

Амер Моршед

Оцінка впливу розширеної аналітики на системи управління клієнтами телекомунікаційних фірм ОАЕ

На тлі швидких технологічних досягнень в галузі телекомунікацій в Об'єднаних Арабських Еміратах для оптимізації управління відносинами з клієнтами все частіше використовується аналітика великих даних. Проаналізовано вплив великих даних на задоволеність клієнтів, прийняття рішень, ефективність діяльності та етичні практики. Дані від 296 зацікавлених сторін, включаючи співробітників, керівництво та клієнтів, було проаналізовано за допомогою моделювання структурними рівняннями та аналізу моментних структур.

Результати показують значний позитивний зв'язок між інтеграцією великих даних і вдосконаленням прийняття рішень в управлінні відносинами з клієнтами ($r = 0,75$, $p < 0,001$), що значно підвищує задоволеність клієнтів ($r = 0,80$, $p < 0,001$). Крім того, інтеграція великих даних безпосередньо впливає на задоволеність клієнтів ($r = 0,42$, $p < 0,001$), що також підтверджує її важливу роль. Однак використання етичних даних спричиняє труднощі, показуючи негативний зв'язок із задоволеністю клієнтів ($r = -0,15$, $p < 0,05$) та прийняттям рішень ($r = -0,50$, $p < 0,001$). Описова статистика вказує на високий рівень використання інтеграції великих даних (середнє = 3,6) та прийняття рішень (середнє = 3,93), тоді як етичні практики оцінюють нижче (середнє = 3,38), а рівень складності аналітики великих даних залишається високим (середнє = 4,43), що показує значні перешкоди для впровадження.

Ключові слова: інтеграція даних, прийняття рішень, задоволеність клієнтів, ефективність діяльності, етичні практики, галузь телекомунікацій

Класифікація JEL: M30, M31, O33, C38



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.