائم مع عملائهم، وفي عام 2020 ومع ظهور فايروس كورونا أصبحت الشركات تتوجه نحو السحابة لتتواصل مع عملائها، وأنشأت برامج تركز على الحوسبة السحابية. (Klie, 2022)

2.2.2 تعريف إدارة العلاقة مع العملاء

ترتكز إدارة العلاقة مع العملاء على الحفاظ على العملاء، واستقطاب عملاء جدد، وولاء

العملاء وإرضائهم، وتعددت التعريفات لإدارة العملاء ويذكر منها:

• عرفت إدارة العلاقة مع العملاء عبارة عن استراتيجية شاملة تمكن المؤسسات من تحديد العملاء المربحين، واكتسابهم، والاحتفاظ بهم، ورعايتهم من خلال بناء علاقة طويلة الأمد معهم والحفاظ عليها. (Bahri, 2022)

• الاختصار الشائع - CRM يرمز إلى "إدارة علاقة العملاء". إنها أداة تساعد الشركات في رعاية العلاقات مع المشتريين المحتملين وتحويلهم إلى عملاء مدفوعين. يوفر عرضًا موحدًا لبيانات العملاء، ويساعد المؤسسات في كل خطوة من خطوات عملية البيع. بمساعدة أداة المبيعات المفيدة هذه، يمكن للشركات إدارة العملاء المتوقعين وتتبع تقدم العملاء وتحسين أداء المبيعات وتبسيط العمليات وإدارة الفرص. (Bhadoria, 2021)

• إدارة العلاقة مع العملاء هي عملية تستخدمها الشركات لفهم عملائها ومن ثم تستجيب لهم بسرعة لتغير رغباتهم. (Toi, Dullweber, Hatherall, & Moreau, 2018)

يلاحظ الباحث من التعريفات السابقة أن إدارة العلاقة مع العملاء CRM تعتمد على 4

محاور:

1. عمل منظم (استراتيجية).

2. المحافظة على العملاء الحاليين.

3. استقطاب عملاء جدد.

4. استمرارية العلاقة.

من هنا يرى الباحث أن إدارة العلاقة مع العملاء هي عبارة عن استراتيجية تعمل على المحافظة على العملاء الحاليين، واستقطاب وكسب عملاء جدد، ومتابعتهم والتواصل معهم باستمرار بكل الوسائل الممكنة.

2.2.3 مكونات إدارة العلاقة مع العملاء (CRM)

تتكون إدارة العلاقة مع العملاء من ثلاث مكونات رئيسية متمثلة بالعميل، والعلاقة، والإدارة موضحة كما يلي: (العاطي، 2018)

أولاً: العميل:

وهو الشخص الذي يقوم بشراء المنتجات والخدمات لاستهلاكه الشخصي بصورة مباشرة، أو شراء المنتجات لشخص آخر بصورة غير مباشرة، ويعد الزبون هو المصدر الوحيد لتحقيق أرباح المؤسسة ونموها وبقائها ويصنف العملاء بعملاء متوقعين، وعملاء حاليين، وعملاء قدامى أو سابقين.

ثانياً: العلاقة:

تبنى العلاقة بين المنظمة والعميل على مبدأ التواصل باتجاهين من المنظمة للعميل، أو من العميل للمنظمة، وتكون العلاقة بين العميل والمنظمة قصيرة الأجل، أو طويلة الأجل، أو مستمرة، أو منفصلة، أو متكررة، أو لمرة واحدة. وتعمل إدارة العلاقة مع العملاء على تحقيق المنفعة للطرفين، العميل بإشباع رغباته والمنظمة بتحقيق الأرباح.

ثالثاً: الإدارة:

نشاط إدارة العلاقة مع الزبائن يتطلب التغير المستمر في ثقافة المنظمة وأنشطتها وتعمل إدارة العلاقة مع العملاء على تحويل المعلومات المجمعة عن الزبون الى معرفة بهدف الاستفادة منها في أنشطتها.

2.2.4 أبعاد إدارة العملاء:

التوجه بالعملاء:

استراتيجية تهدف لزيادة رضا العملاء وصولاً لولائهم للمؤسسة، مما يعود على المؤسسة بآثار إيجابية، فالتوجه بالعميل يعد أمراً حاسماً في نجاح إدارة العملاء في فهم وتحقيق أفضل لتوجهات العملاء، ويتوقف التوجه بالعملاء على عاملين هما مدى توافر الوعي لدى الموظف لتلبية رغبات العميل، واحتياجاته وإشباعها، ميول الموظف للتعامل مع العميل. (قاسم و كنعان، 2018)

إدارة المعرفة:

وهي عبارة عن تحويل بيانات العميل التي تم جمعها من نقاط التماس، والتفاعلات مع العملاء إلى معرفة بالعميل، وذلك بهدف معرفة احتياجات العميل الحالية والمتوقعة، إلى جانب التحديث المستمر لهذه البيانات، وتطوير عروض خاصة تجذب العملاء. (قاسم و كنعان، 2018)

تنظيم إدارة العلاقة مع العملاء

وهي الطريقة التي يتم من خلالها تنظيم إدارة العلاقة مع العملاء، وخلق قيمة مضافة لها، مثل: فرق العمل، ومدى وقدرة العاملين ومهاراتهم التي تمكنهم من التفاعل مع العملاء، وبناء علاقات قوية وجيدة مع العملاء، وأيضاً بناء وتصميم الهيكل التنظيمي لإدارة العملاء الذي يمكن

إدارة العملاء من المحافظة على عملاء المؤسسة وتقديم أفضل الخدمات لهم، والتعامل مع الحاجات الفردية للعميل، فيتوجب على المنظمة بناء هيكلها بالطريقة التي تتوافق مع إدارة عملائها. (أبو النجا، 2017)

الجوانب التكنولوجية لإدارة العملاء

مدى قدرة التكنولوجيا المستخدمة في إدارة العلاقة مع العملاء على تقوية العلاقة مع العملاء، واكتساب عملاء جدد، كما أسهمت التكنولوجيا الحديثة المستخدمة في إدارة العلاقة مع العملاء في تخزين وتحليل بيانات ضخمة من العملاء، وتحليلها آلياً، وتحويلها إلى معلومات، ومعرفة مفيدة، وكذلك تطوير العلاقة مع العملاء، وزيادة قدرات إدارة العلاقة مع العملاء. (أبو النجا، 2017)

2.2.5 مميزات إدارة العملاء

إدارة العلاقة مع العملاء تتمتع بعدة مميزات، مما تجعلها ناجحة في أداء مهامها تجاه العملاء من أجل جذبهم، وكسب رضاهم، وولائهم، وتتلخص تلك المميزات فيما يلي: (فريق عمل دفتر، 2023)

- توفر التكامل بين التسويق والمبيعات وخدمة العملاء.
- الوصول إلى رضى العميل غاية.
- الحد من استيلاء الشركات المنافسة على عملائك.
- زيادة فعالية التسويق والترويج والحصول على حصة سوقية أكبر.
- فهم العملاء بشكل واضح وتلبية احتياجاتهم.

- زيادة الإيرادات والأرباح بشكل مدهش.

2.2.6 أنواع أنظمة إدارة العلاقة مع العملاء

مع تضخم البيانات الخاصة بالعملاء، انتقلت إدارة العلاقة مع العملاء من الأساليب التقليدية المعتمدة على ذاكرة الموظف، وبرامج الإكسل، إلى البرامج المعتمدة على السحابة والتي توفر أعلى فائدة من هذه البيانات، ومعالجتها، وتحويلها إلى معلومات بأسرع وقت ممكن وبالتالي أصبحت أكثر تنظيماً، ومن هذه الأنواع: (فريق عمل دفتر، 2023)

إدارة العلاقة مع العملاء الاستراتيجية التعاونية

التخطيط في هذا النظام قائم على التنبؤ المدروس الذي يتم وفقاً لجمع وتحليل البيانات ومشاركتها مع إدارة الشركة والأقران المعنية الأخرى، لذلك يعتبر نظام إدارة العملاء التعاوني نظاماً استراتيجياً، حيث يتم تسجيل بيانات العملاء والاتصالات التي أجريت معهم، وأسبابها، وما نتج عنها وعمليات شراء العميل، وشكواه المسجلة، وكافة الملاحظات، مما يساعد كل موظف يتعامل مع العميل أن يعرف تاريخه ويكمل من حيث انتهى زملائه، ويمكن تنظيم معلومات العملاء على التفاعل مع أي الأحداث والخطوات التي تمت معهم كسجل المكالمات والشكاوي أو بناءً على قنوات الاتصال بريد إلكتروني واتس آب ومواقع التواصل الاجتماعي.

البيانات تجمع من قنوات الاتصال المختلفة موقع الشركة على الويب والهاتف والبريد

الإلكتروني والدرشة الحية ومواقع التواصل الاجتماعي. (Bardicchia, 2022)

نظام إدارة العلاقة مع العملاء التشغيلية

هو إسناد معين للمهام للنظام للقيام بها آلياً باعتبار برنامج إدارة العلاقة مع العملاء موظف مسئول عن المهام التشغيلية، يعمل بدوره بصورة آلية لأتمتة المهام التسويقية (إعداد حملات البريد الإلكتروني، حملات الواتس آب، العروض الترويجية، وبناء الولاء مع العميل وتتبع سلوكه، والرد على أسئلة العميل، والعروض المختلفة للعملاء) وأيضاً أتمتة المبيعات (جدولة مواعيد الاجتماعات لتوفير الوقت للمندوبين؛ لتكون مهمتهم التفاعل الإنساني الحقيقي مع العملاء، وبناء علاقات إنسانية صلبة، والرد على الأسئلة المتكررة للعملاء) وأيضاً أتمتة الخدمات حيث يقوم العميل بطلب الخدمة بنفسه بكبسة زر، فمثلاً: أن يحجز تذكرة طائرة أو يتسوق إلكترونياً دون الحاجة الى موظف يقوم بهذه المهام فهي موكلة له. (فريق عمل دفتره، 2023)

نظام إدارة العلاقة مع العملاء التحليلية

البيانات الضخمة التي لا يمكن تفسيرها لا جدوى منها على الإطلاق مع تنامي البيانات الخاصة بالعملاء، تحتاج هذه البيانات إلى أنظمة قادرة على تحليلها لإدارة العملاء، وقادرة على الخروج بالمعلومات التي يسهل فهمها، والتقارير البسيطة والإرشادات والمقترحات بشكل آلي فمثلاً: يمكن معرفة من هم العملاء الذين يزورون المؤسسة منذ شهرين، فكبسة زر يمكن معرفتهم ومعرفة أسباب انقطاعهم والطريقة التي يمكن أن تدعوهم لزيارة المؤسسة. (أبو النجا، 2017)

2.2.7 مهام إدارة العلاقة مع العملاء

يعتبر العملاء شريان الحياة للمؤسسات خدمية كانت أو تجارية أو حتى حكومية من أجل استمرار العمل، والقدرة على المنافسة، والبقاء لا بد من وجود إدارة للعلاقة مع العملاء تقوم بعدة مهام ومن هذه المهام: (المقصود بإدارة علاقات العملاء CRM، 2023)

- **التواصل المستمر مع العملاء الحاليين والمتوقعين**

يمكن الحصول على العملاء واكتسابهم من استخدام الوسائل الرقمية المعتمدة على السحابة مثل: البريد الإلكتروني، والاتصال متعدد القنوات، ومواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع الويب.

- **التحقق من إدخال البيانات بشكل صحيح**

البيانات الخاطئة دوماً تعود بالسلب على المؤسسة لأنها تخرج معلومات خاطئة فتوفر نظاماً للتحقق من صحة البيانات، مع إدخال آلي لها يمكن المؤسسة من تفادي هذه المشكلة.

- **التعاون بين الفرق المختلفة**

يجب أن تعمل الفرق بشكل مترابط ومتعاون لكي تكون مشاركة معلومات العملاء بوقتها الفعلي والأمثل، وذلك من أجل تلبية احتياجات العملاء.

- **تخصيص جهود التسويق**

يمكن تخصيص المهام لعملية التسويق مثل: إرسال العروض الترويجية، والرسائل الإخبارية بما يتناسب مع شخصية العميل ونوعه.

- **الإجابة السريعة**

الإجابة السريعة على الأسئلة التي تراود الإدارة، مثل: عدد العملاء الحاليين، وعدد العملاء المتوقع بعد فترة زمنية، وأي الوسائل ممكنة للحصول على عملاء أكثر.

2.2.8 فوائد نظام إدارة العلاقة مع العملاء CRM (Ngelyaratan & Soediantono, 2022)

- يمكن أن يساعد CRM الفرق على تحسين رضا العملاء.
- تتمثل إحدى الفوائد الرئيسية لاستخدام نظام إدارة علاقات العملاء (CRM System) في تحسين خدمة العملاء من خلال التخزين الآمن لبيانات العملاء. باستخدام هذه الإستراتيجية، يمكن تنفيذ جميع المعاملات التي تتضمن تقديم الخدمات، وخدمات التسويق وبيع المنتجات، للعملاء بطريقة منظمة ومنهجية.
- يمكنك أيضًا استخدام برنامج CRM لتقديم خدمة أفضل للعملاء من خلال فهم أفضل للمشكلات.
- يمكن أن يساعد CRM في زيادة الاحتفاظ بالعملاء يساعد CRM في تحسين العلاقات مع العملاء. باستخدام CRM للأعمال، يمكنك زيادة معدلات الاحتفاظ بالعملاء الحاليين، مما سيساعد على زيادة إيرادات الشركة.
- باستخدام البيانات التي تم جمعها على النظام، يمكن للفرق استخدام إدارة علاقات العملاء للتعامل بشكل استباقي مع الحسابات المعرضة لخطر الابتعاد عن الشركة، والوصول إلى العملاء الراضين في الوقت المناسب؛ لتشجيع عمليات الشراء المتكررة داخل الشركة.
- تسمح مشاركة بيانات العملاء بين الإدارات المختلفة بالعمل كفريق واحد وتساعد على تحسين تجربة العميل. هذه إحدى الفوائد الرئيسية لمنصة CRM. سيتمكن كل موظف أيضًا من الإجابة على أسئلة العملاء حول ما يحدث مع منتجهم أو خدمتهم.

2.2.9 أنواع العملاء

ينقسم العملاء إلى قسمين رئيسيين وفقا لتاريخ تعاملهم مع المؤسسة ووفقا لأنماطهم

الشخصية في التعامل. (بدوي، 2022)

وفقا لتاريخ تعاملهم

1. عملاء حاليين

هم العملاء الذين قاموا بالتسجيل، أو الشراء، وتلقي الخدمات، وأعادوا عملية التسجيل مثل

أن يلتحق الطالب بالجامعة ومن ثم يعاود الالتحاق بمرحلة الدراسات العليا.

2. عملاء محتملين

وهم العملاء الذين لم يلتحقوا بالمؤسسة سابقا، ويمكن أن يكون شاهد الإعلان، أو أوصاه

صديق بزيارة المؤسسة، ربما يغادر دون أن يلتحق بالمؤسسة، ولكن يجب عليك إرضائه فربما يعود

لاحقا.

وفقا لأنماطهم الشخصية في التعامل

• العميل المتردد

وهذا العميل لا يعرف ماذا يريد ولا يشتري في كثير من الأحيان، وذلك لأنه لا يتخذ قراراته

بشكل صارم. يمكن التعامل مع العميل المتردد كالتالي: (هاشم، 2022)

1. تشجيعه على اتخاذ القرارات، وتعزيز ثقته بنفسه.

2. حصر الخيارات أمامه حتى لا يتوه بين الخيارات.

3. حاول فهم ما يريد من خلال طرح أسئلة بسيطة عليه.

• العميل الواثق

هذا العميل يعرف ما يريد، ويتخذ قراراته بشكل صارم بشأن المنتج. التعامل مع العميل الواثق يجب أن يقدم الموظف له المنتج الذي يريده بدقة، والإجابة على أسئلته بشكل صريح وواضح دون غموض. (الحسن، 2022)

• العميل الصامت

وهو العميل الذي لا يتكلم كثيراً، ولا يسأل كثيراً، ولا يظهر أي انطباع حول المنتج. طريقة التعامل مع العميل الصامت أنه يجب التعامل معه بأسئلة قليلة، وعدم إرهاقه بالأسئلة أن يطرح عليه أسئلة لا تجاب بنعم أو لا لخلق حوار معه، وأن يسأل إذا ما كان المنتج يعجبه أم لا. (بدوي، 2022)

• العميل الثرثار

هذا العميل كثير الكلام، ويتكلم خارج الموضوع كثيراً، ولا يعطي الموظف الفرصة للتحدث حول المنتج أو الخدمة. (هيئة التحرير، 2021). يمكن التعامل مع العميل الثرثار: (هاشم، 2022)

1. أعد الحوار حول الموضوع الأساسي

2. تجنب التفاعل معه في الأحاديث الجانبية التي لا تخص الموضوع.

3. إعلامه بشكل مهذب أن وقتك مهم ووقته مهم.

• العميل الغاضب

وهو العميل الذي لديه تجارب سيئة مع المؤسسة أو المؤسسات الأخرى مما يجعله يتعامل بعدوانية أكثر ويحاول استفزاز الآخرين. (هيئة التحرير، 2021). يمكن التعامل مع العميل الغاضب كالتالي: (هاشم، 2022)

4. دعه يتحدث دون أن تقاطعه.

5. ابتسم في وجهه وحدثه بصوت هادئ.

6. وعده مع استخدام الأدلة على قولك.

• العميل المتشكك

هذا العميل لا يصدق أية معلومة يتلقاها من الآخرين، ولا يؤمن بأن الموظف يريد مساعدته، ويقدم له الخدمات، بل أحيانا يتحدث بسخرية وبشكل غير لائق. يمكن التعامل مع العميل المتشكك، باستخدام الجدية في التحدث معه، وإثبات جميع المعلومات بالدلائل وتوثيقها. (الحسن، 2022)

• العميل الودود

من أسهل العملاء الذين يمكن التعامل معهم، فهو ليس له متطلبات كثيرة، كل ما يريده أن يتعامل الموظف معه بود وألا يخرج عن الموضوع. (هيئة التحرير، 2021). التعامل مع العميل الودود. معاملته بنفس الود فهو يسهل التعامل معه. (الحسن، 2022)

• العميل المشاهد

هذا العميل يريد فقط أن يلقي نظرة على المنتجات والخدمات، ولا يكون نية له في الشراء وربما يكون لديه وقت فراغ يقضيه في مشاهدة المنتجات. طريقة التعامل مع العميل المشاهد إعطائه مساحة ومتسع من الوقت دون النظر إليه أبداً لأن ذلك ربما يكون دافعاً لأن يغادر.

(الحسن، 2022)

• العميل صائد التخفيضات والعروض

هذا العميل ينتظر التخفيضات والعروض، ويشترى بشراهة وقت التخفيضات لتوفير المال، وأحياناً يكون تصرفه نابعاً من دوافع نفسية. طريقة التعامل مع العميل صائد التخفيضات توفير التخفيضات له، وإخباره بسعر المنتج قبل التخفيض، وإخباره بأن العرض متاح لفترة محدودة فقط.

(بدوي، 2022)

2.2.10 المقصود برضا العميل وولائه

1. رضا العميل

- يقصد برضى العميل حكم العميل الناتج عن تجربته الاستهلاكية، وخبرته في الخدمات المقدمة في فترة زمنية. (شهرزاد و صالح، 2021)
 - حالة شعورية لدى العميل سلبية أو إيجابية تنتج عن مقارنة العميل للمنتج والخدمة المقدمة مع توقعاته وتلبية رغباته. (مرازقة و مخلوف، 2017)
 - ومنها يعرف الباحث رضا العميل حالة شعورية إيجابية حيث يكون ناتج المقارنة بين الخدمات المقدمة له تفوق التوقعات.
- يرى الباحث أن رضا العميل له ثلاثة مستويات:
- **المستوى الأول:** عندما يحصل العميل منفعة تفوق ما كان يتوقع تنعكس عليه إيجابيا ويشعر بالبهجة والسرور، ويكون مستوى رضاه مرتفع.
 - **المستوى الثاني:** عندما يحصل العميل على منفعة تعادل ما كان يتوقعه في هذه الحالة يكون العميل راضيا.
 - **المستوى الثالث:** عندما يحصل العميل على منفعة أقل مما كان يتوقع وهي، حالة سلبية تنعكس على العميل ويكون غير راضيا.

