

أثر الإنزَام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في مواقف العملاء  
الدور الوسيط للمخاطر المدركة

**The Impact of Forced Use of Self-Service Technologies on  
Customer Attitudes: The Mediating Role of Perceived Risk**

رسالة أعدت لنيل درجة الماجستير في علوم الإدارة  
اختصاص: التسويق

إعداد الطالب  
مهند كنان الإمام

إشراف  
الدكتورة نريمان عمار

العام الدراسي 2024-2025

((لا يعبر هذا العمل إلا عن وجهة نظر معدّه، ولا يتحمّل  
المعهد أيّة مسؤولية جراء هذا العمل))

الجمهورية العربية السورية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
المعهد العالي لإدارة الأعمال  
قسم: التسويق

اسم الطالب: مهند كنان الإمام

عنوان الرسالة: أثر الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في مواقف العملاء  
"الدور الوسيط للمخاطر المدركة"

اسم الدرجة: الماجستير

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة:

- |                         |   |                |
|-------------------------|---|----------------|
| 1. الدكتور حيان ديب     | الأستاذ المساعد في المعهد العالي لإدارة الأعمال | عضواً          |
| 2. الدكتور مالك النجار  | المدرس في المعهد العالي لإدارة الأعمال          | عضواً          |
| 3. الدكتورة نريمان عمار | المدرس في المعهد العالي لإدارة الأعمال          | عضواً و مشرفاً |

تاريخ البحث:

الدراسات العليا

أجيزت الرسالة بتاريخ

ختم الإجازة

موافقة لجنة المعهد

موافقة لجنة الشؤون العلمية

## ملخص البحث

هَدَفَتْ هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الإلزام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في مواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة، في كلا وضعي الخدمة: الخدمة الكاملة ووضع الخدمة الذاتية فقط. كما هَدَفَتْ إلى دراسة الدور الوسيط للمخاطر المدركة في هذه العلاقة، وقياس دور تجربة العميل السابقة مع تقنيات الخدمة الذاتية والحاجة إلى التفاعل في تعديل أثر العلاقة بين الإلزام القسريّ و مخاطر الأداء المدركة.

اعتمدت الدراسة المنهج التجريبيّ والاستبانة كأداة لجمع البيانات الأولية عبر تصميم سيناريوهين، وبلغت عينة الدراسة 300 فرد.

أظهرت نتائج الدراسة أنّ الإلزام القسريّ لا يُؤثّر مباشرةً في مواقف العملاء، سواءً في وضع الخدمة الكاملة أو وضع الخدمة الذاتية فقط، إنما عبر الوساطة الكاملة للمخاطر المدركة. وأظهرت النتائج أيضاً أنّ تجربة العميل السابقة تُعدّل العلاقة بين الإلزام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومخاطر الأداء المدركة في كلا الوضعين، في حين أنّ الحاجة إلى التفاعل تُعدّل العلاقة بين الإلزام القسريّ ومخاطر الأداء المدركة فقط في وضع الخدمة الكاملة.

**الكلمات المفتاحية:** الإلزام القسريّ، مخاطر الأداء المدركة، مواقف العملاء، تجربة العميل السابقة مع الخدمات القائمة على التكنولوجيا، الحاجة إلى التفاعل

## **Abstract**

This study aimed to analyze the impact of forced use of self-service technologies on customer attitudes towards service providers, in both service settings: full-service and self-service-only. It also aimed to examine the mediating role of perceived risks in this relationship, and to measure the role of customers' prior experience with self-service technologies and the need for interaction in moderating the effect of the relationship between forced use of self-service technologies and perceived risks.

The study adopted an experimental methodology and used a questionnaire as a tool for collecting primary data through the design of two scenarios. The study sample consisted of 300 individuals.

The results showed that forced use of self-service technologies does not directly affect customer attitudes, whether in the full-service setting or the self-service-only setting. Instead, it operates through the full mediation of perceived risks.

The results also showed that consumers' previous experience with TBSS moderates the relationship between forced use of self-service technologies and perceived performance risks in both settings. However, the need for interaction moderates the relationship between forced use of self-service technologies and perceived performance risks only in the full-service setting.

---

Keywords: forced use of self-service technologies, perceived performance risks, customer attitudes, consumers' previous experience with TBSS, need for interaction.

## الإهداء

إلى مَنْ شَجَّعْتَنِي أَنْ أُحَلِّقَ رَغْمَ كُلِّ الصَّعَابِ.. وَجَعَلْتَنِي مِنْ طُمُوحِي أَجْنَحَةً لَا تُكْسِرُ  
أُمِّي الْحَبِيبَةَ رَحِمَهَا اللَّهُ

إلى مَنْ أَضَاءَ دَرْبِي بِعِلْمٍ لَا يَنْضُبُ.. وَعَلَّمَنِي أَنْ السَّعْيَ عِنَاؤُ الْعِظْمَاءِ  
أَبِي الْغَالِي رَحِمَهُ اللَّهُ

إلى رَفِيقَةِ عَمْرِي الَّتِي صَاغَتْ نَجَاحِي بِصَبْرِهَا .. وَكَانَتْ ظِلًّا يُلَامِسُ أَحْلَامِي فَتَنْبُتُ أَزْهَارًا  
زَوْجَتِي الْحَبِيبَةَ، أَنْتِ اسْتَمْرَارِي

إلى نُجُومِ سَمَائِي، هَوْلَاءِ الصَّغَارِ.. الَّذِينَ نَسَجُوا مِنْ لِحْظَاتِي شَمْسًا لَا تَغِيبُ  
أَوْلَادِي، حَيَاتِي بِكُمْ تُشْرِقُ

إلى رَفِيقَاتِ طِفُولَتِي وَصَدِيقَاتِ رَشْدِي كُنَّ لِي سِنْدًا فِي الشَّدَائِدِ.. وَوَاحَةً فِي كُلِّ عُقْبَةٍ  
أَخَوَاتِي، أَنْتُنَّ الْحِصْنُ وَالْمَلْجَأُ

## كلمة شكر

أتوجّهُ بجزيلِ الشُّكرِ وعظيمِ الامتنانِ إلى الدكتورة نريمان عمّار، على ما تكرّمتَ به من وقتٍ، وما بذلتَه من جُهدٍ في توجيهي وإرشادي خلال إعدادِ هذه الرسالة، وعلى نصائحها الثمينة التي كانتَ نبراسًا لي في مختلفِ مراحلِ العملِ.

كما أتقدّمُ بخالصِ الشكرِ والامتنانِ إلى السادة أعضاء لجنة التحكيم الموقّرين، الدكتور حيان ديب، و الدكتور مالك النجار، على ما تفضّلوا به من وقتٍ وجهدٍ، وعلى ما قدّموه من توجيهاتٍ وملاحظاتٍ قيّمةٍ كان لها بالغُ الأثرِ في إثراءِ هذا العملِ.

و أتقدّمُ بالشكرِ إلى المعهدِ العالي لإدارة الأعمال، إدارةً وهيئةً تدريسيّةً وعاملين، على ما يبذلونه من جهودٍ دؤوبةٍ في دعمٍ وتطويرِ برامجِ المعهدِ الأكاديمية.

وفي الختام، أتوجّهُ بالشكرِ والعرفانِ إلى جميعِ مَنْ ساندوني ووقفوا إلى جانبي طوالَ هذه الرحلة، من أصدقاءٍ وأهلٍ وزملاءٍ، فلولا دعمهم وتشجيعهم المستمرّ، لما كنتُ لأصلَ إلى ما أنا عليه اليوم. فلكم مني كلُّ الامتنانِ، أنتم الجنودُ المجهولونَ والداعمونَ الحقيقيونَ.

## فهرس المحتويات

الصفحة	عنوان المحتوى	الرقم
	<b>الفصل التمهيدي</b>	<b>1</b>
2	مقدمة	1.1
3	مصطلحات البحث	2.1
4	مشكلة البحث	3.1
5	الدراسات السابقة وتطوير الفرضيات	4.1
15	أهداف البحث	5.1
16	أهمية البحث	6.1
16	منهجية البحث	7.1
17	مجتمع البحث وعينته	8.1
17	نوع بيانات البحث ومصادرها	9.1
17	حدود البحث	10.1
18	نموذج البحث	11.1
	<b>الفصل الأول: الإطار النظري</b>	<b>2</b>
19	<b>المبحث الأول: مفهوم تقنية الخدمة الذاتية</b>	<b>1.2</b>
20	تعريف تقنية الخدمة الذاتية	1.1.2
21	الأبعاد النظرية لتقنية الخدمة الذاتية	2.1.2
22	تطور تقنيات الخدمة الذاتية	3.1.2
25	مفهوم الإلزام القسري في تبني تقنيات الخدمة الذاتية	4.1.2
25	مفهوم الإلزام القسري	1.4.1.2
26	الاستجابات النفسية للإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية	2.4.1.2

30	<b>المبحث الثاني: المخاطر المدركة في بيئة الخدمة الذاتية</b>	<b>2.2</b>
31	مفهوم المخاطر المدركة	1.2.2
32	أنواع المخاطر المدركة	2.2.2
33	السيطرة المدركة	3.2.2
34	السياقات الإلزامية في بيئة الخدمة الذاتية وإدراك العملاء للمخاطر	4.2.2
40	<b>المبحث الثالث: سلوك المستهلك في قبول تقنيات الخدمة الذاتية</b>	<b>3.2</b>
41	نموذج قبول التكنولوجيا (TAM)	1.3.2
43	القيود والانتقادات لنموذج قبول التكنولوجيا (TAM)	2.3.2
46	النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها (UTAUT)	3.3.2
48	تجربة العميل السابقة مع الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا	4.3.2
50	الحاجة إلى التفاعل	5.3.2
	<b>الفصل الثاني: الإطار العملي</b>	<b>3</b>
56	منهجية البحث	1.3
56	مجتمع البحث وعينته	2.3
57	مقاييس الدراسة	3.3
60	الأساليب الإحصائية	4.3
61	إجراءات الدراسة	5.3
61	تصميم سيناريوهات الدراسة وإجراءاتها	1.5.3
63	صدق وثبات أداة القياس	2.5.3
65	التحليل الوصفي وحجم العينة	3.5.3
72	اختبار الفرضيات	4.5.3
94	مناقشة نتائج البحث	6.3
97	المقترحات والتوصيات	7.3

