

الجمهورية العربية السورية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المعهد العالي لإدارة الأعمال



(معايير اختيار الخدمات المقدمة عن طريق أجهزة الخدمة الذاتية

من وجهة نظر العملاء

دراسة حالة Syriatel Kiosk

مشروع أعد لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال

الإدارة التنفيذية

إعداد الطالبة

ربا أديب الشماس

إشراف الدكتور حيان ديب

العام الدراسي: 2020-2021

إهداء

- إلى الغائبة بالجسد وروحها تخفق في الفؤاد
من حملتني على ذراعيها فحملتها في حنايا قلبي
أمي
- إلى من سكنت في قلبه الكبير وتعلّمت من صمته الكثير
أبي
- إلى من عجزت المسافات أن تهزم حضوره بيننا
أخي ردين
- إلى الجناحين اللذين أحلق بهما
أخواتي رشا ورولا
- إلى من بدعمهم ومحبتهم استطعت أن أتابع
عائلتي الكبيرة
- إلى رفاق الدرب والجهد شركاء الفرح والود
أصدقائي
- إلى من لا أكمل بدونه
زوجي الغالي

شكر

في البداية أشكر الله القدير على فضله وتوفيقه لي في إتمام هذا المشروع.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الدكتور حيان ديب لإشرافه على هذا المشروع ولما بذله من جهد في متابعة وتقديم الملاحظات القيمة التي أضافت أهمية وقيمة كبيرة للبحث وللنصائح والدعم المنقطع النظير الذي منحني إياه خلال فترة البحث.

كذلك أتقدم بالشكر للجنة التحكيم التي تكرمت بقراءة الدراسة وتقييمها ومناقشتها.

أتوجه أيضاً بالشكر الكبير للمعهد العالي لإدارة الأعمال بكوادره التدريسية والإدارية والفنية على كل ما قدموه خلال فترة دراستي للماجستير فكانت تجربة مميزة بكل تفاصيلها.

الشكر لأصدقاء المشوار على مدى عامي الدراسة على كل ما قدموه من دعم ومحبة.

وإلى كل من دعمني ووقف إلى جانبي خلال هذا المشروع.

كل الشكر والتقدير لعائلة سيريتل إدارة وزملاء لإيمانهم ومساعدتهم في تحقيق هذا المشروع.

المخلص

الهدف: تقييم مدى رضا عملاء سيريتل تجاه جهاز الخدمة الذاتية وبالأخص تقييمهم لخدمة الدفع المتوفرة عليه حالياً، ومعرفة العوامل التي شجعت العملاء على استخدام هذا الجهاز بالإضافة إلى تحديد الأسباب التي منعت عملاء سيريتل من استخدامه. وبناءً عليه تحديد الخطة الاستراتيجية لتطوير الخدمات والميزات على جهاز الخدمة الذاتية بما يضمن رضا عملاء سيريتل.

منهجية الدراسة: أجرت الباحثة دراسة استكشافية ونوعية تمت من خلال: مقابلات معمقة مع فريق شركة سيريتل المسؤول عن جهاز الخدمة الذاتية بهدف توضيح مشكلة البحث من خلال معرفة أهم المشاكل والتحديات التي تواجهها الشركة والعملاء بما يخص جهاز الخدمة الذاتية وما هي آرائهم بالخدمات والميزات التي يجب أن تقدم لاحقاً. كذلك قامت الباحثة بإدارة مجموعة نقاش مركزة مع مجموعة من عملاء الشركة بهدف معرفة مدى رضاهم عن الخدمة المقدمة عن طريق جهاز الخدمة الذاتية وما هي الخدمات والميزات التي يمكن أن تتوفر عليه مستقبلاً انطلاقاً من خبرتهم به وحاجاتهم. كما أجرت دراسة وصفية كمية بناء على النتائج السابقة من خلال تصميم استبيان ونشره على مواقع التواصل الاجتماعي يستهدف عملاء شركة سيريتل بهدف معرفة المزايا التي شجعتهم على استخدامه أما العملاء الذين لم يستخدموه معرفة الأسباب التي أدت إلى ذلك. ومعرفة رأيهم بمجموعة من الخدمات والميزات المقترحة وأخيراً تحليل وعرض هذه النتائج.

النتائج: أثمرت الدراسة عن فهم وتوضيح واقع استخدام جهاز الخدمة الذاتية من وجهة نظر عملاء شركة سيريتل فكانت أهم المزايا التي يوفرها جهاز الخدمة الذاتية هي توفير الوقت، سهولة الاستخدام وتوفير العمولة أما عن أهم المشاكل التي واجهتهم فهي خروج الجهاز خارج الخدمة، حساسية شاشة اللمس للظفر فقط. ومشاكل التعرف إلى النقود. أما عملاء الشركة الذين لم يقوموا باستخدام الجهاز فكانت أهم الأسباب: أنهم لم يسمعوا به أولم يعرفوا ماهي الخدمات التي يقدمها.

وجاءت النتائج أن إمكانية تفعيل كافة الخدمات والعروض المقدمة من قبل الشركة وتطويرها حسب أولوية محددة سيزيد رضا العملاء.

التوصيات: زيادة عدد الأجهزة وتوزيعها جغرافياً بكافة انحاء الجمهورية العربية السورية والعمل على حل المشاكل التقنية المرتبطة بقراءة العملة القيام بحملة تسويقية متكاملة للتعريف بالجهاز وماهي خدماته وكيف يتم استخدامه بالإضافة تنفيذ تطوير الخدمات والمقترحات حسب ترتيب أولويتها.

الكلمات المفتاحية: جهاز الخدمة الذاتية، كشك، رضا العملاء

Abstract

Objective: to assess the satisfaction of Syriatel customers with the self-service machine, especially their evaluation of the payment service currently available on it, and to know the factors that encouraged customers to use the machine, in addition to identifying the reasons that prevented Syriatel customers from using the self-service machine.

Accordingly, the strategic plan for developing services and features on the self-service machine is defined to ensure the satisfaction of Syriatel customers

Study methodology: The researcher conducted an exploratory and qualitative study, which was carried out through:

In-depth interviews with the Syriatel team responsible for the self-service device in order to clarify the problem of the research by knowing the most important problems and challenges that the company and customers face with regard to the self-service device and what their opinions are about the services and features that must be provided later.

The researcher also conducted a focus group discussion with a group of the company's clients in order to find out the extent of their satisfaction with the service provided through the self-service device and what services and features that may be available to it in the future based on their experience with it and their needs. It also conducted a quantitative descriptive study based on the previous results by designing a questionnaire and publishing it on social networking sites targeting Syriatel's customers in order to know the advantages that encouraged them to use it, and the customers who did not use it to know the reasons that led to that. Knowing their opinion of a set of proposed services and features, and finally analyzing and presenting these results.

Results: The study resulted in understanding and clarifying the reality of using the self-service device from the point of view of Syriatel customers. The most important advantages provided by the self-service device were saving time, ease of use and saving commission. As for the most important problems they faced: the device was out of service, the touch screen sensitivity was only the fingernail. Money recognition problems. As for the

company's customers who did not use the device, the most important reasons were: they had not heard of it and did not know what services it provided.

The results came that the possibility of activating all the services and offers provided by the company and developing them according to a specific priority will increase customer satisfaction

Recommendations: Increase the number of devices and distribute them geographically throughout the Syrian Arab Republic and work to solve the technical problems associated with reading the currency Conduct an integrated marketing campaign to introduce the device and what its services are and how it is used in addition to implementing the development of services and proposals in order of priority.

Keywords: Kiosk, Self Service, customer satisfaction

الفهرس

13	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
13	تمهيد:
14	1-1 الدراسات السابقة:
15	2-1 مشكلة وتساؤلات الدراسة:
16	3-1 أهمية الدراسة:
17	4-1 أهداف الدراسة:
17	5-1 المنهج المستخدم في الدراسة:
18	6-1 حدود الدراسة:
19	الفصل الثاني: الإطار النظري
19	تمهيد:
19	1-2 المبحث الأول: أجهزة الخدمة الذاتية ومزاياها
19	1-1-2 أكشاك الخدمة الذاتية
22	2-1-2 لمحة تاريخية
23	3-1-2 تصميم الأجهزة وبنائها
24	4-1-2 مكونات أجهزة الخدمة الذاتية
25	5-1-2 وظائف الأكشاك التفاعلية
26	6-1-2 فوائد ومزايا الأجهزة الذاتية
30	2-2 المبحث الثاني: رضا العملاء
30	1-2-2 الرضا (satisfaction)
31	2-2-2 قياس رضا العملاء
32	3-2-2 زيادة رضا العملاء عن طريق أجهزة الخدمة الذاتية
32	3-2 المبحث الثالث: لمحة عن شركة سيريتل وتوجهاتها تجاه عملاءها
32	1-3-2 لمحة عن شركة سيريتل
33	2-3-2 قنوات تفعيل الخدمات المتاحة لزبائن شركة سيريتل:
39	3-3-2 جهاز الخدمة الذاتية الخاص بشركة سيريتل
43	3-3-3-2 آلية عمل الجهاز الحالية

51 الفصل الثالث: الإطار العملي

51 تمهيد

51 1-3 المرحلة الأولى: مقابلات معمقة

51 1-1-3 الهدف من المقابلات المعمقة وطريقة إجرائها:

52 2-1-3 محاور المقابلات المعمقة

55 3-1-3 ملخص نتائج المقابلات/ المعمقة

56 2-3 المرحلة الثانية: مجموعات التركيز

56 1-2-3 التوقيت

56 2-2-3 المكان

56 3-2-3 مخطط الاجتماع

56 4-2-3 المشاركون بالجلسة

57 5-2-3 طريقة إدارة الجلسة

57 6-2-3 أهداف مجموعة التركيز ومحاورها

60 7-2-3 نتائج مجموعة التركيز

63 8-2-3 ملخص نتائج مجموعة التركيز

64 3-3 المرحلة الثالثة: الاستبيان

64 2-3-3 توصيف العينة

64 1-3-3 أسلوب تصميم الاستبيان

64 3-3-3 أهداف الاستبيان

66 4-3-3 الأساليب الإحصائية المستخدمة

66 5-3-3 تحليل البيانات

82 6-3-3 ملخص نتائج الاستبيان

83 الفصل الرابع: النتائج والتوصيات

83 1-4 النتائج

84 2-4 التوصيات

86 المراجع

87 الملاحق

فهرس الاشكال

- الشكل (1) حجم سوق الأكشاك التفاعلية العالمية 20
- الشكل (2) جهاز الخدمة الذاتية في المطار 21
- الشكل (3) جهاز الخدمة الذاتية في ماكدونالدز 22
- الشكل (4) شكل توضيحي لبيانات الاستخدام التي يتم جمعها من الأكشاك 28
- الشكل (6) إعلان خدمة الكاشف الدائم 34
- الشكل (7) إعلان باقات صبايا 34
- الشكل (8) إعلان خدمة رنة بغنية 35
- الشكل (9) إعلان خدمة سمعي الرنة 35
- الشكل (10) لوغو موقع ماي سيريتل 36
- الشكل (11) إعلان تطبيق الموبايل أقرب إليك 37
- الشكل (12) إعلان افتتاح مركز خدمة الجلاء 37
- الشكل (13) إعلان جهاز الخدمة الذاتية 38
- الشكل (14) إعلان خدمة أقرب موزع إليك 38
- الشكل (15) شكل يوضح الفرق بين جهاز الخدمة بتصميمه الجديد وبين تصميمه القديم 40
- الشكل (16) شكل يوضح قارئ البطاقة وقارئ بصمة الإصبع 41
- الشكل (17) شكل يوضح قارئ جواز السفر 41
- الشكل (18) شكل يوضح موزع البطاقات 42
- الشكل (19) إعلان تركيب جهاز خدمة جديد في كلية الهك 43
- الشكل (20) الشاشة الأولى 44
- الشكل (21) الشاشة الثانية 44
- الشكل (22) الشاشة الثالثة 45
- الشكل (23) الشاشة الرابعة 46
- الشكل (24) الشاشة الخامسة 46
- الشكل (25) الشاشة السادسة 47

48 الشكل (26) الشاشة السابعة
48 الشكل (27) الشاشة الثامنة
49 الشكل (28) الشاشة التاسع
49 الشكل (29) الشاشة العاشرة
50 الشكل (30) الشاشة الحادية عشرة
50 الشكل (31) صورة توضح التنبيه الخاص بنقاط برنامج شكرا
70 الشكل (32) التوزع النسبي الواحدة لتفضيل عملاء سيريتل لكل من طرق

فهرس الجداول

- جدول (1) فوائد الشكك الرقمي 26
- الجدول (2) بيانات عن أعضاء المقابلات المعمقة 52
- الجدول (3) بيانات أعضاء مجموعة التركيز 57
- جدول (4) توزع النسبي لأفراد العينة بين عملاء سيريتل وعملاء لكلتا الشركتين 67
- جدول (5) التوزع النسبي لأفراد العينة حسب نوع الخط 67
- جدول (6) التوزع النسبي لأفراد العينة حسب عمر الخط 68
- جدول (7) التوزع النسبي لأفراد العينة حسب الجنس 68
- جدول (8) التوزع النسبي لأفراد العينة حسب الفئة العمرية 69
- جدول (9) التوزع النسبي لأفراد العينة حسب مستوى التحصيل العلمي 69
- جدول (10) الإحصاءات الوصفية واختبار t للعينة الواحدة لتفضيل عملاء سيريتل لكل من طرق 71
- جدول (11) التوزع النسبي لأفراد العينة حسب استخدام لجهاز الخدمة الذاتية 71
- جدول (12) الإحصاءات الوصفية واختبار t للعينة الواحدة لتقييم مدى رضا العملاء 73
- جدول (13) الإحصاءات الوصفية واختبار t للعينة الواحدة رأي العملاء 75
- جدول (14) الإحصاءات الوصفية واختبار t للعينة الواحدة عن الخدمات المقترحة 77
- جدول (15) الإحصاءات الوصفية واختبار t للعينة الواحدة عن الخدمات المقترحة 81

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

نقدم في هذا الفصل توصيفاً لمشكلة الدراسة وأهميتها وكذلك أبرز تساؤلات الدراسة وأهدافها، والمنهجية المتبعة لتحقيق هذه الأهداف وحلّ التساؤلات.

تمهيد:

أتاح التقدم التكنولوجي لمقدمي الخدمات إمكانية دمج العديد من التقنيات المختلفة لتقديم الخدمات بطريقة متميزة حيث أصبح الاتصال الرقمي الفعّال مع العملاء أحد العوامل الرئيسية في إنجاح الأعمال، وهذا هو سبب ارتفاع الحلول الرقمية للخدمة الذاتية.

ينمو سوق الخدمة الذاتية بمعدل كبير، ففي العام الماضي،¹ بلغت قيمة سوق الخدمة الذاتية 26.6 مليار دولار وفي هذا العام بلغت 28.3 مليار دولار. وهو نمو بنسبة 6.4 % عن العام السابق. إذا استمر هذا الاتجاه، فستبلغ قيمة سوق الأكشاك التفاعلية 45.3 مليار دولار في عام 2028، أي بمعدل نمو سنوي مركب 6.9%.

وفقاً لتقارير مختلفة، يؤثر وجود خيار الخدمة الذاتية على ولاء العملاء، وبالتالي فإن امتلاك ميزة الخدمة الذاتية سيكون خطوة جيدة للشركات لمساعدتهم على زيادة مشاركة العملاء. باختصار، للحصول على ميزة تنافسية، من المهم أن يكون لدى المؤسسة استراتيجية تتمحور حول المستخدم كما هو الحال في الأسواق التي تتنافس على العملاء حيث يُنظر إلى رضا العملاء على أنه عامل تميّز مهم.

تلعب الخدمة الذاتية دوراً حيوياً ليس فقط في تحسين تجربة العملاء ولكن أيضاً في تقليل تكاليف الدعم إلى حد كبير. وقد أدى تفشي جائحة فيروس كورونا إلى تغييرات جذرية في سلوك العميل بهدف البقاء على قيد الحياة في هذا الوضع الحالي، تكيفت الشركات بشكل أكثر تنوعاً مع اتجاهات الخدمة الذاتية، بطريقة تقلل من انتشار العدوى من خلال الحفاظ على التباعد الاجتماعي حيث أنه وفقاً للتقارير الأخيرة، يفضل 40% من العملاء الخدمة الذاتية على التفاعلات البشرية.

مع تطور التحول الرقمي كل يوم، يجب أن تكون صناعة الاتصالات مستعدة لمواجهة مجموعة من التحديات الجديدة في عصر تنافسي للغاية لتمييز أعمالهم. تتضمن بعض هذه التحديات توفير تجربة

¹<https://blog.wavetec.com/en/ssk-benefits-for-telecoms>

أفضل للعملاء، وتقليل النفقات التشغيلية، وخلق مصادر جديدة للإيرادات. لهذا السبب، يخطط معظم مشغلي الاتصالات في الوقت الحاضر بشكل استراتيجي لزيادة الإقبال إلى أقصى حد في فروعهم، وخلق المزيد من فرص البيع، وتوسيع قنوات مبيعاتهم بشكل أكثر فعالية من حيث التكلفة. انطلاقاً من رؤية شركة سيريتل بأن تكون الشركة السورية الأولى ومهمتها بأن تقدم أفضل خدمات الاتصالات لزيائنها وإيماناً منها بأهميّة تعدد قنوات تفعيل الخدمات وطرق الحصول عليها، قامت بإطلاق أجهزة الخدمة الذاتية بتاريخ 2015 ثم عملت جاهدة لتطوير هذه الأجهزة وبالتالي إمكانية استخدامها كقنوات لتفعيل عدة خدمات.

يُمكن جهاز الخدمة الذاتية (Kiosk) الزبون من الاستفادة من خدمات سيريتل في أي وقت وبمختلف المدن والمحافظات السورية، حالياً يُمكن جهاز الخدمة الذاتية الزبون من تسديد فاتورة الخطوط لاحقة الدفع وتعبئة رصيد البطاقات مسبقة الدفع (سيرف - يا هلا). انطلاقاً من واقع استخدام جهاز الخدمة الذاتية من وجهة نظر عملاء سيريتل الحاليين توجّهت الباحثة للتفكير بأهمية تحديد الخطة الاستراتيجية لتطوير الخدمات على جهاز الخدمة الذاتية بما يضمن رضا عملاء سيريتل.

1-1 الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة مهمة لأنها تساعد الباحث في بلورة وتأطير مشكلة الدراسة وتحديد أهدافها كما أنها تساعده في اختيار المنهجية المناسبة لدراسته.

فيما يلي بعض الدراسات المتعلقة بتكنولوجيا الخدمات الذاتية وتأثيرها على رضا العملاء.

بدراسة² (James 2014) بعنوان Exploration of User Satisfaction with Retail Self-Service Technologies حددت الدراسة سبع ميزات يُعتد أنها تؤثر على رضا المستهلك عن الكشك: تصميم البرامج، تصميم الكشك، معلومات المنتج، كمية البضائع، سهولة الاستخدام والتنقل وسهولة الاستعمال. يتضمن متغير قابلية الاستخدام الذي تتم دراسته عادةً سهولة الاستخدام والتنقل في

https://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/163309/James_umn_0130M_14750.pdf?sequence=2
1&isAllowed=y

البرنامج. يفترض الباحث أن قابلية الاستخدام والمتغيرين الفرعيين - التنقل وسهولة الاستخدام - سيكون مؤشراً على متعة المستخدم ورضاه.

³أيضا يعرف (2000) al et Meuter تكنولوجيا الخدمة الذاتية بأنها التقنيات التي يستخدمها العملاء بشكل مستقل دون تفاعل مع موظفين ودون حاجة لمساعدة الموظفين لهم، كما ذكر أن تكنولوجيا الخدمة الذاتية هي التكنولوجيا التي تمكن العملاء من الاستفادة من الخدمة بدون أي تدخل من موظف الخدمة. ويضيف (2006) Espinoza and Rust أن تكنولوجيا الخدمة الذاتية تُستخدَم كبديل للعاملين في المعاملات القائمة على خدمة الإنسان. وذكر (2007) Simpson and Oyedel أن اختيار تكنولوجيا الخدمة الذاتية بدلاً من تقديم الموظفين للخدمة يُجنّب العميل التفاعلات الاجتماعية ويوضح (2013) al et Oh أن تكنولوجيا الخدمة الذاتية جديدة نسبياً لذلك تتطلب من مقدمي الخدمة مستوى عال من الكفاءة الذاتية للتعامل معها، وهذه الكفاءة غير موجودة عند كل العملاء. وذكر (2010) al et Castro بعض أمثلة تكنولوجيا الخدمة الذاتية مثل أكشاك تقديم خدمات الإنترنت، الرد الصوتي التفاعلي وخدمات الهاتف النقال. ويضيف (2008) Reiders أن إجبار العملاء على استخدام تكنولوجيا الخدمة الذاتية يقود إلى خفض الإدراك الإيجابي لخدمات الشركة، وكذلك خفض مستوى تقييم العملاء لها.

تتقاطع مواضيع الدراسات السابقة مع بحثنا هذا بعدة نقاط

- تصميم البرامج، تصميم الكشك، معلومات المنتج وكمية البضائع وسهولة الاستخدام والتنقل وسهولة الاستعمال تؤثر على رضا العميل عن جهاز الخدمة الذاتية.
- أهمية إدراك العميل الإيجابي لخدمات الشركة المقدمة عن طريق جهاز الخدمة الذاتية

2-1 مشكلة وتساؤلات الدراسة:

انطلاقاً من أهمية رضا العملاء الذي يشكل هاجساً دائماً في عمل الشركات الخدمية، لما له من دور أساسي في استمرارها ونموها، ونظراً للأهمية الاستراتيجية للخدمة الذاتية في هذه الشركات، ودورها في زيادة هذا الرضا، نلاحظ أن شركات الاتصالات وعلى رأسها شركة سيريتل، باعتبارها رائدة في مجالها وخاصةً من ناحية ريادتها في مجال الاعتماد المتنامي على التكنولوجيا، اتجهت لتطوير جهاز الخدمة

الذاتية وزيادة الاعتماد عليه وبشكل خاص بعد انتشار جائحة COVID-19 التي فرضت على سوق العمل بشكل عام، والشركات الخدمية بشكل خاص، البحث عن وسائل جديدة لتلبية حاجات العملاء مع المحافظة على الخدمة بالشكل الأفضل، وضمان سلامة عملائها.

بالنظر إلى كل ما سبق فكّرت الباحثة بماهية الخدمات التي من الممكن أن يقدمها جهاز الخدمة الذاتية بالإضافة إلى خدمة دفع الفواتير وتعبئة الرصيد الحالية وكيف يمكن أن يتم تطوير هذه الخدمات بما يتناسب مع هذا الجهاز من الناحية التقنية ويضمن رضا عملاء الشركة.

يمكننا صياغة مشكلة البحث في السؤالين الأساسيين التاليين:

- ما هو واقع استخدام جهاز الخدمة الذاتية من وجهة نظر عملاء سيريتل الحاليين؟
- ما هي معايير اختيار قائمة الخدمات الأساسية لأجهزة الخدمة الذاتية من وجهة نظر عملاء سيريتل؟

ومنها يتفرع الأسئلة التالية:

1. ما هو تقييم عملاء سيريتل الحاليين لجهاز الخدمة الذاتية والخدمات المتاحة عليه؟
2. ما هي قائمة الخدمات الرئيسة التي يفضل عملاء سيريتل تواجدها على جهاز الخدمة الذاتية؟
3. ما هو تأثير هذه الخدمات على رضا العملاء؟
4. ما هو تأثير توفر الخدمة عن طريق قناة جهاز الخدمة الذاتية على باقي قنوات الشركة؟
5. هل يجب أن يُقدّم جهاز الخدمة الذاتية جميع الخدمات والعروض الموجودة في الشركة؟
6. هل هناك معايير محددة للخدمات المقدّمة عن طريق جهاز الخدمة الذاتية؟
7. هل تختلف قائمة الخدمات المقدّمة باختلاف منطقة جهاز الخدمة الذاتية مثلاً الجهاز الموجود في مطار دمشق الدولي عن الجهاز الموجود بالقرب من مركز خدمة المراجعة؟

3-1 أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من النقاط التالية

- الأهمية الاستراتيجية لأجهزة الخدمة الذاتية بالنسبة لشركة سيريتل كقناة لتفعيل الخدمات وخاصة في ظل ظروف جائحة كورونا التي اضطرت الشركة لأن تقفل أبوابها.

- أهمية تقييم عملاء سيريتل للخدمات المقدمة عن طريق جهاز الخدمة الذاتية بما يحقق رضا هؤلاء العملاء.
- أهمية الاقتراحات التي خلصت إليها الدراسة من خدمات وميزات يرغب العملاء بتوفرها بالإضافة إلى الاقتراحات التي تؤثر على تصميم خدمة الدفع المتوفرة على هذه الأجهزة حالياً.
- تقييم الخدمات المقترحة من وجهة نظر العملاء مما يساعد الشركة في بناء خطة تطوير هذا الجهاز بما يضمن رضا عملائها.

4-1 أهداف الدراسة:

- معرفة العوامل التي شجعت العملاء على استخدام الجهاز.
- تقييم مدى رضا عملاء سيريتل على جهاز الخدمة الذاتية وبالأخص تقييمهم لخدمة الدفع المتوفرة عليه حالياً.
- تحديد الأسباب التي منعت عملاء سيريتل من استخدام جهاز الخدمة الذاتية.
- معرفة تقييم العملاء للخدمات التي يمكن أن تتوفر على جهاز الخدمة الذاتية.
- تحديد الخطة الاستراتيجية لتطوير الخدمات والميزات على جهاز الخدمة الذاتية بما يضمن رضا عملاء سيريتل.

5-1 المنهج المستخدم في الدراسة:

أجرت الباحثة دراسة استكشافية ونوعية تمت من خلال: مقابلات معمقة مع شخصين أحدهما من الفريق المسؤول عن جهاز الخدمة الذاتية والآخر من الفريق المسؤول عن تسويق الخدمات التكميلية، واتبعت أسلوب الأسئلة غير المهيكلة وتركت للمجيب أن يجيب بشكل حر وقامت بتسجيل المقابلات تسجيلاً صوتياً كان الهدف من هذه المقابلات توضيح مشكلة البحث من خلال معرفة أهم المشاكل والتحديات التي تواجهها الشركة من العوائق التقنية والفنية، وكيفية تقييم الشركة لرضا العملاء عن الخدمات المقدمة حتى الآن، وما هي آرائهم بالخدمات التي يجب أن تقدم لاحقاً.

كذلك قامت الباحثة بإدارة مجموعة نقاش مركزة مع مجموعة من عملاء الشركة بهدف معرفة مدى رضاهم عن الخدمة المقدمة وما هي الخدمات التي يمكن أن تتوفر مستقبلاً على هذا الجهاز انطلاقاً من خبرتهم به وحاجاتهم.

كما أجرت دراسة وصفية كمية بناء على النتائج السابقة من خلال تصميم استبيان ونشره على مواقع التواصل الاجتماعي يستهدف عملاء شركة سيريتل بهدف معرفة نسبة استخدامهم لجهاز الخدمة الذاتية وماهي الأسباب التي شجعتهم على هذا الاستخدام أما العملاء الذين لم يستخدموه فمعرفة الأسباب التي أدت إلى ذلك.

وأخيراً تحليل نتائج الاستبيان باستخدام أداة التحليل الاحصائي SPSS 17.0 وعرض هذه النتائج.

1-6 حدود الدراسة:

الدراسة شملت عينة من عملاء شركة سيريتل في كافة أنحاء الجمهورية العربية السورية. وقد تم بدء العمل من الشهر الرابع.

تم إجراء المقابلة الأولى بتاريخ (25/7/2021) أما المقابلة الثانية تمت بتاريخ (13/9/2021)

ومجموعة التركيز بتاريخ (15/9/2021) أخيراً تم توزيع الاستبيان بتاريخ (22/9/2021).

شملت هذا الدراسة معايير الخدمات المُقترح توفرها على جهاز الخدمة الذاتية بما يضمن رضا العملاء ولم تتضمن تقييم كلفة التطوير وإمكانيته.

الفصل الثاني: الإطار النظري

تمهيد:

يهدف هذا الفصل إلى تقديم الإطار النظري لماهية الخدمة الذاتية وفعاليتها في تحقيق الرضا لدى عملاء شركة سيريتل، حيث يتكون هذا الفصل من ثلاثة مباحث، يتناول المبحث الأول أجهزة الخدمة الذاتية ومكوناتها ومزاياها، كما يتناول المبحث الثاني رضا العميل، أما المبحث الثالث فيتضمن لمحة عن شركة سيريتل وتوجهاتها نحو عملائها وما هي قنوات تفعيل الخدمات المتاحة.

1-2 المبحث الأول: أجهزة الخدمة الذاتية ومزاياها

نستعرض في هذا المبحث ما هي الأجهزة الذاتية ومكوناتها وطريقة تصميمها وبنائها بالإضافة إلى فوائدها ومزاياها

1-1-2 أكشاك الخدمة الذاتية

الكشك التفاعلي عبارة عن جهاز فيه برنامج متكامل متخصص وواجهة سهلة الاستخدام توفر معلومات جذابة وتمكن المستخدمين من إجراء معاملات معينة. الميزة الأساسية لهذا الحل هي الخدمة الذاتية، مما يعني أن المستخدمين يحصلون على المعلومات أو المنتج أو الخدمة الضرورية وقتما يريدون وبشكل مستقل عن الآخرين.

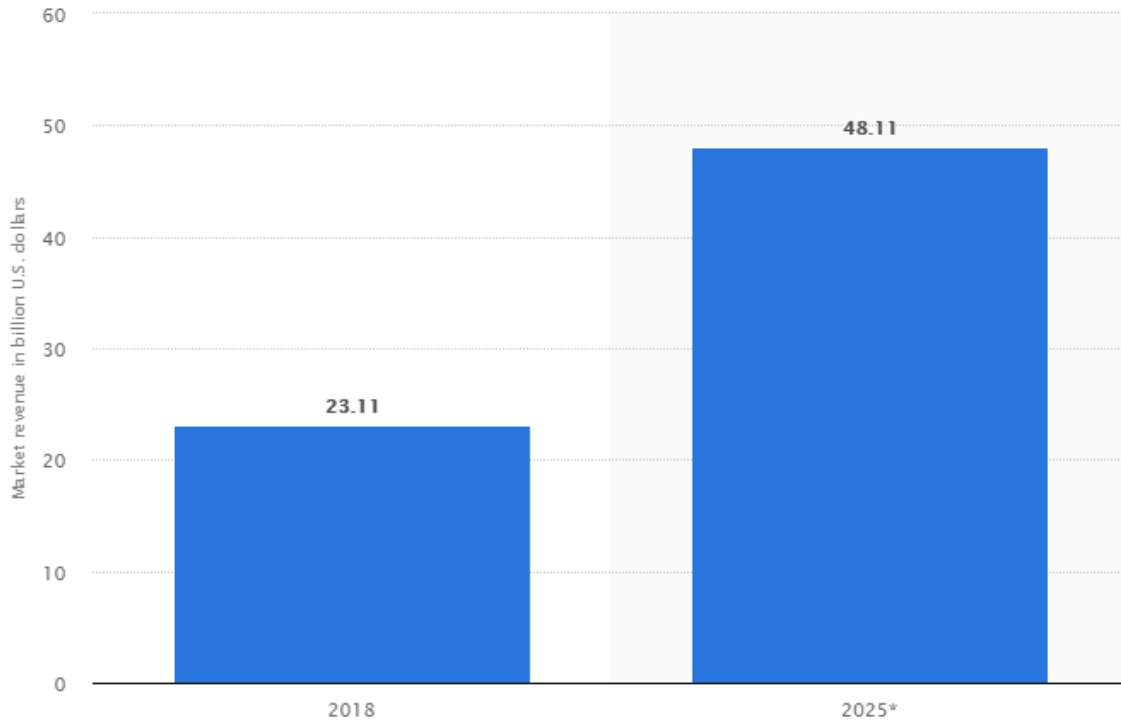
كانت الأكشاك التفاعلية بدايةً تشبه إلى حدٍ كبير أكشاك الهاتف العمومية الحالية، ولكن كان يمكن في بعضها الجلوس على مقاعد بسيطة أو كراسي مرتفعة. وتُوضع الأكشاك التفاعلية عادةً في الأماكن المزدحمة من شوارع المدينة، أو في مداخل الأسواق المشهورة، أو في محطات القطارات والحافلات، أو في ردهات الفنادق وكذلك في المطارات.

أتاح التكامل ودمج التقانات للأكشاك أداء مجموعة واسعة من المهمات وصولاً إلى أكشاك الخدمة الذاتية التي تمكن المستخدمين من إدخال رقم «فاتورة» لأحد المرافق العامة أو الشركات لتسديد قيمة هذه «الفاتورة» عبر الإنترنت، أو إجراء إحدى المعاملات الإدارية لأحد هذه المرافق. وكذلك يمكن بواسطتها تحصيل مبالغ مالية من عملاء آخرين. وتتوفر في بعض هذه الأكشاك أجهزة قراءة للبطاقات

الممغنطة، وطابعات حرارية (أو أي نوع آخر من الطابعات) لتقدّم الإشعار بتسديد الفاتورة أو لطباعة الوثيقة المطلوبة.

يُصور الرسم البياني لشركة Statista حجم سوق الأكشاك التفاعلية العالمية، ويقارن الوضع في عام 2018 مع توقعات عام 2025. يمكننا أن نرى أنه من المرجح أن تتضاعف الإيرادات خلال هذه الفترة، من 23 مليار دولار إلى 48 مليار دولار، مما يثبت أن الإمكانيات كبيرة لهذا السوق.

إيرادات سوق الأكشاك التفاعلية حول العالم في عامي 2018 و2025 (بمليارات الدولارات الأمريكية)



© Statista 2019

الشكل (1) حجم سوق الأكشاك التفاعلية العالمية 4

جهاز الخدمة الذاتية هو جهاز تفاعلي يتيح للعملاء الحصول على الخدمات على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع. يمكن تركيب الآلات في الأماكن العامة مثل مراكز التسوق، مما يوفر وصولاً على مدار الساعة إلى الخدمات مع التخلص من الحاجة إلى الانتظار في الطابور ومنح العملاء التحكم في إنجاز المعاملات على راحتهم.



تسجيل الوصول الذاتي في مطار لوكسمبورغ

الشكل (2) جهاز الخدمة الذاتية في المطار



كشك الخدمة الذاتية في ماكдонаلدز

الشكل (3) جهاز الخدمة الذاتية في ماكдонаلدز

2-1-2 لمحة تاريخية⁵

طُوّر كشك الخدمة الذاتية الأول عام 1977م في جامعة إيلينويز / Illinois / الولايات المتحدة من قبل طالب الطب Murray Lappe. وكان المحتوى الرئيسي للكشك نظاماً حاسوبياً يسمى «بلاتو» Plato، يمكن الوصول إليه بواجهة شاشة بلازما تعمل باللمس. وضعت أول شبكة للأكشاك التفاعلية الناجحة في الخدمة التجارية عام 1985م، وكانت مشروعاً لشركة بيع الأحذية بالتجزئة في مدينة أمريكية. وكان هناك شبكة مؤلفة من أكثر من (600) كشك

⁵ <http://arab-ency.com.sy/tech/detail/168896>

تزوّد الزبائن بالصور والأفلام للأحذية، وكان بإمكان العملاء تحديد المواصفات كلها وإرسالها عبر خطوط الهاتف لتسليم السلع في اليوم التالي في البيت مثلاً.

وفي العام 1991م ظهرت أولى الأكشاك التجارية المرتبطة بالإنترنت لتحديد مواقع الأطفال المفقودين في جميع أنحاء الولايات المتحدة وكندا.

وتم في العام 1995 وضع الوثائق الحقيقية الأولى لتوصيف الكشك التفاعلي من مختبر لوس ألاموس Los Alamos الوطني في الولايات المتحدة.

وفي العام 2007 قامت شركة Imperial Multimedia بإطلاق أول برنامج عام الاستخدام لكشك تفاعلي. وقامت بتركيب (31) كشكاً تفاعلياً في حدائق ولاية فرجينيا، وضم هذا البرنامج خدمات طبع الخرائط وصور الأماكن الأثرية والسياحية وأفلاماً عنها، والرحلات المتوفرة إلى تلك الأماكن، ومعلومات الطوارئ.

2-1-3 تصميم الأجهزة وبنائها

تُعدّ جمالية الأكشاك التفاعلية وتصميمها الوظيفي وكذلك سهولة استخدامها العناصر الرئيسية التي تدفع المستخدم إلى اعتماد الكشك. وثمة عوامل عديدة تدخل في تصميم الأكشاك التفاعلية، منها: جمالية التصميم الخارجية والداخلية: التي تحث المستخدم على اعتماد الكشك والعلامة التجارية. واجهة التخاطب: يتطلب تصميم واجهة التخاطب في الأكشاك التفاعلية مفاتيح واضحة، وشجرة قرار بسيطة على صفحة الويب أو الحاسوب التفاعلي. فالإجراءات التفاعلية الجذابة والمدة القصيرة في التساؤل على واجهة التخاطب أمران مهمان لكل المستخدمين.

تؤدي إمكانية تبادل الرسائل بيانياً دوراً مهماً في التواصل بين المستخدمين، وتعني وجود أشكال ورموز جاهزة على واجهة التطبيق في شاشة اللمس.

مواصفات المكونات مثل: شاشة اللمس، ولوحة المفاتيح، والطابعة، وماسحة الترميز القضباني barcode scanner.

حجم التصنيع والتكيف الحراري: يحدّد حجم التصنيع لهيكل الكشك نوع المواد المستخدمة في التصنيع، وكذلك عمليات التصنيع. ويجري التكيف الحراري والعزل بحسب طقس المدينة وبما يتناسب مع تغيّر الفصول.

2-1-4 مكونات أجهزة الخدمة الذاتية

2-1-4-1 الأجهزة

يجب أن يعتمد اختيار الجهاز على الوظيفة المحددة. هناك مجموعة واسعة من المكونات مثل:

- مسح الباركود QR /
- طباعة
- قارئ البطاقة
- متقبل عملة / فاتورة
- لوحة المفاتيح
- كاميرا فيديو
- مستشعر الحركة

للحصول على حل مخصص، يمكنك دمج المكونات المطلوبة في إطار عمل واحد.

2-4-1-2 البرمجيات

يجب أن يضمن التطبيق المناسب لكشك إمكانية إنشاء المحتوى وتحديثه وإدارته عن بُعد. يمكن أن يكون التطبيق الطرفي التفاعلي إما مستندًا إلى السحابة أو يتم نشره محلياً، وقد يوفر الميزات الأساسية التالية:

- اتصال بالإنترنت
- أمن البيانات الشخصية (تفويض وجمع وتخزين المعلومات)
- دعم شاشة اللمس
- قيود على مواقع محددة
- تحليل الاستخدام
- الطباعة في الموقع
- توقيع إلكتروني

3-4-1-2 التثبيت

عند اكتمال تكامل الأجهزة والبرامج، من الضروري إجراء عملية اختبار شاملة وبعد ذلك فقط إطلاق المنتج للجمهور. ومع ذلك، فإن المحطة التفاعلية الخالية من الأخطاء ليست هي الشرط الأساسي الوحيد للعملاء لاستخدامها بنشاط.

لزيادة تفاعل العملاء مع الحل الخاص بك، يوصى بشدة أيضاً تثبيت كشك في الموقع المناسب مع تدفق حركة المرور المرتفع للمستخدمين المحتملين.

4-4-1-2 الدعم والصيانة

تتطلب حلول الخدمة الذاتية المنتشرة دعماً فنياً وصيانة مستمرة. تأكد من أن موفري الأجهزة والبرامج يضمنون هذه الخدمات إذا كنت ترغب في الاستفادة من الكشك التفاعلي على المدى الطويل.

5-1-2 وظائف الأكشاك التفاعلية

يكره الناس الوقوف في الطابور، لأنه في الأساس مضيعة للوقت، لكنهم مجبرون على الوقوف في طوابير في منظمات مختلفة في كثير من الأحيان بسبب ضرورة القيام بأنشطة معينة. لهذا السبب، تم تقديم حلول الخدمة الذاتية كموفر كبير للوقت.

نظراً لكونها قابلة للتخصيص بدرجة كبيرة، حيث يمكن للأكشاك الرقمية أن تعمل كممثلين عن بُعد للشركات في مختلف القطاعات، لتحل محل مجموعة من الخدمات التي يتم تنفيذها يدوياً بشكل تقليدي. تؤدي الأكشاك التي تعمل باللمس الوظائف التالية:

- إجراء المدفوعات (عن طريق البطاقة أو نقداً)
- تقديم معلومات المساعدة
- تقديم الطلبات
- شراء بضائع التجزئة
- طباعة
- تحديد الطريق
- دعاية
- توفير الوصول إلى الإنترنت

هذه الآلات مفيدة بشكل كبير للعملاء ومفيدة للشركات، خاصةً عندما تكون في مواقع ذات حركة مرور عالية مثل مراكز التسوق أو المطارات.

تحظى المحطات التفاعلية بشعبية كبيرة في المستشفيات والمراكز الطبية لأنها تعمل على تحسين التفاعل بين المرضى والطاقم الطبي بطريقة فعّالة من حيث التكلفة. من خلال المحطات الطرفية، يمكن للمرضى العثور على المعلومات الضرورية حول الخدمات أو حجز موعد أو طلب إعادة التعبئة، مما يخفف إلى حد كبير عبء العمل عن المسؤولين والأطباء.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تساعد الأكشاك في التوجيه في المباني من خلال توفير مخطط الأرضية (مع إمكانية طباعته).

تكتسب حلول الخدمة الذاتية زخماً نظراً لمجموعة المزايا التي تقدمها لكل من المستخدمين والبائعين.

فوائد الكشك الرقمي	
للعملاء	للشركات
<ul style="list-style-type: none"> • لا انتظار في قائمة الانتظار • تحسين تجربة المستخدم • توفير الوقت • الوصول المبسط إلى المعلومات • مساعدة تفاعلية 	<ol style="list-style-type: none"> 1. القدرة على الوصول إلى جمهور أوسع 2. تقليل العبء على الموظفين 3. زيادة ولاء العملاء 4. رضا العملاء 5. عوائد أعلى

جدول (1) فوائد الشكك الرقمي

6-1-2 فوائد ومزايا الأجهزة الذاتية

1-6-1-2 التسجيل الفوري لشريحة الاتصال الجديدة

تأتي أكشاك تسجيل وصراف بطاقات SIM مجهزة بأجهزة مسح ضوئي للوجه وبصمات الأصابع بالإضافة إلى مساحات ضوئية للوثائق يمكنها التحقق بدقة من هوية الفرد والمصادقة عليها مقابل هوياتهم. أصبح هذا ممكناً من خلال ربط قواعد بيانات الهوية الوطنية بأنظمة الواجهة الخلفية لأكشاك الخدمة الذاتية.

الآن أثناء تسجيل شريحة الاتصال الجديدة التي تتطلب وسائل شرعية للتحقق من المستندات والقياسات الحيوية، جعلت أكشاك الخدمة الذاتية للاتصالات عملية التأكد من هوية العميل وعدم الاحتيال أقل إجهاداً وأكثر أماناً لأنه يكاد يكون من المستحيل الاحتيال على أحدث القياسات الحيوية والخوارزميات لهذه الآلات.

2-6-1-2 إضفاء طابع شخصي

بالإضافة إلى ذلك، تقوم أكشاك الخدمة الذاتية بتسجيل وتتبع البيانات لكل مستخدم مما يسمح بمستوى من التخصيص، وهذا التخصيص لم يكن ممكناً لولا ذلك. أدى استخدام أكشاك توزيع بطاقات SIM إلى زيادة متوسط قيمة الطلب بنسبة 40% وهو مؤشر على أن العملاء يشترون خدمات إضافية يقدّمها الكشك.

2-6-1-3 المدفوعات

يمكن تجهيز أكشاك الخدمة الذاتية بإمكانية قبول جميع طرق الدفع المعروفة مثل النقد والبطاقات والمدفوعات الرقمية من خلال محافظ الهاتف المحمول. يسمح تكامل محفظة الهاتف المحمول أيضاً للعميل بتعبئة محافظ الهاتف المحمول الخاصة به لا يمكن فقط سداد مدفوعات فاتورة الهاتف المحمول، ولكن تسمح أكشاك الاتصالات هذه أيضاً بدفع فواتير الخدمات العامة من بوابة واحدة يسهل الوصول إليها.

2-6-1-4 قرارات تستند إلى البيانات

من خلال بيانات الاستخدام التي يتم جمعها من الأكشاك، تكون الاتصالات قادرة على اتخاذ قرارات أكثر استنارةً وحسماً بشأن خدماتها؛ أين تستثمر المزيد من الأموال، وما الخدمات التي يجب التوقف عنها والمنتجات الجديدة التي يجب إضافتها. يقدم بعض موفّري حلول الخدمة الذاتية أيضاً تحليلات مفصلة استناداً إلى بيانات الكشك بالإضافة إلى ذكاء الأعمال حتى يتمكن عمك من اتخاذ قرارات تشغيلية بثقة أكبر لدفع النمو عبر المؤسسة.



الشكل (4) شكل توضيحي لبيانات الاستخدام التي يتم جمعها من الأكشاك

2-1-6-5 عمليات 24/7

60% من المعاملات تتم خارج ساعات العمل القياسية 5-9. كيف يمكننا خدمة جميع عملائنا إذا كانت ساعات العمل لدينا محدودة للغاية؟ تعمل أكشاك الخدمة الذاتية على مدار 24 ساعة في اليوم، سبعة أيام في الأسبوع حتى يتمكن عملائك من الاستفادة من خدماتك في الوقت الذي يناسبهم.

2-1-6-6 نمو شبكة مراكز الخدمة

لقد ولت أيام تأجير المواقع وتوظيف وتدريب موظفين جدد لمراكز خدمة جديدة، تمنح أجهزة الخدمة الذاتية القدرة على الاستحواذ على سوق ضخم من خلال نشر الأكشاك في أي مكان عام مناسب دون التواجد الفعلي هناك يمكن مراقبة هذه الأجهزة عن بُعد من أي مكان حتى تعرف متى احتاجوا إلى تجديد أو صيانة.

2-1-6-7 تمكن من التوسع إلى مناطق جغرافية جديدة

يمكن أن يؤثر إدخال آلات الخدمة الذاتية أيضاً على الأرباح النهائية. إنه يلغي الحاجة إلى فتح فروع اتصالات جديدة لتوسيع التغطية الجغرافية الخاصة بك. بدلاً من ذلك، يمكنك تثبيت أجهزة الخدمة الذاتية في الأماكن العامة وتلبية احتياجات العملاء الجدد بنسبة 5% فقط من التكلفة المطلوبة لفتح

فرع صغير من خلال التوسع إلى مواقع جديدة، يمكن لمقدمي خدمات الاتصالات أيضاً الوصول إلى نسبة مئوية أكبر بكثير من السكان غير المدركين حالياً لخدماتهم أو يستخدمون مزود اتصالات مختلف.

2-1-6-8 توفير الموارد

تتمثل إحدى الفوائد الرئيسية لأكشاك الخدمة الذاتية للمؤسسة في أنها توفر الموارد، وخاصة وقت الموظفين مثلاً كشك الخدمة الذاتية لإدارة الزوار يسمح للزوار والموظفين والمقاولين بتسجيل الدخول دون الحاجة إلى أي مساعدة من موظف استقبال. هذا يوفر وقتاً ثميناً للإدارة وموظفي الاستقبال طبعاً يمكن استخدامه في مهام أكثر إلحاحاً.

2-1-6-9 القدرة على التكيف

من الفوائد العديدة لأكشاك الخدمة الذاتية القدرة على تكييفها بسهولة لتلبية المتطلبات الناشئة داخل المؤسسة فعلى سبيل المثال ، قد ترغب في بدء قبول المدفوعات باستخدام كشك الخدمة الذاتية الذي تم استخدامه سابقاً فقط لعرض خرائط تحديد الطريق.

2-1-6-10 الاتصال

ترتبط قابلية تكييف أكشاك الخدمة الذاتية مباشرة باتصالها. نظراً لأن أكشاك الخدمة الذاتية متصلة بالشبكة، فيمكن الوصول إليها والتحكم فيها عن بُعد من أي مكان باستخدام اتصال إنترنت باستخدام برنامج مخصص مما يتيح للموظفين إرسال محتوى جديد وبرامج وإصلاحات إلى الكشك عن بُعد من أي مكان في العالم.

2-1-6-11 خدمة المزيد من العملاء

نظراً لأن سهولة الاستخدام هي إحدى الفوائد الرئيسية لأكشاك الخدمة الذاتية، فإن العملاء كثيراً ما يجدونها أسرع وأكثر ملاءمة لاستخدام أكشاك الخدمة الذاتية بدلاً من الذهاب إلى مراكز الخدمة. هذا له فائدة إضافية تتمثل في خلق تجربة إيجابية للعملاء تؤدي إلى كلام إيجابي شفهي. إذا كان العميل يتمتع بتجربة رائعة مع تقنية الخدمة الذاتية الخاصة بالمؤسسة، فمن المحتمل أن يخبر الآخرين، مما يزيد من قاعدة العملاء المحتملين. لا تتيح أكشاك الخدمة الذاتية تقديم خدمة أسرع وأكثر كفاءة للعملاء فحسب ، بل إنها تغير أيضاً سلوك العملاء بطريقة أساسية.

2-1-6-12 زيادة الأرباح

على الرغم من الاستثمار الأولي الذي تحمله أكشاك الخدمة الذاتية معهم، إلا أنها توفر عائداً كبيراً على الاستثمار للمؤسسة. مع زيادة سمعتها في الخدمة السريعة والمريحة، ستتمو قاعدة العملاء، مما يخلق المزيد من تدفقات الإيرادات. توفر أكشاك الخدمة الذاتية أيضاً إمكانات بيع محسنة مقارنة بأساليب الخدمة التقليدية ، مما يحسن من إمكانية زيادة الأرباح.

2-1-6-13 خدمة أسرع

تتمثل إحدى المزايا الرئيسية الأخرى لأكشاك الخدمة الذاتية في أنها تتحايل على مشكلة دخول العملاء إلى مساحة البيع بالتجزئة الخاصة بالمؤسسة والمغادرة إذا رأوا قائمة انتظار طويلة نسبياً، حيث يمكنهم التحقق بسرعة وسهولة باستخدام كشك الخدمة الذاتية بدلاً من ذلك . يمكنك هذا من الاحتفاظ بالعملاء القيمين ويمنع المؤسسة من الخسارة أمام المنافسين.

2-1-6-14 أنها تمكن من إدارة الحساب بسهولة

يعمل كشك الخدمة الذاتية على تبسيط الإدارة الكاملة للحساب. يسمح للعملاء بإكمال عدد لا يحصى من المهام. ويشمل ذلك عمليات إعادة تعبئة رصيد الهاتف المحمول، ودفع الفواتير، والنقاط التوقيعات، والمسح الضوئي، والطباعة، وإيداع المستندات الداعمة، وما إلى ذلك. يمكن للعملاء إكمال جميع هذه المعاملات بشكل آمن.

تأتي حلول الخدمة الذاتية المتقدمة أيضاً مجهزة بميزات مثل مكالمات الفيديو والتفاعل مع ممثل خدمة العملاء بشكل افتراضي. يتيح ذلك لمقدمي خدمات الاتصالات تقديم الخدمات المساعدة لتحقيق التحول الرقمي للفروع.

2-2 المبحث الثاني: رضا العملاء

2-2-1 الرضا (satisfaction)

تتعرض المنظمات الربحية وغير الربحية في هذه الأزمنة إلى متغيرات كثيرة ، ومنافسة شديدة ، وفتح أسواقٍ جديدة من خلال المنظمات المنافسة الأخرى، وهذا مما يزيد العبء على إدارتها ويحوجها إلى رفع مستويات الجودة في الخدمة والمنتجات، من طرف آخر فإن هناك تطورات وتغيرات سريعة لدى رغبات وحاجات المتعاملين ومستوى توقعاتهم ، فالاتصالات بشتى أنواعها، وسهولة التنقلات ، وانفتاح

الأسواق العالمية ، وغيرها من المؤثرات ، تضغط بشكل كبير لتزيد المنافسة من أجل كسب العملاء ، كما تزيد من مستويات توقعات العميل للخدمات التي ستقدم له .

يقوم الكثير بمحاولة معرفة رضا العميل عن طريق ملاحظة ردود الأفعال والأقوال عن المنتج أو الخدمة، وفي علم التسويق يمكن قياسها علمياً عن طريق مقارنة الفارق بين مستوى جودة المنتج أو الخدمة مع توقعات العميل.

أظهرت الدراسات أن رضا العميل يؤثر تأثيراً إيجابياً على نجاحات المنظمات الربحية والمنظمات غير الربحية؛ لذا فإن عدداً من المنظمات الكبيرة والعلاقة تضع اهتماماً خاصاً برضا العملاء وهناك كثير من الشركات العلاقة (سيسكو Cisco مثلاً) تضع أولوية خاصة لرضا العميل كسياسة أساسية لها. نجد أهمية تطوير الجودة في الشركات الكبرى المتصلة بالإنترنت، للوصول إلى رضا المستفيد وأثره في تطور هذه الأسواق، حيث إن تجارة الإنترنت تقاس اليوم بالتريليونات وقد بلغ العملاء أكثر من بليون عميل. يقول أحد أكبر منظري الإدارة (بيتر دراكر)⁶ " مهمة العملية التجارية هي استقطاب العملاء والاحتفاظ بهم" وبدون بذل المحاولات للوصول إلى رضا العميل فإنه لا يمكن الاحتفاظ بالعملاء فضلاً عن استقطاب غيرهم.

2-2-2 قياس رضا العملاء

هناك اهتماماً متزايداً من المنظمات بالحفاظ على العملاء الحاليين، بينما تستهدف غير العملاء، رضا العملاء هو مفهوم غامض ومجرد، والمظهر الفعلي لدرجة الارتياح سوف يختلف من شخص لآخر، ومن منتج/خدمة إلى منتج/خدمة آخر. حالة الارتياح تعتمد على عدد من المتغيرات النفسية والجسدية على حد سواء التي تترابط مع سلوكيات الارتياح مثل العودة ومعدل التوصية. مستوى الرضا يمكن أن يختلف تبعاً لخيارات أخرى لدى الزبون وتبعاً للمنتجات الأخرى التي يمكن للعميل مقارنتها بمنتجات المنظمة.

⁶ https://msky.ws/wp-content/uploads/2017/10/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D8%B1%D8%B6%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84%D8%A7%D8%A1-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%86-msky.ws_.pdf

لأن الارتياح هو أساسا حالة نفسية، ينبغي توخي الحذر في الجهود المبذولة للقياس الكمي، على الرغم من نمو كمية كبيرة من البحوث في هذا المجال في الآونة الأخيرة. هناك نظرية تعتمد على المجالات العشرة من الارتياح تشمل ما يلي الجودة والقيمة، وحسن التوقيت، والكفاءة، وسهولة الوصول، والبيئة، والعمل الجماعي المشترك بين الإدارات، وسلوكيات خدمة خط الجبهة، والالتزام للعملاء والابتكار. هذه العوامل تؤكد على التحسين المستمر والتغيير التنظيمي والقياس وغالبا ما تستخدم لتطوير بنية لقياس الرضا كنموذج متكامل. وأيضا هناك نظرية أخرى لقياس رضا العملاء بالخدمة باستخدام الفجوة بين توقعات العملاء عن الأداء وتصوراتهم عن الأداء.

2-2-3 زيادة رضا العملاء عن طريق أجهزة الخدمة الذاتية

تعني القدرة على التكيف مع المتطلبات المختلفة وخدمة المزيد من العملاء في الوقت المناسب أن أكشاك الخدمة الذاتية أصبحت جزءا لا يتجزأ من الحفاظ على قاعدة عملاء راضية. تعمل أكشاك الخدمة الذاتية أيضا على تمكين العملاء من أن يكونوا أكثر دراية بالمنتجات التي تقدمها مما يسمح للعملاء بتصفح مجموعة كاملة من المنتجات والخدمات في الوقت الذي يناسبهم. يؤدي هذا في الوقت نفسه إلى زيادة رضا العملاء مع إنشاء قاعدة عملاء أكثر دراية بمنتجات وخدمات الشركة.

3-2 المبحث الثالث: لمحة عن شركة سيريتل وتوجهاتها تجاه عملاءها

2-3-1 لمحة عن شركة سيريتل⁷

تأسست شركة سيريتل موبايل تيليكوم عام 2000 وهي الشركة الرائدة في مجال الاتصالات في سورية، حيث استطاعت بناء سمعتها الجيدة من خلال مشاركتها الاجتماعية وكسب رضا زبائنها حسب ما ورد عبر موقعها الرسمي على شبكة الانترنت. تؤمن شركة سيريتل بأن أولى مسؤولياتها تقديم مجموعة كبيرة من المنتجات والخدمات الممتازة بأسعار مناسبة لتلبية احتياجات زبائنها وتأمين التسهيلات لهم.

<https://www.syriatel.sy>⁷

لدى سيريتل 26 مركز خدمة تغطي جميع المناطق السورية، و4 مراكز للتواصل في كل من دمشق وحلب واللاذقية وطرطوس تقدم المساعدة لأكثر من 28,000 زبون يومياً.

تتميز شركة سيريتل بنموها السريع كمشغل خلوي في سورية، فلديها حوالي 5,164 موظفاً من بينهم 908 شاباً وشابة تم اختيارهم ضمن برنامج دعم الطلاب الجامعيين، حيث إن جميع موظفي سيريتل من ذوي المهارات العالية ويقدمون أفضل الخدمات لأكثر من 11 مليون زبون.

وتمتلك سيريتل 4926 موقعاً للاتصالات متضمنة خدمات الجيلين الثالث والرابع.

تسعى سيريتل لتكون شركة مواطنة جيدة عبر دعمها للمجتمع الذي تتواجد فيه، وذلك من خلال مساهمتها في نشاطات اجتماعية مختلفة ورعايتها. إن سيريتل تسعى دائماً لتكون أنموذجاً من خلال الاحترام المتبادل بين موظفيها وتشجيعهم على تعزيز روح العمل الجماعي في بيئة احترافية، وإيجاد فرص عمل وتطوير كوادرها ذوي الكفاءات العالية وترقيتها.

بما أن التركيز على عملاء الشركة هو من قيمها الأساسية هي التي تقود رؤيتها واتجاهاتها، تقوم الشركة بالتركيز على تطلعات ورغبات الزبون لتقديم أفضل تجربة وقيمة مضافة.

بدأت الشركة أنشطتها في الاتصالات الخليوية عام 2000 تم أطلقت خدمة الرسائل النصية عام 2002 وتتالي إطلاق خدمات الانترنت الأساسية GPRS عام 2006 3G عام 2007 4G عام 2017 واستمرت الشركة بالاهتمام بتطوير وزيادة عدد قنوات تفعيل الخدمات وتطويرها وخاصة منها قنوات تفعيل الخدمة الذاتية حيث بإمكان الزبون الحصول على الخدمة بسهولة وسرعة مما يلبي حاجته وخاصة في ظل ظروف الأزمة التي مرت بها سوريا بشكل عام.

2-3-2 قنوات تفعيل الخدمات المتاحة لزبائن شركة سيريتل:

• **SMS (Short Message Service)** الرسائل النصية القصيرة حيث بإمكان الزبون إرسال

رسالة نصية قصيرة إلى رمز محدد لتفعيل الخدمة مثلاً لتفعيل خدمة الكاشف نقوم بإرسال

تفعيل للرمز 1757



الشكل (6) إعلان خدمة الكاشف الدائم

- **USSD (Unstructured Supplementary Service Data)** بيانات الخدمة التكميلية غير المهيكلة والتي تتيح للزبائن تفعيل بعض خدمات الشركة عن طريق طلب رقم معين يبدأ بإشارة النجمة كمثال لتفعيل باقات صبايا اطلب #666*



الشكل (7) إعلان باقات صبايا

• (Interactive Voice Response) IVR الاستجابة الصوتية التفاعلية حيث يمكن للمستخدمين

تفعيل خدمة رنة بغنية بالاتصال على أحد الرقمين 1333 أو 1666



الشكل (8) إعلان خدمة رنة بغنية

أو الاستماع إلى الرنات المتوفرة بالاتصال على الرقم 6666 متبوعاً برقم الرنة



الشكل (9) إعلان خدمة سمعي الرنة



الشكل (11) إعلان تطبيق الموبايل أقرب إليك

- مركز الخدمة تتوزع مركز الخدمة في كافة أنحاء الجمهورية العربية السورية حيث يمكن للزبائن زيارة المركز والحصول على أي خدمة تقدمها الشركة.



الشكل (12) إعلان افتتاح مركز خدمة الجلاء

- جهاز الخدمة الذاتية الذي يمكن زبائن سيريتل من تسديد الفواتير وتعبئة الرصيد.



الشكل (13) إعلان جهاز الخدمة الذاتية

- الموزعين المعتمدين: هي المحلات المرخصة للعمل وتنتشر في كافة أنحاء الجمهورية العربية السورية حيث يمكن للزبائن زيارة الموزع والحصول على بعض الخدمات التي تقدمها الشركة.



الشكل (14) إعلان خدمة أقرب موزع إليك

- Contact center مركز التواصل: حيث يستقبل موظفي مركز التواصل استفسارات العملاء على مدار اليوم كاملاً عن طريق الاتصال أو على صفحات التواصل الاجتماعي ويقومون بتقديم بعض الخدمات التي يطلبها العملاء

2-3-3 جهاز الخدمة الذاتية الخاص بشركة سيريتل

تأكيداً على سعي الشركة لوضع رضا العميل في مقدمة أولوياتها واهتماماتها ومواكبة لتكنولوجيا العصر على الصعيد التقني، أطلقت سيريتل جهاز الخدمة الذاتية عام 2014 حيث يهدف هذا المشروع إلى تقديم خدمات ذاتية متطورة لعملاء سيريتل من خلال استخدام أكشاك الخدمة الذاتية في منافذ البيع العامة المختلفة في جميع أنحاء الجمهورية العربية السورية. سيتمكن استخدام هذه الأكشاك عملاء سيريتل من الوصول السلس والكامل إلى بعض خدمات سيريتل وبالتالي زيادة وصول المبيعات الافتراضية وتحسين تجربة العملاء ومؤخراً قامت الشركة بتحديث هذا الجهاز بإضافة المميزات التالية

حيث أصبح بإمكان الجهاز إصدار بطاقات SIM فورية، قراءة باركود الهويات الشخصية وقراءة البيانات المخزنة بجوازات السفر كما تم تزويده بلوحة مفاتيح من أجل سهولة إدخال بعض البيانات.

مما سوف يمكن للعملاء من استخدام هذه الأكشاك لإصدار شرائح SIM جديدة على الفور أو تبديل بطاقتهم دون أي متاعب.

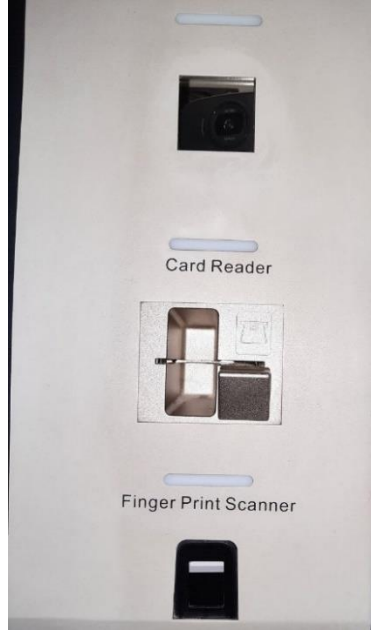
هناك حالياً 74 جهاز فعال منهم 25 يمتلكون الخاصيات الجديدة الشكل التالي يوضح الفرق بين الجهازين القديم والجديد.



الشكل (15) يوضح الفرق بين جهاز الخدمة بتصميمه الجديد وبين تصميمه القديم

1-3-3-2 مميزات الجهاز الجديد:

- قارئ البطاقات: يسمح بقراءة البيانات المخزنة على باركود الهوية الشخصية ويبين الشكل التالي شكل هذا الجهاز.
- قارئ البصمة: يسمح بقراءة بصمة الإصبع إلكترونياً ويبين الشكل التالي شكل هذا الجهاز.



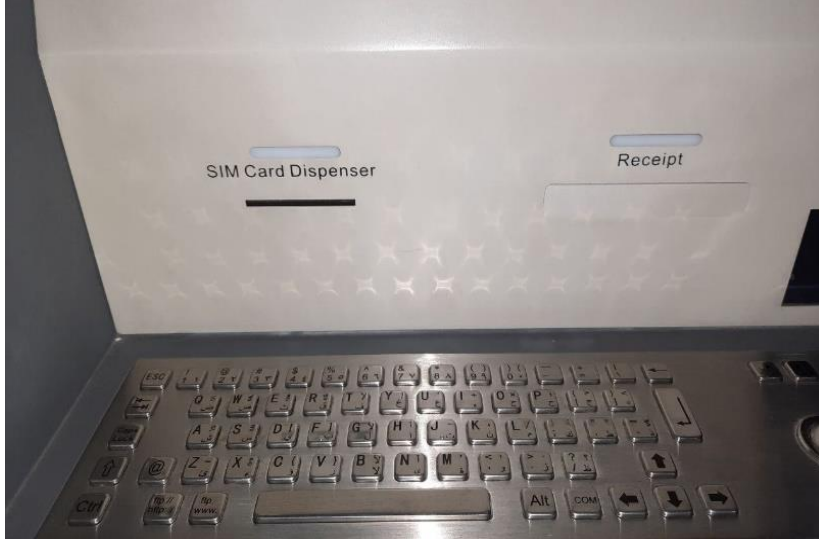
الشكل (16) يوضح قارئ البطاقة وقارئ بصمة الإصبع

- قارئ جواز السفر: يسمح بقراءة البيانات المخزنة على جواز السفر



الشكل (17) يوضح قارئ جواز السفر

- موزع بطاقات شرائح الاتصال: يسمح بخروج البطاقة الجديدة.
- لوحة المفاتيح: لسهولة إدخال المعلومات المطلوبة.



الشكل (18) يوضح موزع البطاقات

2-3-3-2 الإعلانات الخاصة بجهاز الخدمة

تقوم الشركة بوضع إعلانات على صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة به عند تركيب أي جهاز خدمة جديد

لخدمتك بأي وقت، ادفع فاتورة أو عبي رصيد عن طريق جهاز الخدمة الذاتية الجديد في حماه - مصيف - شارع المساكن - سور مديرية المالية.

#سيريتل أقرب إليك

طلابنا بكلية الهك بدمشق وزبائننا المتواجدين بالمنطقة.. جهاز الخدمة الذاتية بخدمتكم على مدار

الساعة ❤️



الشكل (19) إعلان تركيب جهاز خدمة جديد في كلية الهمك

كما تقوم شركة سيريتل بدراسات تسويقية دورية لقياس مدى رضا عملاءها فكانت نتيجة الدراسة الأخيرة أن جهاز الخدمة الذاتية يحقق رضا تقريبا بنسبة 70 بالمئة لدى هؤلاء العملاء.

2-3-3-3 آلية عمل الجهاز الحالية

حاليا الخدمات المقدمة على هذا الجهاز هي خدمة دفع الفاتورة وتعبئة الرصيد سنستعرض تاليا تسلسل خدمة الدفع عبر عرض الشاشات التي تظهر للعميل عند استخدامه للجهاز

2-3-3-3-1 الشاشة الأولى: وهي والتي تظهر على الجهاز استعداد لتقديمه الخدمة يجب على

العميل لمس الشاشة لبدء الاستخدام



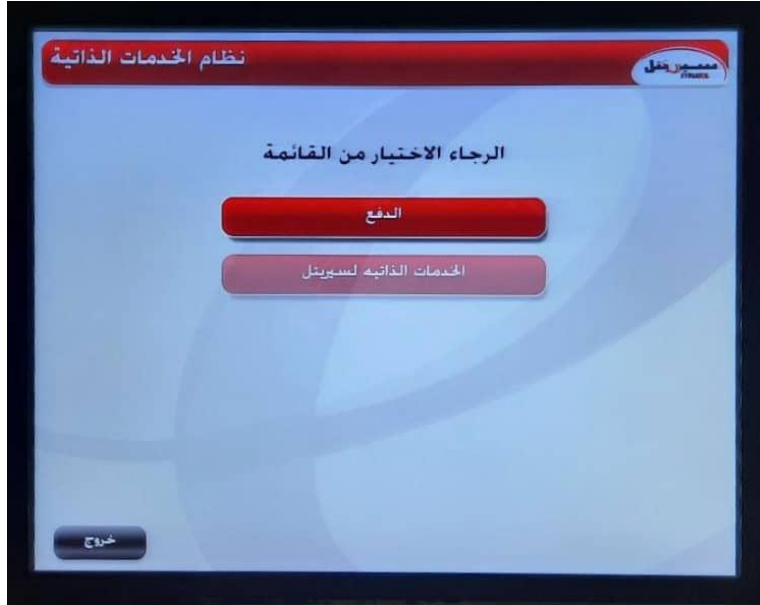
الشكل (20) الشاشة الأولى

2-3-3-3-2 الشاشة الثانية: عند لمس الشاشة تظهر شاشة اختيار اللغة بين اللغات المتاحة على الجهاز حالياً العربية والإنكليزية.



الشكل (21) الشاشة الثانية

3-3-3-3-2 الشاشة الثالثة : بعد اختيار اللغة تظهر واجهة اختيار الخدمة من قائمة الخدمات المتاحة حالياً فقط الدفع.



الشكل (22) الشاشة الثالثة

4-3-3-3-2 الشاشة الرابعة: بعد اختيار خدمة الدفع تظهر واجهة إدخال رقم الخط المراد التسديد

له



الشكل (23) الشاشة الرابعة

5-3-3-3-2 الشاشة الخامسة: بعد الضغط على موافق تظهر رسالة لتأكيد رقم الخط المدخل

ونوعه (تسديد فاتورة للخط لاحق الدفع وتعبئة رصيد للخط مسبق الدفع)



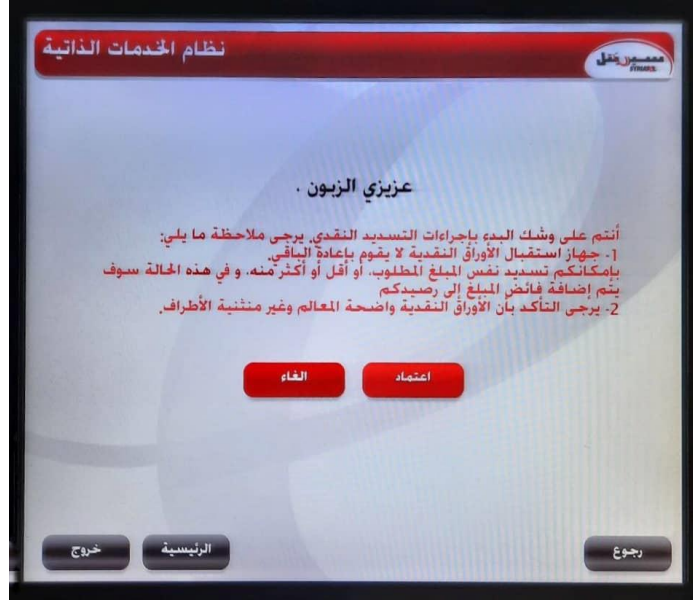
الشكل (24) الشاشة الخامسة

2-3-3-3-6 الشاشة السادسة: بعد اختيار اعتماد و في حال كان الخط مسبق الدفع تظهر واجهة لاختيار فئة إعادة الشحن حيث تظهر قيمة كل فئة تعبئة وسعرها بعد الضريبة



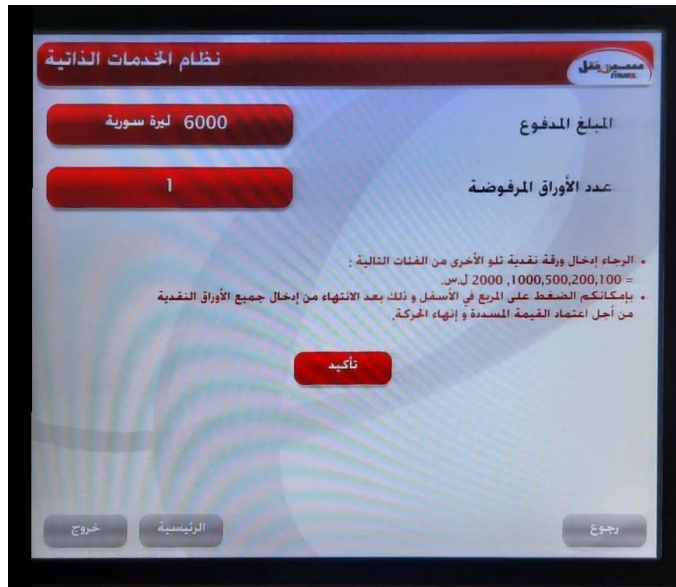
الشكل (25) الشاشة السادسة

2-3-3-3-7 الشاشة السابعة: بعد اختيار فئة الشحن أو في حال كان الخط لاحق الدفع عند الضغط على اعتماد تظهر هذه الواجهة مباشرة التي تحتوي توجيهات للزبون بأن الجهاز لايقوم بإعادة النقود ويجب على الزبون التأكد من أن الأوراق النقدية التي سوف تستخدم واضحة المعالم وغير مثنية الأطراف بالإضافة أنو المبلغ الذي سوف يقوم الزبون بإدخاله في حال كان أكثر من المبلغ المطلوب تسديده سوف يضاف فائض المبلغ إلى الرصيد.



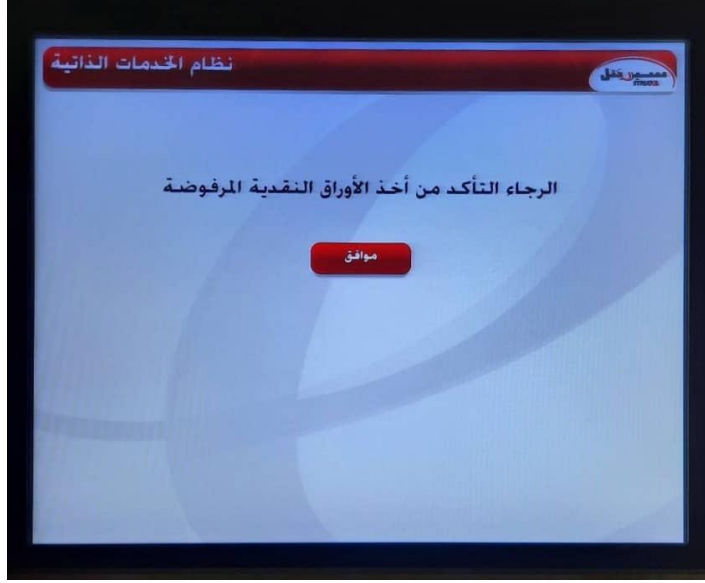
الشكل (26) الشاشة السابعة

2-3-3-8 الشاشة الثامنة: بعد الضغط على اعتماد تظهر واجهة ادخال النقود حيث يمكن للزبون وضع النقود في المكان المخصص وعند البدء بادخال النقود يظهر المبلغ المدفوع وعدد الأوراق المرفوضة التي خرجت وتوجد في درج الرفض نلاحظ في هذه المرحلة لا يوجد إلغاء للعملية .



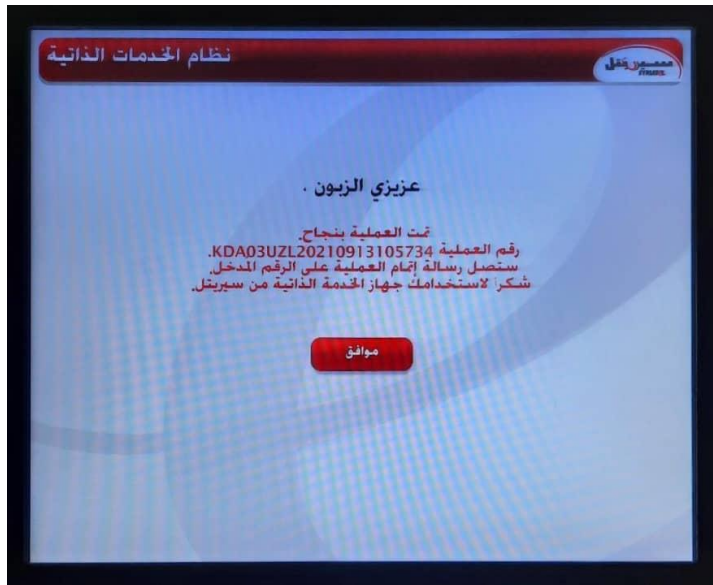
الشكل (27) الشاشة الثامنة

9-3-3-3-2 الشاشة التاسعة: عند الضغط على تأكيد تظهر واجهة للتذكير بأخذ الأوراق النقدية المرفوضة.



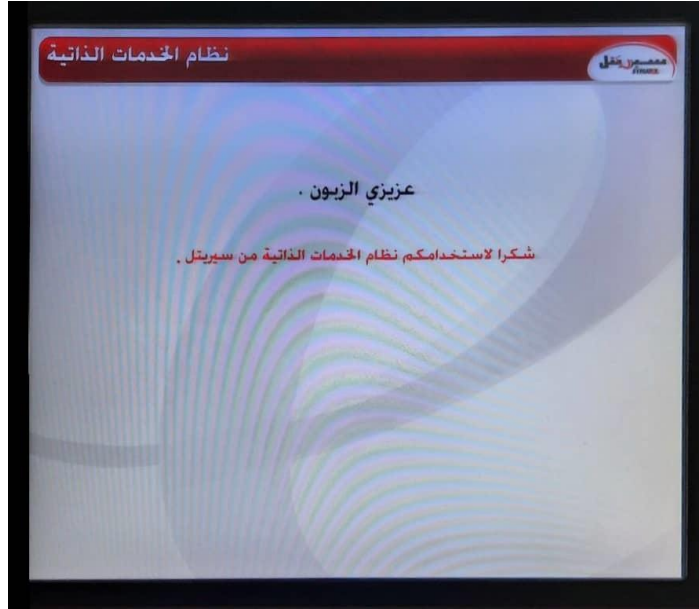
الشكل (28) الشاشة التاسع

10-3-3-3-2 الشاشة العاشرة: عند الضغط على موافق تتم عملية الدفع وترسل رسالة نصية للخط برقم العملية ويتم إظهار رقم العملية على الشاشة



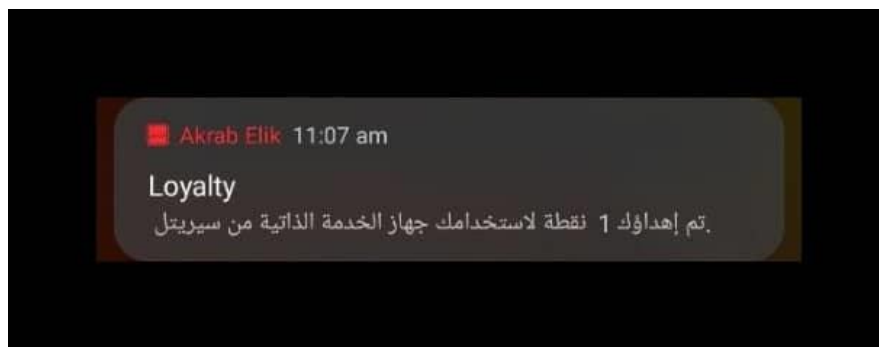
الشكل (29) الشاشة العاشرة

11-3-3-3-2 الشاشة الحادية عشرة: عند الضغط على موافق تظهر الشاشة الأخيرة وهي شكر للزبون لاستخدامه جهاز الخدمة الذاتية.



الشكل (30) الشاشة الحادية عشرة

بعد استخدام جهاز الخدمة الذاتية يتم إضافة نقاط جديدة برنامج الولاء (برنامج شكرا) للخط المستخدم في عملية الدفع، فيما يلي التنبيه الخاص بنقاط برنامج شكرا التي تضاف عند استخدام جهاز الخدمة الذاتية.



الشكل (31) صورة توضح التنبيه الخاص بنقاط برنامج شكرا

الفصل الثالث: الإطار العملي

تمهيد

قامت الباحثة بتقسيم العمل على ثلاث مراحل المرحلة الأولى هدفها توضيح وتأطير مشكلة البحث من خلال تقييم الوضع الحالي من وجهة نظر الفريق المسؤول عن أجهزة الخدمة الذاتية وما هي وجهة نظره بالخدمات الممكن تقديمها عن طريق هذه الأجهزة ثم المرحلة الثانية التي كان هدفها الرئيسي تقييم الوضع من وجهة نظر العملاء عن طريق مجموعات العمل المركزة.

أخيراً الانتقال إلى المرحلة الثالثة والأخيرة حيث تم طرح النتائج على عينة أكبر من العملاء بواسطة الاستبيان لاستطلاع مدى رضاهم عن خدمة الدفع المقدمة وما هو تفضيلهم للخدمات الممكن تقديمها عن طريق هذه الأجهزة مع بعض الاقتراحات التي تساعد في تصميم الخدمات المقبلة.

3-1 المرحلة الأولى: مقابلات معمقة

أجرت الباحثة دراسة استطلاعية توصلت من خلالها إلى معرفة رأي الأشخاص المعنيين من فريق سيريتل بجهاز الخدمة الذاتية وبخدمة الدفع المتوفرة عليه وما هي أهم المشاكل التي تواجه العملاء عند استخدامه بالإضافة إلى رأيهم بالخدمات التي يجب أن تتوفر عليه.

تم إجراء مقابلتين مع الأشخاص المبينة بيناتهم تالياً وقد تم اختيارهم بناء على مسؤوليتهم تجاه جهاز الخدمة والخدمات التي تقدم عليه أحدهما مسؤول قسم جهاز الخدمة الذاتية من فريق خدمة الزبائن والآخر مسؤول قسم تسويق الخدمات التكميلية من فريق التسويق.

تمّ في هذه المقابلات اتباع أسلوب تسلسل الأفكار والأسئلة Laddering في إدارة المقابلة وكانت المقابلات غير مهيكلة وللمجيب أن يجيب بشكل حرّ، وذلك بهدف الوصول إلى كمّ كبير من المعلومات القيّمة التي تغني العمل.

3-1-1 الهدف من المقابلات المعمقة وطريقة إجرائها:

توضيح مشكلة البحث من خلال معرفة أهم المشاكل والتحديات التي تواجهها الشركة والزبائن وكيفية تقييم الشركة لرضا العملاء عن الخدمات المقدمة حتى الآن وما هي آرائهم بالخدمات التي يجب أن

تقدّم لاحقاً لذلك تمت مقابلة شخصين أحدهما من الفريق المسؤول عن جهاز الخدمة الذاتية والآخر من الفريق المسؤول عن تسويق الخدمات التكميلية يوضح الجدول الآتي معلوماتهم وطريقة إجرائها حيث تمت المقابلة الأولى تليفونياً أما المقابلة الثانية تمت وجهاً لوجه وقامت الباحثة بتسجيل المقابلة الثانية صوتياً ثم تفرغها إلى محاور

التاريخ	المكان	المدة	طريقة المقابلة	الاسم	الوظيفة
25/7	-	45 دقيقة	مقابلة تليفونية	سالم .ق	مشرف قسم الأجهزة الذاتية
13/9	مكتب الباحثة	60 دقيقة	مقابلة مباشرة	ميس .ب	مشرف قسم تسويق الخدمات التكميلية

الجدول (2) بيانات عن أعضاء المقابلات المعمقة

3-1-2 محاور المقابلات المعمقة

3-1-2-1 المحور الأول

كان الهدف منه توضيح مشكلة البحث انطلاقاً من وضع جهاز الخدمة الحالي ومدى إقبال العملاء على استخدامه ورضاهم عن طريق طرح الأسئلة التالية:

- ما هو تقييمك لمدى إقبال العملاء على استخدام جهاز الخدمة؟
- ماهي برأيك نسبة رضا العملاء وكيف يتم تقييمها؟
- ما هي أهم المشاكل التي تواجه العملاء؟
- ما هي أهم المشاكل التي تواجه الشركة بخصوص الجهاز؟

جاءت الإجابات أن العملاء يستخدمون جهاز الخدمة إذا توفر بمكان قريب فإننا كشركة سيريتل نغطي بحدود 60% من الجمهورية العربية السورية وتتواجد في المدن الكبيرة وعلى الغالب بالقرب من مراكز الخدمة لتخديمه من الناحية الفنية لتغذيته بالكهرباء لكن مؤخراً تغيرت الاستراتيجية بتوزيع الأجهزة بحيث تغطي قدر الإمكان من الأماكن التي يتواجد فيها العملاء.

إن نسبة رضا العملاء 70% بما يخص جهاز الخدمة الذاتية بناءً على أبحاث تسويقية تقوم بها الشركة بشكل دوري.

من أهم المشاكل التي تواجه العملاء توقف الخدمة المفاجئ بسبب انقطاع التغذية الكهربائية أثناء استخدام الجهاز كما أن حساسية شاشة اللمس للظفر فقط تؤثر بشكل سلبي وأن الجهاز لا يقوم بإعادة النقود.

أما عن أهم المشاكل التي تواجه الشركة فكانت خروج الجهاز خارج الخدمة بسبب قطع التغذية الكهربائية لفترات طويلة بحيث حتى أن المصدر البديل للتغذية كالمولدات أو البطاريات لم يعد يفي بالغرض، بالإضافة إلى المشاكل التقنية والتخريب المتعمد الذي تتعرض له الأجهزة وصعوبة الحصول على قطع غيار للقطع المتضررة.

3-1-2-2 المحور الثاني

أما المحور الثاني فكان يهدف لمعرفة آرائهم بالخدمات التي يجب أن تقدم لاحقاً فكانت الأسئلة كما يلي

- ماهي الخدمات التي يجب اضافتها حسب رأيك؟
- هل يجب أن يقدم كشك الخدمة الذاتية جميع الخدمات والعروض الموجودة في الشركة؟
- هل تختلف قائمة الخدمات المقدمة باختلاف منطقة كشك الخدمة الذاتية مثلاً كشك مطار دمشق الدولي عن الكشك الموجود بالقرب من مركز خدمة المرجة مثلاً؟

جاءت الإجابات أنه حسب خطة التطوير الحالية نعمل على إضافة خدمة تبديل البطاقة (تغيير الشريحة SIM) على الأجهزة ذات التصميم الجديد بالإضافة إلى العمل على إضافة خدمة تعبئة المحفظة الإلكترونية (سيريتل كاش)

أما لاحقاً فيجب إضافة كل الخدمات وسنبدأ بالخدمات الإضافية مثل خدمات الأبراج وخدمات الأخبار.

كان رأيهم أن قائمة الخدمات يجب ان تكون ديناميكية حسب نوع الخط بحيث تظهر الخدمات التي يمكن لنوع الخط هذا بالتحديد أن يقوم بتفعيله، فقائمة الخدمات لخط مسبق الدفع قد تختلف عن قائمة الخدمات للخط لاحق الدفع.

كما أن ترتيب قائمة الخدمات ممكن أن يتغير بناءً على مكان الجهاز الجغرافي مثلاً الجهاز الموجود في مراكز التسوق يجب أن تظهر خدمة تعبئة المحفظة الالكترونية كأول خدمة وفي مطار دمشق الدولي تظهر خدمة شراء خط جديد أولاً، لكن ترتيب الخدمات بناءً على موقع الجهاز فقط بحاجة إلى تقييم الفريق التقني وباعتبار أن تطوير هذه الخدمات حالياً يتم من قبل مورد وليس من قبل فريق التطوير الموجود في الشركة لذلك فإن أي تغيير على المتطلبات تترتب عليه كلفة عالية ويحتاج زمناً طويلاً نسبياً.

3-2-1-3 المحور الثالث

يهدف هذا المحور إلى معرفة ما هو تأثير إضافة هذه الخدمات بشكل عام على رضا العملاء وتأثيرها على باقي قنوات الشركة عن طريق طرح هذه الأسئلة:

- ما هو تأثير توفر الخدمة عن طريق قناة جهاز الخدمة الذاتية على باقي قنوات الشركة؟
- هل يتعارض تقديم هذه الخدمات عبر قناة جهاز الخدمة الذاتية مع باقي قنوات التفعيل المتاحة؟

- ما هو تأثير هذه الخدمات على رضا العملاء؟

إن الخدمات التي تتوفر على جهاز الخدمة ستؤدي إلى تقصير وقت الانتظار في مركز الخدمة وستخفف الضغط الحاصل على باقي القنوات مما يؤدي إلى عملها بشكل أفضل وكل ذلك يؤدي إلى رفع مستوى رضا العملاء.

الخدمات المتوفرة على كافة قنوات سيريتل يجب أن تأخذ أهمية أقل في خطة التطوير مقابل الخدمات المتوفرة فقط عن طريق مركز الخدمة ولها إقبال شديد يجب التركيز عليها.

3-1-3 ملخص نتائج المقابلات/ المعمقة

- ✓ نسبة رضا العملاء 70% بناءً على أبحاث تسويقية قامت بها الشركة.
- ✓ تقوم الشركة بتوزيع الأجهزة بحيث تغطي (قدر الإمكان) الأماكن التي يتواجد فيها العملاء بشكل مكثف.
- ✓ من أهم المشاكل التي تواجه العملاء الذين يقومون باستخدام جهاز الخدمة الذاتية
 - توقف الخدمة المفاجئ بسبب انقطاع التغذية الكهربائية أثناء استخدام الجهاز.
 - حساسية شاشة اللمس للظفر فقط.
 - الجهاز لا يقوم بإعادة النقود.
- ✓ أهم المشاكل التي تواجه الشركة بما يخص جهاز الخدمة الذاتية خروج الجهاز خارج الخدمة بسبب انقطاع التغذية الكهربائية بالإضافة إلى المشاكل التقنية والتخريب المتعمد.
- ✓ إضافة كل الخدمات.
- ✓ أن تكون قائمة الخدمات ديناميكية بناءً على نوع الخط.
- ✓ ترتيب قائمة الخدمات بناءً على مكان الجهاز.
- ✓ أن تأخذ الخدمات المتوفرة فقط عن طريق مركز الخدمة ولها إقبال شديد الأولوية في التطوير.

بعد الانتهاء من المقابلات المعمّقة، وتوضيح مدى إقبال العملاء على استخدام جهاز الخدمة الذاتية ورضاهم من وجهة نظر فريق سيريتل وتحديد أهمّ المشاكل التي يواجهها العملاء وما هي آراء الفريق المسؤول بما يخص خطة تطوير الجهاز وما هي قائمة الخدمات التي يجب أن تتوفر على الجهاز مستقبلاً قامت الباحثة بإدارة مجموعات التركيز .

2-3 المرحلة الثانية: مجموعات التركيز

قامت الباحثة بإدارة مجموعة تركيز تألفت من عملاء سيريتل المستخدمين لجهاز الخدمة الذاتية لمعرفة مدى رضاهم عن الخدمة المقدّمة وما هي الخدمات التي يمكن أن تتوفر مستقبلاً على هذا الجهاز انطلاقاً من خبرتهم به وحاجاتهم، ومحاولة تحديد أهم الميزات التي يمكن توفيرها على جهاز الخدمة بما يضمن رضا العملاء .

1-2-3 التوقيت

أقيمت الجلسة بتاريخ 15/ 9/ 2021 الساعة 11:30 صباحاً واستمرت لمدة ساعة ونصف .

2-2-3 المكان

قاعة اجتماع في مبنى سيريتل .

3-2-3 مخطط الاجتماع

مدير الجلسة: الباحثة نفسها

قامت الباحثة بالاستئذان بتسجيل الجلسة صوتياً ثم عرضت موضوع الدراسة والهدف منه والتأكيد على سرية المعلومات واستخدامها لأغراض البحث ولإفادة شركة سيريتل بتعديل خطة مشروع جهاز الخدمة الذاتية بما يضمن رضا عملائها .

وتشجيع المشاركين على الإدلاء بأرائهم حتى نصل إلى الغاية المرجوة .

4-2-3 المشاركين بالجلسة

تم اختيار المشاركين من عملاء سيريتل الذين هم من مستخدمي جهاز الخدمة الذاتية وعندهم معرفة كافية بالخدمات التي تقدمها سيريتل .

ويوضّح الجدول التالي أسماء المشاركين وأعمارهم وما هو تحصيلهم العلمي وتخصصاتهم.

الاسم	الجنس	العمر	الدرجة العلمية
ع. ي	انثى	30	هـ. حواسيب و أتمتة
أ. ح	انثى	32	هـ. معلوماتية
ف. ز	انثى	29	هـ. معلوماتية
أ. ب	ذكر	46	هـ. مدنية
ب. ت	ذكر	36	هـ. معلوماتية
م. س	ذكر	40	هـ. معلوماتية
ط. ع	ذكر	30	هـ. معلوماتية
ن. ط	ذكر	45	هـ. معلوماتية

الجدول (3) بيانات أعضاء مجموعة التركيز

3-2-5 طريقة إدارة الجلسة

قامت الباحثة بتسجيل الجلسة تسجيل صوتي بعد أخذ إذن المشاركين.

واستخدمت طريقة العصف الذهني وتركت الباحثة المجال للمشاركين بالنقاش حتى تصل إلى المعلومات المطلوبة وفي نهاية الجلسة قامت بشكر الحضور على وقتهم ومشاركتهم الفعّالة.

3-2-6 أهداف مجموعة التركيز ومحاورها

تهدف مجموعة التركيز لمعرفة رأي عملاء سيريتل بخدمة الدفع المقدّمة عن طريق جهاز الخدمة الذاتية بالإضافة لمعرفة ما هي اقتراحاتهم لتحسين تصميم الخدمة وماهي الميزات والخدمات التي يرغبون بإضافتها إلى الجهاز.

3-2-6-1 المحور الأول:

بدأت مجموعة التركيز بنقاش أولي عن رأي المشاركين بجهاز الخدمة الحالية ومدى رضاهم عن خدمة الدفع الحالية حيث تنوعت الآراء حول جهاز الخدمة وعن أهم الميزات التي دفعتم لاستخدامه وعن

أهم المشاكل والعقبات التي واجهتهم أثناء استخدامهم له، وقد تركت الباحثة المجال للمشاركين بالتعبير عن آراءهم قدر الإمكان للوصول إلى النتيجة المرجوة.

حيث جاءت بعض الآراء أن سهولة استخدام الجهاز، بالإضافة إلى وجوده في مكان قريب من مكان سكنهم أو عملهم كان له أثر كبير على تشجيعهم على استخدامه.

أيضاً أنه عند تعرضهم لمشكلة معينة وتقديمهم للشكوى لم يحتاجوا إلى شرح أو توثيق ما حدث لعملاء خدمة الزبائن لأن الجهاز يحقق مستوى عالي من الجودة والمشاكل التي يتعرض لها العملاء محدودة ومعروفة من قبل الفريق المسؤول.

أما عن أهم مشاكلهم التي يتعرضون لها عند استخدامهم الجهاز فكانت عدم تعرف الجهاز على بعض الفئات النقدية ورفض العملات النقدية القديمة أو المثنية والفئات الجديدة إذا احتاج فريق التطوير لتعريفها لأول مرة.

كذلك خروج الجهاز خارج الخدمة أثناء استخدامه بسبب انقطاع التغذية الكهربائية بالإضافة إلى حساسية الشاشة للظفر فقط وهذه المشكلة واجهت أغلب العملاء عند أول استخدام للجهاز.

3-2-6-2-المحور الثاني:

تم الانتقال إلى المحور الثاني وهو تحديد الخدمات التي يفضل المشاركون تواجدها على جهاز الخدمة الذاتية وتكون مفيدة لهم. هنا تعددت الآراء ولكن تم الإجماع على بعض الخدمات الرئيسية كتعبئة المحفظة الإلكترونية (سيريتل كاش)، وتوفير خدمة دفع المبلغ التأميني التي هي خدمة أساسية لتفعيل بعض الباقات والخدمات الأساسية كخدمة المكالمات الدولية.

أما بما يخص خدمة التصريح عن الأجهزة فقد تضاربت الآراء بين مؤيد ومعارض لوجودها. حيث أن المبالغ التي يطلبها التصريح كبيرة نسبياً، ومن غير المجدي من ناحية الوقت الوقوف أمام الجهاز لإدخال هذه المبالغ، وعلى فرض تصميم خدمة التصريح بأن يقوم العميل بالتصريح عن الجهاز الخاص به فيتم اقتطاع المبلغ الواجب دفعه من رصيده فهي ستكون مقبولة إلى حد ما.

أما بما يخص الخدمات التي تتطلب وثائق مثل تفعيل باقات النقابيين أو باقات الطلاب والأساتذة سيكون مفيد جداً توفرها على جهاز الخدمة الذاتية لأنه سيخفف الضغط على مراكز الخدمة باعتباره

القناة الوحيد لتفعيل هذا النوع من الخدمات بالإضافة إلى أنه سيسهل عملية اشتراك عملاء سيريتل بهذه الخدمات فسيكون بإمكان الزبون تفعيلها بأي وقت يشاء.

وبالنسبة لشراء خط جديد أيضاً فقد أجمع المشاركون على أهمية توفر هذه الخدمة وخاصة ببعض المناطق الجغرافية التي لا يتوفر فيها مركز خدمة قريب.

ثم تم الانتقال إلى نقاش الخدمات الإضافية كتفعيل خدمات الأبراج وخدمات الأخبار وخدمة رنة بغنية وما يماثلها من خدمات. هنا أيضاً تنوّعت الآراء حيث كان البعض مع وجود هذا النوع من الخدمات التي يرغب الكثير من العملاء بتفعيلها وهي لا تأخذ وقتاً طويلاً لأنها بسيطة نسبياً حيث أنها لا تتطلب الكثير من المعلومات ولا يوجد شروط لتفعيلها. لكن وجهة النظر الثانية كانت أنه من الأجدى لأجهزة الخدمة الذاتية أن تقدّم الخدمات الأساسية التي لا تتوفر على كافة قنوات التفعيل وتحتاج إلى التفاعل مع العميل مثل أخذ بصمة العميل، أو تحتاج إلى وثائق تعريفية لأن توفر الخدمات الإضافية سيزيد من طابور الانتظار المحتمل أمام جهاز الخدمة الذاتية وسيكون في هذه الطابور عملاء يرغبون بتسديد فواتيرهم وعملاء آخرون يريدون تفعيل خدمة الأخبار فقط بينما يمكنه تفعيلها عن طريق أي قناة من قنوات تفعيل الخدمات المتاحة مثل الرسائل النصية أو تطبيق أقرب إليك.

أما عن تفعيل خدمة التجوال فأيضاً كان هناك إجماع على توفيرها وخاصةً في الأجهزة التي تتواجد عند المعابر الحدودية مثلاً.

أخيراً تم نقاش تفعيل باقات معينة مثل باقات سيريتل الذهبية فكان هناك إجماع على تفعيل هذا النوع من الباقات كخدمات أساسية يرغب الكثير من العملاء بتفعيلها بعد قيامهم بشراء خط جديد.

3-2-3-3 المحور الثالث:

أما المحور الثالث فكان هدفه التركيز على اقتراحات العملاء بما يخص جهاز الخدمة بشكل عام أو بتصميم الخدمة عليه من حيث سهولة وسرعة استخدامها.

فقد فضّل جميع المشاركين وجود زر مساعدة في جميع الصفحات يأخذنا إلى صفحة فيها المعلومات الضرورية للاستخدام وخاصةً إذا كان العميل يستخدم الجهاز لأول مرة وممكن وجود فيديو يشرح طريقة الاستخدام بالإضافة إلى وجود أسئلة شائعة. أيضاً إمكانية لتقديم شكوى مباشرة.

وقد جاءت بعض الاقتراحات أن يكون تصميم الخدمة بحيث تناسب الشريحة الأكبر من العملاء من حيث السهولة والبساطة وعدد خطوات أقل ما يمكن فمثلاً ممكن أن تكون اللغة مختارة بناءً على موقع الجهاز الجغرافي فوجود الجهاز في حرم جامعة دمشق أن تكون اللغة العربية مختارة ويوجد زر في أعلى الصفحة لتغيير اللغة.

كما جاءت بعض الاقتراحات بما يخص تصميم خدمة الدفع الحالية بأن يتم توحيد خدمة تسديد الفواتير وإعادة الشحن فإن العميل يقوم بإدخال رقم الخط مرتين متتاليتين مثلاً للتأكد ولتخفيف نسبة الأخطاء وتم يتم الانتقال إلى واجهة الدفع مباشرة حيث يتم إدخال المبلغ المراد دفعه ثم اعتماد حيث أن هذه التصميم يؤدي إلى توفير الوقت الذي يستغرقه العميل لتنفيذ العملية وبالتالي ستقل احتمالية المشاكل التي قد يتعرض لها العميل.

كما وقد أجمع المشاركون أنه ممن الممكن تشجيع العملاء على استخدام الجهاز بتوفير عرض معين موجود فقط عن طريق جهاز الخدمة الذاتية مثلاً باقة انترنت بحجم GB2 وبسعر مخفض مثلاً 500 ل.س وممكن أن يتغير العرض حسب مكان الجهاز الجغرافي.

أدلى أحد المشاركين باقتراح يخص برنامج شكراً وأنه ممكن زيادة عدد النقاط التي يحصل عليها العميل عند استخدامه لجهاز الخدمة الذاتية حيث هي حالياً نقطة واحدة فقط في الشهر إذا ما استخدم العميل جهاز الخدمة الذاتية.

أيضاً كان رأي المشاركين بالإجماع أن زيادة عدد الأجهزة وتوزيعها جغرافياً بكافة أنحاء الجمهورية العربية السورية وبالأخص المناطق البعيدة عن مراكز الخدمة وفيها كثافة سكانية سيؤثر بشكل إيجابي وكبير.

3-2-7 نتائج مجموعة التركيز

تم تحقيق الهدف الرئيسي المرجو من مجموعة التركيز كما يلي

- ✓ أهم النقاط الإيجابية التي شجعت العملاء على استخدام الجهاز
- توفير عمولة الموزعين.
- وجود الجهاز في مكان قريب من مكان عملهم/ سكنهم.

- سهولة التعامل معه.
 - توفير الوقت إذ لا حاجة للانتظار في مركز الخدمة كما أن الجهاز متوفر لتقديم الخدمة على مدار الساعة وطيلة أيام الأسبوع.
 - جودة أعلى حيث أن الخدمة يتم تقديمها كل مرة بنفس المستوى.
 - سهولة تقديم شكوى لقسم خدمة الزبائن فلا ضرورة إلى توصيف المشكلة بشكل كبير من قبل العملاء لأن المشاكل التي تواجههم محدودة ومعروفة من قبل الفريق المعني.
- ✓ أهم المشاكل التي واجهتهم

- حساسية الشاشة للظفر وخاصةً عند الاستخدام لأول مرة.
 - مشكلة التعرف على الفئات النقدية ورفض العملات النقدية القديمة أو المثلثة وحتى الفئات الجديدة إذا يحتاج فريق التطوير لتعريفها لأول مرة وبالتالي هناك وقت لا بأس به بين إصدار فئة العملة الجديدة وتعريفها على الجهاز كما حصل وقت إصدار فئة ال 2000 لأول مرة وحالياً فئة ال 5000.
 - خروج الجهاز خارج الخدمة أثناء استخدامه بسبب انقطاع التغذية الكهربائية عنه.
- ✓ الخدمات التي يرغب المشاركون بتوفرها
- تعبئة المحفظة الالكترونية (سيريتل كاش).
 - دفع المبلغ التأميني والذي هو مطلب أساسي قبل تفعيل بعض الخدمات الرئيسية كخدمة المكالمات الدولية وخدمات التجوال.
 - تبديل شريحة الاتصال (في حال ضياعها أو تلفها).
 - شراء خط جديد.
 - تفعيل باقات النقابيين التي تتطلب توثيق بطاقة النقابة.
 - تفعيل باقات العسكريين التي تتطلب توثيق بطاقة العسكريين.
 - تفعيل باقات التواصل الاجتماعي.
 - تفعيل الخدمات الإضافية كخدمة الأبراج وخدمة الأخبار.
 - تفعيل باقات سيريتل الذهبية.

✓ اقتراحات العملاء بما يخص جهاز الخدمة بشكل عام أو بتصميم الخدمة عليه من حيث سهولة وسرعة استخدامها.

- وجود زر مساعدة في جميع الصفحات يأخذنا إلى صفحة فيها المعلومات الضرورية للاستخدام وخاصة إذا كان العميل يستخدم الجهاز لأول مرة ويمكن وجود فيديو يشرح طريقة الاستخدام.

- إمكانية لتقديم شكوى مباشرة.

- تصميم الخدمة بحيث تناسب الشريحة الأكبر من العملاء من حيث السهولة والبساطة وعدد خطوات أقل ما يمكن، فمثلاً يمكن أن تكون اللغة مختارة بناءً على موقع الجهاز الجغرافي فوجود الجهاز في حرم جامعة دمشق أن تكون اللغة العربية مختارة ويوجد زر في أعلى الصفحة لتغيير اللغة.

- توحيد خدمة تسديد الفواتير وإعادة الشحن بتصميم جديد فيقوم العميل بإدخال رقم الخط مرتين متتاليتين مثلاً للتأكد ولتخفيف نسبة الأخطاء وثم يتم الانتقال إلى واجهة الدفع مباشرة حيث يتم إدخال المبلغ المراد دفعه ثم اعتماد. حيث أن هذه التصميم يؤدي إلى توفير الوقت الذي يستغرقه العميل لتنفيذ العملية وبالتالي ستقل احتمالية المشاكل التي سيتعرض لها العميل.

- توفير عرض معين موجود فقط عن طريق جهاز الخدمة الذاتية مثلاً باقة انترنت بحجم GB2 وبسعر مخفض مثلاً 500 ل.س.

- زيادة عدد النقاط التي يحصل عليها العميل عند استخدامه لجهاز الخدمة الذاتية حيث هي حالياً نقطة واحدة فقط في الشهر.

- زيادة عدد الأجهزة وتوزيعها جغرافياً بكافة أنحاء الجمهورية العربية السورية وبالأخص في المناطق البعيدة عن مراكز الخدمة وفيها كثافة سكانية سيؤثر بشكل إيجابي وكبير.

3-2-8 ملخص نتائج مجموعة التركيز

- ✓ أهم النقاط الإيجابية التي شجعت العملاء على استخدام الجهاز
 - توفير عمولة الموزعين، وجود الجهاز في مكان قريب، توفير الوقت، جودة أعلى وسهولة تقديم شكوى.
- ✓ أهم المشاكل التي واجهتهم
 - حساسية الشاشة للظفر، مشكلة التعرف على الفئات النقدية ورفض العملات النقدية وخروج الجهاز خارج الخدمة.
- ✓ أهم الخدمات التي يرغب المشاركون بتوفرها:
 - تعبئة المحفظة الالكترونية (سيريتل كاش).
 - دفع المبلغ التأميني الذي هو مطلب أساسي قبل تفعيل بعض الخدمات الرئيسية كخدمة المكالمات الدولية وخدمات التجوال.
 - تبديل شريحة الاتصال (في حال ضياعها أو تلفها) / شراء خط جديد.
 - تفعيل الباقات التي تتطلب وثائق.
- ✓ أهم الاقتراحات بما يخص جهاز الخدمة بشكل عام:
 - وجود زر مساعدة، فيديو تعريفي ووجود أسئلة شائعة.
 - إمكانية تقديم شكوى مباشرة.
 - تصميم الخدمة بحيث تناسب الشريحة الأكبر من العملاء، توحيد خدمة تسديد الفواتير وإعادة الشحن بتصميم جديد.
 - توفير عرض معين موجود فقط عن طريق جهاز الخدمة الذاتية.
 - زيادة عدد الأجهزة وتوزيعها جغرافياً في كافة أنحاء الجمهورية العربية السورية وبالأخص في المناطق البعيدة عن مراكز الخدمة وفيها كثافة سكانية.

أسهمت هذه المرحلة باستنباط أهم ميزات ومشاكل جهاز الخدمة الذاتية بالإضافة إلى الاقتراحات الغنية بما يخص الخدمات والميزات التي يرغب العملاء بتوفرها على الجهاز.

3-3 المرحلة الثالثة: الاستبيان

بناءً على معطيات المرحلتين السابقتين قامت الباحثة بإعداد استبانة لمعرفة مدى رضا المستخدمين عن جهاز الخدمة الذاتية وخدماته وماهي أسباب عدم استخدامه بالإضافة إلى رأي العملاء بالخدمات المقترحة وأهم الميزات والتعديلات التي يمكن إجرائها على تصميم الخدمة الحالية.

3-3-2 توصيف العينة

عينة ميسرة من عملاء سيريتل وعددها 214 .

3-3-1 أسلوب تصميم الاستبيان

قامت الباحثة بتصميم الاستبيان انطلاقاً من النتائج المستخلصة من البحث الاستكشافي أي المرحلتين السابقتين المقابلات المعمقة ومجموعة التركيز

- تمّ اعتماد الاستبانة وفق المعايير الأكاديمية المعتمدة لذلك بما يخدم أهداف البحث.
- تمّ تدقيق نموذج الاستبانة ومراجعتها من قبل مشرف البحث.
- تم تدقيق نموذج الاستبانة والموافقة عليها من قبل الفريق المعني في شركة سيريتل.
- تمّ إعداد الاستبانة بطريقة الكترونية عن طريق برنامج google forms.
- تم نشر الاستبانة على وسائل التواصل الاجتماعي.
- مجتمع البحث المستهدف بالاستبانة هو عملاء سيريتل في كافة أنحاء الجمهورية العربية السورية.

3-3-3 أهداف الاستبيان

3-3-3-1 القسم الأول

هدفه تحديد عملاء شركة سيريتل عن طريق سؤال لفلتره عملاء سيريتل فمن الضروري أن تكون الإجابات أنه يوجد لديهم خط سيريتل واحد على الأقل.

3-3-2 القسم الثاني

هدفه تحديد عملاء شركة سيريتل مع بعض المعلومات الأساسية كنوع الخط وعمر الخط ومدى تفضيلهم لطرق تسديد فواتيرهم كمركز الخدمة سيريتل أو الموزعين المعتمدين أي المحلات المرخص لها بالعمل على أرض الجمهورية العربية السورية ثم تحديد الذين قاموا باستخدام جهاز الخدمة الذاتية لدفع فواتيرهم. وذلك لقسم العينة إلى جزئين الجزء الأول وهم عملاء سيريتل الذين استخدموا جهاز الخدمة الذاتية مرة واحدة على الأقل والجزء الثاني وهم عملاء سيريتل الذين لم يستخدموه على الإطلاق.

3-3-3 القسم الثالث

موجه فقط للعملاء الذين قاموا باستخدام جهاز الخدمة الذاتية. وذلك بهدف معرفة اتجاهات هؤلاء العملاء تجاه استخدام جهاز الخدمة الذاتية وتحديد مدى رضاهم عن الخدمة المقدمة من خلال عشر عبارات لنقيس مدى رضاهم عن سهولة الاستخدام والسرعة في تنفيذ الخدمة وعن جاذبية التصميم الخارجي للجهاز وتصميم الخدمة بحد ذاتها.

3-3-4 القسم الرابع

موجه لعملاء سيريتل الذين لم يقوموا باستخدام جهاز الخدمة الذاتية. من أجل معرفة الأسباب التي أدت لذلك، هل هي عم معرفتهم بوجود الجهاز أو عدم معرفتهم للخدمات التي يقدمها. أم أن هناك أسباب أخرى أدت إلى عدم استخدامهم للجهاز. كعدم وجود جهاز قريب أو أن عدم معرفتهم بطريقة استخدامه أو خوفهم من التعامل مع الجهاز أو سمعوا عن مشاكل الجهاز من أشخاص آخرين من خلال تقييم مدى موافقتهم على سبع عبارات تخص هذه الأسباب.

وأخيراً سؤالهم سؤال حر عن المشاكل الأخرى التي تعرضوا لها.

3-3-5 القسم الخامس

موجه لكل عملاء سيريتل لمعرفة ما هي الخدمات التي سيرغب العملاء باستخدامها في حال توفرها على جهاز الخدمة الذاتية وهناك قامت الباحثة بطرح قائمة من خدمات الشركة بناء على النتائج التي توصلت لها في مرحلة المقابلات المعمقة ومجموعة التركيز.

3-3-3-6 القسم السادس

أما هذا القسم فهو مخصص لدراسة كافة الاقتراحات والميزات التي توصلت لها الباحثة في الدراسة العملية حتى الآن وهو موجه الى كل العملاء لمعرفة رأيهم بهذه الاقتراحات مثل تغيير تصميم واجهة الخدمات بحيث يضاف زر اختيار اللغة وزر للمساعدة في كل شاشة من الشاشات بالإضافة إلى إمكانية تقديم شكوى بشكل مباشر.

3-3-4 الأساليب الإحصائية المستخدمة

تم اعتماد مقياس ليكرات الخماسي (1،2،3،4،5) التي توافق (غير موافق بشدة، غير موافق، حيادي، موافق، موافق بشدة).

• الإحصاءات الوصفية لمحاور الدراسة.

• المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

• معامل الالتواء Skewness ومعامل التفلطح Kurtosis

• اختبار One Sample T-test لمقارنة درجة التقييم مع الدرجة المعيارية المستخدمة في المقياس

الخماسي (3) وعلى مستوى كل عبارة في كافة المحاور.

3-3-5 تحليل البيانات

3-3-5-1 محور البيانات العامة والديموغرافية لأفراد العينة:

3-3-5-1-1 توزع أفراد العينة بين عملاء سيريتل وعملاء لكلتا الشركتين

يبين الجدول الآتي أن عدد أفراد العينة هو 214 بعد استثناء عملاء شركة MTN والأشخاص الذين لا يمتلكون خط على الإطلاق.

ونجد أن هناك 68.7% يستخدمون خط سير يتل فقط و31.3% لديهم خط من كلتا الشركتين وبالتالي فإن الغالبية هم عملاء لشركة سيريتل فقط.

لديك خط		
الشركة	التكرار	%
سيريتل	147	68.7
سيريتل MTN	67	31.3
المجموع	214	100

جدول (4) توزيع النسبي لأفراد العينة بين عملاء سيريتل وعملاء لكلتا الشركتين

3-3-5-1-2 توزيع أفراد العينة حسب نوع الخط

يبين الجدول التالي نسبة توزيع أفراد العينة بناءً على نوع الخط نجد أن الأغلبية هم يستخدمون خط مسبق الدفع بنسبة 64.5% وبالتالي يستخدمون خدمة تعبئة الرصيد أما الذين يستخدمون خط لاحق الدفع (تسديد الفواتير) هم بنسبة 34.6%.

نوع الخط		
الفئة	التكرار	%
غير ذلك	2	0.9
لاحق الدفع	74	34.6
مسبق الدفع	138	64.5
المجموع	214	100

جدول (5) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب نوع الخط

3-3-5-1-3 توزيع أفراد العينة حسب عمر الخط

نلاحظ أن 48.1% هم من العملاء الذين يمتلكون خط منذ أكثر من 10 سنين و 25.8% يمتلكون عمر خطهم بين 5 إلى 10 سنوات و 24.8% بين 1 و 5 سنوات و 2.8% هم من العملاء الذين يمتلكون الخط منذ أقل من سنة.

عمر الخط		
الفئة	التكرار	%
أقل من سنة	6	2.8
بين 1 و 5 سنوات	52	24.3
بين 5 و 10 سنوات	53	24.8
أكثر من 10	103	48.1
المجموع	214	100.0

جدول (6) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب عمر الخط

3-3-5-1-4 توزيع أفراد العينة بناءً على الجنس
نلاحظ أن 56.1% هم من الإناث و 43.9% من الذكور.

الجنس		
الفئة	التكرار	%
أنثى	120	56.1
ذكر	94	43.9
Total	214	100.0

جدول (7) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب الجنس

3-3-5-1-5 توزيع أفراد العينة بناءً على الفئة العمرية
نلاحظ أن 64.5% هم من الفئة العمرية بين 26 إلى 45 سنة و 17.3% بين 15-25 سنة وهاتين الفئتين هم الأكثر إماما بالتكنولوجيا من الشرائح الأخرى
بينما بين 46-60 سنة نسبة العملاء هم 16.8% وفوق ال 60 1.4%

العمر		
الفئة	التكرار	%
بين 26 - 45	138	64.5
بين 46-60	36	16.8
بين الـ 15-25	37	17.3
فوق الـ 60	3	1.4
Total	214	100

جدول (8) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب الفئة العمرية

3-3-5-1-5 توزيع أفراد العينة حسب مستوى التحصيل العملي

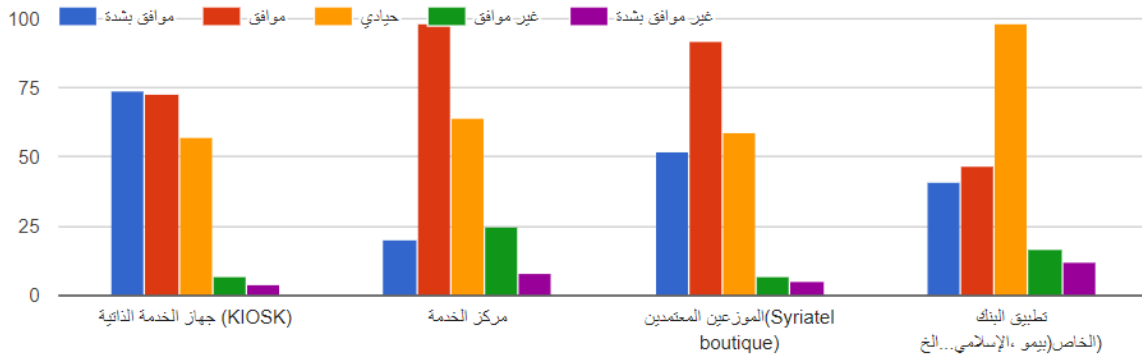
نلاحظ أن 64.5 % هم من حملة الشهادة الجامعية و 29.9 % دراسات عليا.

التحصيل العملي		
الفئة	التكرار	%
تعليم أساسي	1	.5
ثانوية	8	3.7
جامعية	138	64.5
دراسات عليا	64	29.9
غيرها	3	1.4
Total	214	100.0

جدول (9) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب مستوى التحصيل العلمي

3-3-5-2 تفضيل عملاء سيريتل لكل من طرق تسديد الفواتير وتعبئة الرصيد المتاحة بناء على الجدول التالي كانت قيمة متوسط كل عبارة من عبارات أفضلية استخدام طرق الدفع قيمة موجبة أكبر من وسطي المقياس (القيمة 3) بالطبع هي قيم ذات دلالة احصائية لأن القيمة الاحتمالية

sig أصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05 في اختبار t للعينة الواحدة ومنه يمكننا رفض فرضية عدم وقبول الفرضية البديلة أي أن: هناك مستوى إيجابي من تفضيل طرق الدفع المتاحة وخاصة جهاز الخدمة الذاتية يليه الموزعين المعتمدين يليهما مركز الخدمة وأخيراً تطبيقات الموبايل الخاصة بالبنوك مثل تطبيق بيمو حيث كانت أغلب الإجابات حيادية تجاه هذه الطريقة من الدفع.



الشكل (32) التوزع النسبي الواحدة لتفضيل عملاء سيريتل لكل من طرق تسديد الفواتير وتعبئة الرصيد المتاحة

One-Sample Test		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المدى	طريقة الدفع
Sig Value	T value				
.000	14.630	.953	3.95	4	جهاز الخدمة الذاتية (KIOSK)
.000	6.931	.947	3.45	4	مركز الخدمة
.000	13.313	.914	3.83	4	الموزعين المعتمدين (Syriatel boutique))
.000	5.669	1.061	3.41	4	تطبيق البنك الخاص (بيمو، الإسلامي...الخ)

جدول (10) الإحصاءات الوصفية واختبار t للعينة الواحدة لتفضيل عملاء سيريتل لكل من طرق تسديد الفواتير وتعبئة الرصيد المتاحة

3-3-5-3 توزع أفراد العينة حسب استخدامهم لجهاز الخدمة الذاتية

نلاحظ أن 40.7% من العينة هي من مستخدمي الجهاز بشكل متقطع أما 23.4% هم من مستخدمي الجهاز بشكل دائم أما 36% هم العملاء الذين لم يستخدموه.

استخدام لجهاز الخدمة الذاتية		
النسبة	التكرار	الفئة
36.0	77	أبداً
40.7	87	أحياناً
23.4	50	غالباً
100.0	214	Total

جدول (11) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب استخدام لجهاز الخدمة الذاتية

3-3-5-4 تقييم مدى رضا مستخدمي جهاز الخدمة الذاتية

بناء على الجدول التالي نجد أن قيمة متوسط كل عبارة من عبارات رضا العملاء قيمة موجبة أكبر من وسطي المقياس (القيمة 3) تراوحت هذه القيمة بين موافق وموافق جداً عبارات توفير الوقت والعمولة وسرعة تنفيذ الخدمة التي كانت تميل لموافق جداً أما العبارات التي تختص بوجود جهاز قريب وطريقة التعامل مع الشكاوي وتفضيل التعامل مع الآلة تراوحت بين الحيادي والموافق وهذه القيم بالطبع هي قيم ذات دلالة احصائية لأن القيمة الاحتمالية sig أصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05 في اختبار t للعينة الواحدة ومنه يمكننا رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة أي أن: هناك مستوى عالي من رضا العملاء

One-Sample Test Test Value = 3		الإحصاءات الوصفية			العبارة
Sig Value	T Value	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المدى	
.000	19.205	.787	4.29	4	أفضل استخدام جهاز الخدمة الذاتية لتوفير وقت الانتظار في مركز الخدمة
.000	17.065	.821	4.20	4	أفضل استخدام جهاز الخدمة الذاتية لأنني أجد سهولة باستخدامه لدفع الفواتير/ تعبئة الرصيد
.000	10.582	1.042	3.94	4	أفضل استخدام جهاز الخدمة الذاتية لوجود جهاز قريب من مكان السكن / العمل
.000	18.803	.791	4.27	4	أفضل استخدام جهاز الخدمة الذاتية لسرعة تقديم الخدمة
.000	12.358	.947	4.00	4	أفضل استخدام جهاز الخدمة الذاتية لتوفير العمولة مقارنة بطرق الدفع الأخرى المتاحة

.000	7.132	.922	3.56	4	أجد طريقة التعامل مع الشكاوي مريحة من قبل فريق خدمة الزبائن في حال واجهتني مشكلة عند استخدام الجهاز
.000	10.936	.781	3.73	4	أجد تصميم واجهات الخدمات المقدمة عن طريق جهاز الخدمة الذاتية جذاب
.000	10.641	.763	3.69	4	أجد تصميم الجهاز الخارجي جذاب
.000	6.572	1.027	3.58	4	أفضل التعامل مع الآلة على التعامل مع الأشخاص
.000	3.945	1.018	3.34	4	أفضل استخدام جهاز الخدمة الذاتية للحصول على نقاط لبرنامج شكرا

جدول (12) الإحصاءات الوصفية واختبار t للعينة الواحدة لتقييم مدى رضا العملاء الذي يقومون باستخدام جهاز الخدمة الذاتية

3-3-5 رأي عملاء سيريتل غير المستخدمين لجهاز الخدمة الذاتية

بناء على الجدول التالي نجد أن اختلفت متوسطات العبارات التالية لم أسمع بالجهاز / سمعت عن المشاكل التي واجهها عملاء آخريين كانت متوسط الاجابات أصغر من وسطي المقياس بين غير موافق إلى حيادي وهذه القيم بالطبع هي قيم ذات دلالة إحصائية لأن القيمة الاحتمالية sig أصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05 في اختبار t للعينة الواحدة ومنه يمكننا رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة أي أن: العملاء يعرفون الجهاز ولم يسمعوا عن المشاكل التي واجهها عملاء آخرون. أما عبارة لم أعرف كيفية استخدام الجهاز (حساسية الشاشة للظفر فقط) كان متوسط الإجابات أصغر من وسطي المقياس غير موافق لحيادي لكن هذه القيم ليست قيم ذات دلالة إحصائية لأن القيمة الاحتمالية sig أكبر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05 في اختبار t للعينة الواحدة ومنه لا يمكننا رفض فرضية العدم أي أن: لم يعرفوا كيفية استخدام الجهاز.

أما عبارة لم أعرف ماهي الخدمات كان متوسط الإجابات أكبر من وسطي المقياس بين موافق وحيادي لكن هذه القيم ليست قيم ذات دلالة إحصائية لأن القيمة الاحتمالية sig أكبر من مستوى

الدلالة المعنوية 0.05 في اختبار t للعينة الواحدة ومنه لا يمكننا رفض فرضية العدم أي أن: لم يعرفوا ماهي الخدمات التي يقدمها الجهاز .

أما العبارات لا يوجد جهاز قريب من مكان سكني عملي / الخوف من مواجهة مشكلة أثناء الاستخدام كانقطاع الكهرباء/ يرفض بعض الفئات النقدية (مثل ال 5000) نجد أن قيمة متوسط كل عبارة من هذه العبارات قيمة موجبة أكبر من وسطي المقياس (القيمة 3) تراوحت هذه القيمة بين موافق وموافق جدا وهذه القيم بالطبع هي قيم ذات دلالة إحصائية لأن القيمة الاحتمالية sig أصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05 في اختبار t للعينة الواحدة ومنه يمكننا رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة أي أن: لا يوجد جهاز قريب من مكان سكني عملي /الخوف من مواجهة مشكلة أثناء الاستخدام كانقطاع الكهرباء يرفض بعض الفئات النقدية (مثل ال 5000)

One-Sample Test Test Value = 3		الإحصاءات الوصفية			العبارة
Sig Value	T Value	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المدى	
.000	-4.272	1.200	2.65	4	لم أسمع بالجهاز
.262	1.126	1.214	3.09	4	لم أعرف ما هي الخدمات التي يقدمها
.017	-2.400	1.139	2.81	4	لم أعرف كيفية استخدام الجهاز (حساسية الشاشة للظفر فقط)
.000	3.980	1.237	3.34	4	لا يوجد جهاز قريب من مكان سكني عملي
.000	3.846	1.191	3.31	4	الخوف من مواجهة مشكلة أثناء الاستخدام كانقطاع الكهرباء

.000	-4.029	.984	2.73	4	سمعت عن المشاكل التي واجهها عملاء آخري
.003	2.965	.968	3.20	4	يرفض بعض الفئات النقدية (مثل ال5000)

جدول (13) الإحصاءات الوصفية واختبار t للعينات الواحدة رأي العملاء الذين لم يقوموا باستخدام جهاز الخدمة الذاتية

أما بالنسبة لسؤال هل هناك مشاكل أخرى فقد جاءت الإجابات كما يلي:

- ✓ لم يسمع بالجهاز وغير مسوق له بطريقة تساعد على استخدامه من قبل كافة الأعمار ولا يتقون بمنتج لم يروج له وغير منتشر.
- ✓ يفضلون الطرق الأخرى كمرکز الخدمة والموزعين المعتمدين وتطبيقات البنوك.
- ✓ مشكلة قراءة العملة وعدم دعمه لكافة الفئات النقدية.
- ✓ مشكلة تعقيم الأجهزة وخاصة في ظل جائحة كورونا.
- ✓ عدد الأجهزة قليل نسبياً.
- ✓ مشاكل تقنية انقطاع الكهرباء وعدم القدرة على استرجاع النقود ومدة الجلسة (session) غير كافية لإتمام العملية وصعوبة اللمس ووجوب سرعة الاختيار كي لا يخرج الجهاز من الصفحة والرقم المدخل ورسائل غير واضحة للزبون عند حصول أي خطأ ليعرف سبب المشكلة
- ✓ مشاكل بطريقة التعامل مع الشكاوى.
- ✓ خروج الجهاز خارج الخدمة.
- ✓ الخوف من التعامل مع التكنولوجيا والوقوع في أخطاء.
- ✓ الازدحام في بعض الأوقات وأشعة الشمس في بعض المواقع.

3-3-5-6 الخدمات المقترحة

كانت قيمة متوسط كل عبارة من عبارات الخدمات المقترحة قيمة موجبة وتراوحت هذه القيمة بين حيادي وموافق وهذه القيم بالطبع هي قيم ذات دلالة إحصائية لأن القيمة الاحتمالية sig أصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05 في اختبار t للعينات الواحدة ومنه يمكننا رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة أي أن: الخدمات المقترحة مقبولة وستحقق مستوى مقبول من رضا العملاء.

وكان الاقتراح أفضل الحصول تعبئة المحفظة الإلكترونية (سيريتل كاش) والاشتراك بباقات النقابات وباقات سيرف الشهرية ثم شراء خط جديد. وحلت الخدمات التالية في المرتبة الأخيرة تفعيل خدمات الأخبار تفعيل خدمات المعلومات وتفعيل خدمات الأبراج.

ترتيب الأولوية	اختبار t للعينة الواحدة		الإحصاءات الوصفية					الخدمة المقترحة
	Sig Value	t Value	التقطع	الانواء	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المدى	
10	.000	11.167	-.208	-.415	.966	3.74	4	تغيير الشريحة
1	.000	16.130	-.748	-.367	.873	3.97	3	تعبئة المحفظة الإلكترونية (سيريتل كاش)
4	.000	13.072	-.234	-.517	.935	3.84	4	شراء خط جديد
9	.000	11.965	-.595	-.238	.913	3.75	4	دفع مبلغ تأميني
7	.000	11.924	-.421	-.412	.950	3.78	4	التصريح عن الأجهزة الخليوية
2	.000	14.575	-.743	-.354	.900	3.90	3	الاشتراك بباقات النقابات
13	.000	7.665	-.637	.307	.878	3.46	3	الاشتراك بباقات العسكريين
11	.000	11.805	-.406	-.284	.884	3.72	4	تفعيل خدمات التجوال

14	.000	6.751	-.197	-.077	.885	3.41	4	تفعيل خدمات الأخبار
12	.000	8.521	-.366	-.072	.895	3.52	4	تفعيل خدمات تعليمية
15	.000	4.675	.099	-.082	.896	3.29	4	تفعيل خدمات المعلومات (عالم تك ، غرائب عجائب خبر وحكاية....
16	.004	2.932	.188	.128	.890	3.18	4	تفعيل خدمات الأبراج
8	.000	12.754	-.303	-.409	.889	3.78	4	باقات التواصل الاجتماعي
6	.000	12.578	-.375	-.437	.912	3.79	4	باقات الدقائق
3	.000	13.800	-.403	-.447	.911	3.86	4	باقات سيرف الشهرية
5	.000	12.704	-.464	-.436	.930	3.81	4	باقات سيريتل الذهبية

جدول (14) الإحصاءات الوصفية واختبار t للعينة الواحدة عن الخدمات المقترحة

أما بالنسبة لسؤال هل هناك خدمات أخرى فقد جاءت الإجابات كما يلي:

✓ أي خدمة بحاجة وثائق.

✓ أي خدمة تحتاج زيارة المركز.

- ✓ تغيير الملكية / إيقاف الخط / تغيير الرقم / خدمة تغيير نوع الخط من مسبق الدفع إلى لاحق الدفع وبالعكس.
- ✓ رنة بغنية.
- ✓ إلغاء أي خدمة مفعلة على الخط.
- ✓ خدمات دفع إلكترونية أخرى مثل فواتير الكهرباء والمياه تحويل كاش لمحفظة أخرى.
- ✓ باقات شبابتك باقة صبايا باقات الطلاب والأساتذة.
- ✓ الاتصال الدولي.
- ✓ كفيها على الحساب.
- ✓ برنامج شكراً.
- ✓ خدمة حبايب قرايب.
- ✓ أن تكون الأفضلية للخدمات التي تتوفر في مراكز الخدمة حصراً وعليها طلب كبير.
- ✓ Syriatel ADSL.
- ✓ وضع لائحة باختصارات رموز الخدمات كاملاً لسهولة التفعيل من قبل العميل عبر جهازه.

3-5-7 الاقتراحات

كانت قيمة متوسط كل عبارة من عبارات أفضل الحصول على عرض خاص عند استخدامي للجهاز أفضل الحصول على عروض خاصة تتوافق مع مكان تواجد الجهاز قيمة موجبة وتراوحت هذه القيمة بين موافق وموافق بشدة وهذه القيم بالطبع هي قيم ذات دلالة إحصائية لأن القيمة الاحتمالية sig أصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05 في اختبار t للعينة الواحدة ومنه يمكننا رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة أي أن: الاقتراح مقبول وسيحقق مستوى عالي من رضا العملاء.

أما قيمة متوسط كل عبارة من العبارات المتبقية قيمة موجبة وتراوحت هذه القيمة بين حيادي وموافق وهذه القيم بالطبع هي قيم ذات دلالة إحصائية لأن القيمة الاحتمالية sig أصغر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05 في اختبار t للعينة الواحدة ومنه يمكننا رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة أي أن: الاقتراح مقبول وسيحقق مستوى عالي من رضا العملاء جاءت هذه الاقتراحات بالترتيب التالي:

- أفضل ظهور الخدمات التي يمكنني استخدامها (بناءً على نوع الخط).
- أفضل أن يتم إعلامي في حال كانت الخدمة المقدمة بحاجة لأخذ صورة.
- أفضل وجود زر مساعدة في كل الصفحات.
- أفضل أن تكون جميع العروض والخدمات التي تقدمها الشركة متاحة على الجهاز (حسب الإمكانية التقنية).
- أفضل أن يكون ترتيب الخدمات بناءً على موقع الجهاز الجغرافي.
- أفضل عند اختيار خدمة الدفع أو تحويل الرصيد الذهاب مباشرةً لمواجهة إدخال النقود.
- أفضل عدد واجهات أقل لتنفيذ الخدمة (بدون عرض كل المعلومات المساعدة لتنفيذ الخدمة).
- أفضل وجود فيديو تعريف في صفحة المساعدة.
- أفضل وجود أسئلة شائعة.
- أفضل إدخال المبلغ المراد دفعه مباشرةً (بدون التمييز بين الفاتورة وتعبئة الرصيد).
- أفضل عدم اختيار اللغة عند كل استخدام.
- أفضل أن تكون اللغة مختارة بناءً على موقع الجهاز الجغرافي مثلاً اللغة الإنكليزية في المطار واللغة العربية في الأسواق.

ترتيب الأولوية	اختبار t للعينة الواحدة		الإحصاءات الوصفية					الاقتراح
	Sig Value	T Value	التقطع	الانقواء	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المدى	
1	.000	26.175	-.129	-.542	.693	4.25	3	أفضل الحصول على عرض خاص عند استخدامي للجهاز
2	.000	21.740	-.016	-.533	.746	4.11	3	أفضل الحصول على عروض خاصة تتوافق مع مكان تواجد الجهاز
14	.001	3.411	-.839	-.191	1.107	3.26	4	أفضل عدم اختيار اللغة عند كل استخدام
15	.026	2.236	-.951	.023	1.137	3.17	4	أفضل أن تكون اللغة مختارة بناء على موقع الجهاز الجغرافي مثلا اللغة الإنكليزية في المطار واللغة العربية في الاسواق
9	.000	12.396	-.648	-.244	.881	3.75	3	أفضل عند اختيار خدمة الدفع أو تحويل الرصيد الذهاب مباشرة لواجهة ادخال النقود
13	.000	6.153	-.748	-.147	1.049	3.44	4	أفضل إدخال المبلغ المراد دفعه مباشرة (بدون التمييز بين الفاتورة وتعبئة الرصيد)
6	.000	17.455	.858	-.656	.799	3.96	4	أفضل وجود زر مساعدة في كل الصفحات
12	.000	8.671	-.175	-.342	.935	3.56	4	أفضل وجود أسئلة شائعة

11	.000	8.412	-.430	-.392	.988	3.57	4	أفضل وجود فيديو تعريف في صفحة المساعدة
10	.000	9.382	-.416	-.308	.959	3.62	4	أفضل عدد واجهات أقل لتنفيذ الخدمة (بدون عرض كل المعلومات المساعدة لتنفيذ الخدمة)
5	.000	17.990	.925	-.932	.863	4.07	4	أفضل أن يتم إعلامي في حال كانت الخدمة المقدمة بحاجة لأخذ صورة
4	.000	19.333	.809	-.842	.814	4.08	4	أفضل ظهور الخدمات التي يمكنني استخدامها (بناء على نوع الخط)
8	.000	11.818	.079	-.518	.936	3.76	4	أفضل أن يكون ترتيب الخدمات بناء على موقع الجهاز الجغرافي
7	.000	14.167	.610	-.814	.926	3.90	4	افضل أن تكون جميع العروض والخدمات التي تقدمها الشركة متاحة على الجهاز (حسب الإمكانيات التقنية)
3	.000	19.309	.511	-.792	.829	4.10	4	أفضل أن أستطيع تقديم شكوى بشكل مباشر عند استخدامي الجهاز

جدول (15) الإحصاءات الوصفية واختبار t للعينة الواحدة عن الخدمات المقترحة

6-3-3 ملخص نتائج الاستبيان

- نسبة 48.1% هم من العملاء الذين يمتلكون خط منذ أكثر من 10 سنين ونسبة 64.5% من أفراد العينة هم من الفئة العمرية بين 26 إلى 45 سنة ونسبة 64.5 % هم من حملة الشهادة الجامعية.
- هناك مستوى إيجابي من تفضيل طرق الدفع المتاحة وخاصة جهاز الخدمة الذاتية يليه الموزعين المعتمدين يليهما مركز الخدمة.
- أهم الميزات التي وافق عليها المستخدمون بشدة هي توفير الوقت والعمولة وسرعة تنفيذ الخدمة.
- أما العملاء الذين لم يستخدموا الجهاز فهم لم يسمعوا به ولم يعرفوا ماهي الخدمات التي يقدمها بالإضافة إلى عدم وجود جهاز قريب.
- كافة الخدمات المقترحة مفيدة وستحقق مستوى مقبول من رضا العملاء تعبئة المحفظة الإلكترونية (سيريتل كاش) والاشتراك بباقات النقابات وباقات سيرف الشهرية ثم شراء خط جديد.
- كذلك الاقتراحات المقدّمة لاقت قبول معظم أفراد العينة وخاصة الحصول على عرض خاص عند استخدام الجهاز والحصول على عروض خاصة تتوافق مع مكان تواجده

الفصل الرابع: النتائج والتوصيات

1-4 النتائج

✓ أثمرت الدراسة عن فهم وتوضيح واقع استخدام جهاز الخدمة الذاتية من وجهة نظر عملاء سيريتل، بحيث تم العمل على فرز العملاء إلى قسمين القسم الأول العملاء الذين استخدموا جهاز الخدمة والقسم الثاني الذين لم يقوموا باستخدامه أبداً.

✓ أبدى العملاء الذين استخدموا الجهاز قبولاً للمزايا التي يوفرها جهاز الخدمة الذاتية والتي كان أهمها:

- توفير وقت انتظار الدور في مركز الخدمة الذاتية.
- سهولة استخدام الجهاز وتفضيل التعامل مع الآلة.
- توفير العمولة الموجودة في طرق الدفع المتوفرة الأخرى كالموزعين المتعمدين وتطبيقات الموبايل الخاصة بالبنوك.

✓ من أهم المشاكل التي تواجه العملاء الذين قاموا باستخدام الجهاز:

- خروج الجهاز خارج الخدمة بسبب انقطاع التغذية الكهربائية بالإضافة إلى المشاكل التقنية.
- حساسية شاشة اللمس للظفر فقط.
- مشاكل التعرف إلى النقود.

✓ أما عملاء الشركة الذين لم يقوموا باستخدام الجهاز فكانت أهم الأسباب:

- لم يسمعوا به وجهاز الخدمة غير مسوق له بطريقة كافية تساعد على استخدامه من قبل كافة الأعمار.
- لم يعرفوا ماهي الخدمات التي يقدمها.
- لم يعرفوا كيفية استخدامه لأول مرة.

✓ أثمرت الدراسة عن أن تكون قناة الخدمة الذاتية هي قناة لتفعيل كافة الخدمات والعرض المقدمة من قبل الشركة حسب الإمكانيات التقنية.

- ✓ أثمرت الدراسة أن توفر الخدمات على جهاز الخدمة ستؤدي إلى تقصير وقت الانتظار في مركز الخدمة وستخفف الضغط الحاصل على باقي القنوات مما يؤدي إلى عملها بشكل أفضل وكل ذلك يؤدي بالطبع إلى زيادة رضا العملاء.
- ✓ أن تأخذ الخدمات المتوفرة فقط عن طريق مركز الخدمة ولها إقبال شديد الأولوية في التطوير.
- ✓ أثمرت الدراسة عن تحديد قائمة من الخدمات التي سوف تتال قبول العملاء بشكل إيجابي في حال توفرها وتحديد بعض معايير اختيارهم لهذه الخدمات:
 - خدمات الدفع كتعبئة المحفظة الالكترونية وخدمة دفع المبلغ التأميني.
 - خدمات التي تحتاج إلى وثائق وحضور شخصي إلى مركز الخدمة كباقات الطلاب والأساتذة وباقات النقابات وباقات العسكريين.
 - خدمات تحتاج إلى تعامل فيزيائي (أخذ شريحة الاتصال) مثل خدمة شراء خط جديد وتبديل الشريحة.
- ✓ أثمرت الدراسة أن الحصول على عرض خاص باستخدام جهاز الخدمة سيلقى قبول شديد لدى العملاء.
- ✓ أثمرت الدراسة عن قائمة من الميزات التي سوف تتال قبول العملاء في حال توفرها كنتقديم الشكوى بشكل مباشر ووجود زر للمساعدة.

2-4 التوصيات

- زيادة عدد الأجهزة وتوزيعها جغرافياً في كافة أنحاء الجمهورية العربية السورية وبالأخص في المناطق البعيدة عن مراكز الخدمة وتتركز فيها كثافة سكانية.
- العمل على حل المشاكل التقنية المرتبطة بقراءة العملة.
- العمل على حلول متقدمة أكثر لتجنب انقطاع التغذية الكهربائية عن الجهاز.
- القيام بحملة تسويقية متكاملة للتعريف بالجهاز وماهي خدماته وكيف يتم استخدامه.
- تمكين الزبون من تقديم شكوى بشكل مباشر.
- العمل على حل الشكاوى والاستجابة لها بأسرع وقت.
- العمل على توفير كافة الخدمات والعروض عن طريق جهاز الخدمة الذاتية.

- إعادة النظر بخطة تطوير الجهاز والخدمات التي ستتوفر عليه لتلائم حاجات ورغبات العملاء بشكل دوري.
- أن تكون قائمة الخدمات ديناميكية بناءً على نوع الخط.
- ترتيب قائمة الخدمات بناءً على مكان الجهاز.
- وجود زر مساعدة / فيديو تعريفي / أسئلة شائعة.
- تصميم الخدمة بحيث تناسب الشريحة الأكبر من العملاء / توحيد خدمة تسديد الفواتير وإعادة الشحن بتصميم جديد.
- توفير عرض معين موجود فقط عن طريق جهاز الخدمة الذاتية.
- تمكين العميل من إلغاء أي خدمة مفعلة على الخط.

المراجع

كتاب بحوث التسويق، تأليف د. محمد الخضر، د. حيان ديب، د. نريمان عمار

كتاب تسويق الخدمات، تأليف د. رانيا المجني

رضا العملاء والمستفيدين تأليف رائد بن عبد العزيز المهيدب

<https://m.facebook.com/Syriatel.Sy/>

<https://www.syriatel.sy>

<https://blog.wavetec.com/en/ssk-benefits-for-telecoms>

https://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/163309/James_umn_0130M_14750.pdf

https://caf.journals.ekb.eg/article_127939_99462784785e506b5583a26ad036116c.pdf

<http://arab-ency.com.sy/tech/detail/168896>

<https://www.syriatel.sy>

<https://knowmax.ai/blog/self-service-in-telecom/>

<https://www.connectpos.com/self-service-trends-under-covid-19/>

<http://arab-ency.com.sy/tech/detail/168896>

<https://www.sedco.co/en/about-sedco/blogs/why-self-service-machine-important-telecom-operators>

<https://www.c-zentrix.com/blog/what-is-the-impact-of-self-service-technology-on-customer-satisfaction>

<https://ar.allsoftfree.com/3274428-what-is-a-ussd-request>

<https://medium.com/kibis/impact-of-self-service-technology-on-customer-satisfaction-de8000db35d0>

<https://www.statista.com/statistics/1017116/worldwide-interactive-kiosk-market/>

<http://analysesurvey.com/customer-satisfaction-surveys.html>

http://www.businessballs.com/freepdfmaterials/peter_drucker_biography_theory.pdf

http://www.cisco.com/web/partners/pr11/pr20/partners_customer

http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1097854

الملاحق

نموذج الاستبيان

استبيان لمشروع تخرج بعنوان "(معايير اختيار الخدمات المقدمة عن طريق أجهزة الخدمة الذاتية من وجهة نظر العملاء دراسة حالة Syriatel Kiosk)"

استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال تخصص تسويق من المعهد العالي لإدارة الأعمال تم إعداد هذه الاستبانة لدراسة اتجاهات العملاء تجاه الخدمات المقدمة من شركة سيريتل عن طريق جهاز الخدمة الذاتية (Syriatel Kiosk) الذي يقدم خدمات دفع الفواتير وتعبئة الرصيد في الوقت الحالي لذلك يرجى التكرم بالإجابة بموضوعية ما له من أهمية بالغة في تطوير هذا البحث وتطوير العمل على مشروع الخدمات المقدمة عن طريق جهاز الخدمة الذاتية علماً أن البيانات ستعامل بسرية تامة ولأغراض البحث العلمي.

القسم الأول: هدفه تحديد عملاء شركة سيريتل					
هل لديك خط			➤ سيريتل ➤ MTN ➤ كلاهما ➤ غير مشترك		
في حال كانت الإجابة عن السؤال السابق سيريتل أو كلاهما ننتقل إلى القسم الثاني القسم الثاني: هدفه تحديد عملاء شركة سيريتل الذين قاموا باستخدام جهاز الخدمة الذاتية					
ما هو نوع خطك			➤ لاحق الدفع (فاتورة) ➤ مسبق الدفع (رصيد) ➤ غير ذلك		
ما هو عمر هذا الخط			➤ أقل من سنة ➤ بين 1-5 سنوات ➤ بين 5-10 سنوات ➤ أكثر من 10		
الرجاء تحديد مدى تفضيلك لطريقة دفع الفواتير/ تعبئة الرصيد					
جهاز الخدمة الذاتية (KIOSK)	موافق بشدة	موافق	موافق	حيادي	غير موافق بشدة

مركز الخدمة	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
الموزعين المعتمدين (Syriatel boutique)	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
تطبيق البنك الخاص (بيمو، الإسلامي...الخ)	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
تستخدم جهاز الخدمة الذاتية		<ul style="list-style-type: none"> ➤ غالبا ➤ أحيانا ➤ أبدا 		

<p>في حال كانت الإجابة عن السؤال السابق غالبا أو أحيانا ننتقل للقسم الثالث</p> <p>القسم الثالث: هدفه معرفة اتجاهات العملاء تجاه استخدام جهاز الخدمة الذاتية</p> <p>يرجى اختيار درجة موافقتك على كل من العبارات التالية</p>				
أفضل استخدام جهاز الخدمة الذاتية لتوفير وقت الانتظار في مركز الخدمة	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل استخدام جهاز الخدمة الذاتية لأنني أجد سهولة باستخدامه لدفع الفواتير/ تعبئة الرصيد	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل استخدام جهاز الخدمة الذاتية لوجود جهاز قريب من مكان السكن / العمل	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل استخدام جهاز الخدمة الذاتية لسرعة تقديم الخدمة	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل استخدام جهاز الخدمة الذاتية لتوفير العمولة مقارنة بطرق الدفع الأخرى المتاحة	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة

غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة	أجد طريقة التعامل مع الشكاوي مريحة من قبل فريق خدمة الزبائن في حال واجهتني مشكلة عند استخدام الجهاز
غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة	أجد تصميم واجهات الخدمات المقدمة عن طريق جهاز الخدمة الذاتية جذاب
غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة	أجد تصميم الجهاز الخارجي جذاب
غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة	أفضل التعامل مع الآلة على التعامل مع الأشخاص
غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة	أفضل استخدام جهاز الخدمة الذاتية للحصول على نقاط لبرنامج شكرا
في حال كانت الإجابة عم السؤال السابق أبدأ ننتقل للقسم الرابع					
القسم الرابع: موجه لعملاء سيريتل الذين لم يستخدموا جهاز الخدمة الذاتية لمعرفة الأسباب الرجاء اختيار درجة موافقتك على العبارات التالية					
غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة	لم أسمع بالجهاز
غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة	لم أعرف ما هي الخدمات التي يقدمها
غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة	لم أعرف كيفية استخدام الجهاز (حساسية الشاشة للظفر فقط)
غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة	لا يوجد جهاز قريب من مكان سكني عملي
غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة	الخوف من مواجهة مشكلة أثناء الاستخدام كانقطاع الكهرباء
غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة	سمعت عن المشاكل التي واجهها عملاء آخرين
غير موافق بشدة	غير موافق	حيادي	موافق	موافق بشدة	يرفض بعض الفئات النقدية (مثل ال5000)
					أسباب أخرى يرجى ذكرها

القسم الخامس: موجه لكل عملاء سيريتل لمعرفة ما هي الخدمات التي سيرغب العملاء باستخدامها في حال توفرها على جهاز الخدمة الذاتية

هل سوف تستخدم هذه الخدمات اذا كانت متاحة عن طريق جهاز الخدمة

تغيير الشريحة	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
تعبئة المحفظة الإلكترونية (سيريتل كاش)	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
شراء خط جديد	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
دفع مبلغ تأميني	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
التصريح عن الأجهزة الخليوية	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
الاشتراك بباقات النقابات	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
الاشتراك بباقات العسكريين	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
تفعيل خدمات التجوال	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
تفعيل خدمات الأخبار	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
تفعيل خدمات تعليمية	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
تفعيل خدمات المعلومات (عالم تك ، غرائب عجائب خبر وحكاية.....	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة

تفعيل خدمات الأبراج	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
باقات التواصل الاجتماعي	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
باقات الدقائق	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
باقات سيرف الشهرية	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
باقات سيريتل الذهبية	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
غيرها من الخدمات الرجاء نكرها				

<p>القسم السادس: موجه الى كل العملاء لدراسة الاقتراحات المقدمة من قبل الباحثة يرجى اختيار درجة موافقتك على كل من العبارات التالية</p>				
أفضل الحصول على عرض خاص عند استخدامي للجهاز	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل الحصول على عروض خاصة تتوافق مع مكان تواجد الجهاز (مثلا عروض للطلاب على الجهاز الموجود في الجامعة)	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل عدم اختيار اللغة عند كل استخدام	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل أن تكون اللغة مختارة بناء على موقع الجهاز الجغرافي مثلا اللغة الإنكليزية في المطار واللغة العربية في الاسواق	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل عند اختيار خدمة الدفع أو تحويل الرصيد الذهاب مباشرة لواجهة ادخال النقود	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة

أفضل إدخال المبلغ المراد دفعه مباشرة (بدون التمييز بين الفاتورة وتعبئة الرصيد)	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل وجود زر مساعدة في كل الصفحات	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل وجود أسئلة شائعة	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل وجود فيديو تعريفي في صفحة المساعدة	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل عدد واجهات أقل لتنفيذ الخدمة (بدون عرض كل المعلومات المساعدة لتنفيذ الخدمة)	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل أن يتم أعلامي في حال كانت الخدمة المقدمة بحاجة لأخذ صورة	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل ظهور الخدمات التي يمكنني استخدامها (بناء على نوع الخط)	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل أن يكون ترتيب الخدمات بناء على موقع الجهاز الجغرافي (في جهاز الموجود ضمن مركز التسوق افضل ظهور خدمة تعبئة المحفظة الالكترونية في البداية وفي جهاز الموجود بمطار دمشق الدولي خدمات التجوال وخدمة شراء خط جديد وتفعيل الباقات المناسبة	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
افضل أن تكون جميع العروض والخدمات التي تقدمها الشركة متاحة على الجهاز (حسب الإمكانيات التقنية)	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة
أفضل أن أستطيع تقديم شكوى بشكل مباشر عند استخدامي الجهاز	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق بشدة

القسم السابع : يرجى تحديد البيانات التالية	
الجنس	➤ ذكر ➤ أنثى

<ul style="list-style-type: none"> ➤ أقل من 15 ➤ بين ال 15 - 25 ➤ بين 26 - 45 ➤ بين 46-60 ➤ فوق ال 60 	<p>العمر</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ تعليم أساسي ➤ ثانوية ➤ جامعية ➤ دراسات عليا ➤ غيرها 	<p>المستوى العلمي</p>