2. ولاء العميل

استمرار العميل في شراء منتجاته وخدماته من علامة تجارية واحدة، وتكرار الشراء منها مهما كانت مزايا الشركات المنافسة. (خروف و فريشة، 2019). هناك نوعان من الولاء: (قاسم و كنعان، 2018)

- **الولاء الموقفي:** درجة الانجذاب النفسي للعميل للمؤسسة، ودرجة تأييده ودفاعه عنها أمام الآخرين.

- **الولاء السلوكي:** حجم الخدمات وتكرار عملية الانتفاع من الخدمة.

2.2.11 إدارة دورة حياة العميل

تبدأ دورة حياة العميل عند استقطابه وبناء علاقة قوية معه بمراحل متسلسلة حتى أن تنتهي هذه العلاقة لذلك تحتاج المنظمة لإدارتها لتحقيق هدف المنظمة ويمكن تصور هذه الدورة بعدة خطوات متسلسلة كالتالي: (سليم، هادي، 2006)

أولاً: الفوز بالعميل:

مدى نجاح استراتيجية المنظمة في استقطاب العملاء وجذبهم للتعامل مع المنظمة، وقدرتها على إقناع العميل للتعامل مع المنظمة مرة أخرى. وفي هذه المرحلة لا تتوقع المنظمة أن تحقق أرباحاً.

ثانياً: استثمار العميل

وفي هذه المرحلة تعمل المنظمة على توطيد علاقتها مع العميل وتقوم بجمع المعلومات الأساسية عن العميل لتبني استراتيجيتها لتكون قادرة على جذب العميل، وفي هذه المرحلة ممكن أن تحدد المنظمة الأرباح التي سوف تحققها من خلال هذا العميل.

ثالثاً: الاحتفاظ بالعميل

وفي هذه المرحلة يكون العميل عبارة عن استثمار ناجحاً يعود بمنافع متعددة على المنظمة، وتستخدم المنظمة استراتيجيتها للمحافظة عليه. هنالك عدة عوامل تؤثر في المحافظة على العميل وهي:

- مدى قدرة المنظمة على فهم سلوك العميل ونوعه وطريقة التعامل معه، وتحويل هذه المعرفة لواقع يمكن استخدامه.
- قدرة المنظمة على الإبداع والابتكار في خدمة العميل وإشباع رغباته.
- تحديد حجم ولاء العميل التي توصلت اليه المنظمة في المراحل السابقة.
- تحديد المنظمة لحجم المنافسة في السوق واختيار الميزة التنافسية التي تتفق مع رغبات العميل.

رابعاً: تحول العميل

في هذه المرحلة يعزف العميل عن خدمات ومنتجات المنظمة ويذهب لمنظمات أخرى تكون أكثر تلبية لرغباته تتم بطريقتين فالأولى تحدث من قبل المنظمة حيث ترغب بالتخلص من العميل حيث أصبح العميل لا يصلح للاستثمار، والثانية من قبل العميل حيث يرى في المنظمات الأخرى ما يشبع رغباته واحتياجاته.

2.2.12 سياسات إدارة العلاقة مع العملاء

ينقسم العملاء الى عملاء جدد وحاليين وقداما وللتعامل معهم تضع إدارة العملاء سياسة لكل منهم

كالتالي: (فاطمة، 2019)

• سياسة اكتساب عملاء جدد

في هذه السياسة يتم جمع البيانات عن رغبات العملاء الجدد وتوفيرها وتقديم خدمات جديدة ومبتكرة وتقديم تخفيضات في الأسعار من أجل جذب العملاء من المنافسين.

• سياسة الاحتفاظ بالعميل

وفي هذه السياسة تقوم المنظمة على عمل خصومات لزيائنها وضمانات وخدمات ما بعد البيع وكذلك استقبال الشكاوى والاستجابة لرغبات العملاء.

• سياسة استعادة العملاء القدامى

وهي سياسة العودة لبيانات العملاء القدامى والتواصل معهم وإخبارهم بالخدمات الجديدة المقدمة من المنظمة.

العلاقة بين ادارة العلاقة مع العملاء والحوسبة السحابية

أدى ظهور السحابة إلى تغيير الطريقة التي تدير بها الشركات علاقاتها مع عملائها فمع ظهور برامج وتطبيقات تعتمد على السحابة مثل برنامج (CRM) المعتمد على السحابة جعل الشركات الكبيرة والصغيرة تنظر إلى عملائها بصورة أكثر تفهما وتدير علاقاتها مع العملاء بصورة أفضل وهناك 3 طرق لتحسين إدارة العلاقة مع العملاء باستخدام برنامج (CRM) المعتمد على السحابة

(موقع، FASTER CLOUD) (<https://fastercapital.com>)

1- زيادة إمكانية الوصول باستخدام أنظمة إدارة العلاقة مع العملاء التقليدية لا يمكن الوصول إلى النظام إلا من داخل المكتب ولا يمكن التواصل مع العملاء إلا من داخل الشركة أما باستخدام برنامج (CRM) المعتمد على السحابة أصبح بالإمكان الوصول إلى بيانات العملاء والتواصل مع العملاء وإدارة العلاقة معهم من أي مكان وفي أي وقت وكذلك مكن الإدارة لمراقبة أداء فريق إدارة العلاقة مع العملاء عن بعد.

2- تحسين التعاون غالبا ما تتعاون الشركات في اقامة مشاريع وتبادل للمعلومات وكل شركة تستخدم نظام للإدارة العلاقة مع العملاء مختلفا بالإصدار عن الأخرى هذا يؤدي الى ارتكاب الكثير من الأخطاء اثناء اجراء التعاون لكن باستخدام برنامج (CRM) المعتمد على السحابة مكن الشركات من التعاون بصورة أفضل وأسرع ودون أخطاء وذلك لاستخدامهم نفس النظام وبنفس الإصدار والمزايا وبنفس الوقت.

3- تعزيز الأمن يعتمد النظام التقليدي لإدارة العلاقة مع العملاء على خادم موجود داخل الشركة فما ان تم اختراق الخادم او تعرض للتلف فان جميع الانظمة التي تعتمد عليه تتوقف عن العمل وتفقده بياناتها اما باستخدام نظام (CRM) المعتمد على السحابة يعد أكثر أمنا فنظام الامان يكون

على كاهل المزود وكذلك حفظ البيانات وتوفر النسخ الاحتياطية فهناك فريق مختص لمتابعة الخوادم وحمايتها من الاختراق فهو يعد أكثر أماناً على بياناتك ومعلومات العملاء.

فوائد الحوسبة السحابية في إدارة العلاقة مع العملاء :

- 1- نشر أسرع
- 2- تحديثات البرامج التلقائية
- 3- فعالية التكلفة وقابلية التوسع
- 4- القدرة على العمل من أي مكان، على أي جهاز
- 5- زيادة التعاون. (موقع، solution time) <https://solutions-time.com>

2.3 المبحث الثالث: الجامعات الفلسطينية الخاصة

الجامعات هي المكان الملائم لاستمرار العملية التعليمية، وإعداد الكوادر، وثقل الشخصيات، وبناء الثقافات، وتصنف هذه الجامعات إلى جامعات عامة، وجامعات خاصة، وجامعات حكومية، وتتميز جامعات فلسطين بقوة المنافسة في الصعيد العالمي والدولي على المراكز الأولى بين الجامعات العالمية، وفي هذا السياق نستعرض في جدول (2.2) تصنيف جامعات فلسطين، وعددها (21) جامعة، جامعات عامة وعددها (9) جامعات، وجامعات خاصة وعددها (8) جامعات، وجامعات حكومية وعددها (4) جامعات، ومن الجدير بالذكر الجامعة هي من تحتوي في حرمها الجامعي على 3 كليات فأكثر كما هو موضح في الجدول (2.2):

(مؤسسات التربية والتعليم العالي المرخصة الجامعات، 2023)

جدول (2.2): يوضح الجامعات الفلسطينية وتصنيفها

اسم المؤسسة	سنة التأسيس	التصنيف
جامعة الخليل	1971	عامة
جامعة بيرزيت	1972	عامة
جامعة بيت لحم	1973	عامة
جامعة النجاح الوطنية	1977	عامة
الجامعة الإسلامية	1978	عامة
جامعة القدس	1984	عامة
جامعة الأزهر	1991	عامة
جامعة القدس المفتوحة	1991	عامة
جامعة بوليتكنك فلسطين	1999	عامة
الجامعة العربية الأمريكية	1997	خاصة
جامعة دار الكلمة	2006	خاصة
جامعة فلسطين الأهلية	2007	خاصة
جامعة غزة	2007	خاصة
جامعة فلسطين	2008	خاصة

اسم المؤسسة	سنة التأسيس	التصنيف
الجامعة العربية المفتوحة	2017	خاصة
جامعة الزيتونية	2018	خاصة
جامعة الإسراء	2020	خاصة
جامعة الأقصى	1991	حكومية
جامعة فلسطين التقنية	2007	حكومية
جامعة الاستقلال	2007	حكومية
جامعة نابلس التقنية	2021	حكومية

(مؤسسات التربية والتعليم العالي المرخصة الجامعات، 2023)

وبهذا الصدد تهدف دراسة الباحث بدراسة أثر تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء بالجامعات الفلسطينية الخاصة. ومن الجدول السابق (2.2) يتضح أن الجامعات الخاصة في فلسطين عددها (8) جامعات أنشئت ما بين عام (1997-2020) وهي موضحة كالتالي:

أولاً: الجامعة العربية الأمريكية

هي أولى الجامعات الفلسطينية الخاصة والتي بدأت فكرة إنشائها عام (1996) من قبل عدة رجال أعمال وافتتحت الجامعة في (28-سبتمبر-2000) ولها مقرين الأول في مدينة جنين، والثاني في مدينة رام الله، وتعاونت الجامعة مع جامعة ولاية كاليفورنيا وجامعة ولاية يوتا اللتان وفرتا الكادر الأكاديمي للجامعة خلال سنواتها الأولى، وحازت الجامعة على عضوية اتحاد الجامعات العربية وعضوية اتحاد الجامعات الإسلامية وعضوية رابطة المؤسسات العربية الخاصة، وحازت الجامعة على شهادة الجودة (ISO9001:2015) وذلك في عام (2018) (موقع الجامعة <https://www.aaup.edu/ar>). وتمنح الجامعة درجة البكالوريوس والدبلوم العالي والماجستير لأربعين تخصص في إحدى عشر كلية. (موقع ويكيبيديا <https://ar.wikipedia.org>).

ثانياً: جامعة دار الكلمة

هي جامعة فلسطينية خاصة تقع في بيت لحم تأسست في عام (2006) حيث اعتمدت ككلية مجتمعية، وفي عام (2010) تم تدشين الحرم الجامعي الجديد، وفي عام (2013) تم اعتماد كلية دار الكلمة لتصبح كلية دار الكلمة للفنون والثقافة، وفي عام (2021) تم اعتماد كلية دار الكلمة للفنون والثقافة لتصبح جامعة دار الكلمة، تمنح الجامعة لطلابها شهادة الدبلوم المهني، والدبلوم المتوسط، والبكالوريوس، والماجستير من خلال خمس كليات. (موقع جامعة دار الكلمة <https://www.daralkalima.edu.ps/ar>)

ثالثاً: جامعة فلسطين الأهلية

وهي مؤسسة خاصة للتعليم الجامع تأسست عام 2007، وهي الأولى في مدينة بيت لحم، وتهدف الجامعة إلى التميز في الجوانب الأكاديمية والتعليمية في برامجها، وإدخال ثقافة الريادة والابتكار في مناهجها الأكاديمية، وتساهم في الإنتاج العلمي من خلال البحث العلمي، وتوثيق العلاقة مع المجتمع المحلية والمجتمعات الأهلية والعربية، والعالمية التعليمية، والبحثية، والخدماتية. وتمنح الجامعة شهادة الدبلوم والبكالوريوس والماجستير من خلال سبع كليات. (موقع الجامعة <https://www.paluniv.edu.ps>)

رابعاً: جامعة غزة

هي جامعة فلسطينية خاصة تأسست في مدينة غزة حيث بدأت فكرتها في عام (2005) لدى شخصيات فلسطينية فاعلة، وفي عام (2007) حصلت على ترخيص مبدئي لتصبح مؤسسة تعليم عال جديدة لدى وزارة التربية والتعليم، وفي عام (2008) حصلت على الاعتماد العام لتصبح مؤسسة تعليم عالي جديدة لدى وزارة التربية والتعليم، ثم توالى اعتاد كلياتها وبرامجها، تمنح جامعة

غزة طلابها درجة الماجستير، البكالوريوس، والدبلوم المتوسط، والدبلوم المهني من خلال (9) كليات. (موقع جامعة غزة <https://www.gu.edu.ps>)

خامساً: جامعة فلسطين

هي إحدى الجامعات الفلسطينية الخاصة تقع في مدينة الزهراء وسط قطاع غزة، تأسست الجامعة في عام (2003)، وبدأت بممارسة دورها بالمجتمع الفلسطيني في عام (2005)، وذلك من خلال إعدادها لبرامجها التعليمية، وحصلت الجامعة على الترخيص المبدئي في عام (2007)، إلى أن حصلت على الاعتماد النهائي لبرامجها وكلياتها في علم (2008)، تمنح جامعة فلسطين درجة الماجستير، والبكالوريوس، والدبلوم من خلال كلياتها المتعددة وهي (7) كليات، وما زالت تسعو الجامعة لاعتماد باقي كلياتها وبرامجها. وتتنمي جامعة فلسطين إلى اتحاد الجامعات العربية، واتحاد جامعات العالم الإسلامي، ورابطة الجامعات الإسلامية، والرابطة الدولية للجامعات. (موقع ويكيبيديا، <https://ar.wikipedia.org>)، (موقع جامعة فلسطين، <https://up.edu.ps/ar>)

سادساً: الجامعة العربية المفتوحة

هي إحدى الجامعات الخاصة الغير ربحية، أسسها طلال عبد العزيز، وطرحت الفكرة في عام (1996) لإنشاء الجامعة العربية المفتوحة ككيان أكاديمي، وفي عام (2002) طورت الفكرة لتنفيذ على أرض الواقع في المملكة العربية السعودية و(9) دول أخرى منها فلسطين بالشراكة مع الجامعة العربية المفتوحة في المملكة المتحدة، تم اعتمادها في عام (2003) لمدة اربع أعوام ثم قامت بإعادة الاعتماد في عام (2007)، وحصلت الجامعة على الاعتماد المؤسسي لبرامجها في عام (2012)، واقتصرت الجامعة على منح درجة البكالوريوس فقط في ثلاث برامج دراسية (اللغة الإنجليزية وآدابها، تقنيات المعلومات، إدارة الأعمال). (موقع ويكيبيديا، <https://ar.wikipedia.org>)

سابعاً: جامعة الزيتونية للعلوم والتكنولوجيا

هي إحدى الجامعات الفلسطينية الخاصة تأسست عام (2020)، ونبئت فكرتها على يد أكاديمي فلسطيني في عام (2014)، وتم وضع حجر الأثاث لها في عام (2015) وتقع الجامعة على مفترق ثلاث محافظات (جنوب نابلس، وشمال رام الله، وشرق سلفيت)، وانطلق أول فصل أكاديمي لها في عام (2020-2021)، وتمنح لمنتسبيها درجة البكالوريوس ودرجة الدبلوم المتوسط من خلال كلياتها الأربعة (الهندسة والتكنولوجيا، إدارة الأعمال، العلوم الطبيعية والطبية، الدبلوم المتوسط). (موقع جامعة الزيتونية للعلوم والتكنولوجيا، <https://www.zust.edu.ps/ar>)

ثامناً: جامعة الإسراء

هي جامعة فلسطينية خاصة تأسست عام 2014 يقع فرعها الرئيسي في مدينة الزهراء وفرعها الآخر في شارع يافا بمدينة غزة، وتطمح جامعة الإسراء لتحتل المراكز الأولى على مستوى الوطن في خدماتها التعليمية وفي تبنيها التقنيات المتطورة في صدد خططها الاستراتيجية. (موقع جامعة الإسراء، <https://ar.israa.edu.ps>)

رؤية جامعة الإسراء

تطمح جامعة الإسراء إلى أن تكون رائدة ومتميزة في العلم والمعرفة والبحث العلمي على المستوى الوطني والعربي والدولي لتساهم في التنمية والتقدم.

رسالة جامعة الإسراء

تسعى جامعة الإسراء إلى المشاركة في تنمية المجتمع من خلال تشجيع البحث العلمي، وتقديم برامج أكاديمية متميزة وذات جودة عالية، تقلص الفجوة بين النظرية والتطبيق، من خلال

أكاديميين أكفاء، ولديهم خبرات عالية ومتميزة، بما يساهم في إعداد خريجين مؤهلين قادرين على تلبية احتياجات سوق العمل، والمساهمة بفاعلية في بناء مستقبل وطنهم.

وتهدف جامعة الإسراء الى:

1. تعزيز منظومة القيم الأخلاقية والوطنية في المجتمع الفلسطيني.
2. تطوير البرامج الأكاديمية بشكلٍ مستمرٍ بما يُراعي معايير الجودة العالمية.
3. تنمية البحث العلمي عالي الجودة؛ للمساهمة في تحقيق أهداف المجتمع.
4. تدعيم الشراكة الأكاديمية مع الجامعات المحلية والإقليمية والعالمية، من خلال الانضمام لاتحادات الجامعات العربية والعالمية.
5. تعزيز الشراكة بين الجامعة والمؤسسات المختلفة؛ لتنمية المجتمع.
6. إعداد خريجين متميزين قادرين على تلبية احتياجات سوق العمل.

الشهادات والعضويات التي حصلت عليها جامعة الإسراء:

حصلت جامعة الإسراء في 28/يونيو/2020 على شهادة الجودة العالمية (ISO 9001: 2015) وتميزت بالعديد من العضويات وهي كالتالي:

- حصلت جامعة الإسراء على عضوية اتحاد الجامعات العربية.
- حصلت جامعة الإسراء على عضوية الإسسكو.
- حصلت جامعة الإسراء على عضوية رابطة الجامعات الإسلامية.
- حصلت جامعة الإسراء على عضوية الاتحاد العالمي للمؤسسات العلمية.
- حصلت جامعة الإسراء على عضوية اتحاد الجامعات الدولي.

ومن الجدير بالذكر أن الجامعة تعمل على بناء مستشفى الإسراء الجامعي حيث وضعت دكتور مي الكيلة حجر الأساس لها في 27 سبتمبر 2020 في مدينة الزهراء. ويبلغ عدد طلاب جامعة الإسراء (1914) طالباً وطالبة للعام الدراسي 2021-2022، وتبلغ مساحتها 44000 متر مربع بفرعها أي بمعدل كثافة طلابية 4.4% وفي ضوء هذه النسبة يتضح أن جامعة الإسراء تستطيع استيعاب عدد أكبر بكثير من الطلاب الحاليين. (موقع ويكيبيديا، <https://ar.wikipedia.org>)

وفي مقابلة مع د. أحمد الحساينة نائب رئيس الجامعة أوضح الآتي: (ملحق رقم (3))

- أسست الجامعة في عام 2014 وكانت تحت مسمى الكلية الجامعية وبدأ التدريس فيها عام 2015 وحولت الى مسمى جامعة في عام 2020

- بلغ عدد الطلاب لعام (2022-2023) 3270 طالباً وطالبة.

- للجامعة ثلاث مقرات مقر في شمال غزة، ومقر في مدينة الزهراء، ومقر للتعليم المستمر.

- صنفت مجلة الجامعة العلمية التطبيقية في تصنيف سكوبس وهو احدى أكبر التصنيفات العالمية.

- تستطيع الجامعة استيعاب 5 آلاف طالب في الساعة الواحدة.

- جامعة الإسراء عضو في رابطة الجامعات الإسلامية.

- جامعة الإسراء عضو في رابطة الجامعات العربية

- جامعة الإسراء عضو في اتحاد الجامعات العلمية والعالمية.

- جامعة الإسراء هي الأولى حسب تصنيف معايير الجودة العالمية (ISO9001:2015)

اكاديمياً والثانية إدارياً على مستوى فلسطين.

كليات الجامعة:

تمنح جامعة الإسراء درجة الماجستير لثلاث برامج (إدارة الأعمال، المحاسبة، القانون)،
والبكالوريوس من خلال خمس كليات والدبلوم من خلال خمس كليات وهي كالتالي:

أولاً: كليات وتخصصات البكالوريوس

- كلية العلوم الطبية وتشمل (التمريض، والعلوم الطبية المخبرية، وعلم النفس الإكلينيكي).
- كلية العلوم الإدارية والمالية وتشمل (المحاسبة، وإدارة الأعمال، وإدارة الأعمال باللغة الإنجليزية، والتجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي).
- كلية الهندسة وتكنولوجيا المعلومات وتشمل (هندسة تكنولوجيا البيئة والطاقة، والهندسة الميكانيكية - هندسة التكييف والتبريد، والذكاء الاصطناعي، والأمن السيبراني، والوسائط المتعدد والرسوم المتحركة، والحوسبة النقالة).
- كلية القانون وتشمل (القانون، والقانون - القانون الدولي).
- كلية العلوم الإنسانية وتشمل (اللغة الإنجليزية، واللغة الإنجليزية - ترجمة، التربية تخصص أساليب تعليم اللغة الإنجليزية، والصحافة وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، والإعلام السياسي، والإعلام الرقمي).

ثانياً: برامج الدبلوم المتوسط

- قسم المهن الصحية ويشمل (التمريض، ومساعد صيدلي)
- قسم الهندسة وتكنولوجيا المعلومات ويشمل (تصميم الوسائط المتعددة والمونتاج، وتطوير تطبيقات الأجهزة الذكية، تصميم وتطوير صفحات ومواقع الإنترنت، وتكنولوجيا المباني الذكية، وشبكات الحاسوب والإنترنت، والتبريد والتكييف والتدفئة).
- قسم العلوم الإدارية والمالية ويشمل (التسويق الرقمي، وإدارة الأعمال، والمحاسبة التقنية، وإدارة وأتمتة المكاتب).
- قسم العلوم الإنسانية ويشمل (مساعد إداري).

الخلاصة:

تسعى الجامعات الخاصة لزيادة عدد عملائها، ومواكبة التطور والتقدم من خلال استخدام أحدث التقانات الممكنة، ومن خلال الدراسة الحالية سوف يسعى الباحث للتعرف على أثر تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسراء الفلسطينية الخاصة، حيث إن الجامعة تستخدم هذه التقنية المتطور بنسبة تزيد عن 75%.

الفصل الثالث

الدراسات السابقة

3.1 الحوسبة السحابية

3.2 إدارة العلاقة مع العملاء

3.3 التعليق على الدراسات السابقة والفجوة البحثية

تمهيد:

الدراسات السابقة هي احدى المصادر الثانوية للباحثين والكتاب التي تساعد الباحث في المعرفة الأولية للعلاقة بين المتغيرات وتعطي تصور أولي للدراسة وتساعد الباحث في تحديد مشكلة الدراسة والإنجازات التي حدثت في دراسته ليبدأ من حيث انتهى السابقون وفي هذا الفصل يستعرض الباحث الدراسات المتعلقة بالمتغير المستقل الحوسبة السحابية والمتغير التابع إدارة العلاقة مع العملاء.

3.1 الدراسات السابقة المتعلقة بالحوسبة السحابية

3.1.1 الدراسات المحلية في الحوسبة السحابية

- دراسة (الهمص، 2022) بعنوان: مدى فعالية استخدام خدمات الحوسبة السحابية في تحسين خدمة المعلومات في البلديات الكبرى في قطاع غزة.

وهدفَت الدراسة إلى بيان مدى فعالية استخدام خدمات الحوسبة السحابية في خدمة المعلومات، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحث الاستبانة كأداة للدراسة، واتبعت أسلوب المسح الشامل لصغر حجم العينة التي تبلغ عددها (270)، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى فعالية استخدام خدمات الحوسبة السحابية في تحسين خدمة المعلومات حيث بلغ الوزن النسبي للحوسبة السحابية (78.9%) والوزن النسبي لخدمة المعلومات (78.9%). وأوصت الدراسة الاهتمام بمعرفة أبعاد الحوسبة السحابية من قبل البلديات

الكبرى، وإدراك ميزات ومعوقات الحوسبة السحابية، تطبيق الحوسبة السحابية بشكل كامل، ووضع استراتيجية تدعم تطبيق الحوسبة السحابية، واخذ الاحتياطات الأمنية عند تطبيقها.

- دراسة (فارس، 2022) بعنوان: أثر توافر متطلبات تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين الأداء الوظيفي لدى موظفي الشركات الفلسطينية المزودة لخدمات الإنترنت – المحافظات الجنوبية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر توافر متطلبات تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين الأداء الوظيفي لدى موظفي الشركات الفلسطينية المزودة لخدمات الإنترنت، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الاستبانة كأداة، وتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في الشركات وكان عددهم (134) موظفاً، وتم توزيع (115) واسترد منها (104) بنسبة 94.43% وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود أثر إيجابي لأبعاد متطلبات تطبيق الحوسبة السحابية (المتطلبات البيئية والمتطلبات التكنولوجية) في الأداء الوظيفي. وأوصت الدراسة بإنشاء أقسام متخصصة تعمل على استخدام الحوسبة السحابية، تدريب الموظفين على استخدام الحوسبة السحابية، تنمية مهارات الموظفين في استخدام الحوسبة السحابية، وأشراك الموظفين في صياغة استراتيجية العمل.

- دراسة (الحلاق، 2021) بعنوان: دور تطبيقات الحوسبة الرقمية السحابية المبتكرة في تحسين أداء العاملين في الجمعيات الأهلية في قطاع غزة.

هدفت الدراسة إلى معرفة دور تطبيقات الحوسبة الرقمية السحابية المبتكرة في تحسين أداء العاملين في الجمعيات الأهلية، واتبعت الباحثة الأسلوب الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة، وبلغ مجتمع الدراسة (1439) فرداً في المجالين الإداري والأكاديمي، واختيرت عينة منهم

(300) فردا وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين أبعاد تطبيقات الحوسبة الرقمية السحابية المبتكرة و تحسين أداء العاملين في الجمعيات الأهلية. أوصت الدراسة عمل برامج تدريبية لاستخدام الحوسبة السحابية، والتأكد من جاهزية البنية التحتية لتطبيق الحوسبة السحابية، دعم الإدارة العليا وحث الموظفين على استخدام الحوسبة السحابية.

- دراسة (النجار، 2018) بعنوان: مدى جهوزية المؤسسات الخيرية الفلسطينية في قطاع غزة لتبني الحوسبة السحابية.

وهدفت الدراسة للتعرف على مدى جهوزية المؤسسات الخيرية الفلسطينية في قطاع غزة لتبني الحوسبة السحابية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحث الاستبانة كأداة، وبلغ مجتمع الدراسة (1245)، واستخدم طريقة العينة العشوائية وبلغت (300) موظف، وتم استرداد (241) استبانة وتوصلت الدراسة إلى أن التقدير العام لمدى جهوزية المؤسسات الخيرية الفلسطينية في قطاع غزة لتبني الحوسبة السحابية بلغ (78.1%). أوصت الدراسة أهمية تبني الحوسبة السحابية، تعديل الهيكل التنظيمي للعمل بلامركزية، التجاوب مع المانحين في موضوع التحول للحوسبة السحابية.

- دراسة (قريقع، 2014) بعنوان: فعالية برنامج تدريبي لتوظيف تطبيقات الحوسبة السحابية في تنمية المهارات الإلكترونية التعليمية لدى معلمي التكنولوجيا.

وهدفت الدراسة للتعرف على مدى فاعلية برنامج تدريبي لتوظيف تطبيقات الحوسبة السحابية في تنمية المهارات الإلكترونية التعليمية لدى معلمي التكنولوجيا، واستخدم الباحث المنهج البنائي، واختار (20) معلما، واستخدم أداة الاختبار لقياس الجانب المعرفي، وبطاقة التقييم لتقييم

أداء المعلمين وتم تطبيقهم قبل وبعد على العينة التي توصلت إلى فعالية تطبيقات الحوسبة السحابية في تنمية المهارات الإلكترونية التعليمية المعرفية والتطبيقية لدى معلمي التكنولوجيا. أوصت الدراسة ضرورة تبني الحوسبة السحابية في التعليم، تطوير المختبرات وتجهيزها لاستخدام الحوسبة السحابية، تدريب المعلمين على استخدام الحوسبة السحابية

3.1.2 الدراسات العربية في الحوسبة السحابية

- دراسة (المنصوري، يونس، و المرضي، 2023) بعنوان: مساهمة الحوسبة السحابية في تحسين التعليم المحاسبي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة عمر المختار، وجامعة ودرنة في ليبيا.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مساهمة الحوسبة السحابية في تحسين التعليم المحاسبي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعتي عمر المختار ودرنة في ليبيا والبالغ عددهم (50) عضو واستخدم الباحث المسح الشامل، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الاستبانة كأداة للبحث وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: أن الحوسبة السحابية تساهم في تنمية المهارات المهنية لطلبة المحاسبة، وتوجد العديد من المزايا نتيجة استخدام تقنية الحوسبة السحابية في التعليم المحاسبي. أوصت الدراسة تطوير الخطة الراسية بما يتلاءم مع استخدام تقنية الحوسبة السحابية، أهمية استخدام الحوسبة السحابية في التعليم المحاسبي.

- دراسة (الفيفي، 2022) بعنوان: واقع تقنية الحوسبة السحابية لدى شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية. ومعرفة التوجهات والخطط المستقبلية للحوسبة السحابية. وهدفت الدراسة للتعرف على واقع تقنية الحوسبة السحابية لدى شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، ومعرفة التوجهات والخطط المستقبلية للحوسبة السحابية، واستخدم الباحث الأسلوب

الوصفي المسحي، واستخدم الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وكان مجتمع الدراسة متمثلاً في شركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية، واختار الباحث عينة عشوائية مكونة من (250) شخصاً ووصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن واقع استخدام الحوسبة السحابية لدى شركات الاتصالات بالمملكة العربية السعودية يعد خياراً تقنياً واقتصادياً مهماً لها، وإن من أهم توجهات تلك الشركات وضع خطة مستقبلية للاستثمار في البنية التحتية لتقنية المعلومات. أوصت الدراسة متخذي القرار بضرورة تبني الحوسبة السحابية، العمل مع الشراكة ذات الاختصاص لتقوية خط النفاذ، عمل خطة للتصدي لهجمات القرصنة باستخدام الأمن السيبراني لما يوفره من حلول أمنية.

- دراسة (طرايفي و زيرق، 2022) بعنوان: واقع استخدام تطبيقات الحوسبة السحابية في تفعيل التعليم المحاسبي.

وهدفَت الدراسة إلى معرفة واقع استفادة قسم العلوم المالية والإدارية من التطبيقات التعليمية للحوسبة السحابية بجامعة 20 أوت سكيكة في تفعيل التعليم المحاسبي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن درجة استخدامهم لهذه التقنية (الحوسبة السحابية) لا تتيح الاستفادة القصوى منها بسبب جودة عدة معوقات تعترضها. أوصت الدراسة عقد دورات تدريبية باستخدام الحوسبة السحابية، عمل أيام دراسية تجمع بين الطلبة والأساتذة والفريق التقني للتوعية بأهمية التحول للحوسبة السحابية، تدريب الطلاب على استخدام التطبيقات المتوفرة على السحابة.

- دراسة (اسماعيل و مبارز، 2020) بعنوان: دور تقنية الحوسبة السحابية في تحسين جودة الخدمة التعليمية.

وهدفت الدراسة إلى معرفة دور تقنية الحوسبة السحابية في تحسين جودة الخدمة التعليمية في مؤسسات التعليم العالي، واستخدمت الدراسة الأسلوب الوصفي التحليلي، ومجتمع الدراسة الجامعات الخاصة، واستخدمت الاستبانة كأداة للدراسة وجمع المعلومات وأخذت عينة مكونة من (347) مفردة من جميع المستويات الإدارية وتوصلت لعدة نتائج أهمها وجود علاقة إيجابية بين تقنية الحوسبة السحابية وبين جودة الخدمة التعليمية بالجامعات الخاصة. أوصت الدراسة الحث على اختيار نظم تتسم بالمرونة الكافية لاستيعاب أي تغيرات تتطلبها تبني الحوسبة السحابية وتوفير الحماية القانونية في استخدام الحوسبة السحابية، وضرورة سعي الإدارة العليا للاطلاع المستمر على التطورات الحديثة لتقنيات الحوسبة السحابية وأهمية استخدامها، ووضع خطط لحماية وأمن المعلومات وسريتها نتيجة تبني استخدام الحوسبة السحابية، وتدعيم الجامعة لتوفير التجهيزات والمعدات المتطورة والمناسبة لتقديم الخدمة التعليمية.

3.1.3 الدراسات الأجنبية في الحوسبة السحابية

- دراسة (NEICU, 2020) بعنوان:

Cloud Computing Usage in SMEs. An Empirical Study Based on SMEs Employees Perceptions.

استخدام الحوسبة السحابية في الشركات الصغيرة والمتوسطة: دراسة تجريبية مبنية على

تصورات موظفي الشركات الصغيرة والمتوسطة.

هدفت الدراسة إلى معرفة تصور موظفي الشركات الصغيرة والمتوسطة فيما يتعلق

باستخدام الحوسبة السحابية في أنشطتهم، وأجريت الدراسة على عينة كمية من (315) مستجيباً

يعملون في الشركات الرومانية الصغيرة والمتوسطة، وتم اختبارهم باستخدام برنامج Warp PLS

وخلصت الدراسة الى أن الجودة المدركة لخدمات الحوسبة السحابية تؤثر بشكل إيجابي فيما يتعلق بالرضا بين موظفي الشركات الصغيرة والمتوسطة.

• دراسة (WAHYUNI, 2018) بعنوان:

Why Should MSMEs Adopt Accounting Application with Cloud Computing? The Reality of MSMEs in Depok, West Java.

لماذا يجب على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم أن تتبنى تطبيقات المحاسبة مع

الحوسبة السحابية؟ واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم في ديبوك، جاوة الغربية

هدفت الدراسة إلى معرفة السبب وراء وجوب اعتماد تطبيق الحوسبة السحابية مع

المحاسبة واقع استخدام المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر في ديبوك جاوة الغربية،

تم أخذ العينات من 30 مشروعا صغيرا عام 2012 وتوصلت الدراسة إلى توفر تقنية الحوسبة

العديد من المزايا للشركات الصغرى والصغيرة والمتوسطة، تخفيض التكلفة ليس هو العامل الأكثر

أهمية لتبني الشركات الصغيرة تطبيقات المحاسبة بتقنية الحوسبة السحابية.

3.2 الدراسات السابقة المتعلقة بإدارة العلاقة مع العملاء

3.2.1 الدراسات المحلية في إدارة العلاقة مع العملاء

- دراسة (ناصر الدين، 2018) بعنوان: إدارة علاقة العملاء في البنوك العامة في فلسطين: مقترحات للتطوير.

هدفت الدراسة لتوضيح مفهوم إدارة العملاء، وبيان واقع تطبيقها في البنوك العامة في فلسطين، ومعرفة الاستراتيجيات المستخدمة في البنوك لتعزيزها، وتقديم مقترحات لتطويرها، واستخدم الباحث المنهج الوصفي الاستكشافي واستخدمت الباحثة أسلوب المقابلة مع عدة أسئلة عددها (7) وتم طرحها على (12) مدير تسويق وأيضاً استخدمت الباحثة أداة الاستبانة وكان عدد مجتمع الدراسة (206) مدير فرع وعينة الدراسة (70) مدير فرع، وتم التحليل بواسطة برنامج SPSS، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تطابق في وجهات النظر بين الإدارة العامة والفروع حول مفهوم إدارة العملاء وواقع تطبيقها، وتبين أن مستوى تطبيق إدارة العملاء في البنوك العامة في فلسطين مرتفع. وأوصت الدراسة بعمل قواعد بيانات قوية للعملاء تعمل على معرفة احتياجاتهم، تعزيز العلاقة مع العميل باعتبارها علاقة شراكة لتعزيز ولائه، استخدام الوسائل التكنولوجية لتيسير التواصل مع العملاء.

- دراسة (الغصين، 2014) بعنوان: دور برامج إدارة علاقة العملاء في خلق ميزة تنافسية.

وهدفت الدراسة إلى معرفة دور برامج إدارة علاقة العملاء في خلق ميزة تنافسية في شركة فيوجن. واتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الباحثة الاستبانة كأداة، ومجتمع العينة عبارة عن (2500) مشترك وحجم العينة (333) عميل ونسبة الاسترداد 92.5%، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك دور لبرامج إدارة العلاقة مع العملاء ومكوناتها في خلق ميزة

تتافسية في شركة فيوجن بنسبة 74.35%. وأوصت الدراسة بتطوير مهارات موظفي شركة الاتصالات بالاتصال والتواصل، تقليل الوقت التي يمكنه المتصل للرد على اتصاله، تحليل بيانات العملاء بشكل أكبر لتقديم منتجات أفضل تلبي احتياجاتهم.

• دراسة (بلبل، 2011) بعنوان: تقييم مدى نجاح تطبيق نظام إدارة علاقات العملاء في شركة جوال للمحافظة على مستوى ولاء المشتركين.

وهدفَت الدراسة إلى معرفة مدى نجاح تطبيق نظام إدارة علاقات العملاء في شركة جوال للمحافظة على مستوى ولاء المشتركين في قطاع غزة، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام استبانتيين (140) استبانة وزعت على موظفي الشركة بنسبة استرداد 86%، و(400) استبانة على المشتركين بنسبة استرداد 96%، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير قوي بنسبة 79.25% بين مجالات إدارة العملاء ومستوى ولاء المشتركين لدى شركة جوال من وجهة نظر الموظفين، وأيضاً وجود علاقة طردية قوية بين نجاح تنفيذ تطبيقات إدارة العملاء ودرجة ولاء المشتركين بنسبة 63.16%. اهتمام الشركة بتطوير نظام إدارة العلاقة مع العملاء، العمل على تغيير نظرة المشتركين إليها على كونها شركة تجارية، وتطوير تطبيقات التواصل مع العملاء.

3.2.2 الدراسات العربية في إدارة العلاقة مع العملاء:

• دراسة (سليمان، 2022) بعنوان: توطيط ثقة العملاء بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة الشركة دراسة تطبيقية من منظور عملاء شركة الاتصالات المصرية.

وهدفَت الدراسة للتعرف على تأثير توطيط ثقة العملاء في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة شركة الاتصالات المصرية من وجهة نظر عملائها وأثر توطيط ثقة العملاء،

وكان مجتمع الدراسة هم عملاء شركة الاتصالات، وطبق البحث على (242) مفردة من عملاء الشركة وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: يوجد تأثير لأبعاد المسؤولية للشركة على كلا من سمعة الشركة وثقة العملاء، ويوجد تأثير لثقة العملاء على سمعة الشركة. وأصت بالابتعاد عن المشاهير بعمل الإعلانات لاهم لا يمثلون المجتمع، بذل المزيد من الجهد في استثمار أبعاد إدارة العملاء، إبراز دور الشركة اتجاه المجتمع بالإعلانات، التركيز على العملاء وتلبية احتياجاتهم.

• دراسة (زيادي و الحاج، 2021) بعنوان: دور النظم الخبيرة في إدارة العلاقة مع العملاء في شركة توزيع الكهرباء الجزائرية.

وهدف الدراسة للتعرف على دور النظم الخبيرة في إدارة العلاقة مع العملاء في شركة توزيع الكهرباء الجزائرية، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة موظفي العلاقات التجارية في الشركة، واستخدم أسلوب المقابلة كأداة للدراسة وتمت المقابلة مع (3) مدراء للعلاقات التجارية، وعدد (2) رؤساء لمصلحة الزبائن والمبيعات، ومجموعة من الموظفين لهم علاقة مباشرة مع العملاء، وتوصلت الدراسة إلى أنه يوجد إدراك لأهمية النظم الخبيرة في الشركة أثناء قيامها بعملياتها، وكذلك وجود تطبيق لإدارة العلاقة مع العملاء التعاونية في الشركة من خلال دعمها للعملاء ومشاركتهم والحوار الدائم معهم. وأوصت بضرورة استخدام النظم الخبيرة في إدارة العلاقة مع العملاء، جميع التفاعلات مع العملاء يجب إن تخضع للتحليل.

3.2.3 الدراسات الأجنبية في إدارة العلاقة مع العملاء

- دراسة (ABUBAKER, 2022) بعنوان:

Customer Relationship Management and The Quality of Banking Services Case Study on Algerian Banking Sector.

إدارة علاقات العملاء وجودة الخدمات المصرفية دراسة حالة القطاع المصرفي الجزائري.

معرفة ما إذا كان هناك ارتباط بين إدارة العلاقات مع العملاء وجودة الخدمة في القطاع المصرفي الجزائري. أجرى استبيان مسح لجمع البيانات من (150) مستجيب على مستوى عدة بنوك جزائرية، باستخدام برنامج SPSS والاعتماد على الوصف الوصفي والمنهج التحليلي. أشارت النتائج أن العلاقة كبيرة بين إدارة علاقات العملاء وجودة الخدمة، بالإضافة إلى أن إدارة العلاقة مع العملاء بأبعادها لها تأثير كبير وتأثيرات مهمة وإحصائية على جودة خدمات القطاع المصرفي الجزائري. وأوصت بعمل دراسات أكثر في إدارة العلاقة مع العملاء، التركيز على نظام (CRM) في إدارة العلاقة مع العملاء.

- دراسة (SIGALA, 2018) بعنوان:

Implementing social customer relationship management: A process framework and implications in tourism and hospitality.

تنفيذ إدارة علاقات العملاء الاجتماعية: إطار العملية والتداعيات في السياحة والضيافة

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر تنفيذ إدارة العلاقات الاجتماعية مع العملاء في السياحة والضيافة وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير لأتباع المنهج الاجتماعي مع العملاء في السياحة والضيافة خاصة في إدارة تجربة العميل للخدمات الجديدة قبل طرحها في الأسواق إلى جانب أهمية تمكين وتحفيز العملاء وبناء القيم المشتركة بين الشركات والعملاء من خلال التجارب.

3.3 التعليق على الدراسات السابقة والفجوة البحثية

من خلال ما تقدم من استعراض الدراسات السابقة اتضح أنها لم تتناول أية دراسة منها موضوع الدراسة (أثر تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء) على حد علم الباحث. فاختلفت الدراسات في البعد الزمني حيث إن الدراسات قبل عام 2023، واتفقت الدراسات المحلية في البعد المكاني لكن اختلفت في تناول الحوسبة السحابية كمتغير مستقل وعلاقته بإدارة العملاء كمتغير تابع، واختلفت الدراسات مع عينة الدراسة المتمثلة في جامعة الإسراء.

الفصل الرابع

إجراءات ومنهجية الدراسة

4.1 منهج الدراسة

4.2 مصادر جمع البيانات

4.3 مجتمع وعينة الدراسة

4.4 أداة الدراسة

4.5 صدق أداة الدراسة

4.6 ثبات أداة الدراسة

4.7 اختبار التوزيع الطبيعي

4.8 المعالجات الإحصائية

تمهيد

تعتبر طرق وإجراءات الدراسة ركيزة لتحقيق الجوانب التطبيقية للبحث، ويتم من خلالها الحصول على البيانات اللازمة لإجراء تحليل البيانات للوصول إلى النتائج المتعلقة بتحقيق أهداف الدراسة، ويتناول هذا الفصل منهج الدراسة ومجتمعها وعينها وأداتها، بالإضافة إلى صدق وثبات أداة الدراسة، والمعالجات الإحصائية المستخدمة.

4.1 منهج الدراسة

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي حيث يشرح الظاهرة قيد الدراسة، ويحلل بياناتها، ويحلل العلاقات بين مكوناتها، والآراء المثارة حولها والعمليات التي تنطوي عليها.

4.2 مصادر جمع البيانات

استخدم الباحث مصدرين أساسيين للمعلومات:

4.2.1 المصادر الأولية:

- الاستبانة وذلك من خلال تجميع المعلومات اللازمة في موضوع البحث، ومن ثم تفرغها وتحليلها الإحصائي واستخدام المعالجات الإحصائية.
- المقابلات الشخصية من خلال طرح بعض الأسئلة وتدوين الإجابات والملاحظات.

4.2.2 المصادر الثانوية:

- الكتب والمراجع العربية والأجنبية التي تناولت موضوع الدراسة.

4.3 مجتمع وعينة الدراسة

يُعرف مجتمع الدراسة بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، وبناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها فإنَّ المجتمع المستهدف يتمثل في العاملين في جامعة الإسراء، والبالغ عددهم (147) موظفًا وموظفة. واستخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل، وقد تم توزيع (147) استبانة، وبلغ عدد الاستبانات المستردة (115) استبانة أي بنسبة (78.2%).

4.4 أداة الدراسة

تم إعداد استبانة لدراسة: أثر تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء بالجامعات الفلسطينية الخاصة، وقسم الباحث الاستبانة إلى ثلاثة أقسام وهي

القسم الأول: المعلومات الشخصية

القسم الثاني: الحوسبة السحابية، ويتكون من 4 محاور مكونة من 20 فقرة وهي:

- البرمجيات كخدمة
- المنصات كخدمة
- البنية التحتية كخدمة
- المستخدم

القسم الثالث: إدارة العلاقة مع العملاء، ويتكون من 20 فقرة.

وتمت الإجابة على كل فقرة من المحاور السابقة وفق مقياس (ليكرت) الخماسي متدرج

الأهمية كما هو موضح في جدول رقم (4.1):

جدول (4.1): يوضح مقياس ليكرت الخماسي.

المقياس	درجة الموافقة	طول الفترة	الوزن النسبي المقابل للفترة
1	قليلة جداً	من 1 - 1.80	من 20% - 36%
2	قليلة	أكبر من 1.80 - 2.60	أكبر 36% - 52%
3	متوسطة	أكبر من 2.60 - 3.40	أكبر 52% - 68%
4	كبيرة	أكبر من 3.40 - 4.20	أكبر 68% - 84%
5	كبيرة جداً	أكبر من 4.20 - 5	أكبر 84% - 100%

إعداد الباحث اعتماداً على دراسة (فارس، 2022)

4.5 صدق أداة الدراسة

4.5.1 صدق المحكمين:

قام الباحث بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من والمختصين، واستناداً إلى الملاحظات والتوجيهات التي أبدأها المحكمون قام الباحث بإجراء التعديلات التي اتفق عليها المحكمون. ملحق رقم (2)

4.5.2 صدق الاتساق الداخلي:

يُقصد به مدى تطابق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع محورها، وقد تم حسابه على العينة الاستطلاعية المكونة من (30) استبانة، وتظهر الجداول الآتية أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً، حيث إن القيمة الاحتمالية (Sig) أقل من (0.05) وبذلك يتبين أن فقرات محاور الدراسة صادقه لما وضعت لقياسه.

4.5.3 نتائج صدق الاتساق الداخلي لمحاوَر الحوسبة السحابية:

- المحور الأول: البرمجيات كخدمة:

جدول (4.2): صدق الاتساق الداخلي لمحور: البرمجيات كخدمة

s	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	تساهم الحوسبة السحابية في المواكبة التقنية للأجهزة والبرمجيات.	0.83	*0.000
2	يسعى مزود خدمة الحوسبة السحابية إلى تطوير البرمجيات المستخدمة بالاعتماد على كفاءات متخصصة.	0.81	*0.000
3	توفر الحوسبة السحابية برمجيات حسب متطلبات العمل.	0.82	*0.000
4	تسمح الحوسبة السحابية بالاستفادة من الخبرات البرمجية لمزود الخدمة السحابية.	0.83	*0.000
5	تسمح مرونة نظم التشغيل والتطبيقات السحابية بالتعامل مع كل أنظمة التشغيل التقليدية.	0.87	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$

- المحور الثاني: المنصات كخدمة:

جدول (4.3): صدق الاتساق الداخلي لمحور: المنصات كخدمة

م	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	تتيح الحوسبة السحابية للجامعات نشر وتطوير تطبيقاتها.	0.61	*0.000
2	يوفر مزود الخدمة البيئة المناسبة لتطبيقات الجامعة.	0.82	*0.000
3	توفر الحوسبة السحابية الموارد اللازمة للعمل حسب احتياجات الجامعة.	0.80	*0.000
4	تتيح الحوسبة السحابية للجامعة تجريب تطبيقاتها في بيئة مريحة.	0.78	*0.000
5	يقوم مزود الخدمة بإدارة البنية التحتية في (نظام المنصة كخدمة) حيث تمتلك الجامعة المنصة.	0.67	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$

- المحور الثالث: البنية التحتية كخدمة:

جدول (4.4): صدق الاتساق الداخلي لمحور: البنية التحتية كخدمة

م	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	تساهم الحوسبة السحابية في الحفاظ على قواعد البيانات في حال حدوث كوارث طبيعية أو تقنية أو حرائق.	0.80	*0.000
2	توفر الحوسبة السحابية مرونة عالية في توسيع قدرات التخزين.	0.89	*0.000
3	تغني الحوسبة السحابية عن اهتمام الجامعة بخصائص وقدرات الحواسيب المستخدمة لأنها من اختصاص مزود الخدمة.	0.83	*0.000
4	تتحكم الحوسبة السحابية في السعة التخزينية لقواعد البيانات دون عوائق فنية.	0.80	*0.000
5	تخفض الحوسبة السحابية الضغط الفني على الأجهزة الموجودة في الجامعة.	0.69	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$

- المحور الرابع: المستخدم:

جدول (4.5): صدق الاتساق الداخلي لمحور: المستخدم

م	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	توفر الحوسبة السحابية للموظفين واجهات سهلة الاستخدام	0.88	*0.000
2	تدرب الجامعة الموظفين لإكسابهم مهارات حول كيفية استخدام الحوسبة السحابية	0.77	*0.000
3	تستخدم أدوات تتعلق بالحوسبة السحابية لأداء مهامك الوظيفية مثل (SLACK, Office 365, Google drive)	0.76	*0.000
4	يحتاج الموظف لجهاز حاسوب متطور لاستخدام الحوسبة السحابية	0.62	*0.000
5	يستطيع المستخدم للحوسبة السحابية العمل من أي مكان وفي أي وقت	0.72	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$

4.5.4 نتائج صدق الاتساق الداخلي لمحور إدارة العلاقة مع العملاء :

جدول (4.6): صدق الاتساق الداخلي لمحور: إدارة العلاقة مع العملاء

م	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	تعمل إدارة الجامعة على كسب رضا وولاء العملاء من خلال تقديم أفضل الخدمات للعملاء.	0.86	*0.000
2	تعمل الجامعة على زيادة وعي الموظفين لرغبات العملاء.	0.83	*0.000
3	تعمل الجامعة على المساعدة وحل المشكلات التي تواجه العملاء.	0.76	*0.000
4	يشعر العملاء بالرضا عن الخدمة المقدمة في الجامعة.	0.72	*0.000
5	يتحدث العملاء بصورة إيجابية عن الجامعة.	0.76	*0.000
6	تقوم الجامعة بتجديد وتحديث المعلومات الخاصة بعملائها.	0.73	*0.000
7	تزود البيانات حول العملاء الموظفين بالمعرفة بالعملاء لإشباع رغباتهم الحالية والمستقبلية.	0.70	*0.000
8	تمتلك الجامعة قاعدة بيانات عن كل عملائها.	0.78	*0.000
9	تزود الجامعة عملائها بالمعلومات الكاملة عن الطلب الملائم.	0.74	*0.000
10	تعمل إدارة العملاء على تطوير عروضها الخاصة لجذب العملاء.	0.83	*0.000
11	تمتلك الجامعة الخبرة والمهارة اللازمة في الخدمات والتسويق لتحقيق النجاح في إدارة العلاقة مع العملاء.	0.78	*0.000
12	يتم تصميم برامج تدريب للعاملين في الجامعة لتطوير المهارات المطلوبة لاكتساب وتعميق العلاقة مع العملاء.	0.67	*0.000
13	تمتلك الجامعة خطة متكاملة لتنفيذ أنظمة إدارة العلاقة مع العملاء.	0.84	*0.000
14	يتم بناء الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقة مع العملاء على أساس المحافظة على العملاء وتقديم أفضل خدمة لهم.	0.86	*0.000
15	تعتبر بناء علاقات قوية مع العملاء هي مسؤولية مشتركة عند جميع موظفي الجامعة.	0.82	*0.000
16	تطبق الجامعة التكنولوجيا لأتمتة عملياتها التسويقية المتعلقة بالعناية بالعملاء.	0.77	*0.000
17	تستخدم الجامعة التكنولوجيا الحديثة في بناء وتحديث قواعد بياناتها عن العملاء بشكل دوري ومتواصل.	0.75	*0.000
18	نجحت الجامعة في بناء مجتمعات الكترونية تساهم في زيادة ولاء العملاء.	0.81	*0.000
19	تعزز التكنولوجيا المستخدمة في إدارة العلاقة مع العميل من فرصة اكتساب عملاء جدد.	0.81	*0.000
20	تعمل التكنولوجيا المستخدمة على تحليل وتخزين وتحويل بيانات العملاء إلى معلومات مفيدة لتوطيد العلاقة مع العملاء.	0.61	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$

4.5.5 الصدق البنائي:

يعبر الصدق البنائي عن مدى ارتباط كل محور من محاور الدراسة مع الدرجة الكلية لفقرات الاستبانة، ويبين جدول (4.7) أن معاملات الارتباط لكل محور دالة إحصائياً، حيث إن القيمة الاحتمالية (Sig) أقل من (0.05)، وبذلك تعتبر محاور الدراسة صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (4.7): الصدق البنائي لمحاور الاستبانة

القيمة الاحتمالية	معامل الارتباط	المحور
*0.000	0.86	البرمجيات كخدمة
*0.000	0.81	المنصات كخدمة
*0.000	0.76	البنية التحتية كخدمة
*0.000	0.83	المستخدم
*0.000	0.93	إدارة العلاقة مع العملاء

4.6 ثبات أداة الدراسة

ويقصد بها أن تعطي نفس النتيجة في حال تم إعادة تطبيقها أكثر من مرة تحت نفس

الظروف، وقد تم حسابه من خلال الآتي:

4.6.1 الثبات بطريقة ألفا - كرونباخ:

جدول (4.8): طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

المحور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
الحوسبة السحابية	20	0.94
إدارة العلاقة مع العملاء	20	0.96
جميع فقرات الاستبانة	40	0.97

يوضح جدول (4.8) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ (0.97)، وهذا يدل على أن الاستبانة

تتمتع بمعامل ثبات مرتفع.

4.6.2 الثبات بطريقة التجزئة النصفية:

جدول (4.9): طريقة التجزئة النصفية لقياس ثبات الاستبانة

المحور	معامل الارتباط قبل التعديل	معامل الارتباط المصحح
الحوسبة السحابية	0.86	0.93
إدارة العلاقة مع العملاء	0.89	0.94
جميع فقرات الاستبانة	0.72	0.84

يوضح جدول (4.9) أن قيمة معامل الارتباط المصحح (Spearman Brown) مرتفعة

ودالة إحصائياً، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بمعامل ثبات مرتفع.

4.7 اختبار التوزيع الطبيعي

جدول (4.10): اختبار التوزيع الطبيعي

المحور	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
الحوسبة السحابية	0.98	0.29
إدارة العلاقة مع العملاء	0.63	0.82
جميع فقرات الاستبانة	0.86	0.44

يوضح جدول (4.10) اختبار كولمغروف سمرنوف لمعرفة ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، حيث تبين أن القيمة الاحتمالية أكبر من 0.05، وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

4.8 الأساليب الإحصائية

- النسبة المئوية، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، والوزن النسبي.
- معامل ارتباط بيرسون.
- معامل ألفا كرونباخ ومعامل ارتباط سبيرمان براون للتجزئة النصفية المتساوية.
- اختبار التوزيع الطبيعي
- اختبار (T) لعينة واحدة "One Sample T Test".
- اختبار تحليل الانحدار الخطي باستخدام طريقة "Stepwise".
- اختبار "Independent – Sample T-Test".
- اختبار تحليل التباين الأحادي – one- Way ANOVA.

الفصل الخامس

تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة

5.1 الوصف الإحصائي لعينة الدراسة

5.2 تحليل محاور الاستبانة

5.3 اختبار فرضيات الدراسة

تمهيد

يهدف هذا الفصل إلى تحقيق أهداف الدراسة، حيث يتضمن الوصف الإحصائي لعينة الدراسة، ومن ثم تحليل محاور الدراسة المتمثلة في الحوسبة السحابية وإدارة العلاقة مع العملاء، ثم اختبار فرضيات الدراسة.

5.1 الوصف الإحصائي لعينة الدراسة

5.1.1 النوع الاجتماعي:

جدول (5.1): النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	N	%
ذكر	77	67.0
أنثى	38	33.0
المجموع	115	100.0

تبين من خلال النتائج الموضحة في جدول (5.1) أن (67.0%) من عينة الدراسة ذكور، بينما شكل الإناث ما نسبته (33.0%). يرى الباحث بأن هذه النسبة تقترب من النسب التي نشرها المركز الإحصائي الفلسطيني الذي أوضح الإحصاء بأن نسبة الإناث العاملات بلغت 19% لعام 2022. بل وأن جامعة الإسراء تزيد فيها نسبة العاملات عن النسبة التي نشرها المركز الإحصائي بمقدار (14%) هذا المؤشر يدل على اهتمام الجامعة بالمرأة ويشجعها على العمل.

5.1.2 العمر:

جدول (5.2): العمر

العمر	N	%
أقل من 30 سنة	40	34.8
من 30 إلى أقل من 40 سنة	56	48.7
40 سنة فأكثر	19	16.5
المجموع	115	100.0

تبين من خلال النتائج الموضحة في جدول (5.2) أن 34.8% أعمارهم (أقل من 30 سنة)، بينما 48.7% تتراوح أعمارهم بين (30 إلى أقل من 40 سنة) وهي النسبة الأعلى، و16.5% أعمارهم (40 سنة فأكثر) وهي النسبة الأقل. يتضح من جدول (5.2) إن عدد الأفراد الأقل من (40) عام (96) فرداً أي من فئة الشباب ويرى الباحث أن جامعة الإسراء تهتم بتشغيل فئة الشباب لتستفيد من خبراتهم وتطويرها وذلك يتوافق مع المجتمع الفلسطيني الذي يغلب عليه الفئات العمرية الشابة.

5.1.3 المؤهل العلمي:

جدول (5.3): المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	N	%
دبلوم	12	10.4
بكالوريوس	45	39.1
دراسات عليا	37	32.2
دكتوراه	21	18.3
المجموع	115	100.0

تبين من خلال النتائج الموضحة في جدول (5.3) أن 10.4% مؤهلهم العلمي دبلوم وهي النسبة الأقل، بينما 39.1% مؤهلهم العلمي بكالوريوس وهي النسبة الأعلى، و32.2% مؤهلهم العلمي ماجستير، في حين أن 18.3% مؤهلهم العلمي دكتوراه. يرى الباحث أن المتطلبات للحصول على غالبية الوظائف الحصول على المؤهل الجامعي الأول (البكالوريوس)، ويرى الباحث أن نسبة حملة الدكتوراه (18.3) أي أن هناك من يسعون لتطوير مهاراتهم للحصول على ترقية أو مناصب إدارية أعلى.

5.1.4 سنوات الخدمة:

جدول (5.4): سنوات الخدمة

سنوات الخدمة	N	%
أقل من 5 سنوات	47	40.9
من 5 إلى أقل من 10 سنوات	48	41.7
10 سنوات فأكثر	20	17.4
المجموع	115	100.0

تبين من خلال النتائج الموضحة في جدول (5.4) أن 40.9% سنوات خدمتهم (أقل من 5 سنوات) وهي النسبة الأعلى، بينما 41.7% تتراوح سنوات خدمتهم بين (5 إلى أقل من 10 سنوات)، في حين أن 17.4% سنوات خدمتهم (10 سنوات فأكثر) وهي النسبة الأقل. يلاحظ من جدول (5.4) الى أن عدد الأفراد الذين يملكون خبرة أقل من عشر سنوات عددهم (95) فردا ويرى الباحث أن جامعة الإسراء تقوم بتوظيف الأفراد بناءً على الكفاءات ضمن خطتها الاستراتيجية وذلك في ظل المنافسة الشرسة التي تواجهها مع الجامعات الأخرى.

5.1.5 طبيعة الوظيفة

جدول (5.5): طبيعة الوظيفة

طبيعة الوظيفة	N	%
أكاديمي	21	18.3
إداري	74	64.3
أكاديمي بمنصب إداري	20	17.4
المجموع	115	100.0

تبين من خلال النتائج الموضحة في جدول (5.5) أن (18.3%) طبيعة وظيفتهم أكاديمي، بينما (64.3%) إداري وهي النسبة الأعلى، في حين أن (17.4%) طبيعة وظيفتهم أكاديمي بمنصب إداري وهي النسبة الأقل. يرى الباحث النسبة العالية من الإداريين من أفراد العينة يعود إلى التوقيت الذي وزعت فيه الاستبانة (الفصل الصيفي) وكذلك لأنهم الفئة التي تتعامل مع العملاء أكثر من غيرها من الفئات الأخرى.

5.2 تحليل محاور الاستبانة

النتائج التالية توضح تحليل محاور الاستبانة، باستخدام اختبار (T) لعينة واحدة، وتكون العبارة إيجابية عندما تكون القيمة الاحتمالية أقل من 0.05 والوزن النسبي أكبر من 60%، والعكس صحيح.

5.2.1 تحليل محاور الحوسبة السحابية:

استخدم الباحث المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي وقيمة اختبار (T)، والترتيب لمحاور الحوسبة السحابية والدرجة الكلية.

جدول (5.6): تحليل محاور الحوسبة السحابية

م	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي (%)	قيمة اختبار (T)	القيمة الاحتمالية (sig)	الترتيب
1	البرمجيات كخدمة	4.33	0.50	86.6	28.661	0.000	1
2	المنصات كخدمة	4.20	0.47	84.0	27.321	0.000	3
3	البنية التحتية كخدمة	4.22	0.55	84.3	23.559	0.000	2
4	المستخدم	4.19	0.45	83.9	28.662	0.000	4
	الدرجة الكلية	4.24	0.42	84.7	31.728	0.000	

أظهرت نتائج جدول (5.6) أن الوزن النسبي للدرجة الكلية لاستجابات المبحوثين على محاور الحوسبة السحابية بلغ (84.7%)، وكانت القيمة الاحتمالية أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن مستوى استخدام الحوسبة السحابية في جامعة الإسراء بقطاع غزة بدرجة كبيرة جداً. وجاء محور البرمجيات كخدمة بالمرتبة الأولى بوزن نسبي (86.6%)، بينما جاء محور البنية التحتية كخدمة في المرتبة الثانية بوزن نسبي (84.3%)، ثم محور المنصات كخدمة في المرتبة الثالثة بوزن نسبي (84.0%)، وجاء محور المستخدم في المرتبة الرابعة بوزن نسبي (83.9%). يرى الباحث أن جامعة الإسراء تسعى جاهدة لمواكبة التطور التكنولوجي وبالأخص الحوسبة السحابية لما تشعر به من مزايا وإيجابيات للحوسبة السحابية ستعود عليها من وراء تطبيقها. ويرى الباحث أن الوزن النسبي الأعلى للبرمجيات كخدمة لأن جميع المستخدمين يقومون باستخدام التطبيقات ووجود المستخدم في المرتبة الأخيرة لأن الموظفون يحتاجون للتدريب على استخدام الحوسبة السحابية

5.2.2 والجدول التالية توضح تحليل محاور الحوسبة السحابية:

5.2.2.1 تحليل محور: البرمجيات كخدمة:

جدول (5.7): تحليل محور البرمجيات كخدمة

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي (%)	قيمة اختبار (T)	القيمة الاحتمالية (sig)	الترتيب
1	تساهم الحوسبة السحابية في المواكبة التقنية للأجهزة والبرمجيات.	4.58	0.61	91.7	27.972	0.000	1
2	يسعى مزود خدمة الحوسبة السحابية إلى تطوير البرمجيات المستخدمة بالاعتماد على كفاءات متخصصة.	4.23	0.52	84.7	25.533	0.000	5
3	توفر الحوسبة السحابية برمجيات حسب متطلبات العمل.	4.28	0.71	85.6	19.370	0.000	3
4	تسمح الحوسبة السحابية بالاستفادة من الخبرات البرمجية لمزود الخدمة السحابية.	4.26	0.66	85.2	20.381	0.000	4
5	تسمح مرونة نظم التشغيل والتطبيقات السحابية بالتعامل مع كل أنظمة التشغيل التقليدية.	4.29	0.70	85.7	19.774	0.000	2
	الدرجة الكلية	4.33	0.50	86.6	28.661	0.000	

أظهرت نتائج جدول (5.7) ما يلي:

جاءت الفقرة (1): تساهم الحوسبة السحابية في المواكبة التقنية للأجهزة والبرمجيات في

المرتبة الأولى بوزن نسبي (91.7%)، وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا

يشير إلى أن درجة الموافقة على هذه الفقرة كبيرة جداً وهي في المرتبة الأولى. ويرى الباحث أن

جامعة الإسراء تسعى لمواكبة التطور للتكنولوجيا والأجهزة والبرمجيات الحديثة. وجاءت الفقرة (2):

يسعى مزود خدمة الحوسبة السحابية إلى تطوير البرمجيات المستخدمة بالاعتماد على كفاءات متخصصة في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (84.7%)، وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن درجة الموافقة على هذه الفقرة كبيرة جداً. ويرى الباحث ذلك إلى أن تطوير برمجيات السحابة في نموذج البرمجيات كخدمة موكل لمزود الخدمة وليس على نفقة المستخدمين. وبلغ الوزن النسبي للدرجة الكلية لاستجابات المبحوثين على فقرات محور البرمجيات كخدمة (86.6%)، وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن درجة الموافقة على محور البرمجيات كخدمة كبيرة جداً. ويرى الباحث أن الموظفين لديهم إدراك تام بأهمية الحوسبة السحابية وخدماتها.

5.2.2.2 تحليل محور: المنصات كخدمة:

جدول (5.8): تحليل محور: المنصات كخدمة

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي (%)	قيمة اختبار (T)	القيمة الاحتمالية (sig)	الترتيب
1	تتيح الحوسبة السحابية للجامعات نشر وتطوير تطبيقاتها.	4.46	0.60	89.2	26.260	0.000	1
2	يوفر مزود الخدمة البيئة المناسبة لتطبيقات الجامعة.	4.18	0.60	83.7	21.105	0.000	2
3	توفر الحوسبة السحابية الموارد اللازمة للعمل حسب احتياجات الجامعة.	4.18	0.62	83.7	20.610	0.000	3
4	تتيح الحوسبة السحابية للجامعة تجريب تطبيقاتها في بيئة مريحة.	4.03	0.73	80.5	15.052	0.000	5
5	يقوم مزود الخدمة بإدارة البنية التحتية في (نظام المنصة كخدمة) حيث تمتلك الجامعة المنصة.	4.17	0.70	83.3	17.851	0.000	4
	الدرجة الكلية	4.20	0.47	84.0	27.321	0.000	

أظهرت نتائج جدول (5.8) ما يلي:

جاءت الفقرة (1): **تتيح الحوسبة السحابية للجامعات نشر وتطوير تطبيقاتها في المرتبة الأولى بوزن نسبي (89.2%)**، وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن درجة الموافقة على هذه الفقرة كبيرة جداً. ويرى الباحث أن لكل جامعة بعض التطبيقات الخاصة بها وتحتاج استخدامها على السحابة والحوسبة السحابية تسمح بذلك من خلال نموذج المنصة كخدمة.

وجاءت الفقرة (4): **تتيح الحوسبة السحابية للجامعة تجريب تطبيقاتها في بيئة مريحة في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (80.5%)**، وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن درجة الموافقة على هذه الفقرة كبيرة. ويعزو ذلك إلى إمكانية تجربة التطبيق على السحابة بصورة مجانية قبل اعتماده. وبلغ الوزن النسبي للدرجة الكلية لاستجابات المبحوثين على فقرات **محور المنصات كخدمة (84.0%)**، وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن درجة الموافقة على محور المنصات كخدمة كبيرة. ويرى الباحث إن الموظفين وأفراد العينة لديهم معرفة جيدة بالحوسبة السحابية.

5.2.2.3 تحليل محور: البنية التحتية كخدمة:

جدول (5.9): تحليل محور: البنية التحتية كخدمة

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي (%)	قيمة اختبار (T)	القيمة الاحتمالية (sig)	الترتيب
1	تساهم الحوسبة السحابية في الحفاظ على قواعد البيانات في حال حدوث كوارث طبيعية أو تقنية أو حرائق.	4.37	0.73	87.3	20.070	0.000	1
2	توفر الحوسبة السحابية مرونة عالية في توسيع قدرات التخزين.	4.18	0.67	83.7	18.930	0.000	3
3	تغني الحوسبة السحابية عن اهتمام الجامعة بخصائص وقدرات الحواسيب المستخدمة لأنها من اختصاص مزود الخدمة.	4.07	0.81	81.4	14.099	0.000	5
4	تتحكم الحوسبة السحابية في السعة التخزينية لقواعد البيانات دون عوائق فنية.	4.17	0.76	83.5	16.480	0.000	4
5	تخفض الحوسبة السحابية الضغط الفني على الأجهزة الموجودة في الجامعة.	4.30	0.66	85.9	20.991	0.000	2
	الدرجة الكلية	4.22	0.55	84.3	23.559	0.000	

أظهرت نتائج جدول (5.9) ما يلي:

جاءت الفقرة (1): تساهم الحوسبة السحابية في الحفاظ على قواعد البيانات في حال

حدوث كوارث طبيعية أو تقنية أو حرائق في المرتبة الأولى بوزن نسبي (87.3%)، وقيمة

احتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن درجة الموافقة على هذه الفقرة كبيرة

جداً. يرى الباحث أن الموظفين يدركون جيداً بأن أي شيء يتم استخدامه مادياً يمكن أن يتعرض

للتلف أو لكوارث طبيعية فبفضل الحوسبة الموارد المادية تقدم كخدمات من قبل المزود. وجاءت

الفقرة (3): تغني الحوسبة السحابية عن اهتمام الجامعة بخصائص وقدرات الحواسيب المستخدمة لأنها من اختصاص مزود الخدمة في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (81.4%)، وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن درجة الموافقة على هذه الفقرة كبيرة. يرى الباحث ذلك إلى توفير التكلفة لجامعة الإسراء من شراء حواسيب متطورة للتعامل مع السحابة فهي لا تحتاج لحواسيب متطورة لأي حاسوب بدرجة متوسطة يمكن العمل من خلاله. وبلغ الوزن النسبي للدرجة الكلية لاستجابات المبحوثين على فقرات محور البنية التحتية كخدمة (84.3%)، وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن درجة الموافقة على محور البنية التحتية كخدمة كبيرة جداً. يعزو الباحث ذلك إلى مدى إدراك الموظفين لهذا البعد.

5.2.2.4 تحليل محور: المستخدم:

جدول (5.10): تحليل محور: المستخدم

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي (%)	قيمة اختبار (T)	القيمة الاحتمالية (sig)	الترتيب
1	توفر الحوسبة السحابية للموظفين واجهات سهلة الاستخدام	4.34	0.69	86.8	20.909	0.000	1
2	تدرب الجامعة الموظفين لإكسابهم مهارات حول كيفية استخدام الحوسبة السحابية	4.05	0.67	81.0	16.757	0.000	5
3	تستخدم أدوات تتعلق بالحوسبة السحابية لأداء مهامك الوظيفية مثل (SLACK, Office 365, Google) (drive	4.22	0.65	84.3	20.211	0.000	3
4	يحتاج الموظف لجهاز حاسوب متطور لاستخدام الحوسبة السحابية	4.10	0.66	81.9	17.751	0.000	4
5	يستطيع المستخدم للحوسبة السحابية العمل من أي مكان وفي أي وقت	4.26	0.65	85.2	20.800	0.000	2
	الدرجة الكلية	4.19	0.45	83.9	28.662	0.000	

أظهرت نتائج جدول (5.10) ما يلي:

جاءت الفقرة (1): توفر الحوسبة السحابية للموظفين واجهات سهلة الاستخدام في المرتبة الأولى بوزن نسبي (86.8%)، وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن درجة الموافقة على هذه الفقرة كبيرة جداً. ويرى الباحث أن بعض البرامج التي يتعامل بها الموظفون عبر السحابة مثل البريد الإلكتروني وموقع الجامعة وبعض تطبيقات جوجل تتمتع بواجهة سهلة الاستخدام. وجاءت الفقرة (2): تدرب الجامعة الموظفين لإكسابهم مهارات حول

كيفية استخدام الحوسبة السحابية في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (81.0%)، وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن درجة الموافقة على هذه الفقرة كبيرة. يرى الباحث أن أي تغيير يحتاج لأرضية صلبة وتدريب الموظفين للعمل على السحابة من الخيارات الواجب توافرها. وبلغ الوزن النسبي للدرجة الكلية لاستجابات المبحوثين على فقرات محور المستخدم (83.9%)، وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن درجة الموافقة على محور المستخدم كبيرة. ويرى الباحث أن الموظفين بجامعة الإسراء يريدون التحول التام إلى الحوسبة السحابية.

5.2.2.4 تحليل محور: إدارة العلاقة مع العملاء :

جدول (5.11): تحليل محور: إدارة العلاقة مع العملاء

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي (%)	قيمة اختبار (T)	القيمة الاحتمالية (sig)	الترتيب
1	تعمل إدارة الجامعة على كسب رضا ولاء العملاء من خلال تقديم أفضل الخدمات للعملاء .	4.44	0.65	88.9	23.761	0.000	1
2	تعمل الجامعة على زيادة وعي الموظفين لرغبات العملاء .	4.30	0.64	86.1	21.937	0.000	5
3	تعمل الجامعة على المساعدة وحل المشكلات التي تواجه العملاء .	4.30	0.65	85.9	21.424	0.000	6
4	يشعر العملاء بالرضا عن الخدمة المقدمة في الجامعة.	4.29	0.65	85.7	21.374	0.000	7
5	يتحدث العملاء بصورة إيجابية عن الجامعة.	4.22	0.60	84.3	21.621	0.000	14
6	تقوم الجامعة بتجديد وتحديث المعلومات الخاصة بعملائها.	4.37	0.68	87.3	21.541	0.000	3
7	تزود البيانات حول العملاء الموظفين بالمعرفة بالعملاء لإشباع رغباتهم الحالية والمستقبلية.	4.28	0.66	85.6	20.888	0.000	8
8	تمتلك الجامعة قاعدة بيانات عن كل عملائها.	4.26	0.66	85.2	20.381	0.000	10
9	تزود الجامعة عملائها بالمعلومات الكاملة عن الطلب الملائم.	4.35	0.66	87.0	21.806	0.000	4
10	تعمل إدارة العملاء على تطوير عروضها الخاصة لجذب العملاء .	4.23	0.68	84.7	19.483	0.000	13
11	تمتلك الجامعة الخبرة والمهارة اللازمة في الخدمات والتسويق لتحقيق النجاح في إدارة العلاقة مع العملاء .	4.41	0.66	88.2	22.858	0.000	2
12	يتم تصميم برامج تدريب للعاملين في الجامعة لتطوير المهارات المطلوبة	4.20	0.65	84.0	19.750	0.000	17

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي (%)	قيمة اختبار (T)	القيمة الاحتمالية (sig)	الترتيب
	لاكتساب وتعميق العلاقة مع العملاء .						
13	تمتلك الجامعة خطة متكاملة لتنفيذ أنظمة إدارة العلاقة مع العملاء .	4.22	0.67	84.3	19.411	0.000	15
14	يتم بناء الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقة مع العملاء على أساس المحافظة على العملاء وتقديم أفضل خدمة لهم.	4.16	0.59	83.1	21.155	0.000	19
15	تعتبر بناء علاقات قوية مع العملاء هي مسئولية مشتركة عند جميع موظفي الجامعة.	4.27	0.68	85.4	20.035	0.000	9
16	تطبق الجامعة التكنولوجيا لأتمتة عملياتها التسويقية المتعلقة بالعناية بالعملاء.	4.26	0.69	85.2	19.614	0.000	11
17	تستخدم الجامعة التكنولوجيا الحديثة في بناء وتحديث قواعد بياناتها عن العملاء بشكل دوري ومتواصل.	4.24	0.76	84.9	17.635	0.000	12
18	نجحت الجامعة في بناء مجتمعات الكترونية تساهم في زيادة ولاء العملاء .	4.15	0.73	83.0	16.898	0.000	20
19	تعزز التكنولوجيا المستخدمة في إدارة العلاقة مع العميل من فرصة اكتساب عملاء جدد.	4.22	0.71	84.3	18.372	0.000	16
20	تعمل التكنولوجيا المستخدمة على تحليل وتخزين وتحويل بيانات العملاء إلى معلومات مفيدة لتوطيد العلاقة مع العملاء.	4.19	0.76	83.8	16.817	0.000	18
	الدرجة الكلية	4.27	0.47	85.3	28.853	0.000	

أظهرت نتائج جدول (5.11) ما يلي:

جاءت الفقرة (1): تعمل إدارة الجامعة على كسب رضا ولاء العملاء من خلال تقديم

أفضل الخدمات للعملاء في المرتبة الأولى بوزن نسبي (88.9%)، وبقية احتمالية (0.000)

وهي أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن درجة الموافقة على هذه الفقرة كبيرة جداً. يرى الباحث أن جامعة الإسراء حريصة في المحافظة على عملائها. وجاءت الفقرة (18): **نجحت الجامعة في بناء مجتمعات الكترونية تساهم في زيادة ولاء العملاء** في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (83.0%)، وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن درجة الموافقة على هذه الفقرة كبيرة. يعزو الباحث تلك الى مواكبة الجامعة ومراقبتها للتطور التكنولوجي. وبلغ الوزن النسبي للدرجة الكلية لاستجابات المبحوثين على فقرات محور **إدارة العلاقة مع العملاء** (85.3%)، وبقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن مستوى إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسراء بقطاع غزة بدرجة كبيرة جداً. يعزو الباحث ذلك إلى المسؤولية التي يتحملها جميع الموظفين نحو تلبية رغبات العملاء وكسب ولائهم وامتثالهم.

5.3 اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الحوسبة السحابية وأبعادها (البرمجيات كخدمة، المنصات كخدمة، البنية التحتية كخدمة، المستخدم) وإدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسراء بقطاع غزة.

لاختبار هذه الفرضية تم إيجاد معامل ارتباط بيرسون لدراسة العلاقة بين الحوسبة السحابية وإدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسراء بقطاع غزة.

جدول (5.12): معامل الارتباط بين الحوسبة السحابية وإدارة العلاقة مع العملاء

إدارة العلاقة مع العملاء		المتغير
القيمة الاحتمالية	معامل الارتباط	
*0.000	0.53	البرمجيات كخدمة
*0.000	0.50	المنصات كخدمة
*0.000	0.44	البنية التحتية كخدمة
*0.000	0.54	المستخدم
*0.000	0.60	الحوسبة السحابية

* الارتباط دال إحصائياً

أظهرت نتائج جدول (5.12) أن القيمة الاحتمالية لمعامل الارتباط بيرسون أقل من (0.05)، وهذا يدل على أنه: توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$) بين الحوسبة السحابية وأبعادها (البرمجيات كخدمة، المنصات كخدمة، البنية التحتية كخدمة، المستخدم) وإدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسراء بقطاع غزة، وبذلك يمكن قبول الفرضية. ويرى الباحث أن توافر متطلبات الحوسبة السحابية من بنية تحتية وبرمجيات في جامعة الإسراء وتدريب الموظفين وتنمية مهاراتهم في استخدامها، سينعكس إيجابياً على إدارة العلاقة مع العملاء.

الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للحوسبة السحابية (البرمجيات كخدمة، المنصات كخدمة، البنية التحتية كخدمة، المستخدم) على إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسراء بقطاع غزة.

تم استخدام نموذج الانحدار المتعدد لاختبار أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع، وإيجاد معادلة تربط بينهما.

جدول (5.13): أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع

المتغير	قيمة المعامل	قيمة (T)	القيمة الاحتمالية	قيمة اختبار (F) للنموذج	R ² للنموذج
المقدار الثابت	1.33	3.678	*0.000	*33.349	0.37
المستخدم	0.37	3.870	*0.000		
البرمجيات كخدمة	0.32	3.646	*0.000		
المنصات كخدمة	0.17	1.591	//0.193		
البنية التحتية كخدمة	0.01	0.114	//0.664		

* القيمة الاحتمالية دالة إحصائيًا عند $\alpha \leq 0.05$

// القيمة الاحتمالية غير دالة إحصائيًا عند $\alpha \leq 0.05$

من خلال جدول (5.13) تم استخدام طريقة "stepwise" لإيجاد أفضل معادلة لخط الانحدار المتعدد وقد تبين أن محاور الحوسبة السحابية (المستخدم، البرمجيات كخدمة) تؤثر بصورة جوهرية على (إدارة العلاقة مع العملاء) حسب طريقة "stepwise"، حيث لوحظ أن القيمة الاحتمالية لهذه المحاور أقل من مستوى الدلالة 0.05. بينما لوحظ أن محاور (المنصات كخدمة، البنية التحتية كخدمة) تؤثر بنسبة أقل على (إدارة العلاقة مع العملاء) حيث إن القيمة الاحتمالية لهذه المحاور أكبر من 0.05. ويوضح الجدول السابق قيمة (اختبار F) حيث يلاحظ أنها دالة إحصائيًا مما يدل على القوة التفسيرية لنموذج الانحدار الخطي المتعدد من الناحية

الإحصائية. كما أن "معامل التحديد (R^2) يساوي 0.37 وهذا يدل على أن محاور الحوسبة

السحابية التالية (المستخدم، البرمجيات كخدمة) فسرت 37% من التباين الكلي في (إدارة العلاقة

مع العملاء) والباقي يرجع لعوامل أخرى، ويمكن صياغة معادلة الانحدار في الصورة التالية:

$$\text{إدارة العلاقة مع العملاء} = 1.33 + (0.37 \times \text{المستخدم}) + (0.32 \times \text{البرمجيات كخدمة})$$

يرى الباحث أن المستخدمين هم القاعدة الصلبة التي يمكن بتطويرها وتنمية مهاراتهم

وتدريبهم على استخدام الحوسبة السحابية والبرمجيات المتعلقة بإدارة العملاء أن تؤثر بصورة

إيجابية على إدارة العلاقة مع العملاء وهذا لا ينفي تأثير بعدي المنصة كخدمة والبنية التحتية

كخدمة، ولكن بدرجة أقل.

الفرضية الرئيسية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات المبحوثين حول الحوسبة السحابية في جامعة الإسراء بقطاع غزة تعزى للمتغيرات الديموغرافية التالية (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، طبيعة الوظيفة).

للتحقق من هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T)، واختبار (One Way Anova).

أولاً: تحليل الفروقات المرتبطة بمتغير النوع الاجتماعي:

جدول (5.14): تحليل الفروقات في الحوسبة السحابية وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار (T)	القيمة الاحتمالية
ذكر	4.21	0.42	0.767	//0.445
أنثى	4.28	0.41		

// القيمة الاحتمالية غير دالة إحصائياً

تُظهر نتائج جدول (5.14) أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار (T) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذا يدل على أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول الحوسبة السحابية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي. ويرى الباحث أن التطور التكنولوجي المتسارع واستخدام الجامعة للحوسبة السحابية، الأمر الذي حتم على الموظفين بلا استثناء ذكوراً أو إناثاً تنمية مهاراتهم لاستخدام الحوسبة السحابية مما عمل على تقارب وجهات نظرهم حول الحوسبة السحابية.

ثانياً: تحليل الفروقات المرتبطة بمتغير العمر:

جدول (5.15): تحليل الفروقات في الحوسبة السحابية وفقاً لمتغير العمر

القيمة الاحتمالية	قيمة الاختبار	المتوسطات		
		40 سنة فأكثر	من 30 إلى أقل من 40 سنة	أقل من 30 سنة
//0.920	0.083	4.21	4.23	4.26

// القيمة الاحتمالية غير دالة إحصائياً

تُظهر نتائج جدول (5.15) أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول الحوسبة السحابية تعزى لمتغير العمر. يعزو الباحث ذلك إلى حداثة موضوع الحوسبة السحابية إلى جانب انسجام آرائهم فيما يتعلق بالحوسبة السحابية وضرورة تعامل جميع الفئات معها ومواكبتها.

ثالثاً: تحليل الفروقات المرتبطة بمتغير المؤهل العلمي:

جدول (5.16): تحليل الفروقات في الحوسبة السحابية وفقاً لمتغير المؤهل العلمي

القيمة الاحتمالية	قيمة الاختبار	المتوسطات			
		دكتوراه	ماجستير	بكالوريوس	دبلوم
*0.024	3.267	4.47	4.12	4.22	4.22

* القيمة الاحتمالية دالة إحصائياً

تُظهر نتائج جدول (5.16) أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يدل على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول الحوسبة السحابية تعزى

لمتغير المؤهل العلمي، والفروق كانت لصالح الذين مؤهلهم العلمي دكتوراه. يرى الباحث أن حملة الدكتوراه على دراية أكبر بأبحاث الحوسبة السحابية ولديهم إدراك أعلى لمتطلباتها ووظائفها وأهميتها وطريقة عملها.

رابعاً: تحليل الفروقات المرتبطة بمتغير سنوات الخدمة:

جدول (5.17): تحليل الفروقات في الحوسبة السحابية وفقاً لمتغير سنوات الخدمة

القيمة الاحتمالية	قيمة الاختبار	المتوسطات		
		10 سنوات فأكثر	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	أقل من 5 سنوات
//0.692	0.369	4.17	4.24	4.26

// القيمة الاحتمالية غير دالة إحصائياً

تُظهر نتائج جدول (5.17) أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول الحوسبة السحابية تعزى لمتغير سنوات الخدمة. يرى الباحث أن جميع الموظفين في جامعة الإسراء يتعاملون مع الحوسبة السحابية مهما اختلفت سنوات الخدمة لأن جامعة الإسراء مواكبة لهذه التقنية وتطوراتها.

خامساً: تحليل الفروقات المرتبطة بمتغير طبيعة الوظيفة:

جدول (5.18): تحليل الفروقات في الحوسبة السحابية وفقاً لمتغير طبيعة الوظيفة

القيمة الاحتمالية	قيمة الاختبار	المتوسطات		
		أكاديمي بمنصب إداري	إداري	أكاديمي
//0.077	2.619	4.20	4.19	4.42

// القيمة الاحتمالية غير دالة إحصائياً

تُظهر نتائج جدول (5.18) أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يدل على أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول الحوسبة السحابية تعزى لمتغير طبيعة الوظيفة. يرى الباحث أن غالبية الموظفين في جامعة الإسراء لديهم خلفية عن تقنية الحوسبة السحابية فجميع الوظائف يمكن أن تتم باستخدام الحوسبة السحابية.

الفرضية الرئيسية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات المبحوثين حول إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسراء بقطاع غزة تعزى للمتغيرات الديموغرافية التالية (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، طبيعة الوظيفة).

للتحقق من هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T)، واختبار (One Way Anova).

أولاً: تحليل الفروقات المرتبطة بمتغير النوع الاجتماعي:

جدول (5.19): تحليل الفروقات في إدارة العلاقة مع العملاء وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار (T)	القيمة الاحتمالية
ذكر	4.22	0.49	0.389	//0.698
أنثى	4.26	0.39		

// القيمة الاحتمالية غير دالة إحصائياً

تُظهر نتائج جدول (5.19) أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار (T) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذا يدل على أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول إدارة العلاقة مع العملاء تعزى لمتغير النوع الاجتماعي. يرى الباحث أن جميع الموظفين لديهم نفس المسؤولية نحو العملاء سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً.

ثانياً: تحليل الفروقات المرتبطة بمتغير العمر:

جدول (5.20): تحليل الفروقات في إدارة العلاقة مع العملاء وفقاً لمتغير العمر

القيمة الاحتمالية	قيمة الاختبار	المتوسطات		
		40 سنة فأكثر	من 30 إلى أقل من 40 سنة	أقل من 30 سنة
//0.429	0.853	4.19	4.32	4.21

// القيمة الاحتمالية غير دالة إحصائياً

تُظهر نتائج جدول (5.20) أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول إدارة العلاقة مع العملاء تعزى لمتغير العمر. يعزو الباحث أن أفراد العينة متقاربين في الأعمار فهي من فئة الشباب وجميعهم يعرفون كيفية التعامل مع العملاء ومتطلباتهم الوظيفية اتجاههم.

ثالثاً: تحليل الفروقات المرتبطة بمتغير المؤهل العلمي:

جدول (5.21): تحليل الفروقات في إدارة العلاقة مع العملاء وفقاً لمتغير المؤهل العلمي

القيمة الاحتمالية	قيمة الاختبار	المتوسطات			
		دكتوراه	ماجستير	بكالوريوس	دبلوم
//0.740	0.418	4.36	4.24	4.23	4.30

// القيمة الاحتمالية غير دالة إحصائياً

تُظهر نتائج جدول (5.21) أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول إدارة العلاقة مع العملاء

تعزى لمتغير المؤهل العلمي. يرى الباحث أن الموظفين في جامعة الإسراء يقومون بالمهام الموكلة إليهم على أكمل وجه كل في مكانه يشغله لذلك تشابهت آرائهم

رابعاً: تحليل الفروقات المرتبطة بمتغير سنوات الخدمة:

جدول (5.22): تحليل الفروقات في إدارة العلاقة مع العملاء وفقاً لمتغير سنوات الخدمة

القيمة الاحتمالية	قيمة الاختبار	المتوسطات		
		10 سنوات فأكثر	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	أقل من 5 سنوات
//0.520	0.657	4.17	4.31	4.26

// القيمة الاحتمالية غير دالة إحصائياً

تُظهر نتائج جدول (5.22) أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يدل على أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول إدارة العلاقة مع العملاء تعزى لمتغير سنوات الخدمة. يرى الباحث أن الموظفين يعملون في نفس المجال والجميع مطالب بالتعامل مع العملاء، وجذبهم وبناء علاقات جيدة معهم.

خامساً: تحليل الفروقات المرتبطة بمتغير طبيعة الوظيفة:

جدول (5.23): تحليل الفروقات في إدارة العلاقة مع العملاء وفقاً لمتغير طبيعة الوظيفة

القيمة الاحتمالية	قيمة الاختبار	المتوسطات		
		أكاديمي بمنصب إداري	إداري	أكاديمي
//0.731	0.315	4.20	4.29	4.24

// القيمة الاحتمالية غير دالة إحصائياً

تُظهر نتائج جدول (5.23) أن القيمة الاحتمالية (sig) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يدل على أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول إدارة العلاقة مع العملاء تعزى لمتغير طبيعة الوظيفة. يرى الباحث أن جميع الموظفين في جامعة الإسراء يعملون بصورة متكاملة من أجل الارتقاء بالجامعة لذلك تقاربت وجهات نظرهم حول إدارة العلاقة مع العملاء.

الفصل السادس

النتائج والتوصيات

6.1 نتائج الدراسة

6.2 التوصيات

تمهيد

استعرض الباحث في هذه الدراسة أثر تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين إدارة العلاقة مع العملاء بجامعة الإسراء بقطاع غزة، ومن خلال ما تطرق إليه من تأصيل لمتغيرات الدراسة نظرياً، وبالإضافة إلى ما تم جمعه من الاستبانة كمصدر أولى للدراسة، وبعد تحليل بيانات محاور الدارسة المتمثلة بالمتغير المستقل والتابع، خلصت هذه الدراسة إلى الآتي:

6.1 نتائج الدراسة

6.1.1 النتائج المتعلقة بمتغيرات الدراسة:

6.1.1.1 النتائج المتعلقة بالمتغير المستقل (الحوسبة السحابية):

أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى استخدام الحوسبة السحابية في جامعة الإسراء بقطاع غزة بدرجة كبيرة جداً وبوزن نسبي (84.7%). وجاءت محاور الحوسبة السحابية على النحو الآتي:

- جاء محور البرمجيات كخدمة بالمرتبة الأولى بوزن نسبي (86.6%).
- جاء محور البنية التحتية كخدمة في المرتبة الثانية بوزن نسبي (84.3%).
- جاء محور المنصات كخدمة في المرتبة الثالثة بوزن نسبي (84.0%).
- جاء محور المستخدم في المرتبة الرابعة بوزن نسبي (83.9%).

6.1.1.2 النتائج المتعلقة بالمتغير التابع (إدارة العلاقة مع العملاء):

أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى إدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسراء بقطاع غزة بدرجة كبيرة جداً وبوزن نسبي (85.3%).

6.1.2 النتائج المتعلقة باختبار الفرضيات:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الحوسبة السحابية وأبعادها (البرمجيات كخدمة، المنصات كخدمة، البنية التحتية كخدمة، المستخدم) وإدارة العلاقة مع العملاء في جامعة الإسراء بقطاع غزة.
- يوجد أثر لأبعاد الحوسبة السحابية (المستخدم، البرمجيات كخدمة) على (إدارة العلاقة مع العملاء) في جامعة الإسراء بقطاع غزة، بينما لا يوجد أثر لأبعاد الحوسبة (المنصات كخدمة، البنية التحتية كخدمة) على (إدارة العلاقة مع العملاء).
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول الحوسبة السحابية تعزى للمتغيرات الديموغرافية التالية (النوع الاجتماعي، العمر، سنوات الخدمة، طبيعة الوظيفة). بينما وجدت فروق تعزى لمتغير المؤهل العلمي.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات المبحوثين حول إدارة العلاقة مع العملاء تعزى للمتغيرات الديموغرافية التالية (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، طبيعة الوظيفة).

6.2 التوصيات

6.2.1 التوصيات المتعلقة بمتغيرات الدراسة

6.2.1.1 التوصيات المتعلقة بالمتغير المستقل تطبيق الحوسبة السحابية

- استخدام أقسام متخصصة لتعزيز الحوسبة السحابية.
- تدريب العاملين على استخدام الحوسبة السحابية.
- تشجيع الموظفين على تنمية مهاراتهم في استخدام الحوسبة السحابية.
- تأهيل موظفي نظم المعلومات لدعم تطوير أنظمة الحوسبة السحابية.
- تقوم الإدارة العليا بوضع قوانين ولوائح لحماية استخدام الحوسبة السحابية.
- أن تقوم الجامعة بتعيين موظفين يمتلكون المهارات اللازمة لاستخدام الحوسبة السحابية.

6.2.1.2 التوصيات المتعلقة بالمتغير التابع إدارة العلاقة مع العملاء.

- حث الموظفين على التحلي بروح المسؤولية في إدارة العلاقة مع العملاء.
- عمل دوائر خاصة بإدارة العلاقة مع العملاء.
- دعم إدارة العلاقة مع العملاء من قبل الإدارة العليا.
- تدريب العاملين على كيفية التعامل مع العملاء.
- تنمية مهارة العاملين التكنولوجية الحديثة.
- توفير التسهيلات التنظيمية لإدارة العلاقة مع العملاء.
- عمل قاعدة بيانات لحفظ معلومات العملاء وبياناتهم.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

ثانياً: المراجع الأجنبية

أولاً: المراجع العربية

القرآن الكريم، (المجادلة، 11).

أبو النجا، آمنة. (2017). إدارة علاقة العملاء وأثرها على جودة العلاقة والاحتفاظ بالعميل دراسة

تطبيقية. *المجلة المصرية للدراسات التجارية*، 83(17). تاريخ الاسترداد 18 ابريل، 2023، من

https://alat.journals.ekb.eg/article_209636_6bcb8ff2340e7bbe086755340

07eef6e.pdf

إسماعيل، عمار، مبارز، اسامة. (2020). دور تقنية الحوسبة السحابية في تحسين جودة الخدمة

التعليمية. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية*، 8(02)، 1-53. تاريخ الاسترداد 7

يوليو، 2023، من

https://masf.journals.ekb.eg/article_162157_038cd35bb1919f456d03a95

8d5d0cc7a.pdf

باهتي شهرزاد، و عائشة عيعد صالح. (2021). دور السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في تحقيق

رضا العملاء. *DSpace*. تاريخ الاسترداد 26 مايو، 2023، من: <https://short-link.me/Pgeo>

بدوي، شيماء. (30 يونيو، 2022). *أنواع العملاء الـ 9 وطرق التعامل معهم بذكاء لكسبهم*.

24/ابريل/2023. تاريخ الاسترداد 9 مايو، 2023، من: www.alrab7on.com:

[/https://www.alrab7on.com/types-of-customers](https://www.alrab7on.com/types-of-customers)

برنامج ادارة علاقات العملاء السحابية. (10 يناير، 2018). *SOLUTION TIME*. 1 (10)

تاريخ الاسترداد 2023، من:

<https://short-link.me/Pgew>

بلبل، أدهم. (2011). تقييم مدى نجاح تطبيق نظام إدارة علاقات العملاء في شركة جوال للمحافظة على مستوى ولاء المشتركين. دراسة حالة قطاع غزة. مكتبة الجامعة الإسلامية. تاريخ الاسترداد 15 مايو، 2023، من

https://library.iugaza.edu.ps/book_details.aspx?edition_no=108076

بن سعيد، أمين، عبد الرحيم، نادية، مخلوف، أحمد. (31 12، 2018). مستقبل نظم المعلومات المحاسبية في ظل تكنولوجيا الحوسبة السحابية. مجلة الميادين الاقتصادية، 1(01)، 7-20. تاريخ الاسترداد 5 يوليو، 2023، من

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/613/1/1/125341>

تحسين ادارة العلاقة مع العملاء باستخدام IBM CLOUD. (2023). تاريخ الاسترداد 10 1، 2023، من <https://fastercapital.com>

تجور، علي. (2022). الحوسبة السحابية في خدمة التعليم. مجلة أرض الشام، 1(01)، 1-16. تاريخ الاسترداد 21 مايو، 2023، من

<https://journal.shamlands.net/index.php/SLJ/article/view/12/5>

جامعة الاسراء غزة. (15 MARCH, 2023). تاريخ الاسترداد 12 يوليو، 2023، من الموسوعة الحرة: <https://short-link.me/PgeB>

جامعة الاسراء غزة. (25 يونيو، 2023). تم الاسترداد من الموسوعة الحرة ويكيبيديا:

<https://short-link.me/PgeO>

الحسن، عبير. (14 يونيو، 2022). أنواع العملاء وكيفية التعامل معهم. تاريخ الاسترداد 18 مايو، 2023، من لينكد ان: <https://short-link.me/PgeS>

حسونة، اسماعيل. (January, 2023 28). فاعلية منصة إلكترونية قائمة على الحوسبة السحابية

لخفض الفاقد في مهارات البرمجة وتنمية اليقظة لها لدى طالبات المرحلة الإعدادية بمدارس

الأونروا. المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعليم الإلكتروني، 17 (1). تاريخ الاسترداد 18 ابريل،

2023، من

<https://journals.qou.edu/index.php/jropenres/article/view/4220/3151>

حسين، ليث، أحمد، اسامة. (2017). إمكانية توظيف الحوسبة السحابية المتقدمة في تطبيقات

الصحة المتقدمة. مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، 4 (40)، 78-100. تم الاسترداد من

<https://iasj.net/iasj/download/e2142d94e37fc127>

الحلاق، أفنان. (2021). دور تطبيقات الحوسبة الرقمية السحابية المبتكرة في تحسين أداء الجامعة

الاسلامية. من مكتبة الجامعة الإسلامية. تاريخ الاسترداد 14 مارس، 2023،:

https://library.iugaza.edu.ps/book_details.aspx?edition_no=142641

حماد، علي. (2022). تطوير المواقع الالكترونية. مكتبة نور. تاريخ الاسترداد 1 مايو، 2023، من

<https://short-link.me/MS9d> :

خروف، منير، فريحة، لندا. (2019). أهمية ودور التسويق العصبي في زيادة تنافسية منظمات

الأعمال - دراسة نظرية تحليلية- مع الإشارة إلى تجربة شركة نيلسن. المالية والاسواق، 3 (01)،

74-44. تاريخ الاسترداد 11 يوليو، 2023، من

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/329/3/1/26271>

الخرينج، ناصر، المزين، أحمد. (يوليو، 2020). دور الحوسبة السحابية في تطوير خدمات المعلومات في المكتبات الأكاديمية. : المجلة العلمية للمكتبات والوثائق والمعلومات، 2(04). تم الاسترداد من

https://jslmf.journals.ekb.eg/article_92762_df6d634eb913adc2e7710f87a7ce1176.pdf

دغمان، هالة، حجام، العربي. (30 نوفمبر، 2021). تطبيقات حوكمة الحوسبة السحابية كآلية للتنمية المستدامة في الجزائر. مجلة التميز الفكري للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 3(03)، 169-179. تاريخ الاسترداد 17 مارس، 2023، من

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/695/3/3/171068>

رجم، خالد. (2019). الحوسبة السحابية أساسيات ومبادئ وتطبيقات. الرياض: معهد الادارة العامة. تاريخ الاسترداد 23 ابريل، 2023، من: <https://short-link.me/MS9m/>

رؤى، حمود. (22 مايو، 2023). أنواع الحوسبة السحابية: 4 نماذج أساسية في النشر على السحابة. تاريخ الاسترداد 17 يونيو، 2023، من www.rmg-sa.com:

<https://short-link.me/MS9p>

الرؤية والرسالة. (25 يونيو، 2023). جامعة الإسراء. تاريخ الاسترداد 27 يوليو، 2023، من:

<https://short-link.me/Pqfn>

زيادي، محمد، الحاج، عرابة. (30 يونيو، 2021). دور النظم الخبيرة في إدارة العلاقة مع العملاء في شركة توزيع الكهرباء الجزائرية. *المجلة الجزائرية للدراسات الاقتصادية والإدارية*، 1(01)، 64-78. تاريخ الاسترداد 24 يوليو، 2023، من

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/903/1/1/217939>

سليم، عزوان، هادي، عادل، 2006، إدارة علاقات الزبائن: *أطار مفاهيمي لفلسفة تسويقية حديثة* كلية الرافدين، 31 (8)

سليمان، لمياء. (31 ديسمبر، 2022). *توسيط ثقة العملاء بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة الشركة دراسة تطبيقية من منظور عملاء شركة الاتصالات المصرية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية*، 14(02)، 1-45. تاريخ الاسترداد 9 يوليو، 2023، من

https://masf.journals.ekb.eg/article_278072_470322b6c19f707ebd29a2a3c95ab731.pdf

سيد، رحاب. (2013). *نظم الحوسبة السحابية مفتوحة المصدر: دراسة تحليلية مقارنة*. 5(02)، 18-41. تاريخ الاسترداد 25 يناير، 2023، من

<https://portal.arid.my/Publications/57ef831a-1a05-4705-8f83-5f211cdef06a.pdf>

الشيتي، ايناس . (2013). *إمكانية استخدام تقنية الحوسبة السحابية-جامعة القصيم. المؤتمر الدولي الثالث للتعليم الالكتروني والتعليم عن بعد*.

شيماء الزناتي. (13 June, 2022). *مكونات الحوسبة السحابية. المرسال*. تاريخ الاسترداد 13 مايو، 2023، من : <https://www.almrsal.com/post/928161>

طرايفي، نضيرة، زيرق، سوسن. (2022). واقع استخدام تطبيقات الحوسبة السحابية في تفعيل التعليم المحاسبي. مجلة دفاتر بودكس، 11(02)، 67-89. تاريخ الاسترداد 21 مارس، 2023، من:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/195/11/2/209059>

طه، محمد. (30 أبريل، 2016). فاعلية برنامج قائم على تطبيقات الحوسبة السحابية في تنمية مهارات استخدام عناصر الوسائط الفائقة لدى معلمي المرحلة الإعدادية. مجلة كلية التربية. 32(2)،

317-340. تم الاسترداد من: <https://ebook.univeyes.com/205797>

طهراوي، حياة. (2021). الحوسبة السحابية كآلية لتفعيل التعليم الإلكتروني في مؤسسات التعليم العالي الجزائري. مجلة البحوث والدراسات العلمية. 15(01)، 1-26. تاريخ الاسترداد 20 فبراير،

2023، من <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/450/15/1/143437>

العتل، محمد، الشمري، عبيدة، العنزي، دلال. (2020). متطلبات استخدام الحوسبة السحابية في تدريس مقرر الحاسوب من وجهة نظر. MKMGT، 77(01)، 289-328. تاريخ الاسترداد 10 مايو، 2023، من

https://mkmgmt.journals.ekb.eg/article_135083_5f1af48afb17f90e0dc04c3aaaf99d5a.pdf

العاطي، رباب، (2018)، إدارة خدمة العملاء، مصر، دار التعليم الجامعي.

عرفان، محمد. (2023). الحوسبة. الأرنية، 120. تاريخ الاسترداد 17 يونيو، 2023، من <http://iugaza.ps.com>

الغصين، لما. (2014). دور برامج إدارة علاقة العملاء في خلق ميزة تنافسية. الدراسة الى معرفة دور برامج إدارة علاقة العملاء في خلق ميزة تنافسية في شركة فيوجن. مكتبة الجامعة الاسلامية.

تاريخ الاسترداد 2 يوليو، 2023، من

https://library.iugaza.edu.ps/book_details.aspx?edition_no=124720

الغويري، راكان. (2 كانون اول، 2022). تطبيقات الخدمات السحابية في الحياة اليومية. *المجلة*

العربية للنشر العلمي، 5(50)، 891-904. تاريخ الاسترداد 26 فبراير، 2023، من:

<https://n9.cl/dnz6y>

فارس، رامي. (21 سبتمبر، 2022). أثر توافر متطلبات تطبيق الحوسبة السحابية في تحسين الأداء الوظيفي لدى موظفي الشركات الفلسطينية المزودة لخدمات الانترنت – المحافظات الجنوبية. *مجلة*

جامعة الأقصى. تاريخ الاسترداد 20 يوليو، 2023، من: <https://short-link.me/MS9D>

فرکش، هند. (2020). تقنية الحوسبة السحابية ودورها في نظام الأرشفة الالكترونية. *التراث*،

10(02)، 293-312. تاريخ الاسترداد 18 ابريل، 2023، من

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/323/10/4/130629>

فريق عمل دفتر. (16 مارس، 2023). ما هي ادارة العلاقة مع العملاء. *دفتر*. تاريخ الاسترداد 28

يونيو، 2023، من: <https://short-link.me/Pgfu>

الفيفي، يحيى. (30 يونيو، 2022). واقع تقنية الحوسبة السحابية لدى شركات الاتصالات في

المملكة العربية السعودية، ومعرفة التوجهات والخطط المستقبلية للحوسبة السحابية. *مجلة العلوم*

الهندسية وتكنولوجيا المعلومات، 6(04)، 43-72. تاريخ الاسترداد 6 يونيو، 2023، من

<https://journals.ajsrp.com/index.php/jesit/article/view/5278/5026>

قاسم، سامر، كنعان، علي. (2018). العلاقة بين أبعاد إدارة علاقات العملاء والأداء المصرفي

دراسة ميدانية على المصارف الخاصة في محافظة اللاذقية. *العلوم الاقتصادية والقانون*،

40(05)، 189-210. تاريخ الاسترداد 8 مايو، 2023، من

<http://journal.tishreen.edu.sy/index.php/econlaw/article/view/4837/4603>

قريقع، محمد. (2014). فعالية برنامج تدريبي لتوظيف تطبيقات الحوسبة السحابية في تنمية المهارات

الالكترونية التعليمية لدى معلمي التكنولوجيا. *مكتبة الجامعة الاسلامية*. تاريخ الاسترداد 22 يوليو،

2023، من

https://library.iugaza.edu.ps/book_details.aspx?edition_no=126947

قويدر، هدى. (2022). تاريخ إدارة العلاقة مع العملاء. رؤيا تاريخ الاسترداد 30 مارس، 2023،

من:

<https://short-link.me/MS9P>

كلو، صباح. (19 مارس، 2015). لحوسبة السحابية: مفهومها وتطبيقاتها في مجال المكتبات ومراكز

المعلومات. *كيو ساينس*، 8، 2-11. تاريخ الاسترداد 1 ابريل، 2023، من: <https://short-link.me/MS9U>

[link.me/MS9U](https://short-link.me/MS9U)

ما هي إدارة علاقات العملاء CRM. (16 مارس، 2023). *بفترة*. تاريخ الاسترداد 1 يونيو، 2023،

من: <https://short-link.me/PgfZ>

المبارك، رعاش. (2021). استخدام تطبيقات الحوسبة السحابية في العملية التعليمية. *ASJP*،

8(04)، 20-49. تاريخ الاسترداد 23 يونيو، 2023، من

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/380/8/4/163431>

مجدوب، خيرة، زياني، عبد الحق. (2021). فعالية COBIT5 في الحد من مخاطر الحوسبة السحابية: دراسة استطلاعية على مجموعة من البنوك التجارية ولاية تيارت. *ASJP*, 15 (02)، 221-236. تاريخ الاسترداد 24 مايو، 2023، من

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/211/15/2/173405>

مختار. (1 may, 2022). ما هي أنواع الحوسبة السحابية ؟ وما هي أنواع خدمات الحوسبة السحابية؟. *Motaber*. تاريخ الاسترداد 27 مايو، 2023، من :

[/https://motaber.com/types-of-cloud-computing](https://motaber.com/types-of-cloud-computing)

مرازقة، عيسى ، مخلوف، سهام. (1 6, 2017). أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل. *الاقتصاد الصناعي*, 7 (01)، 386-404. تاريخ الاسترداد 24 يونيو، 2023، من

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/83/7/1/33135>

معوض، محمد. (2013). الحوسبة السحابية وتطبيقاتها في بيئة المكتبات. *مكتبت الملك فهد الوطنية*.

تاريخ الاسترداد 17 فبراير، 2023، من [https://www.slideshare.net/Muawwad/ss-](https://www.slideshare.net/Muawwad/ss-14361956) 14361956

المقصود بإدارة علاقات العملاء CRM. (28 may, 2023). *ZOHO*. تاريخ الاسترداد 9 يونيو،

2023، من: <https://www.zoho.com/ar/crm/what-is-crm.html>

المنصوري، فادية، يونس، محمد، المرضي، محمد . (2023). مساهمة تقنية الحوسبة السحابية في

تحسين التعليم المحاسبي وتحديات استخدامها من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بأقسام

المحاسبة_دراسة حالة على جامعة عمر المختار ... جامعة سرت، 6(02)، 238-259. تاريخ

الاسترداد 13 يوليو، 2023، من

<https://journal.su.edu.ly/index.php/esj/article/view/1220/952>

المنيري، شريهان. (27 december, 2011). مفهوم الحوسبة السحابية. تاريخ الاسترداد 10 يناير،

2023، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني. من:

https://accronline.com/article_detail.aspx?id=2422

مؤسسات التربية والتعليم العالي المرخصة الجامعات. (15 يونيو، 2023). وزارة التعليم العالي

والبحث العلمي. تاريخ الاسترداد 30 يونيو، 2023، من: <https://short-link.me/Pggi>

ناصر الدين، ر. و. (1 12, 2018). إدارة علاقة العملاء في البنوك العامة في فلسطين: مقترحات

للتطوير. الدراسة لتوضيح مفهوم إدارة العملاء، وبيان واقع تطبيقها في البنوك العامة في فلسطين،

ومعرفة الاستراتيجيات المستخدمة في البنوك لتعزيزها، وتقديم من:

<http://dspace.hebron.edu/xmlui/handle/123456789/580?show=full>

النجار، محمود. (2018). مدى جهوزية المؤسسات الخيرية الفلسطينية في قطاع غزة لتبني

الحوسبة السحابية. مكتبة الجامعة الإسلامية. تاريخ الاسترداد 28 ديسمبر، 2022، من

<https://library.iugaza.edu.ps/thesis/124013.pdf>

نموذج البرمجيات القائم على السحابة. (12 4, 2023). تاريخ الاسترداد 3 مايو، 2023، من

/Oracle: <https://www.oracle.com/sa-ar/cloud/what-is-cloud-computing>

هاشم، علي. (18 يوليو، 2022). *أنواع العملاء وكيف تتعامل معهم*. تاريخ الاسترداد 19 مايو،

2023، من: www.businessesyemen.com:

<https://www.businessesyemen.com/2022/07/Types%20of%20clients%20and%20how%20to%20deal%20with%20them.html>

الهمص، اسماعيل. (2022). *مدى فعالية استخدام خدمات الحوسبة السحابية في تحسين خدمة المعلومات دراسة حالة: البلديات الكبرى في قطاع غزة*. مكتبة الجامعة الإسلامية. تاريخ الاسترداد 12 يونيو، 2023، من

https://library.iugaza.edu.ps/book_details.aspx?edition_no=146017

هيئة التحرير. (6، 12، 2021). *أنواع العملاء وكيفية التعامل معهم*. النجاح. تاريخ الاسترداد 16

يوليو، 2023، من: <https://short-link.me/MSaB>

يوسف، خلف الله، قويدر، معاش. (2022). *الحاجة إلى الحوسبة السحابية لتطوير التعليم الإلكتروني في مؤسسات التعليم العالي بين التنظير والتطبيق*. *ASJP*، 7 (03)، 957-969. تاريخ الاسترداد 22 مارس، 2023، من

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/351/7/3/191768>

ثانياً: المراجع الأجنبية

- ABUBAKER, B. (2022, 31 مارس). Customer Relationship Management And The Quality Of Banking Services Case Study On Algerian Banking Sector. *مجلة اقتصادية الأعمال والتجارة*, 7(01), 731-744. Retrieved 2023, مايو 23, from <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/480/7/1/185517>
- AMON TECHNOLOGY. (2023). *Difference Between Cloud computing and Conventional Computing*. Retrieved from CISIN: <https://www.cisin.com/coffee-break/technology/difference-between-cloud-computing-and-conventional-computing.html>
- Andra, N. -I., Radu, A. -C., Zaman, G., Stoica, I., & Răpan, F. (2020). Cloud Computing Usage in SMEs. An Empirical Study Based on SMEs Employees Perceptions. *Sustainability MDPI*, 12(12), 1-14. Retrieved 2023, يوليو 14, from <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/12/4960>
- Bahri, N. (2022). *Social Customer Relationship Management (Social-CRM) in the Era of Web 4.0*. tunisia: IGI. Retrieved 2023, فبراير 18, from https://books.google.ps/books?id=62t4EAAAQBAJ&printsec=frontcover&vq=crm&hl=ar&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q=crm&f=false
- Bardicchia, M. (2022). *Digital CRM: Strategies and Emerging Trends: Building Customer Relationship in the Digital Era*. معرفة.
- Bhadoria, A. (2021, September 2). *Customer Relationship Management Software Vs Customer Success Platform*. Retrieved 2023, أبريل 16, from [smartkarrot.com: https://www.smartkarrot.com/resources/blog/crm-vs-customer-success-platform/](https://www.smartkarrot.com/resources/blog/crm-vs-customer-success-platform/)
- BOUZERGUI, K. (2021, يونيو 20). CLOUD SOLUTIONS: As An Alternative Option To Adopting IT Solutions: What Are The Opportunities For ALGERIAN SMES? *مجلة الريادة الاقتصادية للأعمال*, 7(03), 83-103. Retrieved 2023, فبراير 12, from <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/510/7/3/155967>
- Creeger, M. (2009, 6 1). Cloud Computing: An Overview. ACM. Retrieved from <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/1551644.1554608>

- David, M. (2023, Aug 8). Top Cloud Computing Trend In 2023. *simplilearn*. Retrieved 2023 ,12 أغسطس, from <https://www.simplilearn.com/trends-in-cloud-computing-article>
- Hiran, K. K., Doshi, R., Fagbola, T., & Mahrishi, M. (2019). *Cloud Computing: Master the Concepts, Architecture and Applications with Real-world examples and Case studies* (1 ed.). India: BPB Publication. Retrieved 2023 ,14 يونيو, from <https://dokumen.pub/qdownload/cloud-computing-master-the-concepts-architecture-and-applications-with-real-world-examples-and-case-studies-9388511409-9789388511407.html>
- joy, m. (n.d.). *CPaaS and UCaaS Compared and Explained*. Retrieved 2023 ,15 مايو, from onsip: <https://www.onsip.com/voip-resources/voip-fundamentals/cpaas-and-ucaas-compared-and-explained>
- Klie, L. (2022, april 1). *CRM's Storied Past*. Retrieved 2023 ,7 يناير, from destination crm: <https://www.destinationcrm.com/Articles/Editorial/Magazine-Features/CRMs-Storied-Past-152166.aspx>
- Linthicum, D. (2009). *Cloud computing and SOA convergence in your enterprise: a step-by-step guide*. America: EBIN. Retrieved 2023 ,5 أبريل, from <https://ebin.pub/qdownload/cloud-computing-and-soa-convergence-in-your-enterprise-a-step-by-step-guide-0136009220-9780136009221.html>
- Mahyar Amini 1, 3. N. (2023). A Multi-Perspective Framework Established on Diffusion of Innovation (DOI). *International Journal of Information Technology and Innovation Adoption*, 18. Retrieved 2023 ,3 أبريل, from <https://is.gd/tenIvE>
- Manvi, S., & Shyam, G. (2021). *Cloud Computing Concepts and Tecknologies*. London: First. Retrieved 2023 ,3 مايو
- McCready, M., Ginjupalli, R., & Dolan, L. (2022, 12 14). نماذج نشر البنية التحتية. Retrieved 2023 ,3 مارس, from Microsoft: <https://learn.microsoft.com/ar-sa/azure/confidential-computing/confidential-computing-deployment-models>
- Mell, P., & Grance, T. (2011). The NIST Definition of Cloud Computing. *NIST*, 1-7. Retrieved 2023 ,19 يناير, from <https://nvlpubs.nist.gov/nistpubs/legacy/sp/nistspecialpublication800-145.pdf>

- NEICU, A. (2020, JUNE 18). Cloud Computing Usage in SMEs. An Empirical Study Based on SMEs Employees Perceptions. *SUSTAINABILITY*, 12(12). Retrieved 2023 ,19 مايو, from <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/12/4960>
- Ngelyaratan, D., & Soediantono, D. (2022). Customer Relationship Management (CRM) and Recommendation for Implementation in the Defense Industry: A Literature Review. *JIEMAR*, 3(03). Retrieved 2023 ,8 يونيو, from <https://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/279/205>
- Pardeshi, V. H. (2014). Cloud Computing for Higher Education Institutes: Architecture,. *sciencedirect*, 11, 589-599. Retrieved 2023 ,15 ابريل, from:<https://short-link.me/Pgip>
- Parnell, B., Woodcock, N., Stone, M., & Aravopoulou, E. (2019, March). SCHEMA: Information on marketing and customer engagement performance – reality versus dreams. *The Bottom Line Managing Library Finances*, 32(01), 98-116. Retrieved 2023 ,18 يولي, from https://www.researchgate.net/publication/331883811_SCHEMA_Information_on_marketing_and_customer_engagement_performance_-_reality_versus_dreams
- Platform-as-a-Service*. (2023, 4 15). Retrieved 2023 ,12 مايو, from IBM: <https://www.ibm.com/topics/paas>
- SIGALA, M. (2018, August 21). Implementing social customer relationship management: A process framework and implications in tourism and hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Retrieved 2023 ,27 يونيو, from <https://iranarze.ir/wp-content/uploads/2018/10/E9902-IranArze.pdf>
- Sofi, M. R., Bashir, I., & Parry, M. A. (2020). The effect of customer relationship management (CRM) dimensions on hotel customer's satisfaction in Kashmir. *International Journal of Tourism Cities*, 6(03), 601-620. Retrieved 2023 ,7 يونيو, from https://www.researchgate.net/publication/342071911_The_effect_of_customer_relationship_management_CRM_dimensions_on_hotel_customer's_satisfaction_in_Kashmir
- Toi, G. d., Dullweber, A., Hatherall, R., & Moreau, M. (2018). Customer Experience Tools. *BAIN & COMPANY*, 1-16. Retrieved 2023 ,11 يولي, from

https://media.bain.com/Images/BAIN_BRIEF_Customer_Experience_Tools_and_Trends_2018.pdf

Velte, A., Velte, T. J., & Elsenpeter, R. (2010). *Cloud Computing: A practical Approach*. United States: McGraw-Hill Companies. Retrieved 2023, 14 يونيو, from: <https://short-link.me/PggG>

Vinoth, S., Vemula, H. L., Haralayya, B., Mamgain, P., Hasan, M. F., & Naved, M. (2022). Application of cloud computing in banking and e-commerce and related. *Elsevier Ltd.* Retrieved 2023, 2 أغسطس, from https://www.researchgate.net/profile/Mohd-Naved/publication/356761386_Application_of_cloud_computing_in_banking_and_e-commerce_and_related_security_threats/links/625cf5ae4173a21a0d1aaa9c/Application-of-cloud-computing-in-banking-and-e-commerce-and-related

WAHYUNI, T. (2018). Why Should MSMEs Adopt Accounting Application with Cloud Computing? The Reality of MSMEs in Depok, West Java. *KNE SOCIAL SCIENCES*, 3(11), 1400-1414. Retrieved 2023, 25 يونيو, from https://www.researchgate.net/publication/326917729_Why_Should_MSMEs_Adopt_Accounting_Application_with_Cloud_Computing_The_Reality_of_MSMEs_in_Depok_West_Java

Wang, M.-y. (2008). Measuring e-CRM service quality in the library context: a preliminary study. *The Electronic library*, 26(06), 896-911. Retrieved 2023, 6 يوليو, from <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/02640470810921655/full/html> williams. (2005). *relationship customer*. gaza: maktoop

المقابلات

مقابلة/ د. احمد صليبي عميد كلية تكنولوجيا المعلومات، يوم 2023/7/11 الساعة 11:00،

مكتب كلية تكنولوجيا المعلومات.

مقابلة/ م. حسن عبد الله أبو حسين، مدير دائرة تكنولوجيا المعلومات، 2023/7/12 الساعة

9:30، مكتب العلاقات العامة.

مقابلة/ د. أحمد إسماعيل الحساينة، نائب رئيس الجامعة، 2023/8/29 الساعة 12:30

مكتب نائب رئيس الجامعة

الملاحق

ضع إشارة (✓) في المربع الذي ينطبق على حالتك

1- النوع الاجتماعي

☐ ذكر ☐ أنثى

2- الفئة العمرية

☐ أقل من 30 سنة ☐ من 30- أقل من 40 سنة ☐ 40 سنة فأكثر

3- المؤهل العلمي

☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه

4- سنوات الخدمة

☐ أقل من 5 سنوات ☐ من 5- أقل من 10 سنوات ☐ 10 سنوات فأكثر

5- طبيعة الوظيفة

☐ أكاديمي ☐ إداري ☐ أكاديمي بمنصب إداري

ثانياً: مجالات الاستبانة

المحور الأول: الحوسبة السحابية

وهي عبارة عن نموذج تكنولوجي، يتكون من مجموعة من الموارد الحاسوبية المترابطة، يمكن للمستخدم استخدامها في أداء أعماله، ولا يتحمل أعباء صيانتها وتطوير التكنولوجيا المستخدمة فيها. مثل برامج Google drive و Office 365 و Slack HubSpot الى جانب وحدات التخزين وقواعد البيانات والمنصات المحملة بالتطبيقات السابقة مثل منصة أمازون.

البعد الأول: البرمجيات كخدمة SaaS					
المقصود بها: خدمات التطبيقات السحابية. يتم تشغيلها مباشرة من خلال متصفح الويب مما يلغي الحاجة إلى أي تنزيل أو تثبيت للتطبيقات على سبيل المثال، Slack HubSpot وتطبيقات Google					
م	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	

1	تساهم الحوسبة السحابية في المواكبة التقنية للأجهزة والبرمجيات.				
2	يسعى مزود خدمة الحوسبة السحابية إلى تطوير البرمجيات المستخدمة بالاعتماد على كفاءات متخصصة.				
3	توفر الحوسبة السحابية برمجيات حسب متطلبات العمل.				
4	تسمح الحوسبة السحابية بالاستفادة من الخبرات البرمجية لمزود الخدمة السحابية.				
5	تسمح مرونة نظم التشغيل والتطبيقات السحابية بالتعامل مع كل أنظمة التشغيل التقليدية.				

البعد الثاني: المنصات كخدمة PaaS					
المقصود بها: تشبه PaaS خدمات SaaS لكنها توفر نظاما أساسيا للمستخدمين لإنشاء برامجهم وتطبيقاتهم وتجربتها ومن أمثلتها: Windows Azure , Magneto					
م	الفقرة	موافق بشدة	موافق	م	غير موافق بشدة
1	تتيح الحوسبة السحابية للجامعات نشر وتطوير تطبيقاتها.				
2	يوفر مزود الخدمة البيئة المناسبة لتطبيقات الجامعة.				
3	توفر الحوسبة السحابية الموارد اللازمة للعمل حسب احتياجات الجامعة.				
4	تتيح الحوسبة السحابية للجامعة تجريب تطبيقاتها في بيئة مريحة.				
5	يقوم مزود الخدمة بإدارة البنية التحتية في (نظام المنصة كخدمة) حيث تمتلك الجامعة المنصة.				
البعد الثالث: البنية التحتية كخدمة IaaS					
تدير IaaS بيئات وقت تشغيل بيانات التطبيق والبرمجيات الوسيطة. يوفر خدمات افتراضية تلغي الحاجة إلى موارد الحوسبة المادية مثل ذاكرة الوصول العشوائي ووحدة المعالجة المركزية ومراكز البيانات. في IaaS ، تقوم الشركات بتشغيل الخوادم الافتراضية والشبكات والتخزين على السحابة على أساس مدفوع.					

م	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تساهم الحوسبة السحابية في الحفاظ على قواعد البيانات في حال حدوث كوارث طبيعية أو تقنية أو حرائق					
2	توفر الحوسبة السحابية مرونة عالية في توسيع قدرات التخزين					
3	تغني الحوسبة السحابية عن اهتمام الجامعة بخصائص وقدرات الحواسيب المستخدمة لأنها من اختصاص مزود الخدمة					
4	تتحكم الحوسبة السحابية في السعة التخزينية لقواعد البيانات دون عوائق فنية					
5	تخفض الحوسبة السحابية الضغط الفني على الأجهزة الموجودة في الجامعة					

البعد الرابع: المستخدم						
وهو الشخص أو الشركة التي تستفيد من خدمات الحوسبة السحابية وتستخدمها من خلال واجهات سهلة الاستخدام وذلك فقط باستخدام جهاز حاسوب أو جوال أو تابلت أو أجهزة ذكية أخرى واتصال جيد بالإنترنت.						
م	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	توفر الحوسبة السحابية للموظفين واجهات سهلة الاستخدام					
2	تدرب الجامعة الموظفين لإكسابهم مهارات حول كيفية استخدام الحوسبة السحابية					
3	تستخدم أدوات تتعلق بالحوسبة السحابية لأداء مهامك الوظيفية مثل (SLACK, Office 365, Google drive)					
4	يحتاج الموظف لجهاز حاسوب متطور لاستخدام الحوسبة السحابية					
5	يستطيع المستخدم للحوسبة السحابية العمل من أي مكان					

						وفي أي وقت
--	--	--	--	--	--	------------

المحور الثاني: إدارة العلاقة مع العملاء

إدارة العلاقة مع العملاء : وهي الإدارة المسؤولة عن الحفاظ على العملاء الحاليين وكسب عملاء جدد وبناء علاقات قوية مع العملاء والعمل على إرضاء العملاء وصولاً بهم إلى الولاء والامتنان						
م	الفقرة	موافق: بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تعمل إدارة الجامعة على كسب رضا وولاء العملاء من خلال تقديم أفضل الخدمات للعملاء.					
2	تعمل الجامعة على زيادة وعي الموظفين لرغبات العملاء.					
3	تعمل الجامعة على المساعدة وحل المشكلات التي تواجه العملاء.					
4	يشعر العملاء بالرضا عن الخدمة المقدمة في الجامعة.					
5	يتحدث العملاء بصورة إيجابية عن الجامعة.					
6	تقوم الجامعة بتجديد وتحديث المعلومات الخاصة بعملائها.					
7	تزود البيانات حول العملاء الموظفين بالمعرفة بالعملاء لإشباع رغباتهم الحالية والمستقبلية.					
8	تمتلك الجامعة قاعدة بيانات عن كل عملائها.					
9	تزود الجامعة عملائها بالمعلومات الكاملة عن الطلب الملائم.					
10	تعمل إدارة العملاء على تطوير عروضها الخاصة لجذب العملاء.					
11	تمتلك الجامعة الخبرة والمهارة اللازمة في الخدمات والتسويق لتحقيق النجاح في إدارة العلاقة مع العملاء.					
12	يتم تصميم برامج تدريب للعاملين في الجامعة لتطوير المهارات المطلوبة لاكتساب وتعميق العلاقة مع العملاء.					
13	تمتلك الجامعة خطة متكاملة لتنفيذ أنظمة إدارة العلاقة مع العملاء.					
14	يتم بناء الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقة مع العملاء على					

					أساس المحافظة على العملاء وتقديم أفضل خدمة لهم.	
					تعتبر بناء علاقات قوية مع العملاء هي مسؤولية مشتركة عند جميع موظفي الجامعة.	15
					تطبق الجامعة التكنولوجيا لأتمتة عملياتها التسويقية المتعلقة بالعناية بالعملاء.	16
					تستخدم الجامعة التكنولوجيا الحديثة في بناء وتحديث قواعد بياناتها عن العملاء بشكل دوري ومتواصل.	17
					نجحت الجامعة في بناء مجتمعات الكترونية تساهم في زيادة ولاء العملاء.	18
					تعزز التكنولوجيا المستخدمة في إدارة العلاقة مع العميل من فرصة اكتساب عملاء جدد.	19
					تعمل التكنولوجيا المستخدمة على تحليل وتخزين وتحويل بيانات العملاء إلى معلومات مفيدة لتوطيد العلاقة مع العملاء.	20

ملحق رقم (2): قائمة بأسماء السادة المحكمين

م	الاسم	المسمى الوظيفي	الكلية	مكان العمل
1	د. رامز عزمي بدير	محاضر جامعي	كلية العلوم الإدارية والمالية	جامعة الأزهر
2	د. مفيد الشيخ علي	محاضر جامعي + عميد كلية ا	كلية العلوم الإدارية والمالية	جامعة الأزهر
3	د. ياسر عادل أبو مصطفى	محاضر جامعي	كلية العلوم الإدارية والمالية	جامعة فلسطين
4	د. إسلام عصام هلالو	أستاذ مساعد	كلية العلوم الإدارية والمالية	جامعة الأقصى
5	د. يوسف احمد يوسف	أستاذ مساعد	كلية العلوم الإدارية والمالية	جامعة الأقصى
6	د. هناء محمود ناجي	رئيس قسم الإشراف التربوي	كلية الإدارة التربوية	جامعة الأقصى
7	د. محمد سالم أبو يوسف	رئيس قسم	كلية العلوم الإدارية والمالية	جامعة الإسراء
8	د. أحمد عزات صليبي	أستاذ مساعد	كلية العلوم الإدارية والمالية	جامعة الإسراء
9	هدى عبد المنعم لبد	محاضر جامعي	كلية تكنولوجيا المعلومات	جامعة الإسراء

ملحق رقم (3): المقابلة

مقابلة (1)

السيد / د. احمد صليبي

عميد كلية تكنولوجيا المعلومات

موعد المقابلة يوم 2023/7/11 الساعة 11:00 في مكتب كلية تكنولوجيا المعلومات

أسئلة المقابلة

1- هل تستخدم جامعة الإسراء الحوسبة السحابية؟

نعم تستخدم جامعة الإسراء الحوسبة السحابية

2- الى أي مدى تستخدم جامعة الإسراء الحوسبة السحابية؟

تستخدم جامعة الإسراء الحوسبة السحابية بدرجة متوسطة

3- هل تتبنى جامعة الإسراء الحوسبة السحابية؟

نعم بنسبة تتراوح من 70%-80%

4- ما هي الأنماط المستخدمة في الحوسبة السحابية في الجامعة؟

تستخدم الجامعة نظام البرمجيات كخدمة (SaaS)

5- هل تفكر الجامعة بالانتقال بشكل كامل الى الحوسبة السحابية

نعم بشكل تدريجي

6- من وجهة نظرك هل ترى أن الموظفين لديهم المهارات المطلوبة لاستخدام الحوسبة

السحابية؟

نعم الموظفين لديهم المهارات اللازمة لاستخدام الحوسبة السحابية

7- إن كانت الجامعة تتبنى الحوسبة السحابية بما تفسر وجود عدد من السيرفرات داخل الجامعة؟

حفظ البيانات بشكل آمن أكثر والخوف من ضياع المعلومات

8- من وجهة نظرك من أفضل استخدام النظام التقليدي أم استخدام أنظمة الحوسبة السحابية؟

الحوسبة السحابية لكنها تحتاج الى إنترنت فائق السرعة مع الأخذ بالحسبان الأمور المتعلقة بالسرية والخصوصية وكذلك هل يتم حفظ البيانات وتشغيلها وحمايتها أم لا

9- هل الانتقال الى الحوسبة السحابية أحد خيارات وأهداف الجامعة مستقبلاً؟

10- لو افترضنا الانتقال الى الحوسبة السحابية خيار استراتيجي في الجامعة هل تمتلك الجامعة البيئة المناسبة للانتقال الى الحوسبة السحابية؟

توجد البيئة المناسبة للتحويل الى الحوسبة السحابية

11- من وجهة نظرك هل أنت من مؤيدي الانتقال الى الحوسبة السحابية بشكل كامل؟

نعم أنا أحد مؤيدي الانتقال الى الحوسبة السحابية بشكل كامل

12- ما هي الصعوبات التي ممكن أن تواجهها الجامعة في حال الانتقال الى الحوسبة السحابية؟

تدريب الكادر الوظيفي لاستخدام الحوسبة السحابية

رفع سرعة الإنترنت

حماية البيانات وخصوصيتها

والتكلفة

مقابلة (2)

السيد :/ م. حسن عبد الله أبو حسين

مدير دائرة تكنولوجيا المعلومات

موعد المقابلة يوم 2023/7/12 الساعة 9:30 في مكتب العلاقات العامة

أسئلة المقابلة

1- هل تستخدم جامعة الإسراء الحوسبة السحابية؟

صحيح تستخدم جامعة الإسراء الحوسبة السحابية

2- الى أي مدى تستخدم جامعة الإسراء الحوسبة السحابية؟

تستخدم جامعة الإسراء الحوسبة السحابية بنسبة 75% تقريبا

3- هل تتبنى جامعة الإسراء الحوسبة السحابية؟

تتبنى الجامعة الحوسبة السحابية

4- ما هي الأنماط المستخدمة في الحوسبة السحابية في الجامعة؟

تستخدم الجامعة معظم أنواع السحب وأنظمتها (SaaS, PaaS, IaaS)

5- هل تفكر الجامعة بالانتقال بشكل كامل الى الحوسبة السحابية

نعم

6- من وجهة نظرك هل ترى أن الموظفين لديهم المهارات المطلوبة لاستخدام الحوسبة

السحابية؟

يملك الموظفون المهارات الى حد ما

7- إن كانت الجامعة تتبنى الحوسبة السحابية بما تفسر وجود عدد من السيرفرات داخل

الجامعة؟

حفظ البيانات بشكل آمن وأكثر والخوف من ضياع المعلومات

سابقا كان العمل على الشبكة المحلية فقط

8- من وجهة نظرك من أفضل استخدام النظام التقليدي أم استخدام أنظمة الحوسبة السحابية؟

أفضل الحوسبة السحابية لكن الوضع في قطاع غزة له ظروف خاصة مثل الحروب وثقافة المجتمع

9- هل الانتقال الى الحوسبة السحابية أحد خيارات وأهداف الجامعة مستقبلا؟

نعم أحد خيارات الجامعة

10- لو افترضنا الانتقال إلى الحوسبة السحابية خيار استراتيجي في الجامعة هل تمتلك الجامعة البيئة المناسبة للانتقال إلى الحوسبة السحابية؟

توجد البيئة المناسبة للتحويل الى الحوسبة السحابية

11- من وجهة نظرك هل أنت من مؤيدي الانتقال الى الحوسبة السحابية بشكل كامل؟

نعم أنا أحد مؤيدي الانتقال الى الحوسبة السحابية بشكل كامل

12- ما هي الصعوبات التي ممكن أن تواجهها الجامعة في حال الانتقال الى الحوسبة السحابية؟

تدريب الكادر الوظيفي لاستخدام الحوسبة السحابية

ضعف الإنترنت

انقطاع التيار الكهربائي

مقابلة (3)

السيد/ د. أحمد إسماعيل الحساينة (نائب رئيس الجامعة)

تم التسجيل في مقطع صوتي وتفريغه بواسطة الباحث وجاء في المقطع الصوتي عدة أسئلة

الباحث: حدثنا عن تاريخ الجامعة

د. أحمد الحساينة: أنشأت الجامعة عام 2014 وأخذت الترخيص من وزارة التعليم العالي لكن اول ما بدأت كانت كلية جامعية وكان هنالك شرط عند بناء المبنى ستتحوّل الى جامعة، في عام 2020 تحولت الى جامعة وبدأ التدريس فيها في عام 2015 شهر سبتمبر.

الباحث: بم تفسر عدد الإناث 38 في العينة أي بمقار الثلث؟

د. أحمد الحساينة: هذه نسبة كبيرة بالنسبة لدول العالم الحديثة وفرصة المرأة كبيرة جداً، وانتهجت الجامعة انه لا يوجد تفرقة لا على العرق ولا على الجنس ولا على الدين ولا حتى الآراء السياسية إنما نتبع الكفاءة سواء رجل أو امرأة

الباحث: بماذا تفسر عدد الإداريين الكبير في الجامعة؟

د. أحمد الحساينة: الإداريين موزعين الى مبرمجين وأفراد أمن وسكرتارية ومدراء دوائر والعدد مناسب لحجم الجامعة

الباحث: بم تفسر أن الفئة العمرية الغالبة أقل من 40 عام؟

د. أحمد الحساينة: الجامعة شابة وتستقطب الشباب وذلك لإعطاء فرصة عمل لشباب جديد لا يعمل وذلك لأنه يعطي الجامعة انتماؤه الكلي ووقت فراغه الكلي.

الباحث: ما هي الشهادات التي حصلت عليها الجامعة؟

د. أحمد الحساينة: جامعة الإسراء أول جامعة في فلسطين تحصل على شهادة الجودة العالمية (ISO9001:2015) للشق الأكاديمي، وأول جامعة تتضمن مجلتها العلمية للعلوم التطبيقية لتصنيف اسكوبس وهي من أعلى التصنيفات العلمية في العالم، والجامعة عضو في جميع اتحادات الجامعات الإسلامية، والعربية، والعلمية، والدولية

الباحث: كم يبلغ عدد عملاء الجامعة؟

د. أحمد الحساينة: يبلغ عدد الطلاب لعام (2022-2023) 3270 طالباً وطالبة.

الباحث: هل تستطيع الجامعة استيعاب عدد أكبر من عدد الطلاب الحالي؟

د. أحمد الحساينة: تتسع الجامعة تقريباً الى 18 ألف طالب في ساعات مختلفة وفقاً لمساحة البناء.