99	محددات البحث والدراسات المستقبلية	8.3
100	المراجع	

### فهرس الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
1	عبارات مواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة	57
2	عبارات الإلزام القسري باستخدام أجهزة الخدمة الذاتية عبر أوضاع الخدمة	58
3	عبارات مخاطر الأداء المدركة	58
4	عبارات تجربة العميل السابقة مع الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا	59
5	عبارات الحاجة إلى التفاعل	59
6	عبارات تقييم السيناريو	60
7	قيمة ثبات كرومباخ ألفا لمقاييس الدراسة	64
8	اختلاف متوسطي الإلزام القسري وفقاً لكل سيناريو Group Statistics	64
9	Independent Samples Test اختبار اختلاف متوسطي الإلزام القسري وفقاً لكل سيناريو	65
10	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	66
11	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئات العمرية	66
12	توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية وفقاً لكل سيناريو	67
13	اختبار One Sample T-Test لتقييم السيناريوهات	68
14	اختبار One Sample T-Test لمتغير الإلزام القسري	69
15	اختبار One Sample T-Test لمتغير مخاطر الأداء المدركة	70
16	اختبار One Sample T-Test لمتغير مواقف العملاء	71
17	اختبار ملاءمة نموذج الدراسة	75

76	التأثير المباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء في السيناريو الأول	18
77	التأثير المباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء في السيناريو الثاني	19
78	Independent Samples Test - اختبار اختلاف متوسطي مواقف العملاء وفقاً لأوضاع الخدمة	20
79	اختلاف متوسطي مواقف العملاء وفقاً لأوضاع الخدمة Group Statistics	21
80	التأثير المباشر للإلزام القسري في المخاطر المدركة في السيناريو الأول	22
81	التأثير المباشر للإلزام القسري في المخاطر المدركة في السيناريو الثاني	23
82	Independent Samples Test - اختبار اختلاف متوسطي مخاطر الأداء المدركة وفقاً لأوضاع الخدمة	24
83	اختلاف متوسطي مخاطر الأداء المدركة وفقاً لأوضاع الخدمة Group Statistics	25
84	المعاملات المعيارية والتأثيرات المباشرة وغير المباشرة في السيناريو الأول	26
86	المعاملات المعيارية والتأثيرات المباشرة وغير المباشرة في السيناريو الثاني	27
89	اختبار ملاءمة نموذج الدراسة بعد إضافة متغير التفاعل (الإلزام القسري × تجربة العميل السابقة)	28
90	معاملات الانحدار لمتغير تجربة العميل السابقة	29
91	اختبار ملاءمة نموذج الدراسة بعد إضافة متغير التفاعل (الإلزام القسري × الحاجة إلى التفاعل)	30
92	معاملات الانحدار لمتغير الحاجة إلى التفاعل	31
93	ملخص نتائج الفرضيات	32

## الفصل الأول

### الفصل التمهيدي

- مقدمة
- مصطلحات البحث
- مشكلة البحث
- الدراسات السابقة وتطوير الفرضيات
- أهداف البحث
- أهمية البحث
- منهجية البحث
- مجتمع البحث وعينته
- نوع بيانات البحث ومصادرها
- حدود البحث
- نموذج البحث

## 1.1 مقدمة

مع الانتشار الواسع لتقنيات الخدمة الذاتية، التي أحدثت تحولاً جذرياً في تجربة العملاء من خلال إشراكهم في إنتاج واستهلاك الخدمة دون الحاجة إلى مشاركة مباشرة من موظفي الخدمة، أصبح من الضروري لمقدمي الخدمة دراسة احتياجات وتفضيلات عملائهم بعناية عند اتخاذ قرار تبني هذه التقنيات. بالإضافة إلى ذلك، يتوجب على مقدمي الخدمة توفير الدعم الكافي للعملاء الذين يواجهون تحديات في استخدام هذه التقنيات، فضلاً عن إنشاء أنظمة تمكن العملاء من تقديم ملاحظاتهم والتعبير عن مخاوفهم لتحسين تجاربهم وضمان تقديم خدمة عالية الجودة.

في السنوات الأخيرة، ومع تسارع الابتكارات التكنولوجية، سعت العديد من الشركات إلى استبدال الخدمات التقليدية بأجهزة الخدمة الذاتية، بل إن بعضها اعتمد أسلوب الإلزام القسري للعملاء باستخدام هذه الأجهزة عن طريق تقليل أو إلغاء توافر الخدمات التقليدية. ومع ذلك، أظهرت الدراسات أن إجبار العملاء على استخدام تقنيات الخدمة الذاتية قد يولد ردود فعل سلبية، سواء من الناحية العاطفية أو المعرفية. ف عاطفياً، قد يشعر العملاء بمشاعر سلبية مثل القلق والانزعاج، بينما معرفياً، قد تتكون لديهم إدراكات غير عادلة عن الخدمة، مما يؤدي إلى انخفاض تقييماتهم تجاه مقدمي الخدمة، وزيادة نواياهم لتغيير المزودين، وظهور مواقف سلبية تجاه الخدمة المقدمة.

بشكل عام، يُعد تأثير الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في مواقف العملاء مسألة معقدة ومتعددة الأبعاد؛ إذ ينشئ هذا الإلزام لدى العملاء إدراكاً أعلى للمخاطر، فتتباين حدة هذا الإدراك تبعاً لعوامل شخصية كخبرتهم السابقة وحاجتهم إلى التفاعل البشري. لذلك، يجب على مقدمي الخدمة السعي لتحقيق توازن بين الفوائد التي توفرها هذه التقنيات والتأثيرات السلبية المحتملة في مواقف العملاء، لضمان تقديم تجربة مرضية تتوافق مع احتياجات العملاء وتوقعاتهم. يتطلب ذلك اتباع نهج استراتيجي ومدروس في تنفيذ هذه التقنيات لضمان تحقيق رضا العملاء مع تحقيق الأهداف التشغيلية، بما في ذلك تحسين الكفاءة وتقليل التكاليف التشغيلية وزيادة الربحية. يظل الهدف الأساسي هو تحقيق توازن بين راحة العملاء وضمان رضاهم عن مستوى الخدمة المقدمة، مما قد يقلل التأثيرات السلبية المحتملة ويوفر تجربة إيجابية شاملة.

استناداً إلى ما تقدم، وبالنظر إلى أن تقنية الخدمة الذاتية تُعد من الموضوعات الحديثة التي تتسم بسرعة تطورها التقني، سيتناول هذا البحث دراسة أثر الإلزام القسري ضمن أوضاع الخدمة الكاملة والخدمة الذاتية فقط في مواقف العملاء، لتقديم رؤية أعمق حول هذا المجال ودعم مقدمي الخدمة في تحسين تجارب عملائهم.

## 2.1 مصطلحات البحث

بناءً على ما تناولته أدبيات علم الإدارة عن تقنية الخدمة الذاتية، يُقدّم الباحث فيما يلي الجوانب المتعلقة بمفهوم تقنية الخدمة الذاتية:  
تقنيات الخدمة الذاتية، الإلزام القسري، المخاطر المدركة، تجربة العميل السابقة مع الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا، والحاجة إلى التفاعل البشري.

### 1- تقنيات الخدمة الذاتية (self-service technologies) (SSTs):

يُعرف (Meuter et al., 2000) تقنية الخدمة الذاتية بأنها التقنيات التي يستخدمها العملاء بشكلٍ مستقلٍ دون تفاعلٍ مع موظفين ودون حاجةٍ لمساعدة الموظفين لهم، كما نكر أنّ تقنية الخدمة الذاتية هي التقنية التي تمكّن العملاء من الاستفادة من الخدمة بدون أيّ تدخلٍ من موظفٍ الخدمة.

### 2- الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية (forced use of self-service technologies):

يشير الإلزام القسري إلى الحالات التي يُجبر فيها العملاء على استخدام تقنيات الخدمة الذاتية دون توفر خياراتٍ بديلةٍ لتلقي الخدمة، مما يحرمهم من حرية اختيار وسيلة الخدمة التي تتناسب مع تفضيلاتهم (Reinders et al., 2008).

### 3- مواقف العملاء (Customers' Attitudes):

يُعرف (Day & Stafford, 1997) مواقف العملاء بأنها التقييمات العاطفية والمعرفية التي يُكوّنها العملاء تجاه مقدم الخدمة.

### 4- المخاطر المدركة (Perceived risk):

تُعرف المخاطر المدركة على أنها التقييم الذاتي للخسائر المحتملة أو إدراك عدم التأكد من استخدام خدمة تستند إلى تقنية الخدمة الذاتية (Featherman & Pavlou, 2003).

### 5- تجربة العميل السابقة مع الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا

### (consumers' previous experience with TBSS):

مدى استخدام العملاء لأنواعٍ مختلفةٍ من الخدمات الذاتية التي تعتمد على التكنولوجيا، مثل الأجهزة الذاتية لشراء التذاكر أو استخدام الإنترنت أو الهواتف للحصول على الخدمات (Reinders et al., 2008).

### 6- الحاجة إلى التفاعل (Need for interaction):

هي أهمية التفاعل البشري مع المستهلك في لقاءات الخدمة (Dabholkar & Bagozzi, 2002).

### 3.1 مشكلة البحث وتساؤلاته:

انتشرت تقنيات الخدمة الذاتية على نطاقٍ واسعٍ في مختلفِ القطاعاتِ الخدمية، إذ أصبحت خيارًا استراتيجيًا لمقدمي الخدمات لرفع الكفاءة التشغيلية، وخفض النفقات، وتحسين تجربة الخدمة من حيث السرعة والمرونة. ومع أن هذه التقنيات تُسهم في تحقيق وفوراتٍ مهمةٍ وإضفاء قيمةٍ مضافةٍ على العمليات، يتخذ بعض مقدمي الخدمات سياسة الإلزام القسري حين يسعون إلى تضخيم وفورات الخدمة الذاتية من دون أن يقدموا للعميل خيارًا حقيقيًا؛ فيجربون القنوات البشرية جزئيًا أو كليًا، ويحولون صفوف الانتظار داخل الفروع إلى أكشاك رقمية، ويفرضون تطبيقات المحمول كبوابةٍ وحيدةٍ للدفع أو الحجز، أو يُبقون الموظفين كحراسٍ بوابةٍ يوجهون كلَّ عميلٍ إلى الجهاز قبل أيِّ تفاعلٍ شخصي، وأحيانًا يختفون تمامًا من الواجهة فتغدو الخدمة الذاتية السبيلَ الوحيدَ لإنهاء المعاملة .

تُتخذ هذه القرارات غالبًا كحلولٍ تكتيكيةٍ سريعةٍ بلا إطارٍ استراتيجيٍّ متكاملٍ؛ فلا تُحتَبَرُ تجربةُ المستخدم مسبقًا، ولا يُراعى تباينُ العملاء في جاهزيتهم الرقمية أو حاجتهم للتفاعل البشري، ولا تُخصَّصُ مواردٌ كافيةٌ للتعليم والدعم خلال مرحلة الانتقال. وينتج عن ذلك تباينٌ إدراكيٍّ بين مقدمي الخدمة والعملاء؛ إذ قد يشعر العميل بأن مزود الخدمة يتكبر لمسؤوليته أو يُنتقص من قيمته الإنسانية، فيتضخم لديه إحساسُ فقدان السيطرة ويزداد قلقه من الوقوع في أخطاءٍ مكلفةٍ، فتتحول تقنيات الخدمة الذاتية من أداةٍ للكفاءة إلى مصدرٍ للمقاومة والمواقف السلبية.

بناءً على ما سبق، يركّز هذا البحث على تأثير الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ضمن وضعي الخدمة الكاملة والخدمة الذاتية فقط في مواقف العملاء؛ حيث يشير الأول إلى توافر القنوات التقليدية والذاتية معًا، بينما يغيب في الثاني كلُّ خيارٍ تقليديٍّ، ودور المخاطر المدركة كوسيط بين الإلزام القسري في هذه الأوضاع ومواقف العملاء، بالإضافة إلى دور كل من تجربة العميل السابقة مع الخدمات الذاتية القائمة على التكنولوجيا والحاجة إلى التفاعل البشري كمدّلين لهذه العلاقة، ويسعى للإجابة على التساؤلات التالية:

- هل سيؤدي الإلزام القسري الذي يفرضه مقدم الخدمة على العملاء باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية سواءً في وضع الخدمة الكاملة، أو في وضع الخدمة الذاتية فقط إلى تأثيرٍ سلبيٍّ في مواقفهم تجاه مقدمي الخدمة، وهل سيختلف هذا الأثر بين الوضعتين؟
- هل سيؤدي الإلزام القسري الذي يفرضه مقدم الخدمة على العملاء باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية سواءً في وضع الخدمة الكاملة، أو في وضع الخدمة الذاتية فقط إلى ارتفاعٍ في مستوى المخاطر المدركة، وهل سيختلف هذا الأثر بين الوضعتين؟

- هل تتوسط المخاطر المدركة العلاقة بين الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في أوضاع الخدمة المختلفة ومواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة؟
- هل تُعدّل تجربة العميل السابقة مع الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا أثر الإلزام القسري في المخاطر المدركة؟
- هل تُعدّل الحاجة إلى التفاعل البشري أثر الإلزام القسري في المخاطر المدركة؟

#### 4.1 الدراسات السابقة وتطوير الفرضيات

تُعتبر الأبحاث والدراسات السابقة العامل الأهم في بناء الأبحاث والدراسات التي تليها، فمن خلال مراجعتها والإطلاع على نتائجها وتوصياتها، يصبح بالإمكان صياغة فرضيات الأبحاث الجديدة وتحديد متغيراتها. فيما يأتي مجموعة من الدراسات والأبحاث السابقة التي اعتمد عليها الباحث في تطوير فرضيات هذه الدراسة:

##### 1.4.1 الدراسات المتعلقة بالإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة:

يُشير مصطلح الخدمة الكاملة إلى حالة تتوافر فيها في اللحظة نفسها قناتان بديلتان لخدمة العميل: قناة بشرية تقليدية وقناة ذاتية قائمة على التكنولوجيا، مع ترك حرية الاختيار بينهما للعميل. أما الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في هذه البيئة يُشير إلى إلزام العملاء باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في الحالة التي يتوفّر فيها وضع التعامل مع الموظفين التقليديين، ولكن يُنمّ توجيه العملاء، بشكل مباشر أو غير مباشر، باستخدام أجهزة تقنيات الخدمة الذاتية من خلال سياسات مؤسسية وتصميم يحدّان من توافر الخدمة الكاملة، حيث يقوم البعض بدفع العميل إلى استخدام هذه التقنيات عبر الحدّ من توافر الخدمات الكاملة (White et al., 2012) ، وفقاً لنظرية المقاومة النفسية (Brehm, 1966)، سيشعر الفرد بأنّ حرّيته في الاختيار مقيدة، وبالتالي سيتعرّض إلى ضغوط نفسية وعواطف سلبية، والتي ستحوّل إلى موقف سلبيّ تجاه مصدر التقييد (Sittenthaler et al., 2016) .

مع محدودية هذا الوصول، يشعر العملاء بأنهم مضطرون من قبل مقدمي الخدمة لاستخدام تقنية الخدمة الذاتية، على سبيل المثال في دراسة قام بها (Bulmer et al., 2018) في بيئة البيع بالتجزئة، لاستكشاف

اعتماد عمليات الدفع بالخدمة الذاتية والالتزامات الاجتماعية المرتبطة بممارسات التسوق، أظهرت النتائج أن العملاء قد يشعرون أنهم ملزمون باستخدام تقنية الخدمة الذاتية بالسماح للعملاء الآخرين المحتاجين للخدمات التقليدية (مثل أولئك الذين لديهم أطفال صغار). وناقشت الدراسة أن الالتزام الاجتماعي باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية لتوفير الفرصة للعملاء الآخرين يمكن أن يؤدي إلى استياء العملاء الذين يفضلون الخدمة التقليدية.

وفي دراسة أخرى قام بها (Reinders et al., 2008) للبحث في عواقب إلزام المستهلكين باستخدام الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا، أظهرت النتائج أن إلزام العملاء باستخدام ماكينات التذاكر بدلاً من التفاعل مع الموظفين التقليديين أدى إلى شعورهم بفقدان الحرية، مما نتج عنه مواقف سلبية تجاه مقدمي الخدمة، وبالتالي أشارت نتائج الدراسة إلى أن إجبار المستهلكين على استخدام تقنية الخدمة الذاتية لا يؤدي فقط إلى المواقف السلبية للعملاء تجاه تقنية الخدمة الذاتية ومقدمي الخدمة، بل إلى نية تبديل مقدم الخدمة أيضاً.

وفي دراسة أخرى قام بها (Fitzsimons & Lehmann, 2004) حول استكشاف كيفية تفاعل الأفراد مع التوصيات غير المرغوب فيها، أشارت النتائج إلى أن تقييد خيارات العملاء يزيد من الإحباط والمشاعر السلبية تجاه المصدر المسؤول عن التقييد.

وفقاً لنظرية الإنصاف المدركة (Adams, 1965)، فإنه عندما يشعر العملاء بأن الخيارات المقدمة لهم ليست عادلة أو متساوية، سيتأثر إدراكهم تجاه مقدم الخدمة بشكل سلبي. على سبيل المثال، في دراسة قام بها (White et al., 2012) حول آثار العدالة المدركة على استجابات العملاء لسياسة الدفع باتجاه تقنية الخدمة الذاتية في بيئة البيع بالتجزئة، أشارت نتائج الدراسة إلى أن تقليل نقاط الخدمة التقليدية (تقليل صفوف الدفع اليدوي) في محطات السوبرماركت وزيادة نقاط الخدمة الذاتية يدفع العملاء إلى الشعور بالإجبار على استخدام التقنية، مما يؤدي إلى مشاعر بعدم الإنصاف ومواقف سلبية تجاه مقدمي الخدمة.

## 2.4.1 الدراسات المتعلقة بالإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة

### الذاتية فقط:

هو الحالة التي يُلغى فيها خيار الخدمة الكاملة أي الجمع بين القناة البشرية والقناة الذاتية فنُصبح تقنية الخدمة الذاتية السبيل الوحيد لإتمام المعاملة. على الرغم من أنّ تقنية الخدمة الذاتية توفّر مزايا مختلفة للعملاء، لا يُفضّل جميع العملاء استخدام هذه التقنيات، سيختار العديد من العملاء خيار الخدمة التقليدية بدلاً من تقنية الخدمة الذاتية؛ لأنّ تجربة التسوّق الخاصة بهم قد تتعرّض للخطر (Bitner et al., 2002). بالاعتماد على أدبيات المقاومة النفسية، يوضّح (Reinders et al., 2008) في دراسته للبحث في عواقب إجبار المستهلكين على استخدام الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا أنّه عندما يقوم مقدمو الخدمة باستبدال موظفي مكتب التذاكر بالكامل بآلات بيع التذاكر الذاتية الخدمة، سيتولّد لدى العملاء موقف سلبيّ تجاه خيار الخدمة الجديد، بالإضافة إلى تقييمات سلبية لمقدمي الخدمة وزيادة احتمالية التحول إلى مقدمي خدمة آخرين يُقدّمون خدمةً شخصيةً.

وبالمثل، أظهرت دراسة أجراها (Popp et al., 2021) لفهم تفضيلات أنواع حجز التذاكر في الأحداث الرياضية في بيئة تُعرّض فيها التذاكر الإلكترونية، أنّ فرض استخدام التذاكر الإلكترونية في الأحداث الرياضية أثر على تفضيلات العملاء، حيثُ فضّل 29.6% من العملاء التذاكر الورقية بسبب سهولتها وموثوقيتها، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ فرض التذاكر الإلكترونية يمكن أن يُؤدّي إلى مشاعر إحباط لدى العملاء الذين يُفضّلون التذاكر الورقية.

عندما يُجبر مقدمو الخدمة العملاء على استخدام تقنية الخدمة الذاتية من خلال استبعاد الخدمة الشخصية، يعتقد العملاء أنّ مشاركتهم إلزامية بالفعل، وبالتالي قد تكون آثار مشاركتهم في عملية إنتاج الخدمة على نتائج المشاركة سلبية (Blut et al., 2016; Feng et al., 2018).

وفي دراسة قام بها (Cao et al., 2022) لتحليل تأثير الاعتماد على نموذج الخدمة الذاتية فقط في مواقف العملاء السلبية تجاه مقدمي الخدمات، أشارت النتائج إلى أنّه عندما يلزم العملاء باستخدام تقنية الخدمة الذاتية عبر الغياب الكامل للخدمة الكاملة، يقلّ إحساسهم بالحرية في الاختيار، وبالتالي شعورهم بفقدان السيطرة، مما يولد لديهم مشاعر سلبية، وهو ما يؤدي إلى تقييمات سلبية تجاه مقدمي الخدمة.

استنادًا إلى ما سبق، يُتوقع أن يؤدي إلزام العملاء القسري باستخدام تقنية الخدمة الذاتية، سواءً في ظلّ توفر الخدمة الشخصية أو في ظلّ غيابها، إلى توليد مواقف سلبية تجاه مقدّمي الخدمة. ومع ذلك، من المرجح أن تكون المواقف السلبية للعملاء أكثر حدةً في حالة الإلزام باستخدام تقنية الخدمة الذاتية على الرغم من توفر موظفين يُقدّمون خدماتٍ شخصية، مقارنةً بحالة الإلزام باستخدام الخدمة الذاتية في ظلّ غيابٍ كاملٍ للخدمات الشخصية. بناءً على ذلك، تمّ صياغة الفرضيات التالية:

### **H1 الفرضية الرئيسية الأولى:**

يؤثر الإلزام القسري الذي يفرضه مقدّم الخدمة باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضعي الخدمة سلبيًا في مواقف العملاء تجاه مقدّم الخدمة.

#### **H1a الفرضية الفرعية الأولى:**

يؤثر الإلزام القسري الذي يفرضه مقدّم الخدمة باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة سلبيًا في مواقف العملاء تجاه مقدّم الخدمة.

#### **H1b الفرضية الفرعية الثانية:**

يؤثر الإلزام القسري الذي يفرضه مقدّم الخدمة باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط سلبيًا في مواقف العملاء تجاه مقدّم الخدمة.

#### **H1c الفرضية الفرعية الثالثة:**

تختلف مواقف العملاء تجاه مقدّم الخدمة، تبعًا لوضع الخدمة (خدمة كاملة مقابل خدمة ذاتية فقط)، عند فرض مقدّم الخدمة الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية.

### 3.4.1 الدراسات المتعلقة بالمخاطر المدركة في سياق الإلزام القسري باستخدام تقنيات

#### الخدمة الذاتية:

تُعَدُّ المخاطر المدركة إحدى النتائج الشائعة التي يُستشهدُ بها كثيرًا في سياق اعتماد تقنية الخدمة الذاتية (Featherman et al., 2010; Im et al., 2008).

في دراسة قامَ بها (Mitchell & Vassos, 1998) لدراسة المخاطر المدركة والحدّ من المخاطر في مشتريات العطلة، أشارت نتائج الدراسة إلى أنّ المخاطر المدركة تنشأ من شعور العملاء بالغموض فيما يتعلّق بشراء سلعة أو خدمة.

وفي دراسة أخرى قامَ بها (Featherman & Pavlou, 2003) حول توقع اعتماد الخدمات الإلكترونية، بحثت الدراسة أشكالاً مختلفة من المخاطر، مثل المخاطر المالية، والمخاطر الظرفية، والمخاطر النفسية، والمخاطر العامة، ومخاطر الأداء.

على الرغم من ارتباط أشكال متعددة من المخاطر بتقنية الخدمة الذاتية، يُعَدُّ التركيز على مخاطر الأداء الأهمّ في هذا السياق، والتي تُعرّف على أنها احتمالية عدم أداء الخدمة كما تمّ تصميمها والإعلان عنها (Curran & Meuter, 2005; Featherman & Pavlou, 2003; Kleijnen et al., 2007).

في أدبيات تقنية الخدمة الذاتية ربطت الدراسات السابقة المخاطر المدركة بمفهوم السيطرة المدركة، أكّد (Paluch & Wunderlich, 2016) في دراسة قامَ بها للبحث في تباين إدراكات المخاطر لابتكارات الخدمات القائمة على التكنولوجيا في البيئات المشتركة بين المنظمات أنّ زيادة التحكم أثناء تقديم الخدمة (مثل القدرة على إنهاء عملية ما) يُقلّل من إدراك العملاء للمخاطر، وفي المقابل، في الأشكال المختلفة من الخدمات الذاتية، تكون السيطرة المدركة أقلّ حيث يخشى العملاء من الحواجز التكنولوجية غير المرغوب فيها (Kleijnen et al., 2007; Reinders et al., 2008).

وفي دراسة أجراها (Schaarschmidt & Höber, 2017) لمقارنة خدمات الحجز الرقمي عبر الإنترنت مع خدمات الحجز عبر الهاتف، أظهرت النتائج أنّ قناة الحجز (الحجز عبر الإنترنت مقابل الحجز عبر الهاتف) تؤثر في مخاطر الحجز المدركة، وأظهرت أنّ السيطرة المدركة أعلى للحجوزات عبر الهاتف حيث يعلم العملاء أنه يمكنهم توجيه أيّ مخاوف إلى وكلاء الاتصال في أيّ وقت، لذلك يشعرون بالسيطرة على عملية الحجز، وأنّ الحجوزات عبر الإنترنت (مقابل الهاتف) مرتبطة بمخاطر أداء أعلى بسبب زيادة مسؤولية العملاء ونقص التحكم المدرك نتيجة الحادثة التكنولوجية وتعقيد الحجوزات عبر الإنترنت مقارنةً بحجوزات الهاتف.

وفي دراسةٍ حول تفضيلاتِ العملاءِ في حالِ فشلِ الخدمةِ، أشارَ (Collier et al., 2017) إلى أنّ المسؤوليةَ المتزايدةَ للعملاءِ المتعلقةَ بتنفيذِ الخدمةِ الذاتيةِ بنجاحٍ توسّعُ نطاقَ الإخفاقاتِ المحتملةِ، وهو الموقفُ الذي يمكنُ أن يؤثرَ سلبيًا على تقييماتِ العملاءِ لمقدمِ الخدمةِ، وبالتالي قد يتمُّ تضخيمُ المخاطرِ المرتبطةِ باستخدامِ تقنيةِ الخدمةِ الذاتيةِ بسببِ انخفاضِ دعمِ الموظفينِ في حالةِ حدوثِ مشكلةِ.

تُعَدُّ السيطرةُ المدركةُ أعلى في سياقِ وضعِ الخدمةِ الذاتيةِ عندما تكونُ الخدماتُ الكاملةُ متوفرةً؛ إذ يعلمُ العملاءُ أنه بإمكانهم توجيةَ مخاوفهم إلى موظفي الخدمةِ لتصحيحها في حالِ فشلها. وحتى إذا لم يكنِ الموظفونَ متاحينَ فعليًا لتقديمِ الخدمةِ، فإنَّ توافرهم الإدراكيَّ بحدِّ ذاته يساهمُ في شعورِ العملاءِ بالطمأنينةِ والثقةِ أثناءَ استخدامِ تقنيةِ الخدمةِ الذاتيةِ، مما يعزّزُ إحساسهم بالتحكُّمِ فيها.

(Bitner et al., 2000; Paluch & Wunderlich, 2016; Schaarschmidt & Höber, 2017).

وبالمقابل، في وضعِ الخدمةِ الذاتيةِ فقطٍ ومع غيابِ الخدمةِ الكاملةِ، تكونُ السيطرةُ المدركةُ أقلَّ حيثُ يخشى العملاءُ من الحواجزِ التكنولوجيةِ غيرِ المرغوبِ فيها؛ لذلك قد يرتبطُ الإلزامُ القسريُّ في وضعِ الخدمةِ الذاتيةِ فقطٍ مقارنةً بوضعِ الخدمةِ الكاملةِ بوجودِ موظفينَ يُقدِّمونَ خدمةً شخصيةً بمخاطرٍ أعلى في الأداءِ بسببِ زيادةِ مسؤوليةِ العملاءِ ونقصِ التحكمِ المدركِ نتيجةَ الحداثةِ التكنولوجيةِ.

بناءً على ذلك، تمَّ صياغةُ الفرضياتِ التاليةِ:

## **H2 الفرضية الرئيسية الثانية:**

يؤثرُ الإلزامُ القسريُّ الذي يفرضه مُقدِّمُ الخدمةِ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ في وضعِ الخدمةِ إيجابيًا في مستوى مخاطرِ الأداءِ المدركةِ.

### **H2a الفرضية الفرعية الأولى:**

يؤثرُ الإلزامُ القسريُّ الذي يفرضه مُقدِّمُ الخدمةِ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ في وضعِ الخدمةِ الكاملةِ إيجابيًا في مستوى مخاطرِ الأداءِ المدركةِ.

### **H2b الفرضية الفرعية الثانية:**

يؤثرُ الإلزامُ القسريُّ الذي يفرضه مُقدِّمُ الخدمةِ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ في وضعِ الخدمةِ الذاتيةِ فقطٍ إيجابيًا في مستوى مخاطرِ الأداءِ المدركةِ.

### **H2c الفرضية الفرعية الثالثة:**

يختلفُ مستوى مخاطرِ الأداءِ المدركةِ تبعًا لوضعِ الخدمةِ (خدمةٍ كاملةٍ مقابلِ خدمةٍ ذاتيةٍ فقط) عندَ فرضِ مُقدِّمِ الخدمةِ الإلزامَ القسريُّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ.

نظراً لأنه من المفترض أن يؤثر الإلزام القسري ضمن أوضاع الخدمة الكاملة والخدمة الذاتية فقط في مستوى مخاطر الأداء المدركة، فقد اعتبرت الأدبيات السابقة هذه المخاطر عائقاً رئيسياً أمام اعتماد المنتجات والخدمات التكنولوجية (Curran & Meuter, 2005; Lee & Allaway, 2002).

وفي الدراسة التي أجراها (Schaarschmidt & Höber, 2017) لمقارنة خدمات الحجز الرقمي عبر الإنترنت مع خدمات الحجز عبر الهاتف، أوضح أنه على الرغم من إمكانية وجود تأثيرات مباشرة لنوع قناة الحجز على الفائدة ونية الاستخدام، إلا أن مخاطر الحجز المدركة المرتبطة هي التي تُحدّد في النهاية نية اعتماد أو رفض نظام الحجز. وبناءً على افتراض وجود تأثير سلبي مباشر للإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ضمن أوضاع الخدمة الكاملة و الخدمة الذاتية فقط في مواقف العملاء، فإن مخاطر الأداء المدركة ستؤثر بدورها على تلك المواقف تجاه مقدمي الخدمة. بناءً على ما سبق، تمّ افتراض ما يلي:

### **H3 الفرضية الثالثة:**

تتوسط مخاطر الأداء المدركة العلاقة بين الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة.

#### **H3a الفرضية الفرعية الأولى:**

تتوسط مخاطر الأداء المدركة العلاقة بين الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة في وضع الخدمة الكاملة.

#### **H3b الفرضية الفرعية الثانية:**

تتوسط مخاطر الأداء المدركة العلاقة بين الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة في وضع الخدمة الذاتية فقط.

#### 4.4.1 الدراسات المتعلقة بتجربة العميل السابقة وعلاقتها بمخاطر الأداء المدركة في سياق

##### الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية:

تعدُّ تجربة العميل السابقة مع تقنيات الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا أحدَ العوامل الرئيسية التي تُؤثر على إدراك العميل لتلك التقنيات ومواقفه تجاهها. أظهرت العديد من الدراسات أنَّ التفاعلات الماضية مع التكنولوجيا تخلق إطاراً معرفياً يُحدِّد كيفية تقييم العميل لأيِّ خدمة جديدة. وتشمل هذه التجارب ما مرَّ به العملاء أثناء استخدام الأكواد الرقمية، وتطبيقات الهواتف الذكية، أو مواقع الحجز الإلكتروني. أشار (Brucks, 1986) إلى أنَّ المعرفة الإجرائية تتعلَّق بالقواعد اللازمة لاتخاذ الإجراءات المناسبة لإنجاز مهمة معينة. وفي الدراسة التي أجراها (Gao et al., 2022) لاستكشاف أثر إلزام استخدام تقنية الخدمة الذاتية في المواقف السلبية للعملاء، بيَّن الباحثون أنَّ المعرفة الإجرائية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالخبرة. ومن ثمَّ، ينبغي أن يكونَ العملاء الذين يكتسبون خبرة واسعة في تقنية الخدمة الذاتية على دراية كاملة بعملياتها، ويكونوا قادرين على جميع المعرفة الإجرائية وتخزينها في ذاكرتهم لاستخدامها عند التفاعل مع هذه التقنية. وفقاً للأدبيات المتعلقة بنظرية التحكم التعويضي (Landau et al., 2015)، عندما يدرك الفرد أنَّ السيطرة الشخصية في العلاقة منخفضة، فإنه سيحاول استعادة السيطرة الشخصية المفروضة. وتشمل الاستراتيجيات التعويضية استخدام القدرات الشخصية أو القدرات الخارجية لاستعادة هذه السيطرة؛ حيثُ تشيرُ "القدرات الشخصية" إلى الموارد التي يملكها الفرد (مثل المهارات والمعرفة والقدرات الأخرى) التي تُعزِّز أداءه في تحقيق غايات معينة. لذلك، يمكنُ لخبرة الفرد في الاستخدام والمعرفة أن تساعد الناس على تعويض المستوى المنخفض للسيطرة المدركة.

وفقاً لدراسة قام بها (Meuter et al., 2000) لفهم رضا العملاء من خلال لقاءات الخدمة القائمة على التكنولوجيا، وجدت الدراسة أنَّ التجارب الإيجابية السابقة تشجع السلوكيات الإيجابية المستقبلية، وخاصة تلك المتعلقة بأداء التقنية وسهولة الاستخدام. العملاء الذين يستخدمون تقنيات الخدمة الذاتية بشكل متكرر وبنجاح، يُظهرون مستويات أعلى من الثقة بالتقنيات الجديدة. على سبيل المثال، العملاء الذين استخدموا الأكواد الرقمية للدفع أو الحجز، ووجدوا أنها فعالة وسهلة الاستخدام، سيكون لديهم مواقف إيجابية تجاه تقنيات مشابهة، يمكن استنتاج أن هذه التجارب الإيجابية قد تقلل من المخاطر المدركة من خلال تعزيز ثقة العملاء وراحتهم عند التفاعل مع هذه التقنيات.

أوضحت الأديبات السابقة أيضًا أن التجربة السابقة تُعدُّ عنصرًا حاسمًا في تبني تقنيات الخدمة الذاتية. في دراسة قامَ بها (Reinders et al., 2008) حول عواقب إجبار المستهلكين على استخدام الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا، أظهرت النتائج أن العملاء الذين استخدموا الحجز عبر الإنترنت بنجاح في الماضي واجهوا مستويات أقل من المخاوف، ويميلون إلى إدراك أن التقنية ستعمل بكفاءة مرةً أخرى، مقارنةً بالعملاء الذين يجربون التقنية للمرة الأولى أو الذين يفكرون إلى الخبرة أو لديهم تجارب سلبية سابقة، حيث سيعانون من مشاعر الغموض وعدم الثقة بقدرتهم على التعامل مع التقنية. وأظهرت الأبحاث السابقة أيضًا أن التجربة السابقة مع تقنيات الخدمة الذاتية تُقلل من الحواجز النفسية المرتبطة باستخدام التقنيات الجديدة، مما قد يُفسر على أنه انخفاض في مخاطر الأداء المدركة. على سبيل المثال، العملاء ذوي الخبرة السابقة مع تقنيات الخدمة الذاتية يمتلكون مستويات أعلى من القدرة الذاتية والدوافع الخارجية، مما يعزز ثقتهم في التفاعل مع هذه التقنيات (Kim et al., 2013). هذا التمكين يُقلل من القلق التكنولوجي حيث يمكن أن الخبرة السابقة تُقلل العوائق النفسية التي تُساهم في إدراك المخاطر.

في سياق الإلزام القسري الذي يفرضه مُقدِّم الخدمة باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط، فإنَّ العملاء الذين هم على دراية بتقنية الخدمة الذاتية لديهم معرفة أفضل وخبرة كبيرة يمكنها تعويض تحكمهم الشخصي المنخفض؛ لذلك ستُنخفض مشاعرهم بالمخاطرة. وعلى العكس من ذلك، العملاء الذين ليسوا على دراية بتقنية الخدمة الذاتية لديهم موارد أقل لتعويض التحكم الشخصي؛ وبالتالي سيواجهون مستوى أعلى من المخاطرة.

في سياق الخدمة الكاملة، وعندما يُلزم مقدم الخدمة العملاء باستخدام تقنية الخدمة الذاتية بوجود موظفين يُقدِّمون خدمة شخصية، فقد تكون خبرة ومعرفة العملاء بهذه التقنية أقل صلةً بالسيطرة المدركة لديهم؛ ذلك أن الذين لا يملكون درايةً بتقنية الخدمة الذاتية يتمكّنون من تصحيح الخدمة عبر تحويل المعاملة إلى موظف (Collier et al., 2017)، مقارنةً بالسياق الذي يُلزم فيه العملاء في وضع الخدمة الذاتية فقط. حتى إذا غاب الدعم الفعلي، فإنَّ وجود الموظفين في بيئة الخدمة قد يخلق إحساسًا بالطمأنينة الإدراكية لدى العملاء. وفقًا لـ (Bitner et al., 1990)، يعزُّر وجود الموظفين شعور العملاء بوجود خيار احتياطي، مما يقلل القلق مؤقتًا.

لذلك، لا تختلف مخاطر الأداء المُدرَكةُ اختلافاً كبيراً بين العملاء ذوي المستويات المتفاوتة من التجربة السابقة مع تقنية الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة بوجود موظفين يُدَمون خدمةً شخصيةً؛ ومن ثمّ تمّ افتراض ما يلي:

#### **H4 الفرضية الرابعة:**

تعدّل تجربة العميل السابقة مع الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا العلاقة بين الإلزام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومخاطر الأداء المدركة، في وضعي الخدمة الكاملة والذاتية فقط؛ بحيث تنخفض العلاقة لدى العملاء ذوي الدرجات العالية من التجربة السابقة وترتفع لدى العملاء ذوي الدرجات المنخفضة.

#### **5.4.1 الدراسات المتعلقة بالحاجة إلى التفاعل البشري وعلاقتها بمخاطر الأداء المدركة في**

##### **سياق الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية:**

حددت الأدبيات السابقة حول فعالية تقنية الخدمة الذاتية سمات المستهلك مثل البحث عن الحداثة والكفاءة الذاتية والحاجة إلى التفاعل كمحددات مهمة لاعتماد تقنية الخدمة الذاتية (Dabholkar & Bagozzi, 2002)، وبالمثل، يُعرّف الحضور الاجتماعي بأنه المدى الذي يسمح به الوسيط للمستخدمين بتجربة الآخرين على أنهم حاضرون نفسياً (Fulk et al., 1987). من بين هذه السمات، تُعدّ الحاجة إلى التفاعل التي تُعرّف بأنها أهمية التفاعل البشري مع المستهلك في لقاءات الخدمة ذات أهمية حاسمة (Dabholkar & Bagozzi, 2002)، حيث يستمدّ العملاء الذين يُقدرون التفاعلات مع موظفي الخدمة فوائد اجتماعية إضافية من المعاملات التجارية (Evanschitzky et al., 2015).

عندما تكون التكنولوجيا على وشك أن تحلّ محلّ التفاعلات مع الموظفين، فإنّ العملاء الذين يحتاجون بشدّة إلى التفاعل سينظرون إلى التكنولوجيا على أنها معيبة، وغالباً ما سيرفضون الانتقال إلى ابتكارات الخدمات التكنولوجية (Kimes and Collier, 2015). وفي هذا السياق، أبرزت بعض الدراسات أنّ تفضيل العملاء للتفاعل مع الموظفين البشريين قد يؤثر على مواقفهم تجاه الخدمات الذاتية وعلى نيتهم في الاستمرار باستخدامها (Bitner et al., 2002; Köcher & Paluch, 2019; Li & Huang, 2019).

تشير الأبحاث إلى أنّ العملاء في سياق الخدمة الذاتية يميلون إلى تحمل مسؤولية أكبر عن نتائج الخدمة وإلقاء اللوم على أنفسهم في حالة حدوث أيّ فشلٍ أو تعطلٍ في الخدمة مقارنةً بسياق الخدمة الكاملة حيث

يميل العملاء إلى إلقاء اللوم على مزود الخدمة (Köcher & Paluch, 2019)، إذ أنه في سياق الخدمة الكاملة الذي يكون احتمال تغيير سلوك الموظفين أكبر. هذا ما يُعزِّز شعور المستخدمين بعدم الاستقرار في أداء الخدمة الذاتية مقارنةً بالخدمة البشرية.

قد يفسِّر العملاء الذين يشعرون براحةٍ أكبر عند التفاعل مع موظفي الخدمة (أي العملاء الذين لديهم مستوى عالٍ من الحاجة إلى التفاعل) استخدام تقنية الخدمة الذاتية على أنها أكثر خطورةً من الأنواع الأخرى، ويزداد هذا الإدراك عندما تكون الخيارات التفاعلية محدودةً، مثل غياب الدعم البشري المباشر. من جهةٍ أخرى، العملاء الذين لديهم حاجةٌ منخفضةٌ للتفاعل يُظهرون تقبلاً أكبر للخدمة الذاتية، حيث يفضلون الكفاءة على التفاعل الاجتماعي. وبناءً عليه، تم افتراض ما يلي:

## H5 الفرضية الخامسة:

تعدُّ الحاجة إلى التفاعل العلاقة بين الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومخاطر الأداء المدركة، في وضعي الخدمة الكاملة والذاتية فقط؛ بحيث ترتفع العلاقة لدى العملاء ذوي الدرجات العالية من الحاجة إلى التفاعل، وتتنخفض لدى العملاء ذوي الدرجات المنخفضة.

### 5.1 أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى تحليل أثر الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضعي الخدمة الكاملة والخدمة الذاتية فقط في مواقف العملاء عبر الدور الوسيط لمخاطر الأداء المدركة، كما يسعى إلى قياس دور تجربة العملاء السابقة مع تقنيات الخدمة الذاتية والحاجة إلى التفاعل في تعديل هذا الأثر. يمكن صياغة أهداف البحث كالآتي:

- تحليل تأثير الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة ووضع الخدمة الذاتية فقط في مواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة.
- دراسة الدور الوسيط للمخاطر المدركة بين الإلزام القسري ومواقف العملاء تجاه مقدم الخدمة في وضعي الخدمة (الكاملة والذاتية فقط).
- قياس دور تجربة العميل السابقة مع تقنيات الخدمة الذاتية في تعديل أثر العلاقة بين الإلزام القسري والمخاطر المدركة في وضعي الخدمة المدركة في وضعي الخدمة الكاملة والذاتية فقط.
- قياس دور الحاجة إلى التفاعل في تعديل أثر العلاقة بين الإلزام القسري والمخاطر المدركة في وضعي الخدمة الكاملة والذاتية فقط.

## 6.1 أهمية البحث

تبرز أهمية هذه الدراسة في موضوع الإلزام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية وأثره السلبي في مواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة، من خلال تكامل الأهمية العلمية والعملية:

**الأهمية العلمية (النظرية):** تتجلى الأهمية النظرية لهذه الدراسة في كونها تسدّ فجوةً بحثيةً واضحةً في الأدبيات العربية القليلة التي تناولت ظاهرة الإلزام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية، لا سيما في السوق السوري حيث يندر البحث في هذا الموضوع؛ فهي أولُ دراسةٍ من نوعها في سوريا تتناول هذا الإلزام وأثره السلبيّ في مواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة، مما يفتح آفاقًا جديدةً للبحث العلمي ويُتيح إطارًا أكثر عمقًا لفهم هذه العلاقة.

**الأهمية العملية (التطبيقية):** من المتوقع أن تسهم هذه الدراسة في توجيه مقدمي الخدمات في سوريا نحو تبني تقنيات الخدمة الذاتية بأسلوبٍ استراتيجيٍّ ومدروسٍ، عبر تقديم رؤى عملية تساعد الشركات على الموازنة بين مزايا تقنيات الخدمة الذاتية والتقليل من التأثيرات السلبية في مواقف العملاء، وتوفير أدوات تنفيذية لتحسين تجربة العملاء. كما تمكن هذه الدراسة مقدمي الخدمة من تصميم سياساتٍ دمجٍ مرنةٍ تجمع بين الخدمة الذاتية والدعم الشخصي لتحقيق رضا العملاء وزيادة ولائهم، وفي الوقت ذاته تدعم الأهداف التشغيلية للشركات من خلال تعزيز الكفاءة وخفض التكاليف التشغيلية.

## 7.1 منهجية البحث:

نظرًا لطبيعة البحث وأهدافه، سيتم الاعتماد على تصميمٍ تجريبيٍّ والذي يعتمد على إجراء التجارب والاختبارات من خلال تصميم سيناريوهاتٍ لاختبار الفرضيات المقترحة. يتجلى هذا التصميم في دراسة أثر الإلزام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ضمن أوضاع الخدمة الكاملة والذاتية فقط في مواقف العملاء مع تحليل الدور الوسيط للمخاطر المدركة، ودراسة دور العوامل المعدّلة مثل التجارب السابقة والحاجة إلى التفاعل في تعديل هذا الأثر.

## 8.1 مجتمع البحث وعينته:

يتكوّن مجتمعُ البحثِ من جميع مستخدمي تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ ضمنَ المؤسساتِ الخدميةِ في مدينةِ حمص. تمَّ اختيارُ عيّنةٍ ميسّرةٍ بلغ عددها 300 مستجيبٍ من طلابِ المرحلةِ الجامعيةِ الأولى في جامعةِ حمص، مع مراعاةِ النسبةِ والتناسبِ بين أعدادِ الطلابِ في الكلياتِ المختلفةِ، وقد قُسمتِ العيّنةُ بالتساوي لتغطيةِ السيناريوهينِ المختلفينِ للإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ في وضعي الخدمةِ الكاملةِ والذاتيةِ فقط.

يُمثّلُ هؤلاءِ الطلابُ فئةً مستخدمي تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ في المؤسساتِ الخدميةِ مثلَ شركاتِ الاتصالاتِ، ونظرًا لأنَّ العملاءَ الشبابَ هم من أبرزِ مُتبنّي ومستخدمي التقنياتِ الجديدةِ في السوقِ، فإنَّ استخدامَ عيّنةٍ من طلابِ الجامعاتِ كعملاءِ شبابٍ يُعدُّ مقبولًا بشكلٍ كبيرٍ في أبحاثِ خدمةِ العملاءِ.

(Köcher & Paluch, 2019; Lin and Hsieh, 2011).

## 9.1 نوع بيانات البحث و مصادرها:

سيعتمد الباحث في هذه الدراسة على نوعين من البيانات:

**البيانات الأولية:** وهي البيانات التي ستُجمع من خلالِ الاستبانةِ المُوجَّهةِ إلى طلابِ المرحلةِ الجامعيةِ الأولى في جامعةِ حمص.

**البيانات الثانوية:** وهي المعلوماتُ المستمدَّةُ من المراجعِ الأجنبيةِ والعربيةِ، والأبحاثِ المتعلِّقةِ بالإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ ومفاهيمه.

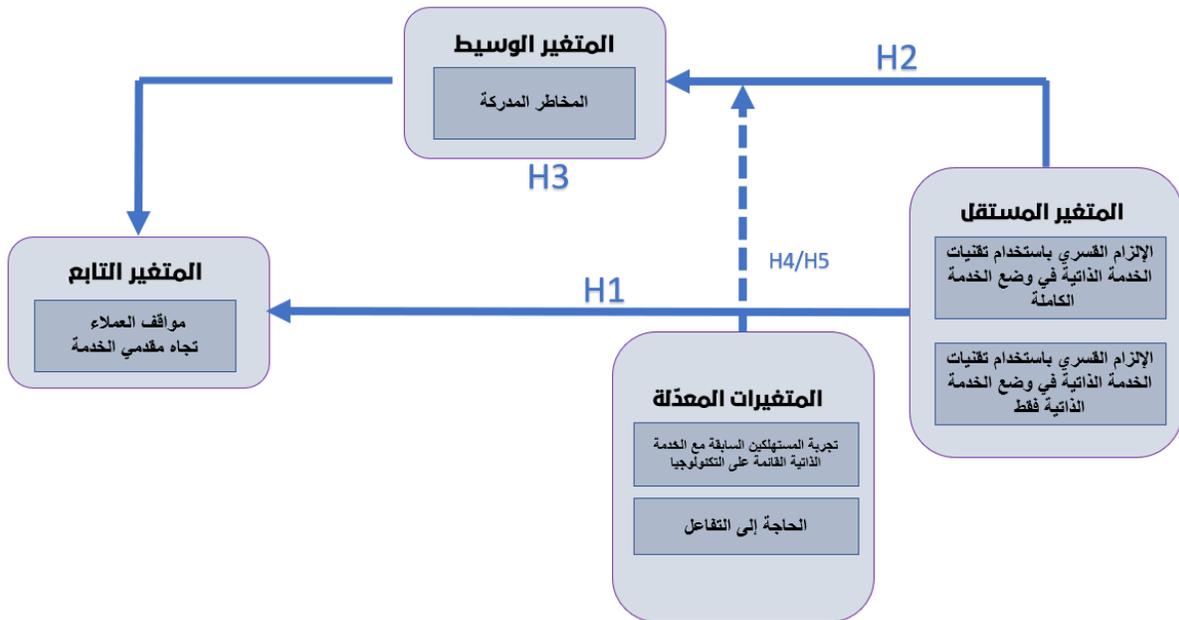
## 10.1 حدود الدراسة:

**الحدود الزمانية:** طبقتِ الدراسةُ في عامي 2024-2025.

**الحدود المكانية:** اقتصر البحث على طلابِ جامعةِ حمص في الجمهوريةِ العربيةِ السورية.

## 11.1 نموذج البحث:

يتمثل نموذج البحث بالشكل الآتي:



شكل رقم (1) نموذج البحث

المصدر: من إعداد الباحث

## الفصل الأول

### الإطار النظري

#### المبحث الأول: مفهوم تقنيات الخدمة الذاتية

- تمهيد
- مفهوم تقنيات الخدمة الذاتية:
- تعريف تقنية الخدمة الذاتية
- الأبعاد النظرية لتقنية الخدمة الذاتية
- تطور تقنيات الخدمة الذاتية
- مفهوم الإلزام القسري في تبني تقنيات الخدمة الذاتية:
- مفهوم الإلزام القسري
- الاستجابات النفسية للإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية

## تمهيد:

تُعَدُّ تقنيات الخدمة الذاتية من أبرز الابتكارات التكنولوجية التي أعادت تشكيل طريقة تقديم الخدمات في العصر الحديث، حيث أصبحت ركيزة أساسية لتعزيز استقلالية العملاء وتحقيق كفاءة تشغيلية عبر تقليل الاعتماد على الموارد البشرية. يستعرض هذا المبحث مفهوم تقنيات الخدمة الذاتية عبر تعريفات متعددة وأبعاد نظرية تشمل الجوانب التكنولوجية والاجتماعية والاقتصادية والنفسية، كما يتتبع تطوّر هذه التقنيات في ظلّ التحولات الرقمية، مع التركيز على مفهوم الإلزام القسريّ في تبنيها وأثاره على سلوكيات المستخدمين. يهدف المبحث إلى تقديم رؤية شاملة لفهم كيفية تفاعل هذه التقنيات مع متطلبات العصر واحتياجات العملاء، مُمهّداً الطريق لوضع استراتيجيات فعّالة تُوازن بين الابتكار والحفاظ على حق الاختيار.

### 1.1.2 تعريف تقنية الخدمة الذاتية:

تُعرَّف تقنيات الخدمة الذاتية بأنها التقنيات التي تُمكنُّ العملاء من إنتاج الخدمة بشكل مستقلّ دون تدخل مباشر من موظفي الخدمة، هذا التعريف يركز على دور المستخدم النهائي في التفاعل مع التكنولوجيا لإتمام المهام، مما يُعزِّز استقلاليتهم ويُقلِّل اعتمادهم على الموظفين (Meuter et al., 2000). أمّا (Bitner et al., 2002) فأضافوا بُعداً اقتصادياً للتعريف من خلال وصفها بأنها أدوات تكنولوجية تسمح للعملاء بالتفاعل مع الخدمات بشكل مباشر وفعّال، مما يُعزِّز تجربة المستخدم ويُقلِّل التكاليف التشغيلية للشركات. يُبرز هذا التعريف الجانب الاقتصادي لتقنيات الخدمة الذاتية، حيثُ تُسهم في خفض التكاليف من خلال تقليل الحاجة إلى القوى العاملة.

وقد قدم (Dabholkar, 1996) تعريفاً يُركِّز على الجودة حيث عرفها بأنها أنظمة تهدف إلى تمكين العملاء من إتمام المهام بأنفسهم، مما يزيد من كفاءة الخدمة ويحسن جودتها. يُسلِّط هذا التعريف الضوء على دور تقنيات الخدمة الذاتية في تحسين تجربة العملاء من خلال توفير خدمات سريعة ودقيقة.

وقد وسَّع (Wunderlich et al., 2015) نطاق التعريف ليشمل الجوانب التفاعلية، حيثُ عرّفوا أنظمة الخدمة الذاتية بأنها أنظمة تكنولوجية تسمح بالتفاعل بين العملاء والخدمات في بيئة رقمية، مما يعزِّز الرضا العام ويُوفِّر تجارب مُخصّصة. يبرز هذا التعريف دور التخصيص والتفاعل في تحسين تجربة المستخدم. من خلال تحليل التعاريف السابقة، يُمكن استخلاص عدّة جوانب رئيسية لتقنيات الخدمة الذاتية:

الاستقلالية: تَمُنَحُ هذه التقنيات العملاء القدرة على إتمام المهام بأنفسهم، مما يعزز شعورهم بالتحكم في تجربتهم.

الكفاءة: تساهم في تقليل الوقت والجهد المطلوبين لإتمام الخدمات، مما يعزز رضا العملاء.

التكلفة: تساعد الشركات على خفض التكاليف التشغيلية عبر تقليل الاعتماد على الموظفين.

التخصيص: توفّر هذه التقنيات تجارب مخصصة للعملاء من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات.

## 2.1.2 الأبعاد النظرية لتقنيات الخدمة الذاتية:

تعدّ تقنيات الخدمة الذاتية من أبرز الابتكارات التكنولوجية التي غيرت طريقة تفاعل العملاء مع الخدمة في مختلف القطاعات. ومع تزايد انتشار هذه التقنيات، أصبح من الضروري تحليلها عبر أبعاد نظرية متعددة لفهم تأثيرها الشامل على المستويات التكنولوجية والاجتماعية والاقتصادية والنفسية. هذه الأبعاد لا تُوفّر فقط إطاراً نظرياً لفهم كيفية عمل تقنيات الخدمة الذاتية، بل تُساعد أيضاً في تحديد الفرص والتحديات المرتبطة بتطبيقها. في هذا السياق، سوف نستعرض أربعة أبعاد رئيسية: البعد التكنولوجي، البعد الاجتماعي، البعد الاقتصادي، والبعد النفسي، التي تُشكّل معاً ركيزة لفهم أعمق لتأثير هذه التقنيات على الأفراد والمؤسسات.

**البعد التكنولوجي:** يركّز هذا البعد على التطور التكنولوجي الداعم لتقنيات الخدمة الذاتية، مثل الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء وتقنية البلوك تشين. ناقش (Wunderlich et al., 2013) دور التكنولوجيا في تحسين تفاعلات العملاء مع الخدمات الذاتية، مع التركيز على الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي.

**البعد الاجتماعي:** يدرس هذا البعد تأثير تقنيات الخدمة الذاتية على تفاعلات العملاء مع الخدمات وكيفية تغيير سلوكيات المستخدمين. بحث (Meuter et al., 2000) في كيفية تأثير تقنيات الخدمة الذاتية على تجربة العملاء، مع التركيز على تحسين التفاعلات الاجتماعية بين العملاء والخدمات.

**البعد الاقتصادي:** يتناول هذا البعد الفوائد الاقتصادية للشركات عبر تقليل التكاليف وزيادة الكفاءة. أشارت الدراسة التي قام بها (Parasuraman et al., 2005) إلى أن تحسين جودة الخدمات الإلكترونية مثل الكفاءة وتوافر النظام والوفاء بالالتزامات، يعزز ولاء العملاء وقيمتهم المدركة، مما ينعكس إيجاباً على الأداء الاقتصادي للشركات. وأظهرت النتائج أن تحسين تجربة المستخدم عبر الخدمات الذاتية يقلل الحاجة إلى التدخل البشري، ويعزز الكفاءة التشغيلية، ويقلل تكاليف حل المشكلات (مثل الاستجابة السريعة للمشكلات) وفق مقياس E-RecS-QUAL. تشير هذه العوامل إلى أن الاستثمار في جودة الخدمات الإلكترونية قد يسهم في تعزيز الميزة التنافسية وزيادة الإيرادات على المدى الطويل.

**البعد النفسي:** يبحث هذا البعد في كيفية تأثير تقنيات الخدمة الذاتية على تجربة العملاء من حيث الرضا والثقة والولاء. تناولت دراسة (Tislar et al., 2014) تأثير الحالات العاطفية كالسعادة والحنن على الثقة في اعتماد تقنيات جديدة، مثل أنظمة الدفع الإلكتروني، حيث أظهرت النتائج دور العواطف في تشكيل الثقة التكنولوجية وأكدت أهمية دمج العوامل النفسية في تصميم أنظمة الخدمة الذاتية لتعزيز قبول المستخدمين.

### 3.1.2 تطور تقنيات الخدمة الذاتية:

شهدت تطبيقات الخدمة الذاتية انتشاراً واسعاً في مختلف القطاعات، حيث أصبحت خياراً استراتيجياً يسهم في تحسين الكفاءة التشغيلية وتعزيز تجربة العملاء. في القطاع المصرفي، أصبحت أجهزة الصراف الآلي (ATMs) والخدمات المصرفية عبر الإنترنت والتطبيقات الذكية أدوات أساسية تتيح للعملاء تنفيذ معاملاتهم المالية دون الحاجة إلى التفاعل المباشر مع الموظفين، مما يزيد من كفاءة العمليات المصرفية ويقلل التكاليف التشغيلية (Meuter et al., 2000).

وفي قطاع الضيافة، تبنت الفنادق والمطاعم تقنيات الحجز الذاتي وتسجيل الدخول الذاتي، مما يتيح للعملاء تجربة أكثر مرونة وسرعة في الخدمة (Kincaid & Baloglu, 2007).

كما ظهر تأثير الخدمة الذاتية جلياً في قطاع الرعاية الصحية، حيثُ تمكّن أنظمة الحجز الإلكتروني وأكشاك تسجيل المرضى من تحسين كفاءة المستشفيات وتقليل العبء على الطواقم الطبية، مع تعزيز رضا المرضى (Curran & Meuter, 2005). وتعكس هذه التطبيقات الدور المتنامي للخدمة الذاتية في إعادة تشكيل العمليات الخدمية، مما يطرح تساؤلات حول تأثيرها على تجربة العملاء وسلوكهم تجاه مقدمي الخدمات.

وفي قطاع التجزئة، تعتمد المتاجر على الأكشاك الإلكترونية لتمكين العملاء من إتمام عمليات الشراء بشكل مستقل، مما يقلل أوقات الانتظار ويحسن رضا العملاء (Pantano & Viassone, 2015).

يتجاوز تطور الخدمة الذاتية الجوانب التقنية ليشمل تصميم تجارب مستخدم قائمة على مفاهيم سيكولوجية، مثل التجسيم (أي إضفاء سمات بشرية على الآلات) والذي يُعرف بدمج خصائص بشرية (مثل المظهر أو السلوك أو طرق التفاعل) في الواجهات التكنولوجية (Fan et al., 2016)، مثل الروبوتات حيث تجمع بين الكفاءة التقنية وتفاعل يشبه التفاعل البشري، مما يجعلها أكثر جاذبية للمستخدمين.

بعد جائحة كورونا، أدت الضغوط البيئية الناتجة عن الجائحة إلى تسريع اعتماد التحول الرقمي كاستجابة استراتيجية لا مفر منها في العديد من القطاعات. فقد فرضت الإجراءات الوقائية مثل التباعد الاجتماعي والحجر الصحي ضرورة تقليل التفاعل المباشر، وشهدت الخدمات عبر الإنترنت نمواً غير مسبوق، مع تحول كبير نحو الدفع غير النقدي والطوابير الافتراضية لضمان سلامة العملاء. أظهرت دراسة قام بها (Pantano et al., 2020) لتحليل التحديات التي واجهتها متاجر التجزئة خلال جائحة كوفيد-19 من منظوري المستهلكين والمديرين، وتقديم إرشادات عملية لمساعدة هذه المتاجر على التكيف مع الأزمة، أن هذه التغييرات قد تؤثر في سلوكيات الشراء حتى بعد انتهاء الأزمة، حيث اكتشف العملاء، خصوصاً كبار السن، فوائد الخدمات الرقمية مثل التوصيل المنزلي والتسوق عبر المنصات الإلكترونية. وأكد الباحثون أن تبني هذه الحلول لم يكن مجرد رد فعل طارئ، بل قد يسهم في إعادة تشكيل تجارب العملاء وتعزيز الكفاءة التشغيلية للشركات على المدى الطويل.

وبسبب الزيادة الكبيرة في الطلب على الخدمات غير المتصلة بشرياً خلال جائحة كورونا، توسع نطاق أتمتة الخدمة تدريجياً عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي. وفي دراسة قام بها (QianTing et al., 2021) للبحث في العوامل المؤثرة على رضا العملاء عند فشل خدمة تكنولوجيا الخدمة الذاتية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي

في الفنادق، أظهرت النتائج أنّ تصحيح الخدمة بشكلٍ مناسبٍ وتخفيض التوقعات تجاه تقنيات الخدمة الذاتية أدّى إلى رضا العملاء عن هذه التقنيات بشكلٍ عامٍّ، حتى في حالة حدوث أعطالٍ في الخدمة.

وصل تطور تقنيات الخدمة الذاتية ليشمل أيضًا التأطير اللغويّ كعاملٍ حاسمٍ في تشكيل الإدراك النفسيّ للمستخدمين. ففي دراسةٍ قامَ بها (Barone et al., 2024) للبحث في تأثير استخدام مصطلحات لغويةٍ مُجسّمةٍ (مثل "روبوت") على إدراك المستهلكين وردود أفعالهم تجاه فشل الخدمة في تقنيات الخدمة الذاتية، أظهرت النتائج أنّ تسمية التقنية بـ"الروبوت" (بدلاً من "آلة") تُعزّز إدراك المستهلكين؛ أي تحسّن الطريقة التي يدركُ بها المستهلكون قدرات التقنية ووظائفها، من خلال خلق انطباعاتٍ ذهنيةٍ إيجابيةٍ تُغيّر تفاعلهم معها. هذا لا يعني تغيير التقنية نفسها، بل تغيير الإطار الذهنيّ الذي يفهمونها من خلاله، مما يزيدُ تقبلهم لأخطاء الخدمة. تُقدّم هذه النتائج رؤيةً استراتيجيةً للشركات التي تسعى إلى تبني تقنيات خدمةٍ ذاتيةٍ متقدمةٍ، حيث تُظهر أنّ التحسينات في تجربة العملاء لا تعتمدُ بالضرورة على التعقيد التقنيّ، بل على كيفية تقديم التكنولوجيا وتأطيرها ذهنياً.

تُظهر الأدبيات أنّ الخدمة الذاتية لم تُعدّ مجرد أداةٍ تقنيةٍ، بل تحوّلت إلى ظاهرةٍ اجتماعيةٍ تقنيةٍ تتفاعل فيها العوامل التكنولوجية مع السلوكيات الإنسانية والسياقات المؤسسية. ومع تزايد تعقيد التقنيات (مثل الذكاء الاصطناعي)، تبرز الحاجة إلى أُطرٍ نظريةٍ جديدةٍ قادرةٍ على تفسير هذا التفاعل الديناميكيّ.

## 4.1.2 مفهوم الإلزام القسري في تبني تقنيات الخدمة الذاتية:

### 1.4.1.2 مفهوم الإلزام القسري:

يشير الإلزام القسري إلى الحالات التي يُجبر فيها العملاء على استخدام تقنيات الخدمة الذاتية دون توفر خيارات بديلة لتلقي الخدمة، مما يحرمهم من حرية اختيار وسيلة الخدمة التي تناسب مع تفضيلاتهم (Reinders et al., 2008) أو جعل الخيارات غير التكنولوجية أقل جاذبية (مثل فرض رسوم إضافية) (Liu, 2012). ويشمل هذا الإلزام حرمان العملاء من حرية الاختيار بين التفاعل مع الموظفين أو استخدام التقنيات، مما يؤثر على تجربتهم النفسية والسلوكية (Feng et al., 2018). يرتبط هذا المفهوم نظرياً بفقدان السيطرة التقريرية التي تُعرف بمدى قدرة الفرد على الاختيار بين الوسائل والأهداف في موقف ما (Averill, 1973; Hui & Toffoli, 2002). فعند إجبار العملاء على استخدام التقنيات الذاتية، يُحرمون من حريتهم في تحديد طريقة التفاعل مع الخدمة، مما يُضعف إدراكهم للسيطرة على القرار ويُقلل من تقييمهم الإيجابي لهذه التقنيات (Reinders et al., 2008)، بالإضافة إلى توليد مواقف سلبية تجاه مقدمي الخدمة.

كشفت دراسة تجريبية أجراها (Cao et al., 2022) أنّ فرض العملاء على استخدام تقنيات الخدمة الذاتية فقط بدلاً من الخدمة الكاملة يعزّز شعورهم بالعجز، مما يؤدي إلى اتجاهات سلبية تجاه مقدم الخدمة. ومع ذلك، أظهرت الدراسة أنّ هذا التأثير يمكن تخفيفه عبر تحسين ألفة العملاء بالتقنيات أو دمج سمات بشرية في واجهات الخدمة الذاتية، مثل الأصوات البشرية أو التصميمات التفاعلية. وأظهرت نتائج دراسة (Feng et al., 2018) أنّ الإلزام على استخدام تقنيات الخدمة الذاتية (مثل أكشاك تسجيل الوصول الذاتي في المطارات) يؤدي إلى إثارة ردود فعل نفسية سلبية لدى المستخدمين. وأوضحت النتائج أنّ إجبار العملاء على قبول التقنية أو حرمانهم من الخدمات التقليدية يزيد من إدراكهم لتهديد حريتهم في الاختيار، مما يُحفّز حالة من الرفض. يتجلى هذا الرفض في مشاعر سلبية كالإزعاج والغضب وإدراك سلبي تجاه مقدم الخدمة، مما يؤدي إلى انخفاض نية تبني التقنية وزيادة الرغبة في التحول إلى شركات منافسة. وقد دعمت الدراسة هذه العلاقات عبر تحليل إحصائي يؤكد دور تهديد الحرية كوسيط رئيس بين الإلزام وردود الفعل السلبية.

## 2.4.1.2 الاستجابات النفسية للإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية:

يُمثّل الإلزام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية تحدياً نفسياً جوهرياً يتمثّل في تقييد حريات المستخدمين، مما يُفعل آليات دفاعية تُفسّرها نظرية المقاومة النفسية (S. S. Brehm & J. W. Brehm, 2013). تُشير هذه النظرية إلى أنّ الأفراد يُظهرون مقاومةً عند إدراكهم أنّ حريتهم في الاختيار مُهدّدة، مما يدفعهم إلى استعادة هذه الحرية عبر ردود فعل عاطفية ومعرفية سلبية (Rosenberg & Siegel, 2018). من الناحية النفسية، فإنّ إجبار العملاء على تبني التقنيات الذاتية يُشعرهم بأنهم "محاصرون" بسياسات الشركة، مما يثير مشاعر الاستياء ويُعزّز المقاومة (Reinders et al., 2008).

بالإضافة إلى ذلك، تُوكّد أدبيات إدارة الابتكار أنّ فرض التقنيات الجديدة على المستخدمين دون إتاحة خيارات بديلة يولّد مقاومةً صريحةً تجاه الابتكار (Ram & Jung, 1991)، إذ يُنظر إلى هذا الإلزام كشكلٍ من أشكال التلاعب يُقلّل من استقلالية المستخدم (White et al., 2012). ويُعدّ تهديد الحرية الدافع الرئيسي للمقاومة، حيث يُفهم الإلزام القسري على أنّه إقصاء لخيارات خدمية سابقة أو فرض لخيارات جديدة (Liu, 2012). على سبيل المثال، يخلق فرض رسوم إضافية على الخدمات البشرية في المطارات إحساساً بالحرمان من الحقوق (White et al., 2012).

ويتجسّد هذا التهديد في صورتين أساسيتين:

إجباراً على القبول: اضطرار المستخدمين لتعلّم تقنيات جديدة دون استعداد كافٍ.  
إجباراً على الرفض: إلغاء الخدمات التقليدية أو التقييد من توافرها (Feng et al., 2018).

تُعتبر المقاومة النفسية بُنيةً كامنةً تُجمَع بين مكوّنين:

- 1- الاستجابة العاطفية: كالغضب والقلق والإحباط عند مواجهة تغييرات مفروضة (Dillard & Shen, 2005)، والتي تظهر عند إجبار العملاء على استخدام تقنيات الخدمة الذاتية، مثل إجبار المسافرين على استخدام كشك التسجيل الذاتي في المطارات (Feng et al., 2018).
- 2- الاستجابة المعرفية: كإدراك عدم الإنصاف وفقدان الثقة في الشركة (White et al., 2012).

تتشأ التداعيأ السلوكية للإلزام القسري كامتداد طبيعي لانتارة المقاومة النفسية (Brehm, 1966) ، إذ يولأ فقدان الحرية في اختيار نمط الخدمة سلسلة من الاستجابات السلبية التي تؤثر مباشرة على تفاعل المستخدمين مع التقنيات الذاتية. تهدف هذه الاستجابات إلى استعادة الحرية عبر استرجاع السيطرة المفقودة، إما بالتقليل من مصدر التهديد كمقاطعة الشركة أو بتعزيز السلوك المعاكس، كرفض استخدام التقنية. على سبيل المثال، قد يختار العملاء التوقف عن التعامل مع شركة طيران ترفض استخدام التقنيات الذاتية حصرياً (Reinders et al., 2008).

فوفقاً لنموذج "التهديد-المقاومة-الاستعادة" (Dillard & Shen, 2005)، يفضي الإحساس بالتهديد إلى استجابة عاطفية-معرفية مركبة تدفع المستخدمين إلى تبني سلوكيات معارضة تهدف إلى استعادة السيطرة المفقودة. ففي السياق العملي، ينعكس ذلك في تراجع التقييمات الإيجابية للتقنيات الذاتية، حيث تربط هذه التقنيات بسياسات الإلزام بدلاً من مزاياها الوظيفية (Feng et al., 2018)، مما يؤدي إلى انخفاض نية تبنيها وزيادة الميل إلى التحول نحو مقدمي خدمات آخرين. كما تُظهر الدراسات أن الإلزام يُعزز إدراكاً بعدم الإنصاف (White et al., 2012)، حيث يُنظر إلى تقليص الخيارات التقليدية كممارسة استغلالية تخدم مصالح الشركات على حساب حقوق العملاء (Reinders et al., 2008). هذه الديناميكية لا تقتصر على رفض التقنية فحسب، بل تمتد إلى تقويض الثقة في العلامة التجارية ككل، مما يهدد استدامة العلاقة بين الطرفين على المدى الطويل. وبذلك، تُشكل المقاومة النفسية جسراً تفسيرياً يربط بين القيود المفروضة على الحرية والنتائج السلوكية السلبية، مؤكدة أن نجاح التقنيات الذاتية مرهون بمدى مراعاتها للحاجة الإنسانية الأساسية إلى الاستقلالية والاختيار.

يُسلط هذا التحليل الضوء على التناقض الجوهرى بين سعي المنظمات لتعزيز الكفاءة عبر فرض تقنيات الخدمة الذاتية، وبين الحاجة النفسية للعملاء إلى الحفاظ على استقلاليتهم في اتخاذ القرار. فالإلزام القسري، سواء عبر إلغاء الخيارات التقليدية أو جعلها أقل جاذبية، لا يعد مجرد تحول إجرائي، بل هو اختبار للعلاقة بين الشركة والعميل، حيث تُفرض القيود المفروضة على حرية الاختيار إلى تفعيل آليات مقاومة نفسية وسلوكية تُهدد ولاء العملاء وجودة تجربتهم. تؤكد الأدلة التجريبية أن هذه الديناميكية لا تقتصر على رفض التقنية فحسب، بل تمتد إلى تقويض صورة العلامة التجارية ككلها، خاصة في ظل تصاعد توقعات العملاء نحو الخدمات المُخصّصة التي تحترم تفضيلاتهم الفردية (Cao et al., 2022; Feng et al., 2018).

من الناحية النظرية، يُقدّم هذا المفهوم رؤية متكاملة لتفاعل نظريات السيطرة التقريرية (Averill, 1973) والمقاومة النفسية (S. S. Brehm & J. W. Brehm, 2013) في تفسير سلوكيات تبني التقنية، مُبرزاً أن

نجاح الابتكار التكنولوجي مرهونٌ بمدى توافقه مع الحاجات النفسية الأساسية للمستخدمين. أما عملياً، فإن التحدي الذي تواجهه الشركات يتمثل في موازنة كفاءة التشغيل مع العدالة الإدراكية، عبر تصميم سياسات تقنيّة لا تُجبر العملاء على التخلي عن حقوقهم، بل تُحفزهم على التبنّي الطوعي من خلال تحسين الألفة مع هذه التقنيات مثل التدرّب التفاعلي أو تعزيز الإحساس بالسيطرة كإتاحة خيارات هجينة تجمع بين التفاعل البشري والتقني.

في هذا السياق، تُبرز الدراسات السابقة حاجةً ماسّةً لبحوثٍ مستقبليةٍ تستكشف كيف يمكن للذكاء الاصطناعي والتقنيات التكميلية مثل الأنظمة القائمة على تحليل المشاعر أن تُخفف من حدّة التهديد للحرية، أو كيف تختلف ردود الفعل تبعاً للسياقات الثقافية أو السمات الشخصية للمستخدمين. فالفهم العميق لهذه التفاعلات ليس مفتاحاً لتحسين تجربة الخدمة الذاتية فحسب، بل أيضاً لبناء علاقات عملاء مستدامة في عصرٍ تُهيمن عليه الحلول الرقمية.

## الخلاصة:

يختتم المبحث بتأكيد أن تقنيات الخدمة الذاتية ليست مجرد أدوات تقنية بحتة، بل هي ظاهرة متكاملة تجمع بين الجوانب التقنية والإنسانية والاجتماعية والاقتصادية. فقد أثبتت هذه التقنيات قدرتها على تحسين كفاءة الخدمات وتقليل التكاليف التشغيلية، فضلاً عن تقديم تجارب مخصصة تعزز رