الجمهورية العربية السورية
وزارة التعليم العالي
الجامعة الافتراضية السورية
ماجستير التأهيل والتخصص في ادارة التقانة (**PMTM**)

Syrian Arab Republic
Ministry of Higher Education
Syrian Virtual University

بحث مقدم لنيل شهادة ماجستير التأهيل والتخصص في إدارة التقانة

بعنوان

دور اتباع طرق تنظيم العمل الحديثة في تطوير أداء الشركات ورضا العملاء

"دراسة ميدانية على عملاء شركات الاتصالات في سوريا"

The Role of Adopting Modern Work Organization Methods in Developing Company Performance and Customer Satisfaction

إعداد:

الطالبة: روان البوابيجي

Rawan_200355

المشرف:

الدكتور باسل يونس

S23

ربيع 2023

الإهداء

الحمد لله الذي وفقني وأعانني، وبفضله تتم الصالحات.

إلى نبض القلب وسكينة الروح، أمي الحبيبة، لكِ مني كل الحب والتقدير على صبرك ودعائك الذي كان له بالغ الأثر في مسيرتي، وإلى رمز العطاء والقوة، أبي الغالي، الذي زرع فيّ حب العلم والمثابرة، وساندني في كل خطوة بحنانه وحكمته، لكما أهدي ثمار هذا الجهد.

وإلى أستاذي ومشرفي الفاضل، الدكتور باسل يونس، الذي لم يبخل عليّ بالمعرفة والإرشاد، وكان لتوجيهاته الدقيقة ونصائحه القيّمة أكبر الأثر في إنجاز هذا العمل.

إلى أصدقائي الأوفياء الذين وقفوا إلى جانبي، مقدمين الدعم والمساندة بلا توقع للمقابل، أنتم السند الحقيقي في مواجهة تحديات الحياة.

إلى زملائي الأعزاء الذين شكّلنا معاً روابط من الاحترام والتعاون، وكانت لمشاركتكم وتفاعلكم دور كبير في إثراء هذه الرسالة بالنقاش العلمي البنّاء.

لكم جميعاً أقدم عميق امتناني وتقديري، وأسأل الله أن يجعل هذا العمل زيادة في ميزان حسناتكم وأن يجمعنا دوماً على خير ومحبة.

الشكر

(لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ). [إبراهيم: 7]

وفي بداية كلمتي لا بدّ لي من أتوجه اولاً بالشكر لله عزّ وجلّ الذي وفقني للوصول الى هذه المرحلة العلمية العالية، ومهد لي الطريق لأن أكون بينكم اليوم لأناقش رسالتي في الماجستير.

كما انني أتوجه بالشكر والامتنان لكل من:

أبي الحبيب والدتي الغالية أخوتي.. لا يمكن أن أنسى دعمكم لي وما قدمتموه من أجل فلكم مني كل الحب، ومهما قلت في حقكم من كلمات الشكر فإنني لن أمنحكم ما تستحقونه.

كما انني أقدم أسمى آيات الشكر والعرفان بالجميل للدكتور: باسل يونس الذي تفضّل بقبول الإشراف على رسالة الماجستير، والذي منحني من وقته الثمين ومن بحر معلوماته وخبراته الواسعة ما شكّل إضافة كبيرة للعمل البحثي، حيث كانت توجيهاته ونصائحه المنارة التي استعنت فيها في كامل عملي البحثي، فأسأل الله العزيز أن يجازيه خير الجزاء.

ويطيب لي عرفانًا بالجميل ان أتقدم بجزيل الشكر والعرفان الى الزميل المهندس: عبد الله العمري الذي وقف الى جانبي خلال فترة دراستي هذه من دعم معنوي ومادي وتوجيهي وارشادي حتى أبصر هذا العمل النور.

وأتقدم بوافر التقدير وعظيم الامتنان للجنة المناقشة الأفاضل الذين شرفوني بمناقشة المشروع وعلى دورهم الكبير في إثرائه بملاحظاتهم وتوجيهاتهم.

بالإضافة الى شكري الكبير لجميع أفراد عينة الدراسة الذين منحوني الكثير من وقتهم، وبذلوا الكثير من الجهود في سبيل خروج الرسالة بأدق النتائج واكثرها فعالية.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في هذه الدراسة.

صفحة لجنة الحكم

ملخص الدراسة

يهدف البحث إلى دراسة دور اتباع طرق تنظيم العمل الحديثة في تطوير أداء الشركات وزيادة رضا العملاء في سورية، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في البحث وعدد من الأساليب الإحصائية في برنامجSPSS، بالاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات من مجتمع الدراسة والمكون ممن قاموا بزيارة مراكز خدمة العملاء بشركات الاتصالات سابقا حيث بلغ حجم عينة البحث 86 شخص.

تم استعراض طرق التنظيم الحديثة: التحول الرقمي، أنظمة حجز المواعيد الكترونيا....

وتم توضيح أهمية تنظيم العمل في الشركات الحديثة وأساليب تطوير الأداء وأهمية العملاء ورضاهم بالنسبة للشركات.

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها وجود مستوى مقبول من تطبيق التقنيات الحديثة في الشركات وخصوصا في مراكز خدمة العملاء، وان هناك أثر ذو دلالة إحصائية لكل من (التقنيات الحديثة مثل تطبيق محجوز) في زيادة رضا العملاء وبالتالي تطوير أداء الشركات. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة طردية ايجابية بين رضا العملاء وتطوير أداء الشركات.

كما تبين من الدراسة عدم وجود تأثير للمتغيرات الديموغرافية على رأيهم بالأساليب التنظيم الحديثة ورضا العملاء وتطوير أداء الشركات. وانتهت الدراسة بالكثير من التوصيات والتوجيهات الخاصة بزيادة العوامل الإيجابية من اتباع طرق تنظيم العمل الحديثة التي تزيد في مستوى رضا العملاء تجاه الشركة.

الكلمات المفتاحية: التقنيات الحديثة، التحول الرقمي، مراكز خدمة العملاء، رضا العملاء، تطوير أداء الشركات.

قائمة المحتويات

Contents

الإهداء ii
الشكر iii
صفحة لجنة الحكم iv
ملخص الدراسة v
قائمة المحتويات vi
قائمة الجداول viii
قائمة الاشكال viii
قائمة الملاحق ix
1 الفصل الأول: الإطار المنهجي للبحث 1
1.1 مقدمة: 1
1.2 الدراسات السابقة: 2
1.2.1 الدراسات العربية: 2
1.2.2 الدراسات الأجنبية: 4
1.2.3 التعقيب على الدراسات السابقة: 7
1.3 إشكالية الدراسة: 7
1.4 أهمية الدراسة: 8
1.5 أهداف الدراسة: 9
1.6 متغيرات الدراسة: 9
1.6.1 المتغيرات المستقلة: 9
1.6.2 المتغير التابع: 9
1.7 فرضيات الدراسة: 10
1.7.1 الرئيسية الاولى: 10
1.7.2 الرئيسية الثانية: 10
1.8 منهج الدراسة: 10
1.9 عينة البحث: 12
1.9.1 أداة الدراسة: 12
1.9.2 استخدام أدوات تحليل إحصائي: 12
1.10 حدود الدراسة: 12
1.11 خطة العمل الزمنية: 13
2 الفصل الثاني: الإطار النظري للبحث 14
2.1 طرق تنظيم العمل الحديثة 14
2.1.1 تمهيد: 14
2.1.2 التحول الرقمي: 14
2.1.3 الأتمتة والرقمنة: 22
2.1.4 الدفع الالكتروني: 24
2.1.5 العمل عن بُعد: 26
2.1.6 أنظمة حجز المواعيد الكترونيا: 28
2.1.7 التنظيم والأداء 30
2.2 تعريف التنظيم: 30
2.3 تعريف الأداء التنظيمي 31
2.4 أهداف التطوير التنظيمي: 31
2.4.1 الشروط الأساسية لفعالية التطوير التنظيمي: 31
2.4.2 معوقات التطوير التنظيمي: 32
2.5 أهمية تنظيم العمل في الشركات الحديثة 33
2.6 مفهوم الأداء: 33
2.7 مكونات الأداء: 33

2.8 تحسين الأداء: 34
2.9 تطوير الأداء: 34
2.9.1 مفهوم تطوير الأداء: 35
2.9.2 أساليب تطوير الأداء: 35
2.10 العملاء 36
2.11 تعريف العملاء: 36
2.12 خدمة العملاء: 36
2.13 أهداف خدمة العملاء: 37
2.14 أهمية خدمة العملاء في الشركات الحديثة: 37
2.15 رضا العملاء: 38
3 الفصل الثالث: تطبيقات طرق تنظيم العمل الحديثة 39
3.1 تمهيد 39
3.2 أنظمة الحجز عبر الإنترنت: 39
3.3مواصفات تطوير أنظمة الحجز عبر الانترنت: 39
3.4مصفوفة العلاقة بين رغبات المستهلك وتصميم أنظمة الحجز الالكتروني: 40
3.5 تطبيق محجوز 41
3.6 خصائص وخدمات التطبيق 42
3.7 تصميم التطبيق 43
3.8 طرح التطبيق 43
3.9 ألية العمل: 44
4 الفصل الرابع: الإطار العملي للبحث 46
4.1 نتائج إحصائية للاستبانة 46
4.1.1 الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل 46
4.1.2 عينة البحث: 46
4.1.3 أداة الدراسة: 46
4.1.4 ثبات الاداة: 46
4.1.5 صدق أداة الدراسة: 47
4.1.6 وصف عينة البحث: 49
4.1.7 التحليل الوصفي المتعلق بتقييم أفراد العينة لمحاور الاستبانة: 54
4.1.8 النتائج: 70
4.1.9 التوصيات: 72
4.1.10 مقترحات: 72
4.2 الاستبانة: 73
5 ..... قائمة المراجع:
75 .....
Abstract: 79

قائمة الجداول

رقم الجدول	وصف الجدول	رقم الصفحة
1	يبين مصفوفة العلاقة بين رغبات المستهلك وتصميم أنظمة الحجز عبر الانترنت	61
2-3	معاملات الارتباط بيرسون	73
4-5	معاملات الارتباط بيرسون	74
6	مقياس ليكرت الخماسي	81
7	واقع خدمة العملاء	82
8	محور التقنيات الحديثة	83
9	محور موقع محجوز	84
10	محور رضا العملاء	85
11	محور تطوير أداء الشركات	86
12	اختبار الفرضيات	103

قائمة الاشكال

رقم الشكل	وصف الشكل	رقم الصفحة
.1	يبين المتغير التابع	24
.2	مثال على طريقة الحجز موعد عن طريق منصة محجوز	26
.3	موقع محجوز	70
.4	مثال عن خدمات شركات الاتصالات المضافة على تطبيق محجوز	71
.5	ادخال تطبيق محجوز لمراكز خدمة العملاء	74

.6	تبين طريقة حجز موعد	75
.7	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	82
.8	توزيع أفراد العينة حسب العمر	83
.9	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	84
.10	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	85
.11	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الوظيفية	86
.12	توزيع أفراد العينة حسب المحافظة	87

قائمة الملاحق

1	الاستبانة	107

1 الفصل الأول: الإطار المنهجي للبحث

1.1 مقدمة:

يمثل الوقت عنصراً هاماً في حياتنا اليومية وهو من أهم عناصر الإدارة وأساسي لنجاح أي مدير، حيث يقول بيتر درآر Drucker " إن الوقت هو أثمن موارد المدير، ومن لا يستطيع إدارة وقته لا يستطيع أن يدير أي شيء آخر". [1]

تناولت العديد من الكتب والمراجع موضوع الإدارة والتنظيم [2]، وتم طرح مفاهيم متعددة للتنظيم حيث يعرفه هنري فايول بأنه "إمداد المنشأة بكل ما يساعدها على تأدية وظيفة من المواد الأولية والعدد ورأس المال والأفراد وتستلزم وظيفة التنظيم من المدير إقامة العلاقات بين الأفراد بعضهم ببعض بين الأشياء بعضها ببعض". من ناحية أخرى يعرفه مارشال ديموك بأنه "التجميع المنطقي للأجزاء المترابطة لتكوين كل موحد تمارس من خلاله السلطة والتنسيق والرقابة لتحقيق غرض او هدف محدد "

وفي ظل التطور المستمر الذي يشهده عالم الأعمال والتكنولوجيا، أصبح من الضروري للشركات البحث عن طرق حديثة وفعالة لتنظيم العمل بهدف تحسين الأداء وزيادة رضا العملاء. تعتمد الشركات اليوم على تكنولوجيا المعلومات وأساليب إدارة مبتكرة لتحقيق تحسينات في كفاءة العمل وتحقيق أهدافها بفعالية. من هنا، يأتي دور اتباع طرق تنظيم العمل الحديثة كوسيلة لتعزيز أداء الشركة وزيادة إنتاجيتها في بيئة تنافسية متطورة وزيادة رضا العملاء. تعتبر شركات الاتصالات الشركات الرائدة في قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات في المنطقة، حيث تؤدي دورًا حيويًا في تلبية احتياجات العملاء وتقديم الخدمات ذات الجودة العالية. تواجه الشركة تحديات متعددة في سبيل تحقيق التميز والنجاح المستدام، ومن ضمن هذه التحديات الحاجة إلى تبني وتطبيق طرق تنظيم العمل الحديثة. هناك أهمية كبيرة لأساليب تنظيم العمل الحديثة في تشكيل مستقبل شركات موردي خدمات الاتصالات وصناعات الخدمات بشكل عام، مع التركيز على القدرة على التكيف والكفاءة وتوجيه العملاء.

سيتم من خلال البحث الحالي دراسة وتحليل الدور المحوري لدور أساليب تنظيم العمل الحديثة في تعزيز أداء شركات الاتصالات وزيادة رضا العملاء. تستخدم الدراسة منهج دراسة الحالة الشامل لتحليل تنفيذ أساليب تنظيم العمل الحديثة بشركات الاتصالات داخل قسم خدمة الزبائن. تتضمن تصميم البحث منهجيات نوعية وكمية، بما في ذلك استطلاعات للعملاء وتحليل مفصل لموقع محجوز (منصة حجز الخدمات عبر الإنترنت).

تأتي أهمية هذا البحث من خلال فهم كيفية تأثير اتباع طرق تنظيم العمل الحديثة على تطوير أداء شركات الاتصالات بشكل عام وزيادة رضا العملاء.

---

[1] دره، (1991). ص 47.

[2] (المبحث الثاني مفهوم التنظيم واهميته)

1.2 الدراسات السابقة:

1.2.1 الدراسات العربية:

1- دراسة خالد مصطفى بركات. (2023). أثر تكنولوجيا المعلومات على الأداء المؤسسي: دراسة ميدانية للهيئات العامة الخدمية المصرية. المجلد الرابع والعشرون، العدد الثاني.

هدف البحث إلى اختبار أثر تكنولوجيا المعلومات على الأداء المؤسسي للهيئات العامة، من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة تضم ١٦٢ مبحوثا من العاملين في عدد من الهيئات العامة الخدمية. ولقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها:

تكنولوجيا المعلومات ساهمت في تحسين الأداء المؤسسي للهيئات العامة، من خلال ما يلي: تحسين كفاءة الهيئات العامة، من خلال سرعة الوصول للمعلومات ودعم اتخاذ القرار وخفض عدد المعاملات الورقية، وسرعة إنجاز المعاملات وتحسين كفاءة استخدام الموارد، وتحسين فعالية الهيئات العامة من خلال مساهمة تكنولوجيا المعلومات في بناء وتطوير القدرات المؤسسية وزيادة قدرة الهيئات على تحقيق أهدافها، استدامة الأنشطة والمشروعات، وعقد اتفاقيات التعاون والشراكة المجتمعية وزيادة رضا العملاء، وسرعة الاستجابة لاحتياجاتهم وتحسين نوعية الخدمات. وزيادة قدرة الهيئات العامة على المساهمة في التنمية وتحقيق الأهداف المجتمعية.

2- دراسة رانيا موريس العنيني (2021)"تقييم فعالية أنظمة العمل عن بعد في شركة الاتصالات سيريتل موبايل تيليكوم"

قامت الباحثة بدراسة مدى نجاح الأنظمة المطبقة في شركة الاتصالات السورية سيريتل موبايل تيليكوم في التحول إلى الأنظمة الرقمية عند انتشار وباء كوفيد19، ومدى قدرة هذه الأنظمة على تحقيق الغاية المرجوة منها. كما هدفت إلى التعرف على مقومات العمل عن بعد، وبالتالي معرفة مدى توافرها في شركة سيريتل وما هي المعوقات التي تقف أمام الاستخدام الأمثل لهذه الأنظمة.

يتألف مجتمع الدراسة من جميع موظفي شركة سيريتل التي سمحت طبيعة عملهم بالتحول إلى أنظمة العمل عن بعد، وشملت مديري الوحدات ومشرفي الأقسام حتى الموظفين. وقد اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي للتعامل مع البيانات وتصنيفها بالاعتماد على استبانة تم تصميمها لغرض الدراسة وللوصول للبيانات تم توزيعها إلكترونياً على عينة تتألف من 110 مبحوث. تم العمل على عرض وتحليل نتائج الدراسة عبر برنامج التحليل الإحصائي SPSS من خلال عدد من الأساليب الإحصائية. خلصت الدراسة إلى نجاح تجربة العمل عن بعد في شركة سيريتل بشكل مجمل، وتعزى إلى توافر مجموعة من المقومات البشرية والتقنية والبيئية التي لها أثر ذو دلالة إحصائية على فعالية أنظمة العمل عن بعد، ووجود أثر معدل للمهارات على العلاقة بين البنية التحتية وفعالية العمل عن بعد. وقد أظهرت الدراسة المقدمة وجود علاقة ذو دلالة إحصائية لجميع متغيرات الدراسة، وبأن اتجاهات المبحوثين إيجابية حول تبني العمل عن بعد من خلال زيادة الإنتاجية والرضا.

3- دراسة راما حسين اسحق. (2021)"التحول الرقمي وأثره على تحسين رضا المواطن عن جودة الخدمات الحكومية - - دراسة ميدانية مركز خدمة المواطن الإلكتروني "

هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من وجود علاقة بين أثر التحول الرقمي ممثلا بالخدمات الإلكترونية من خلال أربعة وهي (توفير الوقت، تخفيض البيروقراطية والروتين، الحد من الفساد والعامل الصحي) المقدمة عبر مركز خدمة المواطن، وبين تحسين رضا المواطن عن جودة هذه الخدمات، كما تهدف إلى التحقق من وجود فروق ذات دلالات بين متوسط أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى الرضا عن الخدمات المقدمة عبر مركز خدمة المواطن الإلكتروني تعزى لمتغيرات العمر، الجنس، التحصيل العلمي ونوع العمل.

يتألف مجتمع الدراسة من المواطنين المستفيدين والحاصلين على الخدمات الحكومية عبر مركز خدمة المواطن الإلكتروني، حيث تم توزيع 104 استبيانات تنوعت بين الإلكترونية والمقابلات الشخصية الهاتفية بالتعاون مع المشرفين على مركز الخدمة الإلكتروني، وخلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة ذات أثر إيجابي بين أثر التحول الرقمي بأبعاده الأربعة المدروسة، وبين تحسين رضا المواطن عن جودة الخدمات المقدمة عبر مركز خدمة المواطن الإلكتروني.

كما أنه لم تجد الباحثة فروق حقيقية ذات دلالة إحصائية بين الجنسين وبين الفئات العمرية ونوع العمل، بينما بالمقابل يوجد فروق حقيقية ذات دلالة إحصائية حسب التحصيل العلمي.

وانتهت الدراسة بتقديم بعض المقترحات لتحسين واقع الخدمات الالكترونية من اجل زيادة رضا المواطنين.

4- دراسة فاطمة مطر. (2021)"العمل عن بعد، العوامل المؤثرة فيه، وأثره على أداء الشركات (دراسة حالة شركة **MTN** سوريا)"

هدفت الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة على فعالية العمل عن بعد "العمل من المنزل" خلال جائحة كورونا، وأثرها على أداء الشركات، وذلك في شركة MTN سورية.

مجتمع البحث مؤلف من موظفين وإداريين من مختلف التخصصات والمستويات الوظيفية في شركة MTN سورية، وتم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية، وتم جمع البيانات باستخدام استبانة وتمكنت الباحثة من استرداد /146/ استبانة.

خلصت الدراسة إلى نتائج مفادها أن إنتاجية العمل من المنزل خلال الجائحة، قد تأثرت بشكل كبير بعدة عوامل من أهمها البيئة التقنية التي تم توفيرها للموظفين من قبل إدارة الشركة، وقسم تكنولوجيا المعلومات، والدعم الفني والمنصات الآمنة، يليها توفر عامل الثقة بين الموظفين والإداريين في الشركة، ومن ثم عامل الثقافة التنظيمية المتبعة من قبل الإدارات المختلفة لأقسام الشركة، والثقافة الإدارية لمتابعة وإدارة الأداء بشكل جيد، وأخيرا اختلاف طبيعة الأعمال التي تساهم في مستوى فعالية العمل من المنزل، ونهاية ببعض المتغيرات الديموغرافية والخصائص الشخصية التي لها أثر على الإنتاجية، بالإضافة إلى بعض المعوقات ا لبيئية والظروف الشخصية والالتزامات العائلية.

وأكدت النتائج أن جميع العوامل المذكورة ضمن الدراسة تؤثر بشكل كبير على إنتاجية الموظفين العاملين عن بعد وبالتالي ساهمت في رفع مستوى أداء الشركة في فترة الجائحة.

5- دراسة هنـــاء درويش. (2018)" أثر استراتيجية التحول الرقمي على رضا الزبائن في شركات الاتصالات (دراسة حالة شركة **MTN** سوريا)"

يعتبر تطبيق مفهوم استراتيجية التحول الرقمي من العوامل المسؤولة عن رضا العملاء في شركات الاتصالات منذ ظهور هذا المفهوم، لذلك قامت الباحثة بهذه الدراسة التجريبية بغرض إيجاد أثر تطبيق استراتيجية التحول الرقمي على رضا العملاء في قطاع الاتصالات الخليوية. تم جمع 130 عينة من خلال استبيان منظم، وفي ضوء هذا الاستبيان جرى جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

توصلت الباحثة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق استراتيجية التحول الرقمي من حيث التقنيات المستخدمة، اتمتة العمليات، تحليل البيانات من منصات التواصل الاجتماعي) على كل من خدمة الزبائن والدعم الفني، توفر الخدمة، جودة التغطية.

كما وجدت أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق استراتيجية التحول الرقمي من حيث (أتمتة العمليات وتحليل البيانات) على سعر الخدمات المقدمة من الشركة.

وأيضا توصلت لوجود أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق استراتيجية التحول الرقمي من حيث (تحليل البيانات منصات التواصل الاجتماعي) على ولاء العملاء.

1.2.2 الدراسات الأجنبية:

1- **Masoud, R., & Basahe, S. (2023). The Effects of Digital Transformation on Firm Performance: The Role of Customer Experience and IT Innovation. King Abdul-Aziz University.**

هدف البحث إلى دراسة الأثر الذي يمكن أن يحدثه التحول الرقمي على أداء الشركات، وتحديد القدرات الأساسية التي يجب أن تتوفر لدى الشركات لتحقيق التحول الرقمي الناجح وتحسين أدائها. وركزت الدراسة على دور تجربة العملاء والابتكار في تكنولوجيا المعلومات في تحقيق التحول الرقمي الناجح والحصول على ميزة تنافسية، فقد لفت التحول الرقمي انتباه علماء الإدارة والمنظمات في العقد الماضي. بالإضافة إلى ذلك، تزايد اهتمام الشركات في استخدام التكنولوجيا الرقمية للحصول على ميزة تنافسية. ومع ذلك، تظل الدراسات حول نتائج التحول الرقمي قليلة. لذلك، قامت هذه الدراسة بالتحقيق تجريبياً في تأثير التحول الرقمي على أداء الشركات من خلال تحليل القدرات المطلوبة لتحقيق التحول الرقمي، وتجربة العملاء، والابتكار في تكنولوجيا المعلومات.

تم استخدام استبيان منهجي لجمع البيانات يتألف من 164 ممثلاً لشركات قطاع الخدمات في المملكة العربية السعودية، وهم رؤساء مديري المعلومات ورؤساء مديري التحول ومديري تكنولوجيا المعلومات.

خلصت هذه الدراسة إلى أن التحول الرقمي وتجربة العملاء والابتكار في تكنولوجيا المعلومات يؤثرون إيجابيًا على أداء الشركة، مع وجود تأثير أقوى بالنسبة لتجربة العملاء.

كما وضحت الدراسة ان التحول الرقمي الإنتاجي يعزز تجربة ورضا وولاء العملاء، كما يؤدي الابتكار التنظيمي الشامل أيضًا إلى زيادة الإنتاجية وتقليل التكاليف؛ وبالتالي، فإنه يؤدي إلى منتجات وخدمات تنافسية، وزيادة معدل الاحتفاظ بالعملاء، وحصة السوق، وربحية أفضل، أي تحسين أداء الشركة.

2- Naem Azam Chowdhury. (2023)"Improving Customer Care with ChatGPT: A Case Study "

تناولت هذه الدراسة فعالية استخدام ChatGPT لتحسين خدمة العملاء، حيث ركزت على شركة في صناعة الاتصالات كانت تعاني من صعوبة في تقديم الردود السريعة والدقيقة على استفسارات العملاء.

قامت الشركة بتنفيذ نظام يستند إلى ChatGPT لتحسين دعم العملاء وتحسين أوقات الاستجابة. تم تدريب نظام ChatGPT على مجموعة كبيرة من استفسارات وردود العملاء، مما سمح له بفهم سياق ونية استفسارات العملاء. وكان النظام قادرًا على تقديم ردود مخصصة للعملاء، معالجة تساؤلاتهم وتزويدهم بمعلومات دقيقة.

أظهرت نتائج الدراسة تحسنًا كبيرًا في رضا العملاء وأوقات الاستجابة، حيث تمكنت الشركة من تقليل متوسط وقت الاستجابة من عدة ساعات إلى دقائق، وزادت درجات رضا العملاء بنسبة تزيد عن 30%.

كما كشفت الدراسة أيضًا أن ChatGPT كان قادرًا على التعامل مع حجم عالٍ من الاستفسارات دون التضحية بالجودة. وكان النظام قادرًا على الرد بدقة على أكثر من 90٪ من الاستفسارات دون تدخل بشري.

بشكل عام، توضح هذه الدراسة فعالية استخدام ChatGPT لتحسين خدمة العملاء. يمكن للشركات تحسين أوقات الاستجابة ورضا العملاء بشكل كبير من خلال تطبيق دعم العملاء التلقائي وتقديم ردود مخصصة لهم.

3- Sitanggang, Syafariani.. and others. (2023)"Relation of Chatbot Usage Towards Customer Satisfaction Level in Indonesia"

في خدمة العملاء للشركات في إندونيسيا، يتوقع أن تكون روبوتات الدردشة عمودًا فقريًا للأعمال، خاصةً روبوتات الدردشة التي تستطيع الوصول إلى العملاء بشكل نشط، وتكون متاحة على مدار 24 ساعة في اليوم، وتلبب الطلبات والإجابة على أسئلة العملاء بسرعة، وهذه الأمور لها قيمة هامة في عامل رضا العملاء في استخدام روبوتات الدردشة في إندونيسيا.

عالم روبوتات الدردشة متنوع جدًا للدراسة من مختلف الجوانب مثل من وجهة نظر التكنولوجيا، فقد تكون أدوات للمحادثة والترفيه، وكذلك أدوات التعلم والممارسة، بالإضافة إلى للمساعدة في التجارة الإلكترونية وغيرها من المجالات.

في الخلاصة، توفر الروبوتات الدردشة حلًا بديلاً فعالًا لخدمة العملاء التقليدية في تقليل المهام المتكررة للمسؤولين البشريين في حل مشاكل العملاء، أو السماح بالقدرة على الاستجابة لاحتياجات العملاء المختلفة.

4- Wang (2022) "Digital Transformation and Manufacturing Firm Performance: Evidence from China "

دراسة Wang et al., 2022 :بعنوان: التحول الرقمي وأداء شركة التصنيع: دليل من الصين.

قدمت هذه الدراسة الآلية الجوهرية للتحول الرقمي الذي يؤثر على أداء مؤسسات التصنيع بشكل منهجي وذلك بناءً على ممارسة التحول الرقمي لشركات التصنيع الصينية، وقد اختبر البحث الفرضية النظرية بالاعتماد على منظور الاستثمار الرقمي، أما تجريبياً تم استخدام قوائم شركات التصنيع الصينية المدرجة في أسهم شنغهاي وشنتشن من ٢٠٠٧ إلى ٢٠٢٠.

أظهرت النتائج أن التحول الرقمي يعزز أداء شركات التصنيع بشكل كبير، ولا تزال الاستنتاجات قائمة بعد استخدام نماذج اللوحات الديناميكية، ونهج المتغيرات الآلية، وسلسلة من اختبارات المتانة؛ وقد كشف التحليل أن هذا التأثير أكثر أهمية في الشركات المملوكة للدولة وشركات التصنيع في المناطق التي تتمتع بدرجة أعلى من التسويق.

وأوضحت الدراسة أن انخفاض التكاليف والتمكين من الابتكار هما قناتان مهمتان لتحقيق تحسين أداء مؤسسات التصنيع.

كما ناقشت الدراسة بأن تسريع التكامل العميق للتكنولوجيا الرقمية وتطوير المؤسسات هو مفتاح تحقيق تطوير عالي الجودة وتحسين أداء المؤسسة في سياق بيئات العمل المتغيرة.

5- Shahzia Khan, Mubeena Iqbal. (2020) "AI-Powered Customer Service: Does it Optimize Customer Experience?"

تسببت الثورة الصناعية الرابعة في إحداث موجات رقمية في طريقة تعامل المؤسسات والعملاء في الأعمال التجارية. فأصبح الحفاظ على العملاء من خلال تحسين تجربة العملاء هو الهدف الأساسي للأعمال التجارية.

استطاع الذكاء الاصطناعي أن يمكِّن مزودي الخدمات من الوصول إلى السوق المستهدف والتفاعل معه من خلال قنوات متعددة.

استفادت المؤسسات من هذه التكنولوجيا المبتكرة في تقليل التكلفة وزيادة الإنتاجية، كما استفاد العملاء من وسائل مريحة للمعاملات وتوافر المعلومات. هدفت هذه الدراسة النوعية إلى قياس تأثير تطبيق الذكاء الاصطناعي في تقديم خدمة العملاء من خلال استكشاف فوائد الذكاء الاصطناعي، وحددت أيضًا التحديات المرتبطة بخدمة العملاء التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي والتي تؤثر بشكل حاسم على تجربة العملاء (CX). تستنتج الدراسة أن خدمات العملاء المرتكزة على الرقمنة تجعل من الصعب تكرار التفاعل الإنساني ويعتبر المستهلكون أن المؤسسات تكافح لإنشاء مثل هذه المسارات الرقمية.

1.2.3 التعقيب على الدراسات السابقة:

تتشابه الدراسات السابقة مع بعضها بأن جميعها تناولت العديد من التقانات الحديثة المتنوعة والأساليب المتطورة في الأعمال وقامت بدراسة تأثيرها على أداء الشركات ودورها في تطوير العمل وزيادة الإنتاجية مما يؤدي إلى تحسين رضا الموظفين والعملاء، وهدفت جميعها إلى التوصل لنتائج تتيح للقائمين على الأعمال الاستفادة منها.

بينما اختلفت هذه الدراسات في تركيز كل منها على أسلوب أو تكنولوجيا مختلفة ودراسة جميع جوانبها وأبعادها، كما تختلف من حيث مجتمع الدراسة حيث تتنوع الشركات والقطاعات التي وردت في الدراسات السابقة وتتعدد الدول التي تمت الدراسة فيها، وأيضا هناك اختلاف في منهجيات البحث المتبعة في كل دراسة فبعضها استخدم المنهج الوصفي التحليلي، بينما اعتمد بعضها على دراسة حالات محددة مما يوفر رؤى غنية ومتنوعة بشكل يعزز فهمنا للتأثيرات المتعددة للتكنولوجيا في بيئة الأعمال.

بشكل عام، تقدم هذه الدراسات معلومات قيمة حول كيفية استجابة الشركات وتكيفها مع التحديات الراهنة والثورة التكنولوجية، مع التركيز على أهمية التحول الرقمي، تعزيز تجربة العملاء، والابتكار التكنولوجي كعوامل محورية للنجاح.

تلتقي دراستنا الحالية مع الدراسات السابقة التي اوردناها في الاهتمام بإدخال الأساليب الحديثة إلى الشركات ودراسة تأثيرها على تطوير أداء الشركة وزيادة رضا العملاء، كما تتشابه مع بعض الدراسات في بيئة الدراسة حيث سنتناول دور أساليب تنظيم العمل الحديثة في تحسين أداء شركات الاتصالات في سوريا وزيادة رضا العملاء والزبائن في هذه الشركات.

بينما تتفرد دراستنا بتناول عدة أساليب حديثة لتنظيم الأعمال مثل أنظمة الحجز الالكتروني والتحول الرقمي، وعدم الاكتفاء بالتركيز على تقنية واحدة وبناء الدراسة حولها، أيضا سنقوم بالاهتمام بقطاع خدمة العملاء في شركة الاتصالات والبحث في تأثير تطبيق تلك الأساليب الحديثة على الارتقاء بخدمة العملاء وبالتالي زيادة رضا الزبائن، وذلك من خلال اقتراح تطبيق حجز الكتروني، واستطلاع آراء العملاء حول الواقع الحالي والتوقع المستقبلي للخدمة، مما يجعل دراستنا مميزة بتقديم رؤية نظرية شاملة ودراسة عملية فريدة.

1.3 إشكالية الدراسة:

يعتبر قطاع الاتصالات من القطاعات التقنية المتطورة والمتغيرة بسرعة عالية، ويظهر هذا التغيير بشكل أساسي في تزايد المنافسة العالمية والمحلية لسوق الاتصالات، وتغير مطالب العملاء بشكل مستمر. مما يستدعي بالضرورة إيجاد عمال قادرين على مواكبة هذا التغيير والتعامل مع إرضاء العملاء، مع التميز بالمهارات والقدرات والمعارف التي تلبي طبيعة العمل في المنظمة. [3]

يعد التحول الرقمي وما يتناوله من تحولات تقنية أو رقمنة آلية عمل المؤسسات باستعمال وسائل تكنولوجية ذات أهمية ضرورية لما لها من دور أساسي في إحداث نهضة ونمو اقتصادي، وبرزت أهمية التحول الرقمي في ظل التقلبات والمشاكل

[3]) سمايلي وعمارة(2017 ،

التي يتعرض لها الكادر البشري بشتى مجالات حياته وما يتعرض له من تحديات وتعقيدات، جعلته ينخرط رغماً عنه في استثماراته ومجالات حياته بالتحول الرقمي، وذلك للحفاظ على نسيجه الاجتماعي والاقتصادي في ظل التطور السريع والابتكار المتسارع.

ومن هنا لابد من دراسة العلاقة بين إتباع الطرق الحديثة في تنظيم العمل وتأثيرها على أداء الشركات بشكل عام وشركات الاتصالات بشكل خاص، ودراسة العلاقة بين إتباع الطرق الحديثة في تنظيم العمل وتأثيرها على رضا العملاء ويمكن أن نلخص الإشكالية التي تتناولها الدراسة عن طريق الأسئلة التالية:

- ما هو تأثير تطبيق أساليب تنظيم العمل الحديثة على تطوير أداء شركات الاتصالات.
- ما هو تأثير تطبيق أساليب تنظيم العمل الحديثة على زيادة رضا العملاء.
- ما هو تأثير إدخال التقنيات الحديثة إلى قسم خدمة العملاء وتطوير أداء شركات.
- ما هو تأثير إدخال التقنيات الحديثة إلى قسم خدمة العملاء وزيادة رضا العملاء.

1.4 أهمية الدراسة:

1. أهمية اتباع طرق تنظيم العمل الحديثة في تحسين أداء الشركات وزيادة رضا العملاء: تعطي الدراسة أهمية كبيرة لفهم كيف يمكن أن يؤدي تطبيق أساليب تنظيم العمل الحديثة إلى تحسين الأداء وزيادة رضا العملاء في شركات الاتصالات.
2. تقييم تأثير التكنولوجيا: بما أن الشركات تعتمد بشكل متزايد على التكنولوجيا، تبرز الدراسة كيف يمكن للتكنولوجيا أن تسهل تنظيم العمل وتحسين الكفاءة.
3. التركيز على قطاع معين: من خلال التركيز على شركات الاتصالات، تقدم الدراسة نظرة معمقة على كيفية تطبيق هذه الأساليب في سياق الاتصالات وتقنية المعلومات.
4. منهجية متكاملة: من خلال استخدام منهجيات نوعية وكمية، تقدم الدراسة نتائج متوازنة ودقيقة قد تكون مفيدة للأبحاث المستقبلية وللممارسات التجارية.
5. التطبيق العملي: من خلال دراسة حالة على شركات الاتصالات وقسم خدمة الزبائن بالتحديد، تقدم الدراسة مثالاً عملياً لكيفية تأثير اتباع طرق تنظيم العمل الحديثة على تحسين أداء الشركات وزيادة رضا العملاء في البيئة الواقعية.
6. التأثير الاستراتيجي: الدراسة تعزز الفهم حول كيفية تحسين الشركات لأدائها الاستراتيجي وتحقيق أهدافها من خلال تنظيم العمل الفعال وزيادة رضا العملاء.

في النهاية، الدراسة ليست مهمة فقط لقطاع الاتصالات، ولكن لأي منظمة تسعى لتحسين إنتاجيتها وتنافسيتها في سوق العمل الحديث وزيادة رضا عملائها.

1.5 أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى دراسة وتحليل الأساليب والأدوات التي تمثل الاتجاهات الحديثة في تنظيم العمل بالإضافة إلى توضيح أهمية استخدام أساليب تنظيم العمل الحديثة من أجل تطوير الشركات وتسليط الضوء احدى الطرق الحديثة كموقع الحجز الالكتروني (محجوز). سيتم تحليل الأساليب وتقييم التأثير بما يساهم في زيادة رضا العملاء وتحسين أداء الشركة في سوق الاتصالات وتقنية المعلومات، وبالتالي يمكن تلخيص أهداف الدراسة إلى:

1. فهم كيفية تأثير إتباع طرق تنظيم العمل الحديثة على زيادة رضا العملاء وتطوير أداء شركات الاتصالات.
2. فهم كيفية تأثير إدخال التقنيات الحديثة إلى قسم خدمة العملاء وتطوير أداء شركات.
3. فهم كيفية تأثير إدخال التقنيات الحديثة إلى قسم خدمة العملاء وزيادة رضا العملاء.
4. فهم كيفية تأثير الاعتماد على تطبيق حجز الالكتروني مثل "محجوز" بزيادة رضا العملاء وتطوير أداء شركات الاتصالات.
5. تحليل البيانات التي سيتم جمعها عن طريق استبانة واستخلاص النتائج منها، وتقديم التوصيات بشأن كيفية الاستفادة من طرق تنظيم العمل الحديثة لتطوير وتحسين أداء شركات الاتصالات وزيادة رضا العملاء من خلال تبني طرق تنظيم العمل الحديثة.

1.6 متغيرات الدراسة:

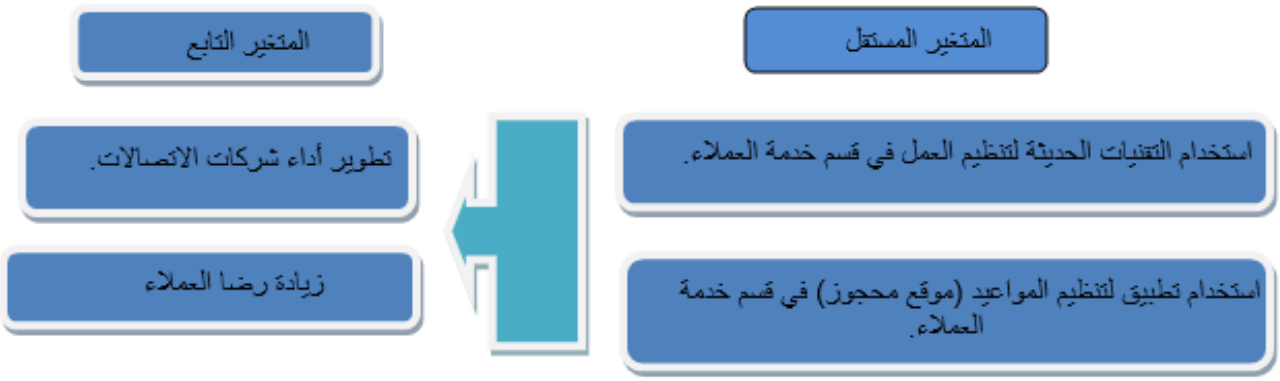
متغيرات الدراسة هي العناصر أو الخصائص التي يتم قياسها أو التحكم فيها أو الملاحظة من أجل إجراء تحليل العلاقات بينها. هذه المتغيرات عادة ما تقسم إلى متغيرات مستقلة، متغيرات تابعة، وأحيانا متغيرات وسيطة أو معدلة.

1.6.1 المتغيرات المستقلة:

- تطبيق أساليب تنظيم العمل الحديثة مثل استخدام التقنيات الحديثة لتنظيم العمل في قسم خدمة العملاء.
- استخدام طرق تنظيم العمل الحديثة كتطبيق (موقع محجوز) لتنظيم المواعيد في قسم خدمة العملاء.

1.6.2 المتغير التابع:

- تطوير أداء شركات الاتصالات.
- زيادة رضا العملاء. (يتم قياسه بواسطة الاستبانة).



الشكل 2 يبين المتغير التابع

1.7 فرضيات الدراسة:

ينطلق البحث من الفرضيات التالية:

1.7.1 الرئيسية الاولى:

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تطبيق اساليب تنظيم العمل الحديثة في شركات الاتصالات وزيادة رضا العملاء وتطوير أداء الشركات.

يتفرع عنها الفرضيات التالية:

1. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين إدخال التقنيات الحديثة إلى قسم خدمة العملاء وزيادة رضا العملاء.
2. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الاعتماد على تطبيق حجز الكتروني مثل "محجوز" وزيادة رضا العملاء.
3. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين إدخال التقنيات الحديثة إلى قسم خدمة العملاء وتطوير أداء شركات.
4. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الاعتماد على تطبيق حجز الكتروني مثل "محجوز" وتطوير أداء شركات.

1.7.2 الرئيسية الثانية:

يوجد فروقات ذات دلالة احصائية للمتغيرات الديموغرافية على وزيادة رضا العملاء في شركات الاتصالات وتطوير أداء الشركات.

1.8 منهج الدراسة:

سيتم إتباع المنهج الوصفي التحليلي، حيث سنقوم بتوصيف نظري يتناول موضوع البحث واستعراض بعض الطرق الحديثة في الإدارة والتنظيم وتأثيرها على أداء شركات الاتصالات ورضا العملاء اعتمادا على عدة مراجع ودراسة مرجعية ومجموعة من الدراسات السابقة التي تطرقت لقضايا مشابهة.

يلي ذلك جانب عملي سنقوم ببحث كمي وصفي عن طريق دراسة مسحية باستخدام أسلوب المسح الإحصائي لجمع البيانات الأولية اللازمة من واقع عينة البحث، من خلال أسلوب مباشر عن طريق تصميم استمارة استبانة الكترونية مناسبة تتضمن

مجموعة من الأسئلة أو العبارات اللازمة لقياس متغيرات البحث، ثم بعد ذلك تم استخدام نتائج الاستبانة لاختبار فرضيات البحث، وذلك باستخدام الأساليب والبرامج الاحصائية المناسبة.

الاستبانة موجهة لعملاء شركات الاتصالات الذين قاموا بزيارة مراكز خدمة العملاء في السابق بمدينة دمشق وخارجها.

من أجل توفير سياق مقارن، سنقوم بدراسة تحليلية لمنصة "محجوز" وهي منصة حجز موعد للخدمات عبر الإنترنت، لتحديد الممارسات الناجحة في خدمة العملاء وعلاقتها بتبني أساليب تنظيم العمل الحديثة وأيضا مقارنتها مع منصات مماثلة أخرى.

لقد تم اختيار شركات الاتصالات (الشركة لم تقبل بزكر اسمها بسبب المنافسة التجارية مع المنافسين) كشركة الحالة الأساسية.

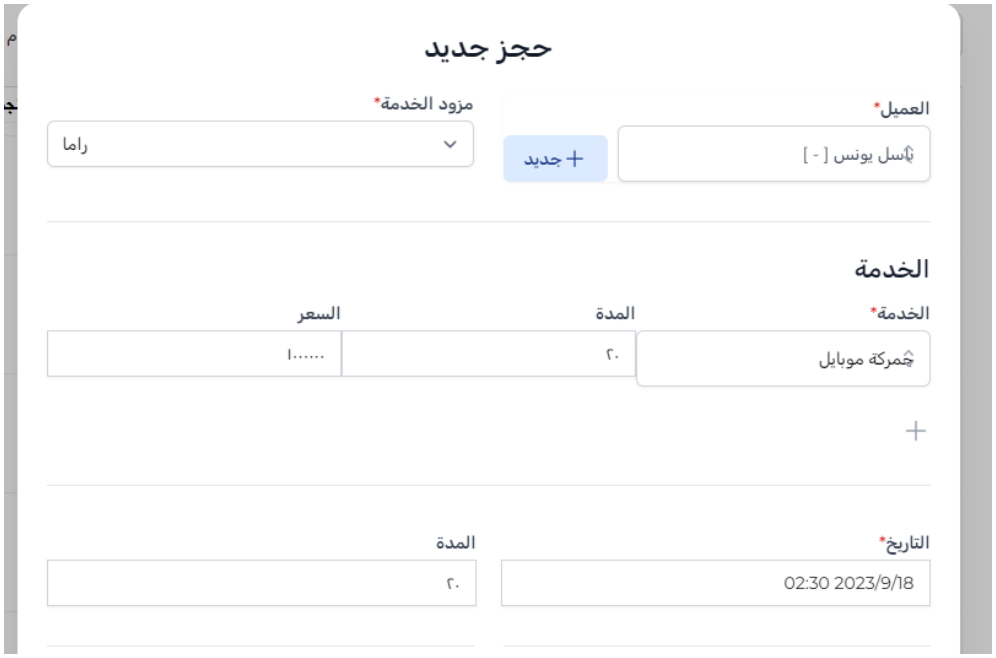
أما بالنسبة لبرنامج "محجوز" الذي عرضناه في البداية كمثال فلن يكون محور البحث. ستكون المقارنة مع محجوز بمثابة نقطة مرجعية لتقييم إمكانية تطبيق الاستراتيجيات المستخدمة من قبل صناعة مختلفة على قسم خدمة الزبائن في شركات الاتصالات.

فوائد نظام حجز المواعيد الإلكترونية "منصة محجوز" بتنظيم العمل بقسم خدمة العملاء بشركة الاتصالات:[4]

1- يمكن للعملاء الحجز في أي وقت.
2- الإضافة التلقائية للموعد إلى التقويم.
3- التخلص من الضغط أمام المراكز بانتظار الدور للدخول للمركز.
4- ترتيب المواعيد بما يناسب وقت العمل والتخفيف من الضغط.
5- تنظيم أوقات العملاء وترتيبها بمعرفة أوقات زيارتهم للمراكز دون عناء الانتظار.
6- زيادة رضا العملاء.
7- الضغط عن فريق العمل وزيادة كفاءة العمل.

يبين الشكل 2: مثال على طريقة حجز موعد لخدمة جمركة الموبايل عن طريق منصة محجوز.

[4] https://mahjoz.io/ar/appointment-booking-system-benefits/



الشكل 3. مثال على طريقة الحجز موعد عن طريق منصة محجوز

1.9 عينة البحث:

الأشخاص الذين قاموا سابقا بزيارة مراكز خدمة العملاء بشركة الاتصالات في سوريا بمدينة دمشق وخارج مدينة دمشق.

1.9.1 أداة الدراسة:

تم استخدام أداة الاستبانة في جمع البيانات الأولية، فهي الأداة الأكثر ملائمة وفعالية لتحقيق أهداف الدراسة.

1.9.2 استخدام أدوات تحليل إحصائي:

تم استخدام برنامج التحليل الاحصائي SPSS V 23.

1.10حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: اقتصر البحث على دراسة دور اتباع طرق تنظيم العمل الحديثة في تطوير أداء الشركات وزيادة رضا عملائها.

الحدود الزمانية: سيتم تطبيق الدراسة على الأفراد خلال 3 أشهر في عام 2023م (الفصل الدراسي 23S).

الحدود المكانية: تم تطبيق هذه الدراسة في سوريا، حيث ركزت الباحثة على مراكز خدمة العملاء في سوريا مدينة دمشق بشكل خاص بينما تم شمل باقي المحافظات جميعها معاً.

الحدود البشرية: عينة عشوائية ممن قاموا بزيارة مراكز خدمة العملاء بشركات الاتصالات في السابق في سوريا بمدينة دمشق وخارج مدينة دمشق.

1.11خطة العمل الزمنية:

اعتمادًا على حجم البحث والموارد المتاحة.:

1) مرحلة البحث: استعراض المراجع وجمع المعلومات الأولية – الشهر الأول.
2) مرحلة التصميم: وضع تصميم البحث وتحديد المتغيرات والأدوات – الشهر الأول.
3) مرحلة الجمع والتحليل: جمع البيانات وتحليلها إحصائيًا – الشهر الثاني.
4) مرحلة التفسير والتوصيات: تفسير النتائج واستنتاج التوصيات – الشهر الثاني.
5) مرحلة كتابة التقرير: كتابة التقرير النهائي للبحث – الشهر الثالث.

2 الفصل الثاني: الإطار النظري للبحث

2.1 طرق تنظيم العمل الحديثة

2.1.1 تمهيد:

تعمل المنظمات المعاصرة اليوم في ظل ظروف متغيرة ومعقدة تفرض عليها تحديات عديدة وكبيرة لم تشهدها من قبل وخاصة في ظل العولمة والتغييرات التقنية السريعة وثورة المعلومات وغيرها، فأصبحت تسعى إلى التميز من خلال العمل على تحقيق نتائج لم تنجز من قبل، والإتيان بالجديد بما يجعلها متفوقة على منافسيها في ظل المنافسة المحتدمة في عالم أعمال أصبح التميز السبيل الوحيد للتميز والاستمرار والبقاء. وبالتالي أصبح التطور وإدخال أساليب العمل الحديثة أمر في غاية الأهمية لما له من نتائج إيجابية تعود بالنفع على الشركات والعملاء.

هناك عدة طرق حديثة لتنظيم العمل التي تساعد في تطوير أداء الشركات وزيادة رضا العملاء. إليك بعض من هذه الطرق:

2.1.2 التحول الرقمي:

2.1.2.1 تعريف التحول الرقمي:

نظرا لكون التحول الرقمي مفهوم حديث، لا يوجد تعريف واحد متفق عليه لذلك سنستعرض بعضها:

فالتحول الرقمي هو التغيرات التي يمكن أن تحدثها التقنيات الرقمية في نموذج أعمال المؤسسات والمنظمات، والتي تظهر في أسلوبها وطريقة عملها.[5] وهو التدخلات الإستراتيجية التي تعزز القدرة الرقمية التنظيمية بهدف تحسين عمليات المنظمة ومنتجاتها وخدماتها ونماذج أعمالها لإرضاء عملائها.[6]

والتحول الرقمي لا يعني فقط التحول نحو استخدام التكنولوجيا داخل حدود الشركة، بل هو برنامج شامل يشمل الشركة ككل بشكل أساسي من حيث أساليب العمل داخليا وخارجيا ومن حيث تقديم الخدمات للجمهور المستهدف لتقديم الخدمات بسهولة وسرعة، وبالتالي يدفع التحول الرقمي الشركات إلى تغيير نماذج أعمالها والتكيف مع الواقع الجديد.[7]

2.1.2.2 أهداف التحول الرقمي:

أهداف التحول الرقمي على المستويين الاجتماعي والاقتصادي[8]:

تعزيز تطوير نظم تكنولوجية وثقافة مالية أكثر ابتكارا وتعاونية على مستوى المؤسسات والمجتمع.

تغيير نظام التعليم لتوفير مهارات جديدة وتوجيه مستقبلي للأشخاص حتى يتمكنوا من تحقيق التميز في العمل الرقمي والمجتمع.

---

[5] 2 Dennis,furst.Digital Transformation Strategy in Multinational Companies : A Qualitative Analysis ON LINE[.Master Thesis : MSc International Business & Management. Groningen: Faculty of Economics and Business of groningen,2020 [CONSULTED ON 13-04-2022[.p 9

[6] Mhlungu, N.S, Chen, Peter Alkema. The underlying factors of a successful organisational digital transformation. south African Journal of Information Management1 ON LINE[. 2019. CONSULTED ON 13-04-2022[.v21,n1,P8

[7] فاري، لبنى سحر.دراسة تحليلية لمحددات نجاح التحول الرقمي في الشركات.المجلة الجزائرية للاقتصاد و المالية. مج 8-ع15-ص35

[8] Ebert, C., & Duarte, C. H. C. (2018), “Digital transformation”, IEEE Software, (4), pp. 16-21.

إنشاء وصيانة البنية التحتية للاتصالات الرقمية وضمان إدارتها وإمكانية الوصول إليها، وتحقيق التوازن بين جودة الخدمة وتكاليف تقديمها.

تعزيز حماية البيانات الرقمية، والشفافية، وضمان متطلبات الاستقلالية، وتعزيز الثقة.

تحسين إمكانية الوصول إلى الخدمات، وإرساء ضوابط وآليات وجودة الخدمات الرقمية المقدمة للمجتمع.

تطبيق نماذج أعمال جديدة ومبتكرة، وتحسين الإطار التنظيمي والمعايير الفنية.

2.1.2.3 مزايا التحول الرقمي:

يدمج التحول الرقمي كل مستوى ووظيفة في أعمال حديثة. تمنح التقنيات الذكية المؤسسات الأدوات الأساسية التي تحتاجها للبقاء والازدهار. فيما يلي بعض التأثيرات المحتملة للتحول[9] :

- تحسين الكفاءة والإنتاجية: تقوم أجهزة شبكة إنترنت الأشياء والآلات بنقل البيانات وسجلات الآلات وتقارير الأداء باستمرار. ومن خلال تطبيق التحليلات المتقدمة، يمكن أن تدعم هذه البيانات الصيانة التنبؤية وتقليل وقت التوقف وتقديم التصورات لسير العمل الأكثر إنتاجية وكفاءة.
- تحسين تجارب العملاء: يريد عملاؤك تلبية احتياجاتهم وفقًا لشروطهم. يمكن أن يساعدك التخصيص والوصول لكل القنوات وخطط الخدمة المخصصة والوصول في الوقت الفعلي إلى البيانات على تحقيق توقعاتها المتغيرة باستمرار مع زيادة الفرص التسويقية وتعزيز الاحتفاظ بالعملاء وولائهم.
- المساعدة في دفع عجلة الابتكار في نماذج الأعمال: لا شك في أن تغير متطلبات المستهلكين والأسواق يشهد زيادة في التركيز على ابتكار نماذج الأعمال كوسيلة لخلق القيمة. ولكن لتغيير نماذج الأعمال الأساسية وتجارب العملاء وتحديثها، تتطلب الشركات القدرة على جمع البيانات في الوقت الفعلي وتحليلها وتطوير عمليات مؤتمتة وذكية لإدارة نماذج الأعمال والدفع والخدمات الجديدة.
- دعم استراتيجية قوية وتنافسية لنمو الشركات: عندما تقوم الشركات برقمنة عملياتها وتحسين خدماتها باستخدام التقنيات المتصلة، فإنها تجد طرقًا جديدة للربط والتعاون وتبسيط استراتيجيات نمو الأعمال في المستقبل، بما في ذلك:
  - تطوير منتجات وخدمات جديدة
  - تحسين الربحية وتعزيز قنوات الإيرادات
  - جذب الفرص التسويقية والعملاء الجدد والاحتفاظ بهم
- تعزيز المرونة ومقاومة الاضطراب: عمل جائحة COIVD-19 على تسليط الضوء على الكثير من نقاط الضعف في العمليات التجارية والنماذج الحديثة. ولكنها لم تكن سوى واحدة من العديد من التغييرات الثقافية والاقتصادية والسياسية والسوقية التي تواجهها الشركات بشكل متزايد في السنوات القليلة الماضية. تتطلع الشركات الحديثة الآن

[9] SAP. (n.d.). ما هو التحول الرقمي؟ | تم تحديد تحويل الأعمال الرقمية 2020.SAP Insights |

إلى التحول الرقمي لتجهيزها بأدوات التطوير السريع الجديد للمنتجات والخدمات، والتحليلات التنبؤية للمساعدة في رؤية أفضل للاضطرابات القادمة، أو توقع تغييرات وفرص السوق. فهي تريد أن تكون قادرة على التوسع والنزول بسهولة وأن يكون لديها مجموعة كاملة من الحلول المتصلة بالسحابة التي يمكن أن تدفع الابتكار - دون الحاجة إلى الانتقال من مزود إلى مزود.

2.1.2.4 تكنولوجيات التحول الرقمي:

يرتكز الهدف الرئيسي للتحول الرقمي في تعزيز القدرة التنافسية للشركات، من خلال تحسين كفاءة استخدام الموارد، وتعظيم الإنتاجية وبالتالي زيادة رضا العملاء وتحسين أداء الشركات، وذلك باستخدام التكنولوجيات الرقمية مثل الذكاء الاصطناعي، الحوسبة السحابية وتحليلات البيانات.

2.1.2.4.1 تكنولوجيا الأعمال السحابية:

تعريف الحوسبة السحابية:

هي البنية التحتية التي يمكن من خلالها معالجة كميات كبيرة وهائلة من البيانات على خوادم في السحاب أي الانترنت الجديد، ومن هنا يمكن القول إنه عند استخدام أجهزة الحواسب أو الهواتف المحمولة يمكن الوصول إلى البيانات من أي مكان دون الاقتران بأجهزة أخرى أو أي حدود أخرى.[10]

وهي كل تقنية تتيح للمؤسسات والشركات والمنظمات والأفراد القيام بالعمل عبر شبكة الانترنت، والتي يتم فيها الاحتفاظ أو تخزين البرمجيات والمعلومات على الملايين من الأجهزة الخادمة، ويتم التعامل مع المعلومات تعاملا سريعا، وذلك بتمكين المستخدمين من طلب البرمجيات التي يعملون عليها، والمعلومات التي تتم معالجتها في وقتها، أي أنها تقنية جديدة يتم من خلالها الاستغناء عن وحدات الكمبيوتر بأشكالها المختلفة لصالح مركز البيانات Center Data يتم التعامل معها وتخزين البيانات والتطبيقات عليها.[11]

مكونات الحوسبة السحابية: [12]

- المستخدم: هو الشخص أو المؤسسة التي تستخدم هذه التقنية وتنتفع من خدماتها من خلال استخدام حاسب آلي، وهاتف محمول والتي يشترط ارتباطها بشبكة الانترنت.
- المنصات: وهي الجهات المانحة لهذه الخدمة من خلال توفير خوادم عملاقة في سعاتها التخزينية، وسرعة معالجتها للبيانات.
- البنية التحتية: هي البنية التحتية للسحابة والتي يعتمد عليها في تقديم الخدمة، وتشمل توفري الحاسبات الشخصية وشبكة الانترنت والمساحات التخزينية للمعلومات.

---

10 معوض، محمد عبد الحميد. 2013 الحوسبة السحابية وتطبيقاتها في بيئة المكتبات، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، مج 19,ع1 ,ص211-258

11 الخضر، أشواق خضر سعيد 2015, أثر استخدام التعلم الذاتي القائم على إحدى تطبيقات الحوسبة السحابية في تحصيل الكيمياء لدى "طالبات المرحلة الثانوية "، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية التربية، الباحة، جامعة الباحة.

12 كلو، صباح محمد (2015)الحوسبة السحابية: مفهومها وتطبيقاتها في مجال المكتبات ومراكز المعلومات. المؤتمر السنوي الحادي والعشرون فرع الخليج العربي، أبو ظبي،2015 .ص5

- التطبيقات: وهي البرامج التطبيقية التي يمكن أن يشغلها المستفيد في السحابة، وتشمل برمجيات معاجلة النصوص والعرض والجداول وخدمات تناقل المعلومات والتشارك بها.

خصائص الحوسبة السحابية:

حدد المعهد الوطني للمعايير والتكنولوجيا ((NIST خمسة خصائص أساسية للحوسبة السحابية، تتمثل في[13] :

- الخدمة الذاتية حسب الطلب.
- الوصول إلى شبكة اتصال واسعة النطاق.
- تجميع المصادر.
- المرونة السريعة.
- إمكانية قياس خدماتها.

وهناك خصائص أخرى للحوسبة السحابية وهي[14]:

- سرعة الحركة: حيث يمكن للمستخدمين إعادة تقديم موارد ومصادر البيئة التحتية بكل سهولة.
- توفير وجهات تفاعل البرمجة التطبيقية: تتيح هذه الواجهات للمستخدم التفاعل مع برمجيات السحابة بنفس الطريقة التي تسهل فيها واجهات المستخدم العادية التفاعل بين المستخدمين وأجهزة الحاسوب.
- انخفاض التكلفة: تتميز الحوسبة السحابية بقلة تكلفتها، حيث فقط يتم توفير تكلفة البنية التحتية، وهذا ما يسهل على المستخدمين الحصول على الكثير من الخدمات بدون أي تكلفة.
- استقلالية الجهاز والموقع: يمكن للمستخدمين استخدام خدمات الحوسبة السحابية من خلال مستعرض الويب العادي، دون الحاجة إلى برامج أو أجهزة أخرى، أو الوجود في موقع جغرافي قريب من السحابة.
- تعدية الاستخدام: يمكن تقاسم الموارد والخدمات على مجموعة كبيرة من المستخدمين.
- الموثوقية والاعتمادية: حيث يمكن العمل من مواقع مختلفة على نفس السحابة، ولا تتأثر كفاءة السحابة بالمشكلات التي يمكن أن تحدث في أي موقع.
- التدريجية: يعتمد استخدام السحابة على الخدمة عند الطلب، وهو ما يعني التدرج في توزيع الخدمات على المستخدمين دون وجود أحمال زائدة على خوادم السحابة.
- الأمن: تتمتع البيانات المحفوظة على السحابة بالأمن ويرجع ذلك إلى المركزية في حفظ البيانات على السحابة، مما يسهل عملية التحكم فيها والسيطرة عليها.
- الصيانة: تتميز عمليات صيانة تطبيقات السحب الحاسوبية بالسهولة وإمكانية التنفيذ لأنها ترتبط بجهاز الخادم الرئيس فقط، وهو الذي تعتمد عليه السحابة في إدارة تطبيقاتها، ولا تتطلب الصيانة إجراء أية عمليات على أجهزة المستخدمين.

---

[13] الغامدي، أميرة محمد حمدان 2015, فاعلية استراتيجية التعلم التعاوني القائمة على إحدى تطبيقات الحوسبة السحابية في تحصيل مادة الرياضيات " لدى طالبات المرحلة المتوسطة "، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية التربية،الباحة، جامعة الباحة.

[14] زكي، دنيا عادل2010 مهارات التعليم الذاتي وأثرها في التنمية المهنية المستدامة لمعلم التربية الفنية، المؤتمر العلمي الثالث لكلية العلوم التربوية بجامعة جرش، تربية المعلم العربي، وتأهيله، رؤى معاصرة، الأردن، ص632-667

- القابلية للقياس: يمكن قياس جميع موارد ومصادر السحابة الحاسوبية من خلال كل مستخدم وفقا لأساس يومي أو أسبوعي أو شهري أو سنوي بشكل سهل وبسيط.

أنواع الحوسبة السحابية:[15]

السحابة الخاصة: هي البنية التحتية التي يتم توفيرها من أجل الاستخدام من خلال شركة واحدة وتتألف من عدد من المستهلكين، ويمكن أن تتم إدارتها أو امتلاكها من قبل شركة أخرى أو طرف أخر أو الجمع بينهما، وقد تكون موجودة داخل المرافق الخاصة بالشركة أو خارجها.

السحابة المجتمعية: ويتم امتلاكها وإدارتها من قبل شركة واحدة أو مجموعة من الشركات التابعة للمجتمع، أو عن طريق طرف أخر أو مجموعة من الأطراف وقد تكون مجموعة داخل المرافق الخاصة بهذا المجتمع أو خارجة، ويتم استخدامها من المستهلكين من قبل مجتمع معين التابعين إلى الشركات أو المنظمات أو المؤسسات التي تتشارك الاهتمامات والمتطلبات الأمنية أو السياسية أو تلك الأمور المتعلقة بهذه المهام.

السحابة العامة: وهذا النوع يكون مفتوحا، ويتم استخدامه من خلال العامة، وقد يكون تابع للقطاعات التجارية أو الأكاديمية، أو الحكومية، أو لشركة ما أو مجموعة مما سبق، وفي العادة تكون موجودة داخل مرافق مزود الخدمة، وذلك من خلال استخدام التطبيقات المجانية العامة والخدمات.

السحابة الهجينة: وينقسم هذا النوع إلى نوعين مختلفين من البنية التحتية الخاصة بالسحب (عامة، مجتمعية، خاصة) مما يجعلها كيانا منفصلا بذاته، وعادة ما يتم الجمع بين هذه الأنواع من السحب باستخدام الطرق التقنية المناسبة التي تمكن البيانات والتطبيقات من العمل بصورة جيدة.

فوائد الحوسبة السحابية:[16]

- تحويل الأفكار إلى منتجات مع النمو والتطور اللامحدود للأعمال من خلال تسريع الأعمال التي ينتج عنها تحويل الأفكار.
- توفير موارد تقنية المعلومات لجميع الهيئات والمنظمات مهما كان حجمها أو موقعها الجغرافي.
- نشر الأعمال الجديدة بكل سهولة وكذلك البرامج.
- تقلل مخاطر التشغيل لأنها تحمي المعلومات الخاصة بالخوادم وتزيد من فترات التشغيل.
- تتميز بسرعة البعد عن المخاطر.
- تحقيق عوائد غير محدودة ذات نفع كبير.

---

[15] المطيري، منى بنت عائض بن عطاالله 2014 , أثر التدريس باستخدام الحوسبة السحابية في التحصيل الدراسي والدافعية نحو التعلم لدى طالبات، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية التربية،الرياض، جامعة الملك سعود. ص22

[16] الخضر، أشواق خضر سعيد 2015, مرجع سابق ص35

بشكل عام، الحوسبة السحابية تعتبر عنصرًا حيويًا في تحسين رضا العملاء من خلال توفير خدمات مخصصة وفعالة، إدارة فعالة لبيانات وتجارب العملاء، وتحسين التواصل والتفاعل مع العملاء.

2.1.2.4.2 تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي:

تعريف الذكاء الاصطناعي :

يطلق عليه اختصار AI , هو أحد العلوم التي نتجت عن الثورة التكنولوجية المعاصرة، بدأ رسميا في عام ١٩٥٦ في كلية دارتموث في هانوفر بالولايات المتحدة الأمريكية ، وكان الذكاء الاصطناعي يهدف في البداية إلى محاكاة كل واحدة من مختلف قدرات الذكاء بواسطة الآلات ، وذلك من خلال فهم العمليات الذهنية المعقدة التي يقوم بها العقل البشري أثناء ممارسته التفكير وكيفية معالجته للمعلومات ، ومن ثم يتم ترجمة هذه العمليات الذهنية إلى ما يوازيها من عمليات محوسبة تزيد من قدرة الحاسب على حل المشاكل المعقدة ، ولهذا عرف الذكاء الاصطناعي في البداية بأنه : " أحد مجالات الكمبيوتر يختص ببرمجتها لأداء المهام التي ينجزها الإنسان وتتطلب نوعا من الذكاء.[17]

كما أن الذكاء الاصطناعي أحد أهم العلوم الحديثة الناتجة بسبب الالتقاء بين الثورة التقنية (التكنولوجية) في مجال علم النظم والحاسوب والتحكم الآلي من جهة، وعلم المنطق والرياضيات واللغات وعلم النفس من جهة أخرى ويهدف إلى فهم طبيعة الذكاء الإنساني عن طريق عمل برامج الحاسوب الآلي بهذه البرامج التي تمكنه من حل مشكلة ما أو اتخاذ قرار في موقف ما, وعليه فالذكاء الآلي هو قيام برامج الحاسب الآلي بإيجاد الطريقة التي تسمح بحل المسألة أو التوصل إلى القرار الملائم بالرجوع إلى العديد من العمليات الاستدلالية المتنوعة التي غذى بها البرنامج ويستخدم الذكاء الاصطناعي بسبب سرعته الفائقة في إعطاء الاستدلالات التي تفوق القدرة البشرية .[18]

فالذكاء الاصطناعي هو نظام المحاكاة الميكانيكية يقوم على جمع المعرفة والمعلومات التي تتعلق بمختلف القطاعات في العالم والعمل على معالجتها ونشرها للاستفادة منها على شكل ذكاء عملي[19].

سمات الذكاء الاصطناعي: [20]

يرى الباحثون أن تقنية الذكاء الاصطناعي تتصف بالسمات التالية:

- استخدام أسلوب مقارن للأسلوب البشري في حل المشكلات المعقدة
- التعامل مع الفرضيات بشكل متزامن وبدقة وسرعة عالية

---

17 مذكور, مليكة (٢٠٢٠) . مستقبل الإنسانية فى ضوء مشاريع الذكاء الإصطناعي ,الفائق ، مجلة دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج ٣, ع ١ ، الأردن ، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية .ص244

18 حسن ,أسماء أحمد خلف (٢٠٢٠) . السيناريوهات المقترحة لدور الذكاء الاصطناعي في دعم المجالات البحثية والمعلوماتية بالجامعات المصرية ، مجلة مستقبل التربية العربية ، مج ،٢٧ ، ع١٢٥ ، المركز العربي للتعليم والتنمية ص220-221

19 Grewal, P.D.S. (2014) A Critical Conceptual Analysis of Definitions of Artificial Intelligence as Applicable to Computer Engineering. IOSR Journal of Computer Engineering, 16, 9-13.

20 د. العتل , محمد محمد, واخرون (2021) مرجع سابق ص38

- وجود حل متخصص لكل مشكلة ولكل فئة متجانسة من المشاكل
- تعمل بمستوى علمي واستشاري ثابت دون تذبذب
- تعالج البيانات الرمزية غير الرقمية من خلال عمليات التحليل والمقارنة المنطقية.

الذكاء الاصطناعي **ai** وخدمة العملاء:

كيف يدخل الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء؟[21]

عندما يُذكر الذكاء الاصطناعي ai في خدمة العملاء، فالقصد هو الإشارة إلى توظيف تقنياتٍ متقدمةٍ في تطوير نظامٍ التواصل مع العملاء بما يضمن تحقيق تفاعل ذكي أفضل معهم، وتوفير استجابةٍ سريعةٍ ودقيقةٍ لاستفساراتهم وتحليل بياناتهم، للوصول إلى فهم أفضل لاحتياجاتهم وتوجيههم إلى الخدمات المناسبة لهم.

فالذكاء الاصطناعي في هذا السياق يسهم في تحسين تجربة العملاء من خلال تقديم خدمةٍ شخصيةٍ ومعلوماتٍ دقيقةٍ ومساعدة في حلّ مختلف المشكلات بما يؤدي إلى زيادة الكفاءة وتعزيز العلاقة بينهم وبين الشركة.

أدوات الذكاء الاصطناعي **AI** تساعد في خدمة العملاء

-1 تحليل رسائل البريد الصوتية للعملاء: عندما يتصل العملاء بفريق خدمة العملاء في شركتك، يمكنهم بواسطة الذكاء الاصطناعي نسخ رسالتهم الصوتية، وتحليل مشاعرهم فيها قبل إيصال المكالمة إلى موظفيك، ما يضمن استجابة وتفاعل أكثر إيجابية مع عملائك ويساهم في تحقيق أهداف شركتك.

2- الدعم المتواصل دون انقطاع : يبحث العملاء -دوماً- عن خدمةٍ تلبي احتياجاتهم في أوقات مختلفة؛ ولذلك فأنت بحاجة لجعل خدمات شركتك متاحة ومتوافرة بصورة مستمرة أمامهم؛ ولتحقيق ذلك يمكنك دمج خدمة العملاء الآلية في جميع قنوات التواصل التي تتواجد شركتك عليها.

3- تحسين التواصل البشري مع العملاء : فمن خلال استخدام المراسلة المعززة بالتقنيات الذكية، ووضع علامات على البريد الإلكتروني، يمكنك الاستفادة من الذكاء الاصطناعي في تحليل وفهم استفسارات العملاء وتقديم الردود المناسبة لهم، فتستطيع بذلك توفير الوقت والسماح لموظفي خدمة العملاء لديك بالتركيز على المهام الأكثر أهمية وتعقيد.

4- توفير رؤىً تنبؤية: من المهم لشركتك أن تخلق تجارب مخصصة لعملائها تكون جزءاً من حياتهم، وتزيد من ولائهم لعلامتك التجارية، ويمكنك فعل ذلك بمساعدة الذكاء الاصطناعي في توظيف خدمة التخصيص التنبؤي التي تُشعر عملائك بفردانيتهم في كل تجربة جديدة تقدمها.

5- إدارة المهام الذكية: كلما زاد التنظيم، زادت الإنتاجية وارتفعت جودة العمل، وهو بالضبط ما يساعدك فيه الذكاء الاصطناعي من خلال إدارة المهام الذكية.من خلال تحليل حجم العمل وتحديد أفضل الإجراءات لإدارة المهام بكفاءةٍ

[21] مقالة بموقع Niuversity بعنوان. (15 October ,2023). كيف توظف ai في خدمة العملاء في شركتك

وتوزيعها على أعضاء الفريق بناءً على المهارات والأولويات المحددة، يستطيع فريق خدمة العملاء لديك تقديم خدمة أفضل لعملائك يحقق رضاهم وولاءهم.

6-تعزيز الاستجابات الإبداعية: أحياناً تكون الاستجابات الجاهزة غير كافية. يستطيع مساعد الذكاء الاصطناعي الإبداعي مساعدة وكلاء خدمة العملاء لديك عن طريق توليد استجاباتٍ متصلة بسؤال العميل.

فوائد أدوات الذكاء الاصطناعي **ai** في خدمة العملاء [22]

1 -معالجة كميات كبيرة من البيانات: كلما زاد عدد عملائك وتفاعلاتهم، زاد حجم البيانات. وبالطبع من الصعب معالجتهم يدوياً، هنا يأتي دور الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات بسرعةٍ ودقة، ما يعني فهم عملائك والتنبؤ بسلوكهم المستقبلي واستخدام هذه المعلومات في إطلاق حملاتٍ تسويقيةٍ مستهدفة.

2- تحديد احتياجات العملاء وتوقعاتهم بشكلٍ أفضل: أنت -كصاحب شركة- تسعى دوماً إلى التوسع والعثور على عملاء جدد وتلبية احتياجاتهم. باستخدام حلول الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة يصبح من السهل عليك تحليل احتياجات عملائك وتقديم دعمٍ ملائمٍ وسريع بما يؤدي إلى كسب رضاهم وتلبية احتياجاتهم.

3- تقليل الوقت وزيادة الكفاءة: لتحسين تجربة خدمة العملاء وتقليل مدة المكالمات، استفد من روبوتات الدردشة الآلية للرد على استفساراتهم الأساسية بشكلٍ فوري. واستخدام أيضاً ميزة تحليل القياسات الصوتية السلبية لتوفير الوقت وضمان سرية معلومات العميل وفهم طريقة التواصل مع كلّ متصلٍ في المحادثة.

4- تتبّع الأداء بشكلٍ أسهل

لتعزيز جهود دعم العملاء، تحتاج أن تتبّع أداء موظفيك بدقة. حلول الذكاء الاصطناعي تسهل عليك متابعة أداء فريقك وتحليله من خلال أدوات التحليل وإعداد التقارير المتاحة في المنصات الحديثة. يمكنك تخصيص لوحة المعلومات التحليلية بسهولةٍ لتتبع المقاييس الأكثر أهمية لشركتك لتحقيق نتائج أفضل.

5- تخفيض التكاليف: إن أتمتة بعض المهام وتحرير وقت موظفيك والسماح لهم بالتعامل مع عدد أكبر من العملاء، يوفر عليك الوقت والمال. والتوفير الأكبر هو أن تحليلات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تحدد مواطن هدر المال في استراتيجياتك، وتقدم اقتراحات أفضل حول إدارة المالية.

أفضل أدوات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء

أهم 5 منصات ومواقع خدمة العملاء:

1- Ultimate: أداة خدمة العملاء تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي. توفر تجربة خدمة عملاء مميزةٍ بفضل مجموعةٍ من الميزات:[23]

- القدرة على التعامل مع عددٍ كبيرٍ من استفسارات العملاء بشكلٍ تلقائيٍّ حتى الاستفسارات المحددة والشخصية.

[22] Frąckiewicz, M. (2023, April 4). The Benefits and Challenges of AI in Customer Service. TS2 Space .

[23] ؤ https://www.ultimate.ai/product-overview

- تحليل وتصنيف الرسائل الواردة وتوجيهها إلى القسم المناسب.
- تحليل البيانات لتحديد احتياجات العملاء وتقديم الاقتراحات والحلول الملائمة.

2- OpenAI API :[24] تعد واجهة برمجة تطبيقات OpenAI API أداة قوية لخدمة العملاء من تطوير نظامٍ ذكيٍّ يتفاعل مع العملاء بطريقةٍ محسنةٍ. ويقدم مجموعةً من المميزات التي تشمل:

- تحليل وفهم النصوص بشكلٍ تلقائي.
- توفير إجاباتٍ دقيقةٍ ومباشرةٍ لاستفسارات العملاء.
- التعرف على اللغة المحلية والتعامل معها بطريقةٍ فعّالةٍ ولبقة.

3- Zendesk Advanced AI :[25] أحد الأدوات الذكية المتقدمة في خدمة العملاء تتميز هذه الأداة:

- استخدام المراسلة المعززة بالذكاء الاصطناعي للتفاعل مع العملاء والتعامل مع استفساراتهم بشكلٍ ذكيٍّ وفعال.
- استخدام تقنية نمذجة النزعة للكشف عن الرسائل القياسية الملائمة،
- فحص وتوجيه رسائل البريد الإلكتروني إلى القسم المناسب.

تظهر الأبحاث أن معدلات رضا العملاء أعلى بثلاث مرات بعد تطبيق الذكاء الاصطناعي، مع الذكاء الاصطناعي يتم تحسين رحلة رضا العملاء بعدة طرق:[26]

1- تقليل أوقات الانتظار : يمكن للذكاء الاصطناعي للمحادثة تقليل أوقات انتظار العملاء، وهو أحد أكبر مصادر الإحباط لمعظم العملاء. تشير دراسة استقصائية حديثة إلى أن أكثر من ذلك الثلثين من العملاء غير مستعدين للانتظار لأكثر من دقيقتين لدعم العملاء. بعد دقيقتين، بدأوا في الاستسلام.

2- تلبية توقعات العملاء :يمكن للشركات تزويد العملاء بخدمة دعم عملاء رائعة باستخدام الذكاء الاصطناعي للمحادثة. يمكن لروبوتات الدردشة معالجة استفسارات العملاء على الفور وتمريرها تلقائيًا إلى الوكلاء عند الحاجة. مع تغير توقعات العملاء، يمكن للشركات تقديم دعم العملاء باستخدام التكنولوجيا المناسبة.

3- دعم العملاء المتسق :هذا يعني أن العملاء يتوقعون نفس المستوى من الدعم في كل مرة يتواصلون فيها معك. يمكن للذكاء الاصطناعي التحادثي إزالة المهام العادية والمكررة لتحسين الاتساق عبر مؤسستك.

لذلك، يمكن للشركات توفير تجربة أكثر تخصيصًا وفي الوقت الفعلي لموظفيها وعملائها. يؤدي هذا تلقائيًا إلى زيادة رضا العملاء.

2.1.3 الأتمتة والرقمنة:

استخدام التكنولوجيا لأتمتة المهام الروتينية والإدارية، مما يساعد في تحسين الكفاءة وتقليل الأخطاء.

---

24 https://openai.com/product

25 https://www.zendesk.com/service/ai/

26 باجيديالا, س. (2022, نوفمبر 22). الذكاء الاصطناعي للمحادثة يجعل العملاء والموظفين أكثر سعادة. إليك الطريقة .

الرقمنة تشمل أيضاً الانتقال من النظم الورقية إلى النظم الرقمية. حيث تُعرَّف الرَّقمنة على أنها عملية اجتماعية تقنية متطورة تحدث على المستويات الفردية والتنظيمية والمجتمعية والعالمية وعبر جميع القطاعات؛ وتشير إلى استخدام الأدوات التي تُحوّل المعلومات التماثلية إلى معلومات رقمية. حيث تتضمن الرَّقمَنَة مجموعة معقدة من التقنيات، ولا يزال بعضها في المراحل الأولى من التطوير والاستخدام. وفي سياق العمل ومكان العمل، تشير الرقمنة إلى استخدام أدوات الحوسبة السحابية والجدولة، بالإضافة إلى التطبيقات المستندة إلى الويب عبر منصات مختلفة لتسهيل الوصول عن بعد والعمل التعاوني.[27]

الأتمتة هي مجموعة من العناصر أو العمليات الحاسوبية والميكانيكية والكهروميكانيكية التي تعمل بأقل تدخل بشري أو بدون تدخل بشري، وهي تغطي التحكم والأنظمة الرقمية والإشراف وإدارة البيانات والمحركات والأجهزة والاتصالات والإنتاج والتفاعلات وغيرها الكثير، وتُستخدم الأتمتة Automation عادةً لتحسين تشغيل مصنع صناعي أو شركة وتحسينهم.[28]

2.1.3.1 تأثير الأتمتة على زيادة في رضا العملاء:[29]

يمكن لأتمتة نموذج الأعمال أن تحسن رضا العملاء بعدة طرق. يمكن للأتمتة تبسيط العمليات وتقليل الوقت اللازم لإنتاج المنتجات وتقديم الخدمات وإنشاء المعاملات. يمكن أن يكون هذا عامل جذب كبير للعملاء، حيث لم يعودوا بحاجة إلى الانتظار لفترة طويلة للحصول على الخدمات التي يحتاجون إليها. يمكن أن تؤدي الأتمتة أيضًا إلى تقليل مخاطر الأخطاء الناتجة عن الإدخال اليدوي، مما يؤدي إلى إنشاء خدمة أكثر أمانًا وموثوقية للعملاء. وهذا يزيد من رضا العملاء عن طريق تقليل احتمالية حدوث أخطاء، مما يسمح للعملاء بالثقة في أن معاملاتهم ستكون ناجحة.

2.1.3.2 تأثير الأتمتة على تخفيض تكلفة العمليات:

يؤدي استخدام الأتمتة إلى تقليل الحاجة إلى العمالة اليدوية، مما يسمح للشركات بتقليل تكلفة العمليات. تعمل الأتمتة أيضًا على تقليل الحاجة إلى تراخيص البرامج الباهظة الثمن وتكلفة الصيانة المرتبطة بها. يمكن للأتمتة أيضًا تقليل كمية الطاقة التي تستخدمها الآلات ومقدار الوقت اللازم لإنجاز المهام المعقدة، مما يؤدي إلى توفير التكاليف. وأخيرًا، يمكن للأتمتة أن تقلل التكاليف المرتبطة بالأخطاء البشرية، مثل الوقت الضائع والمواد الخام بسبب الأخطاء في عملية الإنتاج.

يمكن أن يكون لأتمتة نماذج الأعمال تأثير كبير على الإيرادات من خلال تحسين رضا العملاء وتقليل تكلفة العمليات.

2.1.3.3 دور الأتمتة في تحسين أداء الشركات:[30]

ترغب كل شركة في أن يكون أداء مؤسستها أفضل ما يكون، وعلى الرغم من أن التطورات في أجهزة الكمبيوتر تجعلها أسرع وأقل تكلفة كل عام فإن الطلبات عليها تتجاوز قدرة البنية التحتية لها. هذا يدفع الكثير من الشركات إلى تحسين أداء أنظمتها.

هناك خياران من أجل تحسين أعمال الشركات وهما: ترقية الأجهزة أو شراء نظام أحدث، كلاهما خياران مكلفان.

---

27 Legner, C. (2017). Digitalization: Opportunity and Challenge for the Business and Information Systems Engineering Community

28 Fekrait. (2022, December 25). شرح مفهوم الأتمتة

29 Sheykin, H. (2023). استكشاف تأثير أتمتة نموذج الأعمال .FinModelsLab .

30 مجلة رواد الأعمال. (2023, فبراير 16). الأتمتة وتحسين أعمال الشركات.. منافع أساسية. مجلة رواد الأعمال .

2.1.4 الدفع الالكتروني:

ان لأنظمة الدفع الإلكترونية تأثير كبير على سلوك العملاء ومستويات رضاهم. لقد جلبت هذه الأنظمة العديد من المزايا، مثل السرعة والراحة، ولكنها واجهت أيضًا تحديات، مثل المخاوف الأمنية. وعلى الرغم من هذه التحديات، فإن أنظمة الدفع الإلكترونية موجودة لتبقى، والمستقبل يحمل تطورات مثيرة في صناعة الدفع. يجب على أصحاب الأعمال والمتخصصين في صناعة الدفع البقاء على اطلاع بأحدث الاتجاهات والتطورات لتوفير أفضل تجربة ممكنة للعملاء.

2.1.4.1 تعريف وسائل الدفع الإلكترونية:

عرفت وسائل الدفع الإلكترونية بأنها:[31] عبارة عن الصورة أو الوسيلة الإلكترونية للدفع التقليدي والتي نستعملها في حياتنا اليومية، الفرق الأساسي بين الوسيلتين هي أن وسائل الدفع الإلكترونية تتم كل عملياتها وتسير إلكترونيا، ولا وجود للحوالات ولا للقطع النقدية ويلاحظ على هذا التعريف أنه ضيق حيث ركز على وسائل الدفع التي كانت موجودة من قبل وما تغير فيها إلا طرق معالجتها، وأهمل الوسائل الإلكترونية الحديثة كبطاقات الدفع الإلكتروني.

ويرى كل من زغبة وشوق 2013 بأنها وسيلة إلكترونية بها قيمة نقدية مخزونة بطريقة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، مقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها يتم وضعها في متناول المستخدمين كبديل عن العملات النقدية والورقية وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة (عبابسة 2016، صفحة347)، وهذا تعريف مهم إلا أنه لا يعبر عن كل وسائل الدفع الإلكتروني، بل يعبر عن نوع محدد وهو النقود الإلكترونية. لذلك يرى كل من (جعفر وخلف (2019)) بأنها: الوسائل التي تقوم المؤسسات المالية بإصدارها للعملاء، تكون قابلة لتخزين قيم وحدات نقدية إلكترونية مقابل دفع قيمتها للمصدر بصورة معجلة أو مؤجلة لكي يستخدمها العملاء في تنفيذ ودفع عملياتهم المالية من خلال مجموعة من الوسائل التقنية المعدة من قبل المصدر.

ومن خلال التعاريف السابقة يخلص الباحثين إلى أن وسائل الدفع الإلكترونية هي عبارة عن الأدوات التي تقوم المؤسسات المالية والبنوك بإصدارها للعملاء بحيث تضمن انتقال الأموال التي هي في الأساس ثمن سلعة أو خدمة من طرف إلى طرف آخر بشكل إلكتروني باستخدام التقنيات الحديثة المعدة من طرف مصدر هذه الأدوات.

2.1.4.2 مزايا نظام الدفع الإلكتروني:[32]

وتمتاز منظومة الدفع الإلكتروني بخضوعها للوائح والقوانين التي تيسر الحركات المالية، وأبرز المزايا التي يتمتع بها نظام الدفع الإلكتروني:

توفير الوقت والجهد، حيث أن نظام الدفع الإلكتروني من شأنه أن ييسر عملية الشراء. حيث سيسمح بالدفع للحصول على السلع عبر الإنترنت في أي وقت من النهار أو الليل في أي مكان في العالم دون انتظار الصفوف الطويلة حتى تتمكن من سداد ثمن السلعة أو الخدمة التي تريدها.

---

31) بن رجدال 2002 صفحة((83)

32 Khaled, R. (2023, September 15). تعريف الدفع الإلكتروني الحديث. تجارتنا https://tijaratuna.com/طرق-الدفع-الإلكترونية /

زيادة نسب المبيعات فنظام الدفع الإلكتروني وانتشار الخدمات المصرفية من خلال الإنترنت. سوف يجعل هناك أكثر من بديل وطريقة للحصول على السلع والخدمات المطلوبة وتقليل تكاليف المعاملات.

2.1.4.3 وسائل الدفع الإلكتروني: [33]

هناك أكثر من وسيلة لأنظمة الدفع الإلكتروني، والتي تختلف من دولة لأخرى حسب المتاح منها، ووسائل الدفع الإلكترونية هي:

الحوالات المصرفية: هي أحد أحدث وسائل الدفع الإلكتروني التي وفرتها البنوك مؤخراً والتي تمكن العميل من نقل مبلغ مالي محدد إلى الجهة المستفيدة، وذلك من خلال نقل هذا المبلغ من حساب العميل إلى حساب المستفيد.

البطاقات الصادرة عن البنوك: وهي بمثابة كروت تقوم المؤسسات المالية كالبنوك بإصدارها وتعمل كأداة دفع وسحب نقدي، تتيح عدد من الخدمات الخاصة لعملائها وفكرة هذه البطاقات قائمة في الأساس على البطاقة الائتمانية مسبقة الدفع. وهناك عدة أنواع منها، وأبرزها:

Credit car البطاقات الائتمانية.

Debit car بطاقات المدين.

Prepaid card البطاقات مسبقة الدفع.

شركات التحويل: أحد خدمات الدفع الإلكتروني السريعة، والتي يتم من خلالها استلام الدفعات المالية من شركة التحويل عن طريق الوكيل المحلّي في كل بلد بالعملة المختارة وإعطائها للجهة المستفيدة. وتلك الخدمة منتشرة بشكل كبير حول العالم.

شركات الموبايل للتحويل: تعتمد هذه الشركات على برامج معينة خاصة بها يتم إنشاؤها وتطويرها في مواقعهم المخصصة. والتي تسمح بإجراء المعاملات المالية من خلالها بشكل إلكتروني فتتيح للمستخدمين إمكانية تحويل مبلغ معين من دولة إلى دولة دون الحاجة إلى الذهاب للبنك للتحويل، فقط بالاعتماد على هاتفك، وأبزرها . Apple Pay

العملات الرقمية:

أحدث الاختراعات مؤخرا، وهي عبارة عن عملات ليس لها أي رصيد مادي على أرض الواقع. ويتم تقدير قيمتها مقارنة بقيمة عملات أخرى. ونحصل عليها من خلال عمليات التعدين للعملات تتم بواسطة حل خوارزميات رياضية معقدة من خلال أجهزة كمبيوتر ضخمة). وبدأ انتشار العملات الرقمية في الفترة الأخيرة، كما أصبحت أحد وسائل الدفع الإلكترونية المقبولة لدي الكثير من المتاجر الإلكترونية والشركات ومن أهم العملات الرقمية:

البيتكوين (.Bitcoin)

الإيثريوم (.Ethereum

الدفع بواسطة شبكات المحمول وهي أيضا تابعة لخدمات الدفع الإلكتروني، ويتم استخدامها محليا في عدد من الدول. ويتم من خلالها إرسال واستقبال الأموال، وهناك 3 أنواع منها في مصر وهي أورانج فودافون واتصالات بالإضافة إلى خدمة فوري

---

33 نفس المرجع السابق

أحد أروع خدمات الدفع الإلكتروني المتاحة في مصر، والتي تمكنك من دفع الفواتير المختلفة، وشحن رصيد هاتفك المحمول. هناك شركات نقل خاصة تقبل الدفع من خلالها أيضاً، مثل شركة جو باص.

2.1.4.4 فوائد الدفع الالكتروني:[34]

انتشرت المدفوعات الإلكترونية على نطاق واسع في الآونة الأخيرة، وأصبحت الخيار المفضل للعديد من المؤسسات والشركات والمتاجر وكذلك لقطاعات واسعة من الزبائن، نظراً إلى ما توفره من فوائد عديدة.

زيادة المبيعات: بتوفير خيارات دفع متنوعة ومريحة للعملاء، يتم تعزيز فرص البيع وزيادة الإيرادات للمتاجر الإلكترونية.

تحسين تجربة العملاء: تسهيل عملية الدفع عبر الإنترنت يوفر تجربة مريحة وسهلة للعملاء، مما يزيد من رضاهم ويحفزهم على تكرار عمليات التسوق.

زيادة الأمان والثقة: يتم توفير طبقات إضافية من الأمان مع تحصيل المدفوعات، مما يقلل من مخاطر الاحتيال ويزيد من ثقة العملاء في القيام بالمعاملات المالية عبر الإنترنت.

توسيع نطاق العمل: باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية، يمكن للمتاجر الإلكترونية التوسع في السوق والوصول إلى عملاء في مناطق جغرافية مختلفة محلية أو دولية.

تقليل التكاليف وتبسيط المعاملات: يتيح تحصيل المدفوعات تقليل تكاليف النقل والتخزين والإدارة المتعلقة بالتعامل مع النقد، وبالتالي تعزيز كفاءة العمليات وتبسيطها وتوفير التكاليف.

أحد تطورت المدفوعات الإلكترونية:

ظهور العملات المشفرة يمكننا أن نتوقع أن نرى إدخال العملات الرقمية كخيار للدفع في المستقبل القريب. تتمتع العملات المشفرة، مثل البيتكوين، بالقدرة على إحداث ثورة في صناعة الدفع، مما يوفر معاملات أسرع وأرخص وأكثر أمانًا.[35]

2.1.5 العمل عن بُعد:

2.1.5.1 تعريف العمل عن بعد:

يعرف الإتحاد الأوروبي العمل عن بعد بأنه هو أي عمل يتم من قبل الموظف ذو مهنة حرة في مكان ما بخلاف أماكن العمل المختارة للموظف أو العمل، مع إدخال وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية ونظم المعلومات المتطورة كسمة أساسية لهذا العمل. وهناك استكمال لتعريف الإتحاد الأوروبي للعمل عن بعد بأنه يؤدى من خلال موظف، أو موظف ذاتي أو عامل من المنزل وذلك في موقع آخر بعيدا عن الموقع التقليدي للعمل بالنسبة للموظف أو العميل باستخدام وسائل الاتصال الهاتفية،

---

34 زد .(n.d.). وسائل الدفع الإلكتروني. مدونة زد/https://blog.zid.sa/electronic-payments .

35 https://www.collegenp.com/article/effect-of-electronic-payment-systems/

والنظم المتقدمة في تكنولوجيا المعلومات. هذا التعريف يشير ضمنيا إلى اعتبار العمل من المنزل للحساب الخاص من ضمن خيارات العمل عن بعد[36].

وهو العمل المنجز في موقع خارج بيئة العمل التقليدية طبقا لطبيعة الأعمال المسندة والممكنات التي تسمح للموظفين للعمل من المنزل بشكل دائم أو جزئي أو بعض الوقت[37].

2.1.5.2 انواع العمل عن بعد:

يمكن تقسيم العمل عن بعد إلى نوعين، حسب مكان العمل عن بعد، والآخر حسب زمان العمل عن بعد، ويمكن تفصيلها على النحو الآتي [38]:

1. مكان العمل عن بعد: ويشمل ثلاثة أنوع للعمل وهي:

- العمل من المنزل: إذ يقوم الموظفون بأداء مهامهم وواجباتهم وهم في المنزل، بحيث يستخدمk, التكنولوجيا الحديثة، ووسائل الاتصالات للتواصل مع الإدارة المركزية في الشركة، أو مع الموظفين، ويتم تقييم عملهم عن بعد أيضاً، حيث يقوم المدير بالاطلاع على الأداء وتقييمه، ورفده بالتغذية الراجعة التي تساهم في تحسين الأداء.[39]
- المكتب التابع: إذ يعمل الموظفون في هذه الحالة في مكتب عمل عادي يكون خارج المنزل، إلا أنه يعد من المكاتب الفرعية للشركة التي تكون بالقرب من سكن الموظفين بهدف التخفيف عنهم عند التنقل.
- العمل المتنقل: إذ يقوم الموظف بأداء مهامه في أي مكان سواء في السيارة أم المنزل أم الطائرة، ويكون دور الإدارة في هذه الحالة ضعيف، ولا يتم تقييم عمل الموظف بشكل دوري، وانما يتم محاسبة الموظف على ما تم إنجازه، وجودة الإنجاز، ومن الأمثلة على ذلك: مدراء التسويق ورجال البيع.[40]

1. زمان العمل عن بعد: ويشمل أيضاً ثلاث أنوع للعمل وهي:[41]

- دوام كامل: إذ يقوم الموظف بأداء مهامه وواجباته بعيدا عن مكان العمل ولكن يكون هناك اتصال دائم مع الإدارة لتقييم العمل المنجز، وتقويمه.
- دوام جزئي: إذ يقوم الموظف بالعمل عن بعد خلال يوم واحد في الأسبوع، أو عدة أيام فقط، وعلى فترات متفاوتة، ويساهم هذا النوع من العمل في توفير مساحات في الشركة، وتقليل التكاليف عليها.

---

36 Vittorio Di Martino, 2001: (The High Road to Tele working), International labor organization, Geneva, P.11.

37 قرني، حسام (2021) دور أخلاقيات العمل عن بعد لدى العاملين، في تحقيق جودة الخدمات الإلكترونية (دراسة ميدانية) المجلة العربية للإدارة: 41،إصدار خاص، مارس2021.

38 أبو ماضي، تسنيم 2015, تقييم تجربة العمل عن بعد في قطاع غزة التحديات والمستقبل: دراسة تطبيقية على الشركات التجارية العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين

39 Aguilera, A., Lethiais, V., Rallet, A., & Proulhac, L. (2016). Home-based telework in France: Characteristics, barriers and perspectives. Transportation Research Part A: Policy and Practice, 92, 1-11.

40 Song, Y., & Gao, J. (2020). Does telework stress employees out? A study on working at home and subjective well-being for wage/salary workers. Journal of Happiness Studies, 21(7), 2-28

41 نجم، علي رزق 2018, قابلية خريجي الجامعات للعمل عن بعد وعلاقته بالإنتاجية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.

- العمل وفق الطلب: يكون العمل هنا بصورة غير منتظمة، حيث يتم الاستعانة بالموظف البديل لإنجاز أمر معين خلال فترة محددة وذلك نتيجة لحدوث أمر طارئ إما طبي أو الانشغال في المشاريع الخاصة؛ ويعتبر هذا النوع من العمل مهما في الأمور الطارئة.

2.1.5.3 ايجابيات وسلبيات العمل عن بعد بتحسين أداء الشركات:

1. الايجابيات بالنسبة للشركات:[42]

- تخفيض النفقات العامة للمنشأة من خلال انخفاض كلفة استئجار المباني والمكاتب ومصاريف نقل الموظفين وغيرها.. فضلا عن انخفاض الجهود والمصاريف الناجمة عن متابعة الموظفين لحضورهم وغيابهم
- انخفاض الوقت الضائع في المكاتب التقليدية بين الاجتماعات والزيارات غير المثمرة وتقديم التقارير عن العمل إلى المكتب المركزي.
- ارتفاع انتاجية العاملين ومستوى الجودة لان أغلب هذه الأعمال عن بعد تنفذ من خلال وسائل تقنية يمكن مراجعتها وتحسينها ورفضها والتعديل عليها بأسهل وأقل التكاليف.
- الاستفادة من خبرات عديدة ومن قوة عمل جديدة ذات مهارات مرتفعة ومن مناطق مختلفة سواء قريبة أو بعيدة بأقل التكاليف حيث يتم تقديم الخدمة بدون الحضور والتواجد الجسدي.

1. السلبيات بالنسبة للشركات:

- زيادة تكاليف تبنى وتنفيذ نظام العمل عن بعد واللازمة لإدارة هذا النظام وتشغيله، بالإضافة إلى تكاليف برامج تدريب العاملين عليه وصيانة المعدات وإحلالها.
- صعوبة الرقابة والتحكم والتوجيه الإداري للعامل عن بعد.
- يؤثر نظام العمل عن بعد على أمن وسرية وسلامة البيانات والمعلومات في تلك الشركات نتيجة تداولها بين العاملين خارج نطاق مقار ومكاتب هذه الشركات.
- تقليل التفاعل الفوري العاجل للعاملين في مكان العمل عن بعد ومن ثَّم تفقد الشركات روح العمل الجماعي وروح الفريق، أي مشاكل الإشراف والرقابة والتحكم والتوجيه الإداري للعاملين عن بعد.

2.1.6 أنظمة حجز المواعيد الكترونيا:

2.1.6.1 تعريف الحجز الالكتروني:

أن نظم الحجز الإلكتروني تتيح خدمة الحجز والاستعلام لكل من: الفنادق، سيارات الأجرة، برامج سياحية متكاملة، رحلات بحرية، التأمين، رحلات المدن، رحلات السفاري، حجوزات المطاعم، تذاكر المسرحيات، تذاكر القطار.....الخ .[43]

---

[42] د نشوي توفيق أحمد ثابت , العمل عن بعد ومنظومة العمل: ملامح التغير..... رؤية اجتماعية. علم الاجتماع – كلية الآداب- جامعه عين شمس العدد 27 يونيو 2022 ص805-809 (بتصرف الباحث)

ويعرف الحجز الالكتروني أيضا على أنه: " نظام الكتروني للحجز على الانترنت، يستخدم أعلى وأحدث التقنيات، ويوفر للعميل وظائف متقدمة مثل تأكيد الحجز الفوري ومعلومات توفر الغرف المحدثة دائما، وحسابات دقيقة للتسعير ومراكز الإقامة المعتمدة، وبعملات متعددة، وكل ذلك في حجز واحد وفي مواقع على الانترنت".[44]

2.1.6.2 مزايا وعيوب الحجز الالكتروني

مزايا الحجز الالكتروني:

ترجع أهمية الحجز الإلكتروني للمزايا التي يحملها النظام وهي: [45]

1- أن نظم الحجز تعمل 24/24 ساعة وطيلة 7 أيام وهذا يعطي الحرية للزبائن المحتملين للحجز والاستعلام في أي وقت يريدونه مما يؤدي إلى الزيادة في شكل كبير في الحجوزات.

2- زيادة الإيرادات ومن المزايا الأخرى لنظام الحجز الإلكتروني أنه من الأسهل بكثير نشر وترويج الخدمات والوظائف الجديدة ليتمكن العملاء من الحصول على ما يريدونه بالضبط.

3- تلقائية إلغاء الحجوزات في حالة عدم تأكيدها من طرف الزبون خلال مدة زمنية معينه فإن نظام الحجز الإلكتروني تلقائيا يقوم بتحرير موقعه المحجوز في حالة عدم التأكيد مما يجعله متاحا للحجز مرة أخرى ولشخص آخر.

4- خفض عبء العمل تعمل أنظمة الحجز الإلكتروني على تقليل عبء العمل على الموظفين مع تقدير راحة العملاء. نظم الحجز تعمل 24/24 ساعة وطيلة 7 أيام وهذا يعطي الحرية للزبائن المحتملين للحجز والاستعلام في أي وقت يريدونه مما يؤدي إلى الزيادة في شكل كبير في الحجوزات.

5- تنظيم الحجوزات بشكل فعال: يساعد نظام الحجز في تنظيم الحجوزات بشكل فعال وتجنب التداخلات والمشاكل في المواعيد.[46]

عيوب الحجز الإلكتروني:

تتمثل أهم عيوب الحجز الالكتروني في: [47]

تحتاج للوصول إلى الانترنت (أي أن تكون متصلة بها): للتمكن من الحجز والاستعلام عن الخدمة يجب أن تكون متصلا بالإنترنت.

يجب أن يكون مستعدا لتدفق عملاء جدد: ويفضل العديد من الأشخاص ممارسة أعمالهم واستعلام عن الحجوزات عبر الانترنت في هذه الأيام لذلك يجب على الموظفين الاستجابة الفورية معهم وإلا فقد يفقدهم.

---

43 - عماد احمد ابو شنب، يسرى حرب، وجدان أبو البصل، الخدمات الالكترونية، دار الكتاب الثقافي،الأردن2009، ، ص 55.

44 نوال يونس محمد، نظام الحجز الالكتروني، مدخل لتطبيق الإدارة الالكترونية نموذج مقترح من الخطوط الجوية العراقية، الكلية التقنية الإدارية، ص107.

45 - هند محمد حامد، استخدام التكنولوجية في الشركات السياحية، مذكرة ماجستير، كلية السياحة و الفندقة، مصر، جتمعة حلوان،1999،ص98.

46 https://datatime4it.com/ أنظمة-حجز-المواعيد /

47 - هند محمد حامد، استخدام التكنولوجية في الشركات السياحية، مذكرة ماجستير، كلية السياحة و الفندقة، مصر، جتمعة حلوان1999،

2.2 التنظيم والأداء

تمهيد:

تمثل المفاهيم المتعلقة بالتنظيم والأداء التنظيمي أسساً رئيسية في عالم الإدارة والأعمال. ينطوي التنظيم على ترتيب الأنشطة والموارد بطريقة منظمة لتحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية. تناول هذا الجانب يتطلب الغوص في عمق تعريف التنظيم وتحليل معانيه المختلفة، بدءًا من كونه مهارة يمتلكها المدير، مروراً بكونه إطارًا مؤسسيًا، وصولاً إلى عملية أو وظيفة ضمن العملية الإدارية. يجب التأكيد على أهمية تنظيم العمل في الشركات الحديثة، حيث يؤدي التنظيم الفعال إلى تحسين الأداء، تبسيط الإجراءات، توزيع السلطة بشكل متوازن، وتنمية مهارات وولاء أفراد المنظمة. كل هذه الجوانب تجتمع لتشكل رؤية شاملة حول كيفية إدارة المنظمات بشكل فعال وتحقيق أهدافها.

2.2.1 تعريف التنظيم:

بالرغم من الاهتمام المتزايد الذي القاه موضوع التنظيم الا أنه من أكثر المصطلحات عرضة للتضارب في تحديده أو شرح مضمونة على غرار مصطلح الإدارة، ويرجع أصل كلمة التنظيم ((Organization إلى اللغة اللاتينية والتي تعني الأداة التي يتم بواسطتها إنجاز الأعمال، أما في الأدب الإداري فيستعمل للدلالة على ثلاثة معاني وهي [48]:

نظمOrganizing)) : هي مهارة وعلم يمتلكها المدير تمكنه من تنفيذ جزء من العملية الإدارية.

منظمةOrganization)) :هو إطار أو بناء مؤسسي يضم كافة الموارد والطاقات البشرية والمادية في شكل هيكل واختصاصات تنظيمية ووظيفة محددة وفقا لأنظمة وقواعد معلومة من أجل الوصول إلى تحقيق الأهداف.

عملية أو وظيفة: فالتنظيم وظيفة في العملية الإدارية، يشتمل على مجموعة أنشطة وعمليات تمارس من طرف المدير، تعمل على جمع وتوحيد النشاطات الفردية داخل المؤسسة لتحقيق الهدف العام.

ويعرف البعض التنظيم بأنه "اسم مشتق من المصدر نظم Organization أي الهيكل الذي يضم مجموعة من الأفراد بينهم علاقات معينة ويسعون لتحقيق هدف معين " [49]

---

[48] مصطفى محمود أبو بكر، التنظيم الإداري في المنظمات المعاصرة، مدخل تطبيقي لإعداد وتطوير التنظيم الإداري للمنشآت المتخصصة، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، ،2003 ص .73

[49] النمر مسعود محمد و آخرون، الإدارة العامة - الأسس و الوظائف،-ط ،4 مطابع الفرزدق التجارية، الرياض ،1997 ص .148

2.2.2 تعريف الأداء التنظيمي

يعد الأداء التنظيمي من أهم المفاهيم التي نالت اهتمام الباحثين والدارسين في جميع المجالات، لما يكمن وراء أهميته للفرد والمنظمة على حد سواء، لأن المنظمة تحقق أهدافها ورؤيتها من خلال كفاءة الأداء التنظيمي فيها. من هنا كان كفاءة الأداء التنظيمي بمفهومه البسيط عبارة عن قيام الأفراد بالأعمال المنوطة بهم، وقدرتهم على إتمامها، والأداء يعكس كيفية وطريقة أداء متطلبات العمل، وعادة ما يقاس بالنتائج التي تم تحقيقها.[50]

حيث أن الأداء التنظيمي يدل على تأدية عمل أو إنجاز نشاط أو تنفيذ مهمة بمعنى القيام بفعل يساعد على الوصول الى الأهداف المسطرة. نلاحظ من هذا التعريف ان الأداء يتجسد في القيام بالأعمال والأنشطة والمهارات بما يحقق الوصول الى الغايات والأهداف المرسومة من طرف إدارة المؤسسة. ويتضح عدم اتفاق الباحثين حول وضع مفهوم محدد للأداء التنظيمي فيمكننا تعريف الأداء التنظيمي على أنه ناتج جهد وسلوك جميع الأفراد والعاملين في المؤسسة وفي كافة الإدارات والأقسام الموجودة والذي يحدد مدى قدرة المؤسسة على تحقيق المخرجات والأهداف الخاصة بأعمالها عبر التفوق في أدائها[51].

2.2.3 أهداف التطوير التنظيمي:

يركز التطور التنظيمي على ثقافة التنظيم، والسلوك، والعلاقات، والهيكل التنظيمي وعمليات التفاعل الإنساني داخل التنظيم، كما تختلف أهداف التطوير التنظيمي تبعاً لاختلاف حجم ونوع المشكلات في المنظمات.

الا أنه توجد أهداف عامة تنطبق على جميع المجالات والمنظمات وهي:[52]

-1 جعل المنظمة نظاماً متطوراً ذو فلسفة إدارية أساسها تفاعل الأفراد كفريق عمل

-2 زيادة قدرة المنظمة على التكيف مع المتغيرات البيئية المختلفة.

-3 تغيير التقاليد التي تحد من الابتكار و الإبداع.

-4 تمكين المنظمة من التعرف على المشكلات التي تقابلها و حلها بأسلوب علمي

. -5 خلق مناخ صحي و فعال في المنظمة ككل.

-6 زيادة ديناميكية الفريق.

2.2.4 الشروط الأساسية لفعالية التطوير التنظيمي:

توجد عشرة مبادئ ليتبعها مديري المنظمات للتلاؤم مع التطوير من أجل مساعدتهم في إنجاحه وهي[53]:

-1 أن يكون المديرون قدوة في ممارسة التطوير في كافة مناحي سلوكياتهم الإدارية.

---

50) طه(2017،

51) دحماني.(7 :2006 ،

52 أسعد محمد، قياس أثر تطبيق أسلوب التطوير التنظيمي، دراسة ميدانية على المنظمات الحكومية بالمنظمة العربية في المملكة العربية السعودية، المجلة العلمية لاقتصاد و التجارة، العدد 1، السعودية، 1992، ص ص.

53 محمد بن يوسف النمران العطيات، إدارة التغيير "والتحديات العصرية للمدير، دار الحامد،الاردن، 2006، ص 120.

-2 تشجيع سلوكيات الأفراد التي تكون مطابقة للتطوير المطلوب، وذلك بين جميع العاملين لان التجانس والانسجام بين مفاهيم العاملين يساعد في سرعة إحداثه.

-3 جعل لغة التعبير الإداري سهلة ومفهومة، بالإضافة إلى تزويد العاملين بالنشرات والكتيبات لاستخدامها كمراجع، ومدّهم بالعون والمساعدة ليتخطوه في أمان وسالم.

-4 أن يبدأ التطوير من خلال فرق العمل، حيث وجد أن الجهود الجماعية تأتي بنتائج أفضل من العمل الفردي، لان فرق العمل تعتبر منظمة مصغرة يمكن من خلالها تقويم التجربة قبل تطبيقها على المنظمة ككل.

-5 توضيح أهمية التحديث والتطوير كأفضل مدخل للتغيير وتبني أسلوب الإبداع والتحدي والاستماع لجميع الآراء والاقتراحات النافعة والتفكير فيها ومناقشتها وتجربتها وليس رفضها من أول وهلة.

-6 وضع العاملين في موقف تعلم نظري وعملي، وتقديم المعلومات والمساندة لهم، للقيام بالتطويرات الجديدة، لان التطبيق العملي هو الذي يأتي بالنتائج المرغوبة.

-7 التأكد من فهم العاملين لدورهم في إحداث التغيير، ليكون لديهم الحافز لتبني التغيير أو التجاوب معه.

-8 جعل بؤرة التصميم الإداري الجديد هي الوظائف التي يقوم بها العاملون، وليس سلطات اتخاذ القرار التي يملكونها، فالتغيير يجب أن يمس لب العمل وليس ظاهره.

-9 جعل نتائج الأداء هي الهدف الرئيسي في التطوير، وذلك من خلال تغيير سلوك الأفراد ومهاراتهم للوصول إليه، لان الأعمال بدون هدف محدد يتركها تسير بدون اتجاه واضح مما يؤدي إلى فشلها بالتأكيد.

-10 التركيز على الأفراد المتجاوبين مع التطوير، وحثهم على مساعدة الآخرين على إحداث وتقبل التطوير واستيعابه حتى يزيد عدد المتجاوبين والقائمين عليه حتى تجد المنظمة نفسها تعيش حالة التطوير كما يجب أن يكون.

2.2.5 معوقات التطوير التنظيمي:

توجد مجموعة من المعوقات التي توصلت إليها بعض الدراسات والبحوث التي أجريت في مجال التطوير التنظيمي، والتي ساهمت في فشل بعض برامج التطوير التنظيمي، ويحدد تلك المعوقات في العوامل التالية[54]:

1_ وجود هوة بين القيم والمبادئ التي تعبر عنها المنظمة وبين سلوكها الفعلي.

2_ مقاومة العاملين للتغيير، وعدم اهتمام ودعم القيادات الإدارية لبرامج التطوير التنظيمي.

3_ وضع أهداف غير واقعية أو صعبة التحقيق، أو محاولة تحقيق أهداف طويلة الأجل خلال فترة زمنية قصيرة.

4_ استخدام أسلوب واحد في مواقف مختلفة دون اعتبار للفروق بين المواقف المختلفة كاستخدام لمختبرات المهارات السلوكية.

5_ إغفال نوع التنظيم والتكنولوجيا المستخدمة في المنظمة، إذ أن ما يناسب منظمة مستقرة مثالً ال يناسب أخرى تعمل في ظروف غير مستقرة.

---

54 عبد الوهاب أحمد جاد، السلوك التنظيمي – دراسة سلوك الأفراد و الجماعات داخل منظمات الإعمال،- دار الوفاء مصر، 2000، ص276 .

6_ الاعتماد المركز على الاستشاريين، أو عدم الاستخدام الأمثل لخدماتهم.

7_التركيز على تقوية العالقات بين الإدارة والعاملين كهدف في حد ذاته، بدالً من النظر إليه كوسيلة لزيادة كفاءة المنظمة.

8_ طول الوقت المستغرق في برامج التطوير التنظيمي، وقصور استخدام المعلومات ونقص التخطيط السليم.

9_ البحث عن حلول سريعة أو صفات جاهزة لمشكلات المنظمة، وضعف الرابطة بين برامج التطوير التنظيمي وجوانب أخرى هامة كسياسات الأفراد، ونظم المعلومات.

2.2.6 أهمية تنظيم العمل في الشركات الحديثة

وقد استخلص هربوت سليمون في محاولته صياغة نظرية عملية تستند الى الحقائق ان التنظيم الجيد يؤثر في الافراد الذين يعملون في نطاقه تأثيرا ايجابية بطرق مختلفة هي :

-1 التنظيم يقسم العمل بين العاملين في اطاره ان اعطاء كل موظف عمال محددا يجعله يركز انتباهه وجهده على هذا العمل او على الدور المحدد له.

-2 ينشئ التنظيم اجراءات قياسية فانه يوضع اجراءات مفصلة لكيفية اداء العمل ويرفع عن كاهل الموظفين عبء تحديد مثل هذه الإجراءات في كل مرة يستخدمونها.

-3 التنظيم ينقل القرارات المخولة الى جميع اجزاء المنظمة فانه بتوزيع مثل هذه القرارات على المستويات الدنيا والعليا والأفقية يمد العاملين بالمعلومات والمؤشرات التي تهديهم اثناء ادائهم المكلفين بها.

-4 التنظيم ينهض بتدريب وتنمية اعضائه وذلك عن طريق تدريبهم وامدادهم بالمعارف والمعلومات التي تنمي مهاراتهم وتزيد من ولائهم للمنظمة وبما يمكنهم من اتخاذ القرارات السليمة التي تتفق وحاجة المنظمة.[55]

2.2.7 مفهوم الأداء:

يعرف الأداء[56] بأنه البحث عن تعظيم العلاقة بين النتائج والموارد، وفق أهداف محددة تعكس توجهات المؤسسة. لذلك يشير مفهوم الأداء إلى العمل الذي يقود للقيام بالأعمال كما يجب أن تقوم، ويتصف بالشمولية والاستمرار، وبهذا المعنى يعتبر المحدد لنجاح المنظمة وبقائها في أسواقها المستهدفة كما يعكس في الوقت نفسه مدى قدرتها على التكيف مع بيئتها، أو فشلها في تحقيق التأقلم المطلوب.

2.2.8 مكونات الأداء:

يتكون مصطلح الأداء من مكونين رئيسين هما الفعالية والكفاءة، أي أن المؤسسة التي تتميز بالأداء هي التي تجمع بين عاملي الفعالية والكفاءة في تسييرها، وسنوضحهما كما يلي:

---

55 المجلة العربية للنشر العملي (تعريف التنظيم الإداري وأهمية في المؤسسات2022(

56 FERMANDEZ,A 2000-Les nouveaux tableaux de bord des décideurs. Editions d’organisation, Paris, 40p

- الكفاءة: تشير الكفاءة إلى حسن استخدام الموارد وعدم إهدارها. والموارد تشير إلى الأموال والأفراد والمباني والأراضي والآلات والخامات[57]، وهي قدرة مردودية المؤسسة. بمعنى أن الكفاءة هي مقياس للمردودية في المؤسسة، أي أنها تتعلق بالمخرجات مقارنة بالمدخلات، وهو ما يقترب من معنى الإنتاجية[58]. وايضا القدرة على القيام بالعمل المطلوب بقليل من الإمكانيات، والنشاط الكفء هو النشاط الأقل تكلفة.
- الفعالية: ينظر الباحثون في علم التسيير إلى مصطلح الفعالية على أنه أداة من أدوات مراقبة التسيير في المؤسسة، وهذا من منطلق أن الفعالية هي معيار يعكس درجة تحقيق الأهداف المسطرة. وتجدر الإشارة من جهة أخرى إلى أنه توجد إسهامات كثيرة مختلفة حاولت تحديد ماهية هذا المصطلح، فقد اعتبر المفكرون الكلاسيك الفعالية بمثابة الأرباح المحققة، ثم حسب نظرهم تقاس فعالية المؤسسة بكمية الأرباح المحققة.[59]

يمكن توضيح علاقة الكفاءة بالفعالية على أساس ان الكفاءة شرط للفعالية ومن ثم لن يكون الأداء فعالا حتى يكون كفؤا، لكن يمكن أن يكون الاداء كفؤا وليس فعالا وذلك حينما يتم استغلال الموارد استغلالا جيدا لكن في غير العرض أو المجال المفيد.[60]

2.2.9 تحسين الأداء:

[61] هو استخدام جميع الموارد المتاحة لتحسين المخرجات وإنتاجية العمليات، وتحقيق التكامل بين التكنولوجيا الصحيحة التي توظف رأس المال بالطريقة المثلى. ومن المبادئ الأساسية لتحسين الأداء:[62]

- الوعي بتحقيق احتياجات وتوقعات الزبون
- القياس المستمر ومتابعة الأداء
- إزالة الحواجز والعوائق وتشجيع مشاركة جميع العاملين
- التركيز على النظم والعمليات

2.2.10 تطوير الأداء:

ينطلق تطوير الأداء المؤسسي من منطلق رصد واقع كل من البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة، وتحديد الفرص المتاحة، والتهديدات التي قد تواجه الشركة، ودراسة التأثيرات المتبادلة بينها ؛ لتكون قادرة على مواكبة التغيرات العالمية، وتحقق مكانا لائقا في ظل التنافسية العالمية, فتطوير الأداء يهدف إلى تدعيم المعارف، والخبرات، وتعزيز قدرات الأفراد للتعامل مع مهام ومسؤوليات العمل الذي يهدف إلى مساعدة المسؤولين في التغلب على المواقف الجديدة في المنظمة، وما يصاحبها من

---

57 أحمد ماهر، الإدارة المبادئ والمهارات الدار الجامعية، الاسكندرية، 2004، ص 22

58 الشيخ الداوي، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء، مجلة الباحث العدد 07، جامعة الجزائر، 2010-2009 ص220

59 نفس المرجع السابق، ص 219

60 أحمد ماهر، نفس المرجع السابق، ص23

61 الخزامى عبد الحكم أحمد(1999) تكنولوجيا الأداء من التقييم إلى التحسين: تحسين الأداء.الجزء 3- مكتبة ابن سينا، القاهرة، ص 11.

62 شرف الدين، مومن (2012) دور الادارة بالعمليات في تحسين الاداء للمؤسسة الاقتصادية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سطيف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ص 54

أدوار، والتزامات، وتمكينهم من سرعة الاندماج مع تلك الوظائف، كما أن تطوير الأداء يحقق المنافع، والكفاءة، والفعالية لدى الأشخاص، فالقيادة المتطورة التي تمتلك مهارات إبداعية تستطيع التميز في الأداء، وإنجاز أعمالها بسرعة وفعالية.[63]

2.2.11مفهوم تطوير الأداء:

يعرف تطوير الأداء بأنه عملية إدارية تركز على المخرجات الكلية للمنظمة من خلال جهود مستمرة للتخطيط والتحسين، وهي العمليات المستمرة والمنهجية لتضييق الفجوة بين الأداء الحالي، والنتائج المرغوب فيها[64]، فتطوير الأداء استخدام لجميع الموارد المتاحة لتحسين إنتاجية العمليات، كما يعرف بأنه : نهج منظم لاتباع سلسلة من الإجراءات الأساسية التي تساعد في تحقيق الأداء الفعال، ويدفع المؤسسة نحو الوصول إلى أعلى النتائج[65]، ويمكن تعريف تطوير الأداء إجرائيا بأنه هو الجهود، والأنشطة التي تبذلها المنظمة للارتقاء بممارسات العاملين بما يمكنهم من القيام بالمهام والمسؤوليات المنوطة بالطرق والأساليب المناسبة، وبالكيفية المطلوبة، والذي يحقق أهداف محددة، ويخفف من حدة المشاكل التي تتعلق بسلوك العاملين.

2.2.12أساليب تطوير الأداء:

للتدريب والتنمية تأثير إيجابي على أداء الموظف، والذي يرتبط كلا منهم مباشرة بالمتغيرات مثل المهارات والخبرة المعرفية والقدرات والمتغيرات غير المباشرة، أي تمكين إدارة الموارد البشرية والتواصل والتخطيط والتنسيق، والمواقف والسلوك، وتحفيز الموظف، كما لديهم دورًا إيجابيا في تطوير أداء المؤسسة أو الشركة فيما يتعلق بالربح، والفعالية. والإنتاجية.[66]

ولتطوير الأداء أيضا لابد من التركيز على عملية مراقبة وتقييم الأداء؛ لأن بعض أساليب تطوير الأداء والحلول تكون لها أثار مباشرة على تحسين وتطوير الأداء، كما يجب أن تكون هناك وسائل مراقبة ومتابعة تركز على قياس الحاصل لتوفير التغذية الراجعة المبكرة؛ لتنمية تلك الوسائل، ولتقييم التأثير الحاصل ومحاولة سد الفجوة في الأداء.[67]

تطوير أداء شركات الاتصالات عن طريق:

أ. تحسين تجربة العملاء: من خلال استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء والردود التلقائية، و توفير قنوات تواصل فعالة ومتعددة مع العملاء.

ب. توفير خدمات جديدة مثل تقديم حلول وخدمات جديدة تعتمد على تكنولوجيا G5 وغيرها من التقنيات الحديثة

ج. الشراكات والتحالفات: إقامة شراكات استراتيجية لتوسيع الخدمات والوصول لشرائح جديدة من العملاء.

---

63 العفاد، عبد الله علي هادي؛ الحيلة سارة عيضة مهدي (٢٠٢٢) تطوير أداء مديري المدارس الثانوية بأمانة العاصمة صنعاء في ضوء مدخل الإبداع الإداري مجلة مركز جزيرة العرب للبحوث التربوية والإنسانية، ٢ (١٣)، ٧٧- ١٠٣ ص ٨٢-٨٣

64 فراج، سلوى السعيد عبد العال، ريمان أحمد؛ الوجيه، محمد علي أحمد (٢٠٢٢). إسهامات الحوكمة في تحسين الأداء في الأجهزة الحكومية اليمنية المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية 13(2), 27-49 ص31

65 Biondi, L., & Russo, S. (2022). Integrating strategic planning and performance management in universities: a multiple case-study analysis. Journal of Management and Governance, 26, 417-448.

66 Tamba, N. & Riyanto, S. (2020). How to Improve Performance through Training and Development. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM), 22(5), 9-15. p14

67 فراج واخرون 2022 مرجع سابق, ص34

2.3 العملاء

2.3.1 تعريف العملاء:

العميل[68] هو مفهوم أساسي في عالم التجارة والأعمال، وهو الشخص أو الكيان الذي يتفاعل مع الشركة أو المؤسسة لشراء منتجات أو الاستفادة من خدمات تلك الشركة. ويمكن تعريف العميل (Customer) على أنه فرد أو مؤسسة أو كيان يشتري سلعًا أو خدمات تنتجها أو تقدمها شركة ما. غالبًا ما تتنافس الشركات من خلال الإعلانات أو خفض الأسعار لجذب قاعدة عملاء أكبر من أي وقت مضى.

2.3.2 خدمة العملاء:

تمثل خدمة العملاء أهم المهام الأساسية والبالغة الأهمية التي يجب على مختلف المنظمات وضعها بعين الاعتبار، فالعميل هو مصدر الربح الأول للمنظمة؛ لذلك تعتبر رعايته الوسيلة المؤكدة لكسب رضاه، ولا تنحصر خدمة العملاء فقط في تلبية احتياجات العميل بل لا بد من تفوق توقعاته التي ترتقي إلى مفهوم تلبية للرغبات المتوقعة للعملاء,[69] ومن ثم أصبحت قطاعات الخدمات هي السائدة في جميع الاقتصاديات، وأضحى تحقيق مستويات عالية من جودة الخدمة المقدمة الشريان الحيوي الذي يمد المنظمة الخدمية بالعملاء الموالين فقد أدركت المنظمات الخدمية أن تقديم الخدمة بجودة مرتفعة بعد أكثر الأساليب الفعالة لضمان تفوق المنظمة الخدمية على منافسيها؛ حيث تستطيع المنظمة الخدمية ضمان مركزا تنافسيا متميزا بين المنظمات المنافسة من خلال تقديم خدمة بجودة تتوافق مع توقعات العملاء .[70]

مفهوم خدمة العملاء:

تعرف الخدمة على أنها: النشاط أو المنفعة التي يقدمها أي شخص معنونا أو ماديا للطرف الآخر، وهي في الأساس غير ملموسة، ولا تنتج عليها ملكية خاصة، وقد لا تكون مرتبطة بمنتج مادي[71]

ومفهوم خدمة العملاء هو خطة واستراتيجية كاملة لاكتساب العملاء، والحفاظ عليهم، وبناء شراكات لإنتاج قيمة أكبر، وتجدر الإشارة هنا إلى أن خدمة العملاء تشير إلى مجموعة الأفراد المسؤولين عن توفير الخدمات من خلال التفاعل سواء المباشر أو غير المباشر مع العملاء بما يضمن الوفاء باحتياجات العميل ومتطلباته على أكمل وجه.[72]

---

68 Al-Ghamdi, I. (2023). موقع مفاهيم

69 بيرم إيهاب مفيد محمد عثمان (٢٠١٤). تقييم مستوى خدمة العملاء في شركات القطاع العام القطري في الفترة من عام ٢٠٠٠ إلى ٢٠١٢ من وجهة نظر العملاء (رسالة دكتوراه غير منشورة)، جامعة أم درمان الإسلامية السودان ص1

70 ديوب، محمد عباس الدالي، محمد عهد (٢٠١٥). أثر جودة الخدمة الفندقية على ولاء العملاء: دراسة مسحية مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، ٣٧ (١) ٢٦١ - ٢٧٥ ص263

71 دعينش عبلة حريزي ميسون (٢٠٢١). أثر التسويق بالعلاقات على جودة خدمة العملاء: دراسة حالة بنك الجزائر بولاية برج بوعريريج (رسالة ماجيستير غير منشورة)، جامعة محمد البشير الابراهيمي الجزائر

72 Li, F., & Xu, G. (2022). AI-driven customer relationship management for sustainable enterprise performance. Sustainable Energy Technologies and Assessments, 52, 1-11.

2.3.3 أهداف خدمة العملاء:

تهدف خدمة العملاء إلى حل مشاكل العملاء، وتقديم معلومات لهم بشأن المنتجات الجديدة أو الخدمات المعروضة [73]، علاوة على ذلك فمن أهم أهداف خدمة العملاء الجيدة هي زيادة المبيعات من خلال الحفاظ على العملاء عن طريق وجود اتصال إيجابي، وفعال بين العميل والمؤسسة، بالإضافة إلى زيادة الإنتاجية وخفض التكاليف، وزيادة الدافعية لدى العميل، وانخفاض دوران العمل، وذلك عن طريق الحفاظ على الموظفين ذوي الكفاءات مما يحقق بالنهاية زيادة الربحية.[74]

2.3.4 أهمية خدمة العملاء في الشركات الحديثة:

يؤكد نجاح الشركات بدرجة اهتمامها بخدمة عملائها. وتساعد خدمة العملاء في تصنيف الاعمال وتنوعها يتحقق بذلك أرباح للشركة ورضا للعميل.[75]

1- يدفع أداء الأعمال: وجدت دراسة استقصائية حديثة أجرتها شركة أبحاث تسويقية كبرى أن 75٪ من قادة الأعمال قد أبلغوا عن وجود صلة مباشرة بين خدمة العملاء وأداء الأعمال. يشير هذا إلى أن تقديم خدمة عملاء ممتازة يمكن أن يحسن بشكل كبير النجاح العام لعملك. في السوق التنافسية اليوم، يتوقع العملاء أكثر من مجرد استجابة مفيدة عندما يتواصلون

2- يحفز نمو الأعمال: خدمة العملاء هي واحدة من أهم الجوانب لنجاح الأعمال التجارية. وفقا لمسح حديث أجرته شركة أبحاث تسويقية كبرى، أفاد 65٪ من قادة الأعمال أن تقديم خدمة عملاء جيدة له تأثير إيجابي على نمو شركتهم. يشير هذا إلى أن خدمة العملاء يمكن أن تكون وسيلة فعالة لتحقيق النجاح على المدى الطويل.

3- يحسن الاحتفاظ بالعملاء: يعد تقديم خدمة عملاء ممتازة أحد أهم جوانب نجاح الشركات. وفقا لمسح حديث أجرته شركة أبحاث تسويقية كبرى، أفاد 70٪ من قادة الأعمال أن تقديم خدمة عملاء جيدة يساعد في الحفاظ على عودة العملاء.

4- زيادة المبيعات: وجدت دراسة استقصائية حديثة أجرتها شركة أبحاث تسويقية كبرى أن 50٪ من قادة الأعمال أبلغوا عن زيادة في قدرتهم على البيع العابر، وهي عملية بيع منتجات أو خدمات إضافية للعملاء الحاليين. يشير هذا إلى أن تقديم خدمة عملاء ممتازة يمكن أن يحسن بشكل كبير من نجاح استراتيجيات البيع العابر.

---

[73] Kurniali, S. (2015). Customer service information system for a call center. Procedia Computer Science, 59, 298-304. p299

[74] درادكه حمزة عبد الحليم العلوان حمزة عبد الرازق كافي، مصطفى يوسف. (٢٠١٤). البروتوكول وخدمة الزبائن الأردن: مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع ص251

[75] https://www.investglass.com/ar/what-is-customer-service/

2.3.5 رضا العملاء:

لا يمكن إنكار أهمية إرضاء العملاء لأن العملاء السعداء مثل الإعلانات المجانية للشركة. فالحفاظ على العملاء الحاليين أسهل من العثور على عملاء جدد ومن ثم فإن المنظمات تضع استراتيجيات لضمان الاحتفاظ بالعملاء وتغيير موظفيها ليكونوا أكثر توجهاً نحو العملاء والخدمة. [76]

من المعلوم أن من أهم الأهداف التي تسعى شركات الاتصالات لتحقيقها من خلال إدارة علاقات العملاء هي رضا العملاء، وذلك من أجل كسب ولائهم، حيث عرف رضا العميل على أنه الشعور الذي يوحي للعميل بالسرور أو عدم السرور الذي ينتج عند مقارنة أداء منتج أو خدمة مع توقعات العميل، فالرضا هنا هو دالة على الأداء المدرك والمتوقع ، وعندما يكون الأداء مطابقاً للتوقعات فإن العميل سوف يشعر بالرضا والراحة, وفي حالة تجاوز الأداء عما هو متوقع أو يتخطى التوقعات فإن العميل يبقى مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بهذه الشركة.[77]

ورضا العملاء هو مستوى الرضا حيث يتم تلبية احتياجات العملاء ورغباتهم وتوقعاتهم خلال فترة المنتج / الخدمة.[78]

مراحل رضا العميل:

وتأتي مراحل رضا العميل عن الشركات من خلال عدد من الخطوات تقوم بها الشركات التي أشار إليها كوتلر [79]وهي:

فهم حاجات العملاء ورغباتهم: إذ يتوجب على المسوقين أن يكونوا على اتصال دائم بالعميل سواء العملاء الحاليين أو المحتملين من أجل معرفة العوامل التي تحدد السلوك الشرائي للعملاء، ويعد فهم العميل ومعرفة حاجاته ورغباته من أهم الأمور للشركات.

التغذية المرتدة: وتتمثل في الأساليب والطرق التي تستخدمها الشركات والمسوقين لتعقب آراء العميل عن الشركة لمعرفة مدى تلبيته لتوقعاتها.

القياس المستمر: وهي خطوة أخيرة من أجل تحقيق الرضا وتتمثل بقيام الشركة بإنشاء برنامج خاص يقيس رضا العميل، يقوم بإجراء لتتبع رضا العميل طوال الوقت بدال من معرفة مدى تحسين أداء الشركة في وقت ما.

غالبًا ما يُنظر إلى رضا العملاء على أنه أمر أساسي محدد للاحتفاظ بالعملاء، حيث ناقش كل من سين وسينج [80]بأن الهدف الأهم من المنظمة هي الحفاظ على ولاء العملاء والتركيز على نهج يركز على العملاء من الاستراتيجيات التنظيمية والتسويقية.

---

76 (Kotler, 2012) .

77 (Kotler, 2001, p36).

78 (Azzam, 2014, p103).

79 (Kotler, 2003)

80 Jain and Singh2012,

3 الفصل الثالث: تطبيقات طرق تنظيم العمل الحديثة

3.1 تمهيد

في عالم يتسارع فيه الابتكار التكنولوجي، تبرز الحاجة الماسة لأدوات تسهل الحياة اليومية وتعزز تجربة العملاء. في هذا الإطار، يأتي تطبيق "محجوز" كحل مبتكر لتحدي معروف في مراكز خدمة العملاء بشركات الاتصالات، وهو تحدي حجز المواعيد.

يتناول هذا الفصل عدة جوانب حيوية تتعلق بتطبيق "محجوز". نبدأ بالتعريف بأنظمة الحجز عبر الانترنت وصولا لتطبيق محجوز، ونستعرض خصائصه المتنوعة التي تجعل منه أداة فعالة ومريحة للمستخدمين. بعد ذلك، ننتقل إلى خدمات التطبيق، مشيرين إلى كيفية تلبيتها لاحتياجات العملاء المختلفة. تصميم التطبيق يعتبر عنصرًا حاسمًا يؤثر مباشرةً في تجربة المستخدم. من المهم أيضًا فهم كيفية طرح التطبيق في السوق وكيف تم استقباله من قبل العملاء. بالإضافة إلى ذلك، نستكشف كيف يقف هذا التطبيق مقارنة بمنافسيه في السوق، ونناقش تلك المقارنات بشكل شامل.

يهدف هذا التمهيد إلى إعطاء نظرة شاملة حول تطبيق "محجوز" وتأثيره في تحسين تجارب العملاء، وتميزه في سوق تنافسي مليء بالتحديات والفرص. أيضا سيتم الاستعانة لتعرفة تطبيق محجوز بناء على بيانات من موقعهم بسبب عدم توافر الكم الكافي من الدراسات السابقة بشكل عام.

3.2 أنظمة الحجز عبر الإنترنت:

يمكن للعملاء استخدام هذه الأنظمة لحجز مواعيد مع موظفي خدمة العملاء، مما يقلل من أوقات الانتظار ويعزز الكفاءة. ويمكن استخدام تحليل البيانات لتحديد أوقات الذروة وتوزيع الموارد بشكل أفضل.

3.3 مواصفات تطوير أنظمة الحجز عبر الانترنت:

تطوير تطبيقات أنظمة الحجز عبر الإنترنت التي تلبي احتياجات العملاء وتسهم في تحسين تجربة العملاء وكفاءة العمليات يتطلب العديد من المواصفات والمعايير لضمان تقديم تجربة مستخدم سلسة وفعّالة. بعض المواصفات الأساسية:

1- سهولة الاستخدام: يجب أن يكون التطبيق سهل الاستخدام ومستجيبًا، مع واجهة مستخدم بديهية تمكن العملاء من إجراء الحجوزات بسهولة.

2- التوافق مع أنظمة التشغيل المختلفة: يجب أن يكون التطبيق متوافقًا مع أنظمة التشغيل المختلفة مثل iOS وAndroid وWindows، وأيضاً يجب أن يكون متوافقًا مع المتصفحات الشائعة.[81]

3- التكامل مع الأنظمة الأخرى: يجب أن يتمكن التطبيق من التكامل مع أنظمة الدفع الإلكتروني، وأنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM)، والتقويمات، وغيرها من الأنظمة الأساسية.

[81] هاميلتون، ت. (2023، سبتمبر 30). [ما هو اختبار التوافق]؟

4- الأمان والخصوصية: يجب تضمين ميزات أمان قوية لحماية بيانات العملاء والمعاملات المالية. يجب أيضًا ضمان احترام خصوصية المستخدمين والامتثال للقوانين المحلية والدولية.[82]

5- التكلفة وكفاءة الموارد: يجب تقديم حلاً فعّال من حيث التكلفة ولا يتطلب استهلاكاً عالياً للموارد.

6- التحليلات والتقارير: يجب توفير أدوات لتحليل بيانات الحجوزات وإنشاء تقارير تساعد في اتخاذ قرارات أفضل بشأن تحسين الخدمات.

7- الدعم الفني والتحديثات المستمرة: يجب توفير دعم فني فعّال وضمان تحديث التطبيق بانتظام لتحسين الميزات وتصحيح الأخطاء.

3.4 مصفوفة العلاقة بين رغبات المستهلك وتصميم أنظمة الحجز الالكتروني:

إن بناء مصفوفة العلاقة بين رغبات المستهلك وتصميم أنظمة الحجز عبر الإنترنت يعد خطوة مهمة لضمان تلبية التطبيق لتوقعات المستخدمين. فيما يلي مثال على كيفية إنشاء هذه المصفوفة:[83]

في هذه المصفوفة، نقوم بتقييم العلاقة بين كل رغبة للمستهلك وكل جانب من جوانب تصميم نظام الحجز. يمكن استخدام مصطلحات مثل "عالي"، "متوسط"، و"منخفض" للإشارة إلى قوة العلاقة بين رغبات المستهلك وميزات النظام.

على سبيل المثال، رغبة المستهلك في "تجربة حجز سهلة وسريعة" تتعلق بشكل كبير بـ"سهولة الاستخدام" ولذلك نضع "عالي" في تلك الخانة. ويمكن تعديل وتوسيع هذه المصفوفة لتشمل جميع الرغبات والميزات المحتملة وذلك وفقًا لنوع النظام وتوقعات المستخدمين.

الجدول 1 يبين مصفوفة العلاقة بين رغبات المستهلك وتصميم أنظمة الحجز عبر الانترنت

رغبات المستهلك	سهولة الاستخدام	التوافق مع أنظمة متعددة	الأمان والخصوصية	التحليلات والتقارير	الدعم الفني
تجربة حجز سهلة وسريعة	عالي	متوسط	متوسط	منخفض	منخفض
الحفاظ على بياناتي الشخصية آمنة	متوسط	منخفض	عالي	منخفض	متوسط
إمكانية الحجز من أي جهاز	متوسط	عالي	متوسط	منخفض	منخفض
التخصيص في اختيار الوقت والتاريخ	منخفض	منخفض	منخفض	منخفض	منخفض
الحصول على تحليلات حول حجوزاتي	منخفض	منخفض	منخفض	عالي	متوسط
دعم فني متاح عند الحاجة	منخفض	منخفض	متوسط	متوسط	عالي

82 عطا الله، س. (2019). ما الفرق بين الأمان والخصوصية. مأخوذ من https://www.arageek.com/l/ما-الفرق-بين-الأمان-والخصوصية

83 Lucidchart. (n.d.). QFD House of Quality. Retrieved from https://www.lucidchart.com/blog/qfd-house-of-quality#:~:text=That's%20it%21%20Your%20QFD%20House,processes%20on%20track%20throughout%20production

3.5 تطبيق محجوز [84]

موقع "محجوز" يقدم نظامًا لإدارة الحجوزات وجدولة المواعيد يتميز بمزايا عالمية، وهو مصمم ليدعم نمو الأعمال التجارية. موقع "محجوز" يقدم نظامًا متقدمًا لإدارة الحجوزات وجدولة المواعيد، مما يسمح للمستخدمين بإضافة خدماتهم، تحديد مواعيد العمل، وإطلاق صفحاتهم للجمهور لبدء استقبال الحجوزات والمدفوعات من العملاء. يوفر التطبيق ميزات متعددة تشمل:

1- أطلاق صفحة خدمات: يتيح للمستخدمين عرض خدماتهم للجمهور واستقبال الحجوزات بكل سهولة، مع توفير كافة التفاصيل المهمة في مكان واحد.

2-استعراض التقارير: يمكن للمستخدمين الاطلاع على أداء الأعمال والحصول على معلومات مهمة مثل المبيعات اليومية أو الشهرية، المواعيد، والحجوزات.

3-إدارة المواعيد والحجوزات: يوفر الموقع ميزة لإدارة المواعيد والحجوزات، مع إمكانية استعراض الخدمات المحجوزة وتعديل الحجز أو الإلغاء.

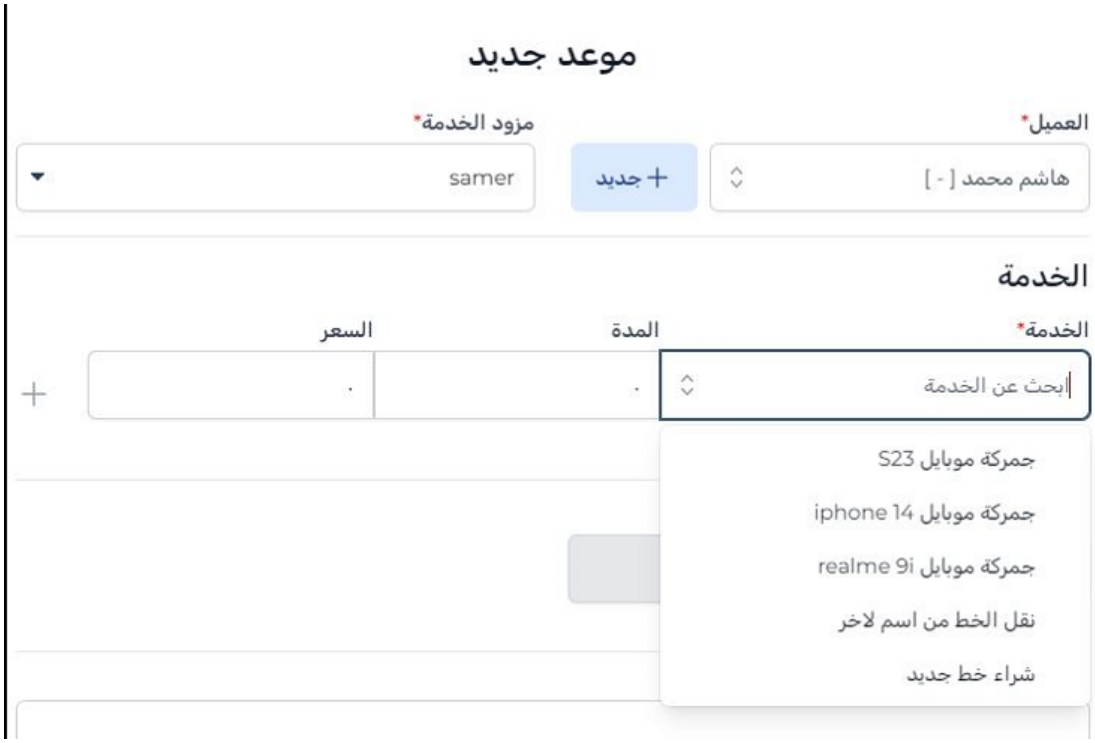
4-التواصل مع العملاء: يتيح الموقع جمع بيانات العملاء في مكان واحد، مما يسهل على الأعمال التواصل مع العملاء بشكل أسرع وأكثر فعالية.

الشكل 4 موقع محجوز

موقع محجوز حاليا يخدم مجموعة واسعة من القطاعات مثل: " الخدمات الطبية والعيادات، خدمات التدريب الشخصي واللياقة، الخدمات المهنية، خدمات التعليم وتطوير، العيادات الطبية، الأندية الرياضية، صالونات التجميل والحلاقة، ومكاتب المحاماة " بالمملكة العربية السعودية.

قام الباحث بالتواصل مع المالك وأضافه شركات الاتصالات بسوريا لتجربة الخدمة كالصورة التالية:

[84] https://mahjoz.io/ar/



الشكل 5 مثال عن خدمات شركات الاتصالات المضافة على تطبيق محجوز

3.6 خصائص وخدمات التطبيق

من خلال المعلومات المتوفرة على موقعهم، تتضمن هذه الخصائص:[85]

1. إدارة الحجوزات وجدولة المواعيد: يوفر النظام أدوات متطورة لإدارة الحجوزات وتنظيم المواعيد بكفاءة وتعديل الحجوزات، الإلغاء، وإضافة الملاحظات.
2. إنشاء وتخصيص صفحة الخدمات: يمكن للمستخدمين إنشاء صفحة خاصة بخدماتهم وتخصيصها، بما في ذلك تحديد ساعات العمل، الخدمات والأسعار، ومقدمي الخدمة.
3. تدريب مجاني ومساعدة في إعدادات النظام: يوفر التطبيق دعمًا وتدريبًا لمساعدة المستخدمين على إعداد النظام واستخدامه بشكل فعال.
4. الحقول المخصصة: يتيح للمستخدمين إضافة حقول مخصصة حسب احتياجاتهم.
5. إدارة صلاحيات المستخدمين: يسمح بتخصيص وإدارة صلاحيات مختلف المستخدمين.
6. الربط مع التطبيقات: يدعم التطبيق الربط مع أكثر من 100 تطبيق عبر Google Tag، مما يوفر تكاملًا واسعًا مع أنظمة وتطبيقات أخرى.
7. تقييمات وآراء العملاء: يمكن للمستخدمين جمع تقييمات وآراء العملاء لتحسين خدماتهم.

[85] من موقع محجوز

8. تصدير البيانات: يتيح للمستخدمين تصدير بياناتهم لسهولة التحليل والاستخدام في تطبيقات أخرى.
9. تدريب ودعم فني: يقدم التطبيق تدريبًا مجانيًا ومساعدة في إعدادات النظام، مما يسهل على المستخدمين الاستفادة الكاملة من ميزاته.
10. الدفع الالكتروني.
11. التواصل مع العملاء: يتيح التطبيق جمع بيانات العملاء في مكان واحد والتواصل معهم بشكل أسرع وأكثر فعالية.
12. استعراض التقارير والأداء: يمكن للمستخدمين الاطلاع على أداء أعمالهم والحصول على تقارير مفصلة حول المبيعات اليومية أو الشهرية والمواعيد والحجوزات.

هذه الخصائص تجعل من "محجوز" أداة شاملة ومرنة تلبي احتياجات مختلف أنواع الأعمال.

3.7 تصميم التطبيق

بعض جوانب تصميم التطبيق من خلال وظائفه والخدمات التي يقدمها:

1-واجهة مستخدم بديهية: تصميم واجهة المستخدم في تطبيق محجوز يركز على البساطة وسهولة الاستخدام لتمكين المستخدمين من إدارة الحجوزات والمواعيد بفعالية.

2-تنظيم واضح للمعلومات: يجب أن يتميز التصميم بتنظيم جيد للمعلومات، بحيث يمكن للمستخدمين الوصول بسرعة إلى الميزات الضرورية مثل جداول المواعيد، التقارير، وبيانات العملاء.

3-سهولة التنقل: التنقل الفعال والمباشر داخل التطبيق مهم لتحسين تجربة المستخدم، خاصة عند التعامل مع جداول المواعيد والحجوزات.

4-تصميم متجاوب: من المهم أن يكون تصميم التطبيق متجاوبًا ليتناسب مع أجهزة مختلفة مثل الهواتف الذكية، الأجهزة اللوحية، والحواسيب.

5-تصميم جذاب ومهني: من المتوقع أن يتميز التطبيق بتصميم جذاب يعكس مهنية الخدمات التي يقدمها، مع استخدام ألوان وخطوط تعزز من وضوح المعلومات.

6-دمج ميزات الأمان: تصميم التطبيق يجب أن يشتمل على ميزات أمان قوية لحماية بيانات المستخدمين والعملاء.

3.8 طرح التطبيق

لطرح أي تطبيق جديد تتم المراحل التالية:[86]

1. تحديد الفكرة: قم بتحديد فكرة تطبيق الجوال الذي ترغب في تطويره ويجب أن تكون الفكرة واضحة وتلبي احتياجات المستخدمين.
2. البحث والتطوير: قبل الطرح يكون قد أجرى المالك بحثًا شاملاً لفهم احتياجات السوق وتحديد الفجوات التي يمكن أن يملأها التطبيق.

[86] https://alafdel.net/mobile-application-development/

3. تخطيط التطبيق: ارسم خريطة لهيكل التطبيق، وقم بتحديد الميزات والوظائف الأساسية التي يجب أن يحتوي عليها التطبيق.
4. تصميم واجهة المستخدم: قم بتصميم واجهة المستخدم الجذابة وسهلة الاستخدام، ويجب أن تكون تجربة المستخدم مريحة ومنظمة.
5. تطوير النموذج الأولي: هنا قم بتطوير نموذج أولي للتطبيق يتضمن الميزات الأساسية.
6. اختبار المستخدمين: يعد اختبار التطبيق مع مجموعة من المستخدمين الأوائل خطوة مهمة لجمع الردود والتعليقات وتحسين النظام قبل الطرح العام.
7. مرحلة إطلاق التطبيق: بعد التأكد من جاهزية التطبيق الخاص بك، قم بنشره على متجر التطبيقات المناسب
8. التسويق والترويج: استراتيجيات التسويق، بما في ذلك الإعلانات الرقمية، التسويق عبر البريد الإلكتروني، والشراكات مع أطراف ثالثة، تعتبر أساسية لزيادة الوعي بالتطبيق وجذب المستخدمين.
9. دعم العملاء والخدمات: توفير دعم ممتاز للعملاء وخدمات ما بعد البيع يعتبر عنصرًا حاسمًا في نجاح التطبيق.

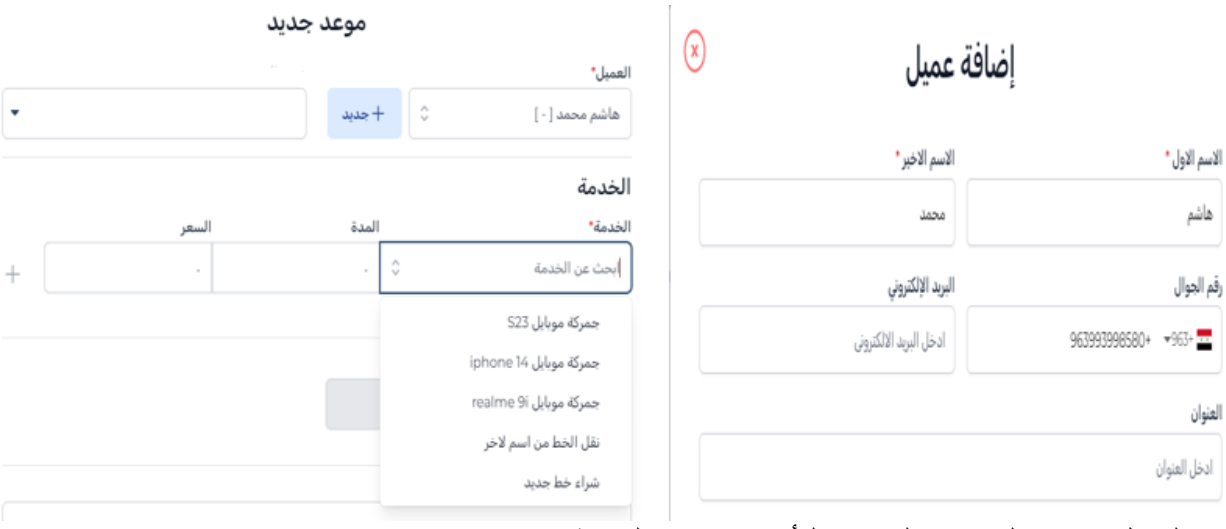
3.9 ألية العمل:

شرح مختصر عن ألية حجز المواعيد عن طريق تطبيق محجوز:

1- يتم حجز موعد قبل الحضور للمركز عن طريق لابتوب او تطبيق الموبايل

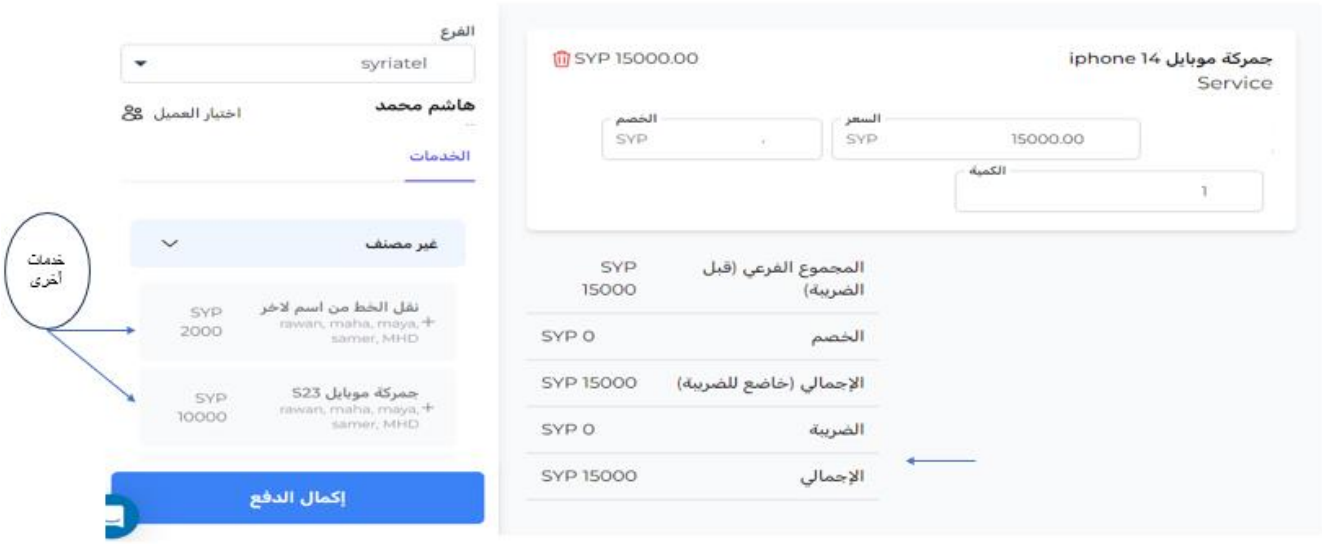
الشكل 7 تبين طريقة حجز موعد

2- يقوم العميل بإدخال معلوماته الشخصية واختيار الخدمة



3- يقوم العميل بتحديد التاريخ والوقت والتأكد من سعر الخدمة.

4- 4- بإمكان العميل معرفة قيمة الفاتورة وإضافة خدمة أخرى قبل الدفع



4 الفصل الرابع: الإطار العملي للبحث

4.1 نتائج إحصائية للاستبانة

4.1.1 الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل

تمت بمعالجة وتحليل البيانات من خلال برنامج SPSS v.23 حيث تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

1- اختبار ألفا كرونباخ Cronbach's alpha للتحقق من ثبات جميع محاور الاستبانة.

2- التكرارات والنسب المئوية (Frequencies and Percentages) لاستكشاف توزيع مفردات العينة وفقاً للعوامل الديموغرافية.

3- الوسط الحسابي والانحراف المعياري (Mean and Standard Deviation) من أجل الإحصاء الوصفي لعبارات ومحاور البحث.

4- تحليل الانحدار الخطي المتعدد من أجل معرفة تأثير المتغيرات المستقلة في المتغير التابع.

4.1.2 عينة البحث:

الأشخاص الذين قاموا بزيارة مراكز خدمة العملاء بشركة الاتصالات في السابق في سوريا بمدينة دمشق وخارج مدينة دمشق. حيث تم توزيع الاستبانة عن طريق الانترنت على منصات التواصل الاجتماعي وقد تم استعادة (90) استبانة وتبين ان الصالح منها (86) فقط ومثل هذا العدد الحجم النهائي للعينة.

4.1.3 أداة الدراسة:

تم استخدام أداة الاستبانة في جمع البيانات الأولية، فهي الأداة الأكثر ملائمة وفعالية لتحقيق أهداف الدراسة.

وتضمنت الاستبانة قسمين:

القسم الأول: يحوي الأسئلة التي تخص المتغيرات الديموغرافية (الجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، موظف ام لا، العمر).

القسم الثاني: ويحوي على أسئلة عن واقع مراكز خدمة العملاء وأسئلة الخاصة بالمتغير المستقل (التقنيات الحديثة وموقع محجوز)، والمتغير التابع (تطوير أداء الشركات ورضا العملاء).

4.1.4 ثبات الاداة:

تم اختبار ثبات الاستبانة بغرض التحقق من أن أسئلة الاستبانة تقيس ما وضع لقياسه فعلاً، وأن الاستبانة وفقراتها ومفرداتها ومفهومة لمن سوف يشملهم الاستبانة وكذلك أنها صالحة للتحليل الإحصائي وتمثل المستهدف، تم قياس ثبات أداة الدراسة باستخدام اختبار"ألفا كرونباخ" (Reliability Analysis – Cronbach’s Alph) الذي يُستخدم لاختبار ثبات وموثوقية المقياس وبعد تحديد معامل ثبات الأداة المُستخدمة في قياس المتغيرات، تكون النتائج حسب الجدول (4):[87]

[87] George, D., & Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon

- أصغر من 0.6 يشير إلى أن النتائج غير مرضية أو أن البيانات لا يمكن الاعتماد عليها
- اكبر من 0.7يشير إلى أن البيانات مقبولة ويمكن الاعتماد عليها .
- اكبر من 0.8 يشير إلى أن الثبات جيد .

تم حساب القيمة الكلية لمقياس الفا كرونباخ بالنسبة للأداة التي تم استخدامها في جمع البيانات، وذلك من خلال برنامج spss وكانت النتيجة كما يبين الجدول [88]

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	16

أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لكافة فقرات الاستبانة كانت أكبر من 0.6 حيث بلغت 0.854 وهي نسبة جيدة لأغراض إجراء الدراسة الأمر الذي يدل على ثبات جيد لأداة الدراسة.

وأيضا تم حساب قيمة الفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة وكانت النتيجة على الشكل التالي[89]:

جدول قيم اختبار الفا كرونباخ لمحاور الاستبانة

المحور	Cronbach's Alph	N of Items	درجة الثبات
محور التقنيات الحديثة	.775	4	مقبول
محور موقع محجوز	.649	4	مقبول
محور رضا العملاء	.744	4	مقبول
محور تطوير أداء شركات	.722	4	مقبول

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

4.1.5 صدق أداة الدراسة:

القصد من دراسة صدق الأداة هو التأكد من أن أسئلة الاستبانة تقيس الغرض الذي صممت لقياسه

اختبار صدق الاتساق الداخلي:[90] مدى اتساق جميع فقرات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه.

---

88 المصدر: من مخرجات برنامج spss

89 الجدول من اعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss

90 الجداول (7)و(8)و(9)و(10) من اعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss

وعليه قمنا بحساب مُعامل الارتباط بيرسون[91] بين كل عبارة والمحور الذي تنتمي إليه، حيث يتراوح معامل الارتباط بين -1 و + 1 كلما اقتربت القيمة من 1 دل ذلك على قوة العلاقة الايجابية، وكلما اقتربت من 0 دل ذلك على ضعف العلاقة، الإشارة تدل على اتجاه العلاقة بين المتغيرين أما مجالات قوة العلاقة فهي كالتالي:

من 0.7 إلى 0.9 ارتباط قوي.

من 0.5 إلى 0.69 ارتباط متوسط القوة.

من 0.01 إلى 0.49 ارتباط ضعيف.

اختبار الصدق للمتغيرات المستقلة:

الجدول 2: يبين معاملات الارتباط بيرسون

صدق الاتساق الداخلي لمحور التقنيات الحديثة		
العبارة	**معامل بيرسون**	**Sig**
أصبح من المهم اليوم الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة في قسم خدمة العملاء	.936**	0.00
إن استخدام التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي سيحسن من تجربة العملاء.	.348**	0.001
التفاعل الرقمي أفضل من التواصل المباشر مع ممثلي خدمة العملاء.	.911**	0.00
الاعتماد على التقنيات الحديثة في قسم خدمة العملاء سيوفر المزيد من الخصوصية للعملاء	.920**	0.00

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

الجدول 3: يبين معاملات الارتباط بيرسون

صدق الاتساق الداخلي لمحور موقع محجوز		
العبارة	**معامل بيرسون**	**Sig**
اتباع طرق تنظيم العمل الحديثة (منصة محجوز) يساهم في تطوير مركز خدمات العملاء	.667**	0.00
استخدام مواقع الحجز الالكتروني مثل منصة محجوز يشكل حل لمشكلة ازدحام قسم خدمة العملاء	.794**	0.00
استخدام مواقع الحجز الالكتروني مثل منصة محجوز يشكل حل لمشكلة الانتظار لوقت طويل في قسم خدمة العملاء	.557**	0.00
استخدام منصة محجوز يساعد العملاء في تنظيم جدول أعمالهم بشكل أفضل	.809**	0.00

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

اختبار الصدق للمتغيرات التابعة :

الجدول 4: يبين معاملات الارتباط بيرسون

[91] https://online.stat.psu.edu/stat462/node/96/

صدق الاتساق الداخلي لمحور رضا العملاء		
العبارة	معامل بيرسون	Sig
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يرتقي بالخدمة لترضي رغبات العميل	.663**	0.00
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يزيد كفاءة وسرعة عمليات مراكز خدمة العملاء	.539**	0.00
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يوفر الوقت والجهد	.670**	0.00
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يقلل حدوث الأخطاء	.612**	0.00

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

الجدول5 : يبين معاملات الارتباط بيرسون

صدق الاتساق الداخلي لمحور تطوير أداء شركات		
العبارة	معامل بيرسون	Sig
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يساهم في تحسين انتاجية موظفي الشركة	.650**	0.00
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يساهم في تحسين القدرة التنافسية للشركة	.560**	0.00
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يساهم في زيادة ولاء العملاء وجذب عملاء جدد	.520**	0.00
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يساهم في زيادة ربحية الشركة	.509**	0.00

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

يتضح من النتائج التي حصلنا عليها من خلال دراسة ارتباط العبارات بالمحاور عن طريق برنامج spss والموضحة في الجداول السابقة بأن جميع العبارات ترتبط مع المحور الذي تنتمي إليه، أي أن فقراته دالة إحصائيا عند مستوى 0.05 , وأنه يوجد ارتباط معنوي يتفاوت ما بين ارتباط متوسط ضعيف إلى ارتباط قوي , وبالتالي يمكن القول أن عبارات الاستبانة المستخدم صادقة ومتسقة داخليا .

4.1.6 وصف عينة البحث:

التحليل الوصفي لعينة البحث تبعاً للعوامل الديموغرافية:

توزع أفراد العينة حسب الجنس:

أظهر التحليل الإحصائي أن 28% من العينة هم من الإناث و 58% هم من الذكور

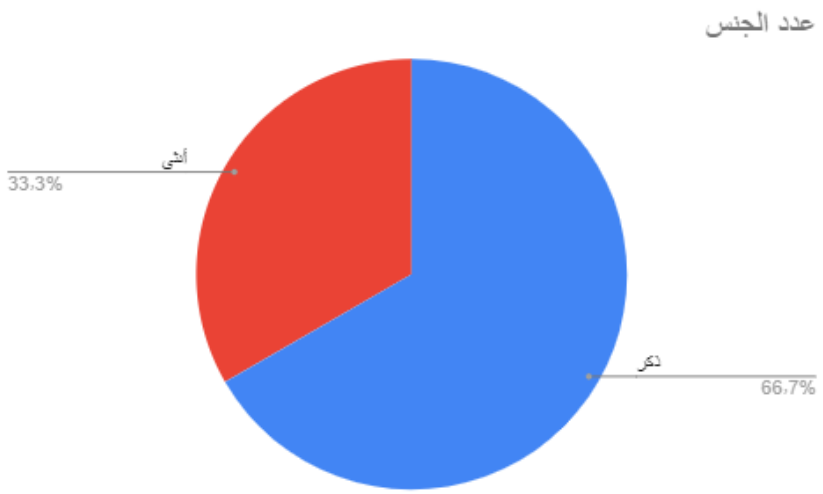
الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	58	66.7	67.4	67.4
	انثى	28	33.3	33.3	100.0
	Total	86	100.0		

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج**SPSS**

نلاحظ من الجدول أن نسبة الذكور أكبر من الاناث، وهذا لا يؤثر على صدق البحث حيث لا توجد أسئلة موجهة للذكور وأخرى للإناث، ويمثل الشكل التالي توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

شكل رقم (8): توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

توزع أفراد العينة حسب العمر :

العمر

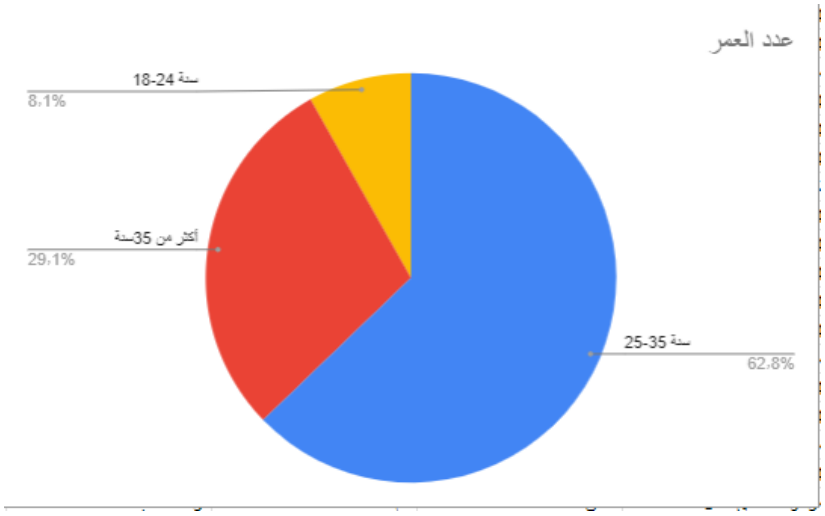
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-24 سنة	7	8.1	8.1	8.1
	25-35 سنة	54	62.8	62.8	70.9
	35سنة من أكثر	25	29.1	29.1	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

أظهر التحليل الإحصائي أن 8.1% من العينة أعمارهم بين(18-24 سنة) و 62.8% اعمارهم 25-35) سنة) و 29.1% اعمرهم (أكثر من 35سنة)

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

نلاحظ أن النسبة الأكبر من أفراد العينة من الذين أعمارهم (من25-35 سنة) بنسبة 62.8%، وتليها الفئة (من أكثر من 35 سنة) بنسبة 29.1%، أقل فئة عمرية (18-24 سنة) بنسبة 8.1%. ويبين الشكل التالي توزيع أفراد العينة حسب العمر:

شكل رقم (9): توزيع أفراد العينة حسب العمر



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

<u>توزع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية:</u>

يوزع أفراد العينة وفق هذا المعيار كالآتي:

أظهر التحليل الإحصائي أن 60.5% من العينة عازبين و 39.5% متزوجين

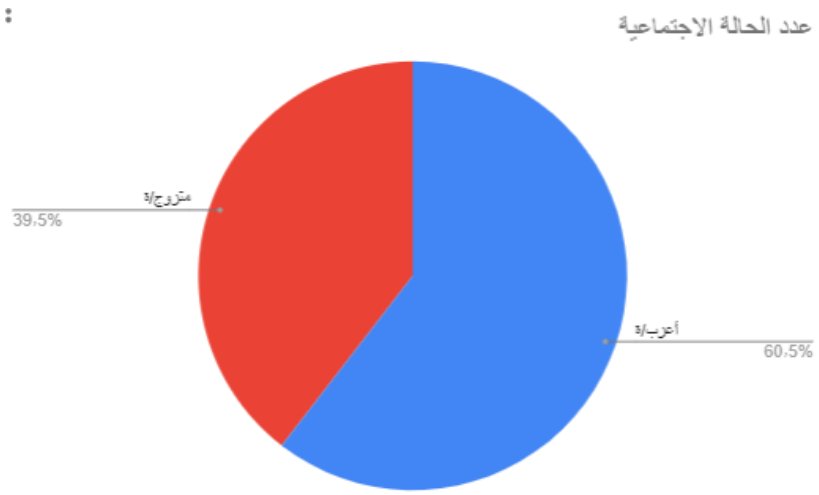
الاجتماعية الحالة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعزب/ة	52	60.5	60.5	60.5
	متزوج/ة	34	39.5	39.5	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

ويبين الشكل التالي توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية:

شكل رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

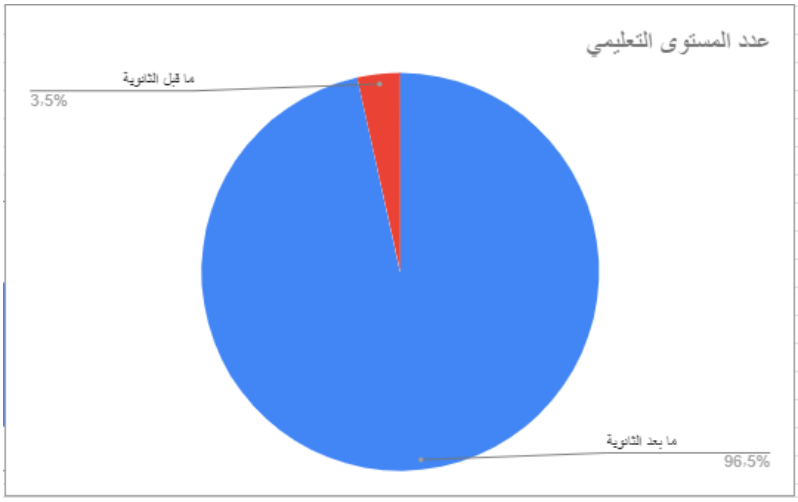
توزع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

أظهر التحليل الإحصائي أن 3.5% من العينة مستواهم التعليمي ما قبل الثانوية و 96.5% مستواهم ما بعد الثانوية

التعليمي المستوى

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	الثانوية قبل	3	3.5	3.5	3.5
	الثانوية بعد	83	96.5	96.5	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج**SPSS**



شكل رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب المستوى العلمي

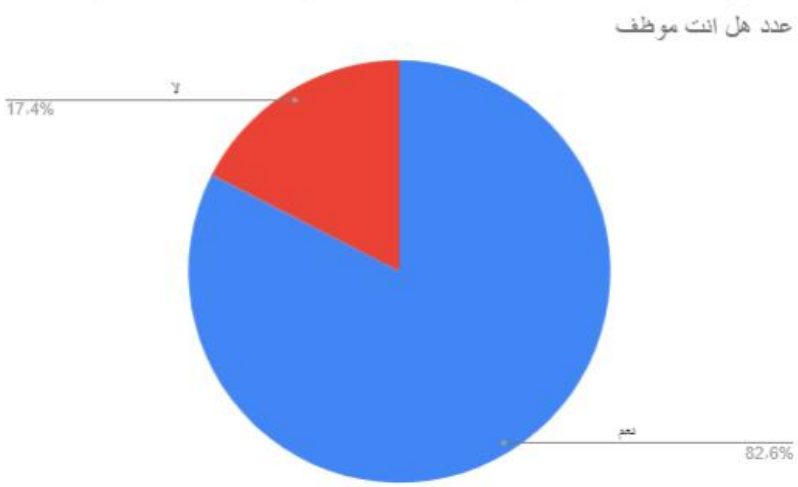
توزع أفراد العينة حسب الحالة الوظيفية:

أظهر التحليل الإحصائي أن 17.4% من العينة من غير الموظفين و 82.6% من الموظفين.

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	لا	15	17.4	17.4	17.4
	نعم	71	82.6	82.6	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

شكل رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب الحالة الوظيفية



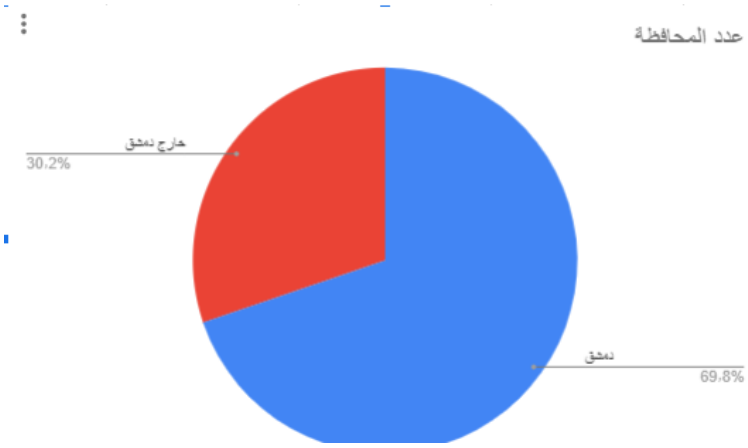
المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

توزع أفراد العينة حسب المحافظة:

المحافظة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	دمشق خارج	26	30.2	30.2	30.2
	دمشق	60	69.8	69.8	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

أظهر التحليل الإحصائي أن 30.2% من العينة من خارج دمشق و 69.8% من محافظة دمشق



شكل رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب المحافظة

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

4.1.7 التحليل الوصفي المتعلق بتقييم أفراد العينة لمحاور الاستبانة:

تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي حيث تكون الإجابات وتحليلها كالتالي:[92]

جدول (6) تعريف مقياس ليكرت الخماسي

الإجابة	الوزن	المتوسط	اتجاه الرأي
غير موافق بشدة	1	من 1 إلى 1.79	غير موافق بشدة
غير موافق	2	من 1.80 إلى 2.59	غير موافق
محايد	3	من 2.60 إلى 3.39	محايد
موافق	4	من 3.40 إلى 4.19	موافق
موافق بشدة	5	من 4.20 إلى 5	موافق بشدة

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

[92] http://statistic-think.blogspot.com/2019/02/blog-post.html

4.1.7.1 إجابات أفراد العينة حول واقع خدمة العملاء:

واقع خدمة العملاء					
العبارة	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
ما عدد المرات التي زرت بها مركز خدمة العملاء خلال السنة الماضية من أجل خدمة ما؟	مرة واحدة على الأقل	33	38.4%	1.802	0.7328
	2-3 مرات	37	43.0%		
	4-5 مرات	16	18.6%		
	5-6 مرات	0	0%		
	أكثر من 6 مرات	0	0%		
هل وجدت صعوبة في تحديد دورك عند وصولك لخدمة العملاء؟	غير موافق بشدة	0	0%	1.570	0.8195
	غير موافق	13	15.1%		
	محايد	55	64.0%		
	موافق	18	20.9%		
	موافق بشدة	0	0%		
هل هناك مؤشرات واضحة توضح ترتيب الدور والانتظار؟	غير موافق بشدة	0	0%	2.430	0.8050
	غير موافق	17	19.8%		
	محايد	15	17.4%		
	موافق	54	62.8%		
	موافق بشدة	0	0%		
هل الموظفين يحافظون على تنظيم الدور ويضمنون ألا يتم تجاوز أي عميل؟	غير موافق بشدة	0	0%	2.442	0.7912
	غير موافق	16	18.6%		
	محايد	16	18.6%		
	موافق	54	62.8%		
	موافق بشدة	0	0%		
هل عدد الموظفين بمراكز خدمة العملاء يتناسب مع عدد العملاء	غير موافق بشدة	0	0%	1.965	0.8181
	غير موافق	30	34.9%		
	محايد	29	33.7%		
	موافق	27	31.4%		
	موافق بشدة	0	0%		
هل تستخدم الشركة نظامًا إلكترونيًا لترتيب الدور؟	غير موافق بشدة	5	5.8%	2.756	0.5517
	غير موافق	11	12.8%		
	محايد	70	81.4%		
	موافق	0	0%		

		0%	0	موافق بشدة	
		51.2%	44	غير موافق بشدة	هل يتم تزويدك برقم دور إلكتروني عبر رسالة نصية أو تطبيق معين؟ أو فقط رقم مطبوع
		9.3%	8	غير موافق	
0.9508	1.884	39.5%	34	محايد	
		0%	0	موافق	
		0%	0	موافق بشدة	
		0%	0	غير موافق بشدة	هل تعتقد أن نظام الدور الحالي يساهم في فقدان العملاء أو انزعاجهم؟
		37.2%	32	غير موافق	
0.8744	2.012	24.4%	21	محايد	
		38.4%	33	موافق	
		0%	0	موافق بشدة	
0.7929	2.108	المتوسط والانحراف المعياري الكلي للمحور			

جدول رقم 7 المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

نلاحظ من الجدول ان المتوسط الكلي لإجابات العينة على اسئلة الباحثة لتقصي واقع خدمة العملاء بلغ (2.108) مما يدل على حياد أفراد العينة وعدم رضاهم الكامل عن جودة الخدمات المقدمة في قسم خدمة العملاء وفي نفس الوقت لا يجدون ان الخدمات المقدمة بدرجة كبيرة من السوء.

4.1.7.2 إجابات أفراد العينة حول محور التقنيات الحديثة:

محور التقنيات الحديثة					
العبارة	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أصبح من المهم اليوم الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة في قسم خدمة العملاء	غير موافق بشدة	0	0%	4.070	0.6286
	غير موافق	3	3.4%		
	محايد	5	5.7%		
	موافق	61	71.2%		
	موافق بشدة	17	19.5%		
إن استخدام التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي سيحسن من تجربة العملاء.	غير موافق بشدة	0	0%	3.837	0.6836
	غير موافق	1	1.1%		
	محايد	25	28.7%		
	موافق	47	55.1%		
	موافق بشدة	13	14.9%		
التفاعل الرقمي أفضل من التواصل المباشر مع ممثلي	غير موافق بشدة	0	0%	4.035	0.6588
	غير موافق	4	4.6%		

خدمة العملاء.	محايد	5	5.7%		
	موافق	61	71.2%		
	موافق بشدة	16	18.4%		
الاعتماد على التقنيات الحديثة في قسم خدمة العملاء سيوفر المزيد من الخصوصية للعملاء	غير موافق بشدة	0	0%	4.070	0.6649
	غير موافق	3	3.4		
	محايد	7	8.0		
	موافق	57	66.6		
	موافق بشدة	19	21.8		
المتوسط والانحراف المعياري الكلي للمحور				4.002	0.658

جدول رقم 8 المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول ان المتوسط الكلي لإجابات العينة على اسئلة الباحثة حول محور التقنيات الحديثة بلغ (4.002) مما يدل على موافقة أفراد العينة عن أهمية التقنيات الحديثة في قسم خدمة العملاء وفي نفس الوقت يزيد من رضاهم وبالتالي زيادة أداء الشركات.

4.1.7.3 إجابات أفراد العينة حول موقع محجوز:

محور موقع محجوز					
العبارة	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
اتباع طرق تنظيم العمل الحديثة (منصة محجوز) يساهم في تطوير مركز خدمات العملاء	غير موافق بشدة	0	0	4.047	0.8528
	غير موافق	2	2.3		
	محايد	23	26.4		
	موافق	30	35.6		
	موافق بشدة	31	35.6		
استخدام مواقع الحجز الالكتروني مثل منصة محجوز يشكل حل لمشكلة ازدحام قسم خدمة العملاء	غير موافق بشدة	0	0	4.105	0.6330
	غير موافق	2	2.3		
	محايد	7	9.1		
	موافق	57	65.5		
	موافق بشدة	20	23.0		
استخدام مواقع الحجز الالكتروني مثل منصة محجوز يشكل حل لمشكلة الانتظار لوقت طويل في قسم خدمة العملاء	غير موافق بشدة	1	1.1	4.419	0.6224
	غير موافق	0	0		
	محايد	3	4.5		
	موافق	41	47.1		
	موافق بشدة	41	47.1		

استخدام منصة محجوز يساعد العملاء في تنظيم جدول أعمالهم بشكل أفضل	غير موافق بشدة	0	0	4.012	0.6416
	غير موافق	3	3.4		
	محايد	8	9.2		
	موافق	60	69.0		
	موافق بشدة	15	18.3		
المتوسط والانحراف المعياري الكلي للمحور				4.145	0.687

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS جدول رقم 9

نلاحظ من الجدول ان المتوسط الكلي لإجابات العينة على اسئلة الباحثة حول محور موقع محجوز بلغ (4.145) مما يدل على موافقة أفراد العينة عن أهمية موقع محجوز في قسم خدمة العملاء وفي نفس الوقت يزيد من رضاهم وبالتالي زيادة أداء الشركات.

4.1.7.4 إجابات أفراد العينة حول رضا العملاء:

محور رضا العملاء					
العبارة	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يرتقي بالخدمة لترضي رغبات العميل	غير موافق بشدة	0	0	3.895	0.8265
	غير موافق	6	6.9		
	محايد	16	18.4		
	موافق	45	51.7		
	موافق بشدة	19	21.8		
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يزيد كفاءة وسرعة عمليات مراكز خدمة العملاء	غير موافق بشدة	0	0	4.640	0.5512
	غير موافق	0	0		
	محايد	3	3.4		
	موافق	25	28.7		
	موافق بشدة	58	66.7		
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يوفر الوقت والجهد	غير موافق بشدة	0	0	4.674	0.5624
	غير موافق	0	0		
	محايد	4	4.6		
	موافق	20	23.0		
	موافق بشدة	62	71.3		
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يوفر الوقت والجهد	غير موافق بشدة	0	0	4.047	0.7180
	غير موافق	0	0		
	محايد	4	4.6		
	موافق	20	23.0		

		71.3	62	موافق بشدة	
0.665	4.314	المتوسط والانحراف المعياري الكلي للمحور			

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS جدول رقم10

نلاحظ من الجدول ان المتوسط الكلي لإجابات العينة على اسئلة الباحثة حول محور رضا العملاء بلغ (4.314) مما يدل على موافقة أفراد العينة حول زيادة رضا العملاء في قسم خدمة العملاء نتيجة الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة وبالتالي زيادة أداء الشركات.

4.1.7.5 إجابات أفراد العينة حول تطوير أداء الشركات:

محور تطوير أداء الشركات					
العبارة	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يساهم في تحسين انتاجية موظفي الشركة	غير موافق بشدة	0	0	4.047	0.8528
	غير موافق	2	2.3		
	محايد	23	26.4		
	موافق	30	34.5		
	موافق بشدة	31	35.6		
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يساهم في تحسين القدرة التنافسية للشركة	غير موافق بشدة	1	1.1	4.302	0.5754
	غير موافق	0	0		
	محايد	2	2.3		
	موافق	53	60.9		
	موافق بشدة	30	34.5		
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يساهم في زيادة ولاء العملاء وجذب عملاء جدد	غير موافق بشدة	0	0	4.419	0.6224
	غير موافق	1	1.1		
	محايد	3	3.4		
	موافق	41	47.1		
	موافق بشدة	41	47.1		
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يساهم في زيادة ربحية الشركة	غير موافق بشدة	0	0	4.221	0.6020
	غير موافق	2	2.3		

		2.3	2	محايد	
		65.5	57	موافق	
		28.7	25	موافق بشدة	
0.663	4.247	المتوسط والانحراف المعياري الكلي للمحور			

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS جدول رقم 11

نلاحظ من الجدول ان المتوسط الكلي لإجابات العينة على اسئلة الباحثة حول تطوير أداء الشركات بلغ (4.247) مما يدل على موافقة أفراد العينة حول تطوير أداء الشركات في قسم خدمة العملاء نتيجة الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة وبالتالي زيادة رضا العملاء.

4.1.7.6 One-Sample T-test : اختبار

يستخدم اختبار T لقياس معنوية معامل الارتباط والتي على أساسه يتم قبول الفرضية من عدمها:

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
محوررضاالعملاء	86	4.3140	.41513	.04476
محورموقع_محجوز	86	4.1453	.48426	.05222
محورالتقنيات_الحديثة	86	4.0029	.50946	.05494
محورتطويرأداءشركات	86	4.2471	.37670	.04062

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

النتيجة	t	Sig. (2-tailed)	المتوسط	المحور
الموافقة بشدة	20.417	0.000	4.3140	محور رضا العملاء
الموافقة	14.273	0.000	4.1453	محور موقع محجوز
الموافقة	10.975	0.000	4.0029	محور التقنيات الحديثة
الموافقة بشدة	20.854	0.000	4.2471	محور تطوير أداء شركات

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج **SPSS**

بناء على اختبار One-Sample T-test وكما نلاحظ من الجدول ان قيمة sig اصغر من 0.05 وهذا يؤكد وجود قيمة معنوية أي يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية بين محاور المقياس، والمتوسط الحسابي لإجابات محاور (محور موقع محجوز، محور التقنيات الحديثة) تقع في المجال (بين 3.40 إلى (4.19مما يدل على أن اتجاه الرأي يميل إلى الموافقة , أما بالنسبة لمحاور (محور رضا العملاء, محور تطوير أداء شركات) فيقع المتوسط الحسابي في المجال (بين 4.20إلى 5) مما يدل على ان اتجاه الرأي يميل للموافقة بشدة .

مصفوفة الارتباط:

يلاحظ من الجدول التالي معنوية الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	P.Value	القرار
رضا العملاء وموقع محجوز	0.575	0	معنوي
رضا العملاء والتقنيات الحديثة	0.758	0	معنوي
تطوير أداء الشركات والتقنيات الحديثة	0.529	0	معنوي
تطوير أداء الشركات وموقع محجوز	0.808	0	معنوي

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامجSPSS

4.1.7.7 اختبار الفرضيات:

الرئيسية الاولى:

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تطبيق اساليب تنظيم العمل الحديثة في شركات الاتصالات وزيادة رضا العملاء وتطوير أداء الشركات.

يتفرع عنها الفرضيات التالية:

1. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين إدخال التقنيات الحديثة وزيادة رضا العملاء.

تُظهر نتائج تحليل الارتباط الخطي الثنائي الموضحة في الجدول التالي بين المتغير المستقل (إدخال التقنيات الحديثة) وبين المتغير التابع (زيادة رضا العملاء) وجود علاقة ارتباط خطي بين المتغيرين. حيث قيمة Sig الاحتمالية تساوي 0.00 وهي أصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05، وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة التي تقول بأنَّه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدخال التقنيات الحديثة وزيادة رضا العملاء.

أما قيمة معامل بيرسون بلغت 0.569 وتُشير إلى وجود علاقة ارتباط طردي قوية موجبة بين المتغيرين.

Correlations

		محوررضاالعملاء	محورالتقنيات_الحديثه
Pearson Correlation	محوررضاالعملاء	1.000	.569
	محورالتقنيات_الحديثه	.569	1.000
Sig. (1-tailed)	محوررضاالعملاء	.	.000
	محورالتقنيات_الحديثه	.000	.
N	محوررضاالعملاء	86	86
	محورالتقنيات_الحديثه	86	86

بعدها سيتم مناقشة وجود أثر ذو دلالة احصائية بين المتغيرين باستخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط Simple linear Analysis Regression:

يتبيّن من النّتائج الموّضحة في الجدول التالي بأن ثابت نموذج الانحدار موجب ومعنوي P-Value = 0.00 أصغر من مستوى الدلالة 0.05 وقيمة 1B=0.464

وأيضا P-Value = 0.00 لمعلمة الحد الثابت 0B أصغر من مستوى الدلالة 0.05وقيمة 0B=2.457

وبناء على ما سبق نرفض فرضية العدم التي تقول إنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين ونقبل الفرضية البديلة.

ويبيّن جدول Anovaقيمة F والبالغة 40.227 عند مستوى دلالة إحصائية 0.00 وبما ان P-Value = 0.00<0.05 يمكن الاعتماد على نموذج الانحدار في شرح تغيرات المتغير التابع

من جدول Model Summary نجد أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين 0.569 ،وهي علاقة ارتباط قوية، كما أن قيمة معامل التحديد 0.324، أي ان المتغير المستقل يؤثر بنسبة 0.324 من التغيرات التي طرأت على المتغير التابع (بمعنى آخر إن التغيرات في المتغير المستقل تفسر ما نسبته 32.4 %من تغيرات المتغير التابع، وباقي التغيرات تعود لعوامل أخرى لا علاقة للمتغير المستقل بها) .

وبالتالي تكون معادلة الانحدار بين المتغير التابع والمتغير المستقل Y = a + bX

(رضا العملاء) =2.457 + 0.464 (التقنيات الحديثة)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.569[a]	.324	.316	.34332

a. Predictors: (Constant), محورالتقنيات_الحديثة

b. Dependent Variable: محوررضاالعملاء

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.747	1	4.747	40.277	.000[b]
	Residual	9.901	84	.118		
	Total	14.648	85			

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.457	.295		8.331	.000
	محورالتقنيات_الحديثة	.464	.073	.569	6.346	.000

a. Dependent Variable: محوررضاالعملاء

:ANOVA

جدول تحليل التباين

*المصدر: من تحليلات الباحثة بالاعتماد على برنامج SPSS

أي ان ما سبق يتوافق مع الدارسة المرجعية السابقة: دراسة راما حسين اسحق,2021

2. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الاعتماد على تطبيق حجز الكتروني مثل "محجوز" وزيادة رضا العملاء.

تُظهر نتائج تحليل الارتباط الخطي الثنائي الموضحة في الجدول بين المتغير المستقل (تطبيق حجز الكتروني مثل "محجوز") وبين المتغير التابع (زيادة رضا العملاء) وجود علاقة ارتباط خطي بين المتغيرين. حيث قيمة Sig الاحتمالية تساوي 0.00 وهي أصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05، وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة التي تقول بأنَّه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق حجز الكتروني مثل "محجوز" وزيادة رضا العملاء.

أما قيمة معامل بيرسون بلغت 0.575 وتُشير إلى وجود علاقة ارتباط طردي قوية موجبة بين المتغيرين.

Correlations

Correlations

		محوررضاالعملاء	محورموقع_محجوز
محوررضاالعملاء	Pearson Correlation	1	.575**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	86	86
محورموقع_محجوز	Pearson Correlation	.575**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	86	86

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

بعدها سيتم مناقشة وجود أثر ذو دلالة احصائية بين المتغيرين باستخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط Simple linear Analysis Regression:

يتبيّن من النّتائج الموّضحة في الجدول التالي بأن ثابت نموذج الانحدار موجب ومعنويP-Value = 0.00 أصغر من مستوى الدلالة 0.05

وقيمة 1B=0.493

وأيضا P-Value = 0.00 لمعلمة الحد الثابت 0B أصغر من مستوى الدلالة 0.05

وقيمة 0B=2.271

وبناء على ما سبق نرفض فرضية العدم التي تقول إنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين ونقبل الفرضية البديلة.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.271	.319		7.110	.000
	محورموقع_محجوز	.493	.077	.575	6.442	.000

a. Dependent Variable: محوررضاالعملاء

ويبيّن جدول Anovaقيمة F والبالغة 41.493 عند مستوى دلالة إحصائية 0.00 وبما ان P-Value = 0.00<0.05 يمكن الاعتماد على نموذج الانحدار في شرح تغيرات المتغير التابع

من جدول Model Summary نجد أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين 0.575، وهي علاقة ارتباط قوية، كما أن قيمة معامل التحديد 0.331، أي ان المتغير المستقل يؤثر بنسبة0.331 من التغيرات التي طرأت على المتغير التابع (بمعنى آخر إن التغيرات في المتغير المستقل تفسر ما نسبته 33.1 %من تغيرات المتغير التابع، وباقي التغيرات تعود لعوامل أخرى لا علاقة للمتغير المستقل بها) .

وبالتالي تكون معادلة الانحدار بين المتغير التابع والمتغير المستقل $Y = a + bX$

(موقع محجوز) = 2.271 +0.493 (رضا العملاء)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575[a]	.331	.323	.34165

a. Predictors: (Constant), محورموقع_محجوز

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.843	1	4.843	41.493	.000[b]
	Residual	9.805	84	.117		
	Total	14.648	85			

a. Dependent Variable: محوررضاالعملاء

b. Predictors: (Constant), محورموقع_محجوز

ANOVA:جدول تحليل التباين

أي ان ما سبق يتوافق مع الدارسة المرجعية السابقة: دراسة هنـــاء درويش, 2018

2. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين إدخال التقنيات الحديثة وتطوير أداء شركات

تُظهر نتائج تحليل الارتباط الخطي الثنائي الموضحة في الجدول التالي بين المتغير المستقل (إدخال التقنيات الحديثة) وبين المتغير التابع (تطوير أداء شركات) وجود علاقة ارتباط خطي بين المتغيرين. حيث قيمة Sig الاحتمالية تساوي 0.00 وهي أصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05، وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة التي تقول بأنَّه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بين إدخال التقنيات الحديثة وتطوير أداء شركات.

أما قيمة معامل بيرسون بلغت 0.529 وتُشير إلى وجود علاقة ارتباط طردي قوية موجبة بين المتغيرين.

Correlations

		محورتطويرأداءشركات	محورالتقنيات_الحديثة
محورتطويرأداءشركات	Pearson Correlation	1	.529**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	86	86
محورالتقنيات_الحديثة	Pearson Correlation	.529**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	86	86

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

بعدها سيتم مناقشة وجود أثر ذو دلالة احصائية بين المتغيرين باستخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط Simple linear Analysis Regression:

يتبيّن من النّتائج الموّضحة في الجدول التالي بأن ثابت نموذج الانحدار موجب ومعنوي P-Value = 0.00 أصغر من مستوى الدلالة 0.05وقيمة 0.391=1B

وأيضا P-Value = 0.00 لمعلمة الحد الثابت 0B أصغر من مستوى الدلالة 0.05وقيمة 2.682=0B

وبناء على ما سبق نرفض فرضية العدم التي تقول إنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين ونقبل الفرضية البديلة.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.682	.276		9.708	.000
	محورالتقنيات_الحديثة	.391	.068	.529	5.710	.000

a. Dependent Variable: محورتطويرأداءشركات

ويبيّن جدول Anovaقيمة F والبالغة 32.602 عند مستوى دلالة إحصائية 0.00 وبما ان P-Value = 0.00<0.05 يمكن الاعتماد على نموذج الانحدار في شرح تغيرات المتغير التابع.

من جدول Model Summary نجد أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين 0.529 ،وهي علاقة ارتباط قوية، كما أن قيمة معامل التحديد 0.280، أي ان المتغير المستقل يؤثر بنسبة0.280 من التغيرات التي طرأت على المتغير التابع (بمعنى آخر

إن التغيرات في المتغير المستقل تفسر ما نسبته 28 %من تغيرات المتغير التابع، وباقي التغيرات تعود لعوامل أخرى لا علاقة للمتغير المستقل بها) .

وبالتالي تكون معادلة الانحدار بين المتغير التابع والمتغير المستقل Y = a + bX

(التقنيات الحديثة) 0.391 + 2.682 = (تطوير أداء الشركات)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.529[a]	.280	.271	.32163

a. Predictors: (Constant), محورالتقنيات_الحديثة

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.372	1	3.372	32.602	.000[b]
	Residual	8.689	84	.103		
	Total	12.062	85			

a. Dependent Variable: محورتطويرأداءشركات

b. Predictors: (Constant), محورالتقنيات_الحديثة

الشكل من نتائج SPSS

أي ان ما سبق يتوافق مع الدارسة المرجعية السابقة:**Barkat, K. M. (2023).**

4.توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الاعتماد على تطبيق حجز الكتروني مثل "محجوز" وتطوير أداء شركات

تُظهر نتائج تحليل الارتباط الخطي الثنائي الموضحة في الجدول بين المتغير المستقل (إدخال التقنيات الحديثة) وبين المتغير التابع (تطوير أداء شركات) وجود علاقة ارتباط خطي بين المتغيرين. حيث قيمة Sig الاحتمالية تساوي 0.00 وهي أصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05، وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة التي تقول بأنَّه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بين إدخال موقع محجوز وتطوير أداء شركات.

أما قيمة معامل بيرسون بلغت 0.808 وتُشير إلى وجود علاقة ارتباط طردي قوية موجبة بين المتغيرين.

Correlations

		محورموقع_محجوز	محورتطويرأداءشركات
محورموقع_محجوز	Pearson Correlation	1	.808**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	86	86
محورتطويرأداءشركات	Pearson Correlation	.808**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	86	86

بعدها سيتم مناقشة وجود أثر ذو دلالة احصائية بين المتغيرين باستخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط Simple linear Analysis Regression:

يتبيّن من النّتائج الموّضحة في الجدول التالي بأن ثابت نموذج الانحدار موجب ومعنوي P-Value = 0.00 أصغر من مستوى الدلالة 0.05وقيمة B1=0.629

وأيضا P-Value = 0.00 لمعلمة الحد الثابت 0B أصغر من مستوى الدلالة 0.05وقيمة 0B=1.640

وبناء على ما سبق نرفض فرضية العدم التي تقول إنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين ونقبل الفرضية البديلة.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.640	.208		7.868	.000
	محورموقع_محجوز	.629	.050	.808	12.591	.000

a. Dependent Variable: محورتطويرأداءشركات

ويبيّن جدول Anovaقيمة F والبالغة 158.539 عند مستوى دلالة إحصائية 0.00 وبما ان P-Value = 0.00<0.05 يمكن الاعتماد على نموذج الانحدار في شرح تغيرات المتغير التابع

من جدول Model Summary نجد أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين 0.808 ،وهي علاقة ارتباط قوية، كما أن قيمة معامل التحديد 0.654، أي ان المتغير المستقل يؤثر بنسبة0.654 من التغيرات التي طرأت على المتغير التابع (بمعنى آخر إن التغيرات في المتغير المستقل تفسر ما نسبته 28 %من تغيرات المتغير التابع، وباقي التغيرات تعود لعوامل أخرى لا علاقة للمتغير المستقل بها) .

وبالتالي تكون معادلة الانحدار بين المتغير التابع والمتغير المستقل Y = a + bX

(تطوير أداء الشركات) = 1.640+0.629 (موقع محجوز)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.808[a]	.654	.650	.22301

a. Predictors: (Constant), محورموقع_محجوز

b. Dependent Variable: محورتطويرأداءشركات

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.884	1	7.884	158.539	.000[b]
	Residual	4.177	84	.050		
	Total	12.062	85			

a. Dependent Variable: محورتطويرأداءشركات

b. Predictors: (Constant), محورموقع_محجوز

أي ان ما سبق يتوافق مع الدارسة المرجعية السابقة: **Shahzia Khan, Mubeena Iqbal 2020**

الرئيسية الثانية:

يوجد فروقات ذات دلالة احصائية للمتغيرات الديموغرافية على رضا العملاء في شركات الاتصالات وتطوير أداء الشركات.

سنستخدم اختبار test-T sample independent للتأكد من وجود فروقات ذات دلالة احصائية بين المتغيرات التي لها مجموعتين من الأجوبة (الجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، موظف ام لا، المحافظة) كما قمنا بالتحقق من شرط تساوي التباينات من خلال اختبار Levene التي أظهرت نتائجه أن شرط تساوي التباينات محقق حيث sig>0.05 ، اما العمر فسنستخدم اختبار One way Anova

1- الجنس

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equalit			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
محوررضاالعملاء	Equal variances assumed	1.930	.168	1.040	84	.302	.09302
	Equal variances not assumed			1.040	79.004	.302	.09302
محورتطويرأداءشركات	Equal variances assumed	.306	.581	-1.220-	84	.226	-.09884-
	Equal variances not assumed			-1.220-	83.872	.226	-.09884-

اختبار test -T Sample Independent لمتغير الجنس والمتغيرات التابعة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول رضا العملاء وتطوير أداء الشركات محل الدراسة باختلاف تقييمات الذكور والإناث لأن قيمة sig هي أكبر من 0.05.

2- العمر:

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
محوررضاالعملاء	Between Groups	.407	2	.203	1.185	.311
	Within Groups	14.242	83	.172		
	Total	14.648	85			
محورتطويرأداءشركات	Between Groups	.284	2	.142	1.000	.372
	Within Groups	11.778	83	.142		
	Total	12.062	85			

اختبار ANOVA لمتغير العمر والمتغيرات التابعة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول رضا العملاء وتطوير أداء الشركات محل الدراسة باختلاف العمر لأن قيمة sig هي أكبر من 0.05.

3- الحالة الاجتماعية

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
محوررضاالعملاء	Equal variances assumed	2.042	.157	-.040-	84	.968	-.00368-
	Equal variances not assumed			-.039-	63.402	.969	-.00368-
محورتطويرأداءشركات	Equal variances assumed	.177	.675	1.414	84	.161	.11680
	Equal variances not assumed			1.467	78.757	.146	.11680

اختبار test -T Sample Independent لمتغير الحالة الاجتماعية والمتغيرات التابعة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول رضا العملاء وتطوير أداء الشركات محل الدراسة باختلاف الحالة الاجتماعية لأن قيمة sig هي أكبر من 0.05.

4- المستوى التعليمي

Independent Samples Test

		Double-click to activate	st for Equality of iances	t-test for Equality			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
محوررضاالعملاء	Equal variances assumed	2.053	.156	1.509	84	.135	.36546
	Equal variances not assumed			3.845	3.377	.025	.36546
محورتطويرأداءشركات	Equal variances assumed	.512	.476	.402	84	.689	.08936
	Equal variances not assumed			.295	2.076	.795	.08936

اختبار test -T Sample Independent لمتغير الجنس والمتغيرات التابعة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول رضا العملاء وتطوير أداء الشركات محل الدراسة باختلاف المستوى التعليمي لأن قيمة sig هي أكبر من 0.05.

5- موظف ام لا:

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
محوررضاالعملاء	Equal variances assumed	.079	.781	-.869-	37	.391	-.11141-
	Equal variances not assumed			-.892-	35.158	.378	-.11141-
محورتطويرأداءشركات	Equal variances assumed	2.830	.101	.878	37	.386	.09375
	Equal variances not assumed			.936	36.998	.355	.09375

اختبار test -T Sample Independent لمتغير موظف ام لا والمتغيرات التابعة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول رضا العملاء وتطوير أداء الشركات محل الدراسة باختلاف اذا كان موظف ام لا لأن قيمة sig هي أكبر من 0.05.

6- المحافظة

Independent Samples Test							
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
محوررضاالعملاء	Equal variances assumed	.323	.572	-.092-	84	.927	-.00897-
	Equal variances not assumed			-.089-	44.763	.929	-.00897-
محورتطويرأداءشركات	Equal variances assumed	3.259	.075	-.418-	84	.677	-.03718-
	Equal variances not assumed			-.481-	67.167	.632	-.03718-

اختبار test -T Sample Independent لمتغير المحافظة والمتغيرات التابعة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول رضا العملاء وتطوير أداء الشركات محل الدراسة باختلاف المحافظة لأن قيمة sig هي أكبر من 0.05.

وبالنظر إلى نتائج اختبارات السابقة نجد عدم فروق ذات دلالة إحصائية في تطوير أداء الشركات وزيادة رضا العملاء تعزى لأي من المتغيرات الديموغرافية (الجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، موظف ام لا، المحافظة) وبالتالي ترفض الفرضية البديلة القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية وتقبل فرضية العدم.

4.1.8 النتائج:

حيث يتناول عرض ملخص لنتائج اختبارات الفروض، وكذلك عرض النتائج العامة للدراسة وذلك فيما يلي:

1- نتائج اختبار الفرضيات:

- كانت أراء افراد العينة حول الواقع الحالي لمراكز خدمة العملاء يميل للسلبية.
- تقييم العملاء لسهولة العمليات بعد ادخال التقنيات الحديثة لمراكز الخدمة كان يميل للإيجابية.
- يولي العميل أهمية لإدخال التقنيات الحديثة والحجز الكتروني (موقع محجوز).
- كانت اراء العملاء حول ادخال التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والأتمتة تميل للإيجابية.
- كان رأي العملاء الموظفين انهم يشجعون ادخال التقنيات الحديثة توفير الوقت والحفاظ على أداء الشركات.
- لا يوجد فرق بين الجنسين في تقييمهم بإدخال التقنيات الحديثة او موقع محجوز برضا العملاء او تطوير -أداء الشركات.
- كانت الفئة العمرية الشابة من أكثر الفئات المتحمسة لإبداء رأيها وادخال هذه التقنيات وتجربتها.
- نستنتج من نتائج اختبار الفروض ان الدراسة أظهرت ان هناك موافقة من قبل افراد العينة على ان التقنيات الحديثة تساهم بزيادة رضا العملاء وتطوير أداء الشركات.

	الفرضيات	النتائج
الفرضيات الرئيسية الأول يتفرع عنها الفرضيات التالية:	توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تطبيق اساليب تنظيم العمل الحديثة في شركات الاتصالات وزيادة رضا العملاء وتطوير أداء الشركات.	ثبت صحة الفرض الرئيسي
الفرض الفرعي الأول	توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين إدخال التقنيات الحديثة إلى قسم خدمة العملاء وزيادة رضا العملاء.	ثبت صحة الفرض الفرعي الأول
الفرض الفرعي الثاني	توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الاعتماد على تطبيق حجز الكتروني مثل "محجوز" وزيادة رضا العملاء	ثبت صحة الفرض الفرعي الثاني
الفرض الفرعي الثالث	توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين إدخال التقنيات الحديثة إلى قسم خدمة العملاء وتطوير أداء شركات	ثبت صحة الفرض الفرعي الثالث
الفرض الفرعي الرابع	توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الاعتماد على تطبيق حجز الكتروني مثل "محجوز" وتطوير أداء شركات	ثبت صحة الفرض الفرعي الرابع
الفرضية الرئيسية الثانية	يوجد فروقات ذات دلالة احصائية للمتغيرات الديموغرافية على وزيادة رضا العملاء في شركات الاتصالات وتطوير أداء الشركات.	ترفض الفرضية البديلة القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية وتقبل فرضية العدم

جدول رقم 12 المصدر من اعداد الباحث في ضوء نتائج اختبار الفروض

2- النتائج العامة:

- الأدلة الإحصائية تشير إلى أن اعتماد مراكز خدمة العملاء في شركات الاتصالات على طرق تنظيم العمل الحديثة يسهم بشكل ملحوظ في تحسين أداء هذه الشركات.
- تبين الدراسة وجود مستوى عالي من القبول لاستخدام التقنيات الحديثة بمراكز خدمة العملاء بشركات الاتصالات.
- كما أظهرت الدراسة أهمية اتباع طرق تنظيم العمل الحديثة في مراكز خدمة العملاء بشركات الاتصالات وذلك لتحقيق التوفير المادي وتنظيم الوقت داخل الشركات.
- استخدام شركات الاتصالات لمواقع الحجز الإلكترونية، مثل "موقع محجوز"، يعزز من مستويات رضا العملاء.
- اللجوء إلى التقنيات الحديثة من قبل شركات الاتصالات يقلل الضغط على الموظفين، مما يسمح لهم بتقديم خدمة أفضل للعملاء وكسب رضاهم.
- اتباع الطرق التنظيمية الحديثة يساهم في ترتيب جدول أعمال العملاء بكفاءة، مما يزيد من رضاهم ويحافظ على وقتهم.
- تأثير اتباع الطرق التنظيم الحديثة بتنظيم جدول اعمال العملاء وبالتالي زيادة رضاهم والحفاظ على وقتهم.

4.1.9 التوصيات:

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات التي يمكن تلخيصها كالتالي:

- اعتماد التقنيات الحديثة في جميع جوانب العمل، خاصةً في التعامل مع العملاء، وتوسيع استخدام منصات الحجز الإلكتروني لتشمل كافة الشركات لتخفيف الازدحام وتحسين إدارة الوقت ومعالجة شكاوى العملاء لتحقيق مستوى عالي من رضا العملاء.
- ضرورة تطوير مواقع الحجز الإلكترونية لتلائم احتياجات كل شركة على حدة وبشكل يلائم عمل كل شركة.
- ضرورة تطوير البنية التحتية التقنية للشركات من تجهيزات الشبكات والأنظمة والأمان لضمان استقرار الشبكات عند استخدام التقنيات الجديدة.
- الاهتمام بالتقنيات العالمية الحديثة والحرص على تطبيقها محليًا لمتابعة حاجات ورغبات عملائها لما له من تأثير إيجابي على الشركات.
- الاتجاه نحو تصميم التطبيقات لتعزز أداء الشركات بالتوازي مع بناء ثقافة رقمية مجتمعية لسد الفجوة الرقمية بين المستخدمين.
- ضرورة تبسيط وتسهيل واتمتة الاجراءات الادارية والتغلب عليها من خلال أسلوب العمل الكتروني.
- ضرورة رفع مستوى الوعي العام بأهمية التحول الرقمي لتطوير طرق تنظيم عمل حديثة لتحسين أداء الشركات وزيادة رضا العملاء.

4.1.10مقترحات:

-إجراء دراسات أخرى عن موضوع الدراسة بالتطبيق على قطاعات خدمية أخرى.

-وكما نوصي باستكمال الأبحاث عن تطبيقات الحجز الإلكتروني وتصميمها مع الشرح المفصل لقلة الأبحاث عنها ولتشجيع الشركات السورية على استخدامها لتطوير الشركات وتوفير وقت المواطنين.

-ننصح الاعتماد على النتائج التي توصلنا لها في هذا البحث واستخدام متغيرات أخرى تعتمد على تطبيقات التقنيات الحديثة بشكل مفصل كتأثيرها على ابعاد:(الحفاظ على الوقت _المهارات المضافة للعملاء والشركات _تطور خبرة العملاء والموظفين باستخدام تطبيقات الحديثة _مواكبة الشركات للتطوير وسهولة التغيير ...) او تأثيرها على العاملين بالشركات.

4.2 الاستبانة:

استبانة عن دور اتباع طرق تنظيم العمل الحديثة بمراكز خدمة العملاء بشركات الاتصالات في زيادة رضا العملاء

مرحبًا بك في استبانة عن دور اتباع طرق تنظيم العمل الحديثة في رضا العملاء بإدخال أساليب عمل متطورة بتنظيم وإدارة الحجوزات مثل حجز المواعيد لقسم خدمة العملاء بشركات الاتصالات. هذا الاستبانة يسعى لجمع آراء العملاء بشأن تجربتهم مع هذه الأساليب وكيف تؤثر على رضا العملاء وتطوير أداء الشركات. إن هذا الاستبانة هو جزء من بحث الماجستير الذي يهدف لفهم تأثير هذه الأساليب على رضا العملاء بقسم خدمة العملاء. تتضمن الأسئلة مواضيع مثل التكنولوجيا المستخدمة وجودة الإدارة وتجربتهم كعملاء. حيث تعد آراؤكم ضرورية لنجاح البحث وتحسين خدمات العملاء. نشكركم مقدمًا على تعاونكم ومساهمتكم القيمة.

التزام بخصوصية المشاركين:
نقدر مشاركتكم في الاستبانة ونؤكد على احترام خصوصيتكم. جميع المعلومات ستُستخدم لأغراض البحث ولن تُشارك مع أطراف أخرى. نلتزم بالامتثال للوائح حماية البيانات ونضمن السرية التامة. نشكركم على مشاركتكم ونضمن التعامل المسؤول مع المعلومات. لأي استفسارات حول خصوصية المعلومات، يرجى الاتصال بنا.

المعلومات الشخصية			
الاسم			
الجنس	☐ذكر		☐انثى
العمر	18-24سنة	25-34سنة	أكثر من 35سنة
الحالة الاجتماعية	أعزب/ة		متزوج/ة
المستوى التعليمي	قبل الثانوية		بعد الثانوية
هل انت موظف	نعم		لا
المحافظة	دمشق		خارج دمشق

واقع خدمة العملاء					
العبارة	الإجابات				
ما عدد المرات التي زرت بها مركز خدمة العملاء خلال السنة الماضية من أجل خدمة ما؟	مرة واحدة على الأقل	2-3مرات	4-5مرات	5-6مرات	أكثر من 6 مرات
هل وجدت صعوبة في تحديد دورك عند وصولك لخدمة العملاء؟	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
هل هناك مؤشرات واضحة توضح ترتيب الدور والانتظار؟	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
هل الموظفين يحافظون على تنظيم الدور ويضمنون أن لا يتم تجاوز أي عميل؟	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
هل عدد الموظفين بمراكز خدمة العملاء يتناسب مع عدد العملاء؟	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
هل تستخدم الشركة نظامًا إلكترونيًا لترتيب الدور؟	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
هل يتم تزويدك برقم دور إلكتروني عبر رسالة نصية أو تطبيق معين؟ أو فقط رقم مطبوع	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
هل تعتقد أن نظام الدور الحالي يساهم في فقدان العملاء أو انزعاجهم؟	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة

محور التقنيات الحديثة					
العبارة	الإجابات				
أصبح من المهم اليوم الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة في قسم خدمة العملاء	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
إن استخدام التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي سيحسن من تجربة العملاء.	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
التفاعل الرقمي أفضل من التواصل المباشر مع ممثلي خدمة العملاء.	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الاعتماد على التقنيات الحديثة في قسم خدمة العملاء سيوفر المزيد من الخصوصية للعملاء	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة

محور الحجز الكتروني موقع محجوز					
يعتبر نظام محجوز لإدارة الحجوزات والمواعيد الكترونيا أداة قوية تساهم في تنظيم العمل وتحسين تجربة العملاء. يوفر هذا النظام للعملاء إمكانية حجز المواعيد المناسبة لهم عن بعد ويسهل على المؤسسات والشركات تنظيم جداول العمل وتحديد الأوقات المتاحة.					
العبارة	الإجابات				
اتباع طرق تنظيم العمل الحديثة (منصة محجوز) يساهم في تطوير مركز خدمات العملاء	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
استخدام مواقع الحجز الالكتروني مثل منصة محجوز يشكل حل لمشكلة ازدحام قسم خدمة العملاء	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
استخدام مواقع الحجز الالكتروني مثل منصة محجوز يشكل حل لمشكلة الانتظار لوقت طويل في قسم خدمة العملاء	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
استخدام منصة محجوز يساعد العملاء في تنظيم جدول أعمالهم بشكل أفضل	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة

محور رضا العملاء					
العبارة	الإجابات				
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يرتقي بالخدمة لترضي رغبات العميل	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يزيد كفاءة وسرعة عمليات مراكز خدمة العملاء	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يوفر الوقت والجهد	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يوفر الوقت والجهد	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة

محور تطوير أداء شركات					
العبارة	الإجابات				
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يساهم في تحسين انتاجية موظفي الشركة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يساهم في تحسين القدرة التنافسية للشركة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة

الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يساهم في زيادة ولاء العملاء وجذب عملاء جدد	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الاعتماد على طرق تنظيم العمل الحديثة يساهم في زيادة ربحية الشركة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الختام					
هذا القسم يتيح للمشاركين فرصة للتعبير عن أي ملاحظات أو تعليقات إضافية او أي مقترحات لتحسين استخدام طرق التنظيم الحديثة لتحسين جودة الخدمات وتنظيم وإدارة الحجوزات في قسم خدمة العملاء.					
هل لديكم أية ملاحظات أو مقترحات او تعليقات إضافية حول تنظيم وإدارة الحجوزات في قسم خدمة العملاء بالشركة؟	إجابتك				

5 قائمة المراجع:

المراجع العربية:

Sheykin, H. (2023). استكشاف تأثير أتمتة نموذج الأعمال. FinModelsLab.
Sheykin, H. (2023). استكشاف تأثير أتمتة نموذج الأعمال
Khaled, R. (2023). تعريف الدفع الإلكتروني الحديث.
فكرت (2022) شرح مفهوم الأتمتة.
توفيق أحمد، ن. (2022). العمل عن بعد ومنظومة العمل: ملامح التغير... رؤية اجتماعية. علم الاجتماع، جامعه عين شمس، العدد 27, 805-809.
باجيديالا, س. (2022). الذكاء الاصطناعي للمحادثة يجعل العملاء والموظفين أكثر سعادة. إليك الطريقة.
العفاد، عبد الله علي هادي؛ الحيلة سارة عيضة مهدي (٢٠٢٢) تطوير أداء مديري المدارس الثانوية بأمانة العاصمة صنعاء في ضوء مدخل الإبداع الإداري مجلة مركز جزيرة العرب للبحوث التربوية والإنسانية، ٢ (١٣)، ٧٧- ١٠٣ ص ٨٢-٨٣
فراج، سلوى السعيد عبد العال، ريمان أحمد؛ الوجيه، محمد علي أحمد (2022). إسهامات الحوكمة في تحسين الأداء في الأجهزة الحكومية اليمنية. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 13(2), 27-49. ص. 31.
ربيع عطايت الله ؛ قدور، مقراني لخضر، بوساحة محمد. (٢٠٢١). أثر استخدام نظام تخطيط موارد المؤسسة على الأداء الوظيفي. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، ١٣(٢)، ٨٠- 90 ص84
دعينش عبلة حريزي ميسون (2021). أثر التسويق بالعلاقات على جودة خدمة العملاء: دراسة حالة بنك الجزائر بولاية برج بوعريريج [رسالة ماجيستير غير منشورة]. جامعة محمد البشير الابراهيمي، الجزائر
مجموعة من الباحثين. (2019). تطبيقات الذكاء الاصطناعي كتوجه حديث لتعزيز تنافسية منظمات الأعمال. المركز الديمقراطي العربي، برلين-ألمانيا. ص17.
نجم، علي رزق 2018, قابلية خريجي الجامعات للعمل عن بعد وعلاقته بالإنتاجية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
الخضر، أ. خ. س. (2015). أثر استخدام التعلم الذاتي القائم على إحدى تطبيقات الحوسبة السحابية في تحصيل الكيمياء لدى طالبات المرحلة الثانوية. رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة الباحة.
كلو، صباح محمد (2015)الحوسبة السحابية: مفهومها وتطبيقاتها في مجال المكتبات ومراكز المعلومات. المؤتمر السنوي الحادي والعشرون فرع الخليج العربي، أبو ظبي، .ص5
الغامدي، أميرة محمد حمدان(2015), فاعلية استراتيجية التعلم التعاوني القائمة على إحدى تطبيقات الحوسبة السحابية في تحصيل مادة

الرياضيات " لدى طالبات المرحلة المتوسطة "، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية التربية،الباحة، جامعة الباحة.
أبو زايد، ع. ع. (2007). دور النظم الخبيرة في جودة اتخاذ قرارات الإدارة العليا في وزارة الصحة الفلسطينية. مذكرة ماجستير، غزة.
رقيق، أ. (2015). استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة أنشطة المؤسسة. مذكرة ماجستير، أم البواقي. ص15-17.
أبو ماضي، تسنيم 2015, تقييم تجربة العمل عن بعد في قطاع غزة التحديات والمستقبل: دراسة تطبيقية على الشركات التجارية العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين
درادكه حمزة عبد الحليم العلوان حمزة عبد الرازق كافي، مصطفى يوسف. (2014). البروتوكول وخدمة الزبائن. مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع. ص251
بيرم إيهاب مفيد محمد عثمان (2014). تقييم مستوى خدمة العملاء في شركات القطاع العام القطري في الفترة من عام 2000 إلى 2012 من وجهة نظر العملاء. (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
شرف الدين، مومن (2012) دور الادارة بالعمليات في تحسين الاداء للمؤسسة الاقتصادية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سطيف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ص 54
أبو شنب، ع. ا.، حرب، ي.، & أبو البصل، (2009). الخدمات الالكترونية. دار الكتاب الثقافي، الأردن. ص55.
توفيق، عمرو عبد الرحمن،2007 ،إدارة عالقات العملاء. القاهرة، ص 235
الفهادي، شيماء ناظم حمدون، (2006). توجهات الإدارة العليا على وفق العلاقة بين التسويق الابتكاري والأداء التسويقي بالتطبيق على منظمات مختارة. (رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل).
محمد بن يوسف النمران العطيات(2006). إدارة التغيير والتحديات العصرية للمدير. دار الحامد، الأردن. ص. 120.
دحماني. (2006). ص. 7.
حماد، طارق عبد العال(2005)حوكمة الشركات، المفاهيم والمبادئ والتجارب، تطبيقات الحوكمة في المصارف. الدار الجامعية.
قره داغي، كاوه محمد فرج،(2004). تكامل الاتصالات التسويقية وعلاقتها بالأداء التسويقي: دراسة تطبيقية مقارنة لمجموعة مختارة من فنادق المنطقة الشمالية في العراق. (أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية).
الزيواني، عواطف يونس إسماعيل، (2004). انعكاسات التجارة الالكترونية على الأداء التسويقي للمنظمات الخدمية: دراسة على مجموعة مختارة من المنظمات الخدمية في محافظة نينوى. (أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل).
أحمد ماهر، (2004). الإدارة: المبادئ والمهارات. الدار الجامعية، الإسكندرية. ص. 22.
أحمد، ب.، & رفيق، م. (2002). "التسويق الداخلي". في دار الفاروق للاستثمارات الثقافية (ش.م.م) الجيزة، مصر، ص. 133.
بن رجدال. (2002). صفحة 83.
السلمي، علي (2001) "إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية"، دار غريب للنشر والطباعة، القاهرة، ص104.
عبد الوهاب أحمد جاد، (2000). السلوك التنظيمي: دراسة سلوك الأفراد والجماعات داخل منظمات الإعمال. دار الوفاء، مصر. ص. 276.
الخزامى عبد الحكم أحمد(1999) تكنولوجيا الأداء من التقييم إلى التحسين: تحسين الأداء.الجزء 3- مكتبة ابن سينا، القاهرة، ص 11.
حامد، هـ. م. (1999). استخدام التكنولوجية في الشركات السياحية. (مذكرة ماجستير، كلية السياحة والفندقة، جامعة حلوان). ص. 98.
النمر مسعود محمد و آخرون، (1997). الإدارة العامة: الأسس والوظائف (الطبعة الرابعة). مطابع الفرزدق التجارية، الرياض. ص. 148
دره، (1991). ص 47.
(المبحث الثاني مفهوم التنظيم واهميته)
نوال يونس محمد، نظام الحجز الالكتروني، مدخل لتطبيق الإدارة الالكترونية نموذج مقترح من الخطوط الجوية العراقية، الكلية التقنية الإدارية،

ص .107

سمايلي، & عمارة. (2017)

المراجع الأجنبية

Naem Azam Chowdhury. (2023). Improving Customer Care with ChatGPT: A Case Study.

Sitanggang, Syafariani.. and others, (2023). Relation of Chatbot Usage Towards Customer Satisfaction Level in Indonesia.

Frąckiewicz, M. (2023). The Benefits and Challenges of AI in Customer Service. TS2 Space .

Dennis, F. (2020). Digital Transformation Strategy in Multinational Companies: A Qualitative Analysis. [Master Thesis, MSc International Business & Management]. Faculty of Economics and Business of Groningen. Consulted on 13-04-2022. p. 9.

Fernandez, A. (2000). Les nouveaux tableaux de bord des décideurs. Editions d'Organisation, Paris, 40p.

Tamba, N. & Riyanto, S. (2020). How to Improve Performance through Training and Development. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM), 22(5), 9-15. p14

Ebert, C., & Duarte, C. H. C. (2018), "Digital transformation", IEEE Software, (4), pp. 16-21.

Li, F., & Xu, G. (2022). AI-driven customer relationship management for sustainable enterprise performance. Sustainable Energy Technologies and Assessments, 52, 1-11.

Legner, C. (2017). Digitalization: Opportunity and Challenge for the Business and Information Systems Engineering Community

Aguilera, A., Lethiais, V., Rallet, A., & Proulhac, L. (2016). Home-based telework in France: Characteristics, barriers and perspectives. Transportation Research Part A: Policy and Practice, 92, 1-11.

Kurniali, S. (2015). Customer service information system for a call center. Procedia Computer Science, 59, 298-304. p299

Jain and Singh (2012)

Philip, K. (2003). Marketing Insights from A to Z. John Wiley & Sons.

George, D., & Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon

Vittorio Di Martino, (2001). The High Road to Teleworking. International Labor Organization, Geneva, p. 11.

(Kotler, 2001, p36).

Philip, K. (1999). Principles of Marketing. Prentice Hall Europe.

المواقع:

Mahjoz. Benefits of Appointment Booking System. Retrieved from https://mahjoz.io/ar/appointment-booking-system-benefits/

CollegeNP. Effect of Electronic Payment Systems. Retrieved from https://www.collegenp.com/article/effect-of-electronic-payment-systems/

Ultimate.ai. Product Overview. Retrieved from https://www.ultimate.ai/product-overview
OpenAI. Product. Retrieved from https://openai.com/product
Ada. Generative AI Hub. Retrieved from https://www.ada.cx/generative-ai-hub
DataTime4IT.Appointment Booking Systems. Retrieved from https://datatime4it.com/أنظمة-حجز-المواعيد /
InvestGlass. What is Customer Service? Retrieved from https://www.investglass.com/ar/what-is-customer-service/
Hoory. History of Customer Service: How Did It All Begin. Retrieved from https://www.hoory.com/blog/i/history-of-customer-service-how-did-it-all-begin
Mahjoz. Retrieved from https://mahjoz.io/ar/
Calendly. Retrieved from https://calendly.com
Calendly. Retrieved from https://calendly.com
Pennsylvania State University. Statistical Concepts: Linear Regression. Retrieved from https://online.stat.psu.edu/stat462/node/96/
(2020). ما هو التحول الرقمي؟ تم تحديد تحويل الأعمال الرقمية. https://sap.com
وسائل الدفع الإلكتروني. مدونة زد. https://blog.zid.sa/electronic-payments/

المقالات والمجلات:

مجلة رواد الأعمال. (2023, فبراير 16). الأتمتة وتحسين أعمال الشركات.. منافع أساسية. مجلة رواد الأعمال
معوض، محمد عبد الحميد. (2013). الحوسبة السحابية وتطبيقاتها في بيئة المكتبات. مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، مج 19,ع1, ص211-258
العتل، م. م., & آخرون. (2021). دور الذكاء الاصطناعي (AI) في التعليم من وجهة نظر طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت. مجلة الدراسات والبحوث التربوية, 1(1), 37.
مقالة بموقع 15 Niuversity (2023, October). كيف توظف AI في خدمة العملاء في شركتك.
أسعد محمد، قياس أثر تطبيق أسلوب التطوير التنظيمي، دراسة ميدانية على المنظمات الحكومية بالمنظمة العربية في المملكة العربية السعودية، المجلة العلمية لاقتصاد و التجارة، العدد 1، السعودية، 1992، ص
المجلة العربية للنشر العملي. (2022). تعريف التنظيم الإداري وأهميته في المؤسسات.
الشيخ الداوي، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء، مجلة الباحث العدد 07، جامعة الجزائر، 2009-2010 ص220
فاري، ل. س. (سنة النشر غير محددة). "دراسة تحليلية لمحددات نجاح التحول الرقمي في الشركات". المجلة الجزائرية للاقتصاد و المالية، 8(ع15)، 35.
قرني، حسام (2021) دور أخلاقيات العمل عن بعد لدى العاملين، في تحقيق جودة الخدمات الإلكترونية (دراسة ميدانية) المجلة العربية للإدارة: 41،إصدار خاص، مارس2021.
العمري، غ.، العلي، ع. س.، & قنديلجي، ع. (2006). المدخل إلى إدارة المعرفة. دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن. ص203.
أبو بكر، م. م. (2003). التنظيم الإداري في المنظمات المعاصرة: مدخل تطبيقي لإعداد وتطوير التنظيم الإداري للمنشآت المتخصصة. الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية. ص. 73.
ديوب، محمد عباس الدالي، محمد عهد (2015). أثر جودة الخدمة الفندقية على ولاء العملاء: دراسة مسحية. مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، 37(1), 261-275. ص
علوان، حسن جبر وطالب، علاء فرحان، (2006). ،اثر الإستراتيجية التسويقية الفاعلة في تحقيق الأداء التسويقي، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد ٣ ،العدد ١١
Mhlungu, N. S., Chen, P., & Alkema. (2019). The underlying factors of a successful organisational digital

transformation. South African Journal of Information Management, 21(1), p. 8. Consulted on 13-04-2022.
Song, Y., & Gao, J. (2020). Does telework stress employees out? A study on working at home and subjective well-being for wage/salary workers. Journal of Happiness Studies, 21(7), 2-28.
Biondi, L., & Russo, S. (2022). Integrating strategic planning and performance management in universities: a multiple case-study analysis. Journal of Management and Governance, 26, 417-448.
Tamba, N., & Riyanto, S. (2020). How to Improve Performance through Training and Development. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM), 22(5), 9-15.

Abstract:

Project Title:

The Role of Adopting Modern Work Organization Methods in Developing Company Performance and Customer Satisfaction

Prepared by the student: Rowan Al-Bawabiji

Supervised by Dr. Basel Younis

The research aims to study the role of adopting modern work organization methods in developing corporate performance and increasing customer satisfaction in Syria. The descriptive analytical approach was used in the study along with a number of statistical methods in the SPSS program. The research relied on a questionnaire as a tool for data collection from the study population, consisting of individuals who previously visited customer service centers in telecommunications companies. The sample size of the research was 86 people.

The study reviewed modern organization methods: digital transformation, electronic appointment booking systems, etc.

The importance of work organization in modern companies, methods for performance development, and the significance of customer satisfaction to companies were clarified.

The study reached a set of results, the most prominent of which is the acceptable level of application of modern technologies in companies, especially in customer service centers, and the significant statistical impact of modern technologies (such as the "Mahjooz" application) on increasing customer satisfaction and thereby developing corporate performance. One of the most important results of the study was the existence of a positive direct relationship between customer satisfaction and the development of corporate performance.

The study also showed that demographic variables did not influence opinions about modern organization methods, customer satisfaction, and corporate performance development. The study concluded with many recommendations and guidelines aimed at increasing positive factors by adopting modern work organization methods that enhance customer satisfaction towards companies.

Keywords: Modern Technologies, Digital Transformation, Customer Service Centers, Customer Satisfaction, Corporate Performance Development.

Syrian Arab Republic
Ministry of Higher Education
Syrian Virtual University

Syrian Arab Republic
Ministry of Higher Education
Syrian Virtual University
Master in Technology Management (PMTM)

The Role of Adopting Modern Work Organization Methods in Developing Company Performance and Customer Satisfaction

"A Field Study on the Clients of Telecommunication Companies in Syria"

Prepared by:

Student: Rawan Al-Bawabiji

Rawan_200355

Supervisor:

Dr. Basel Younes

S23

summer **2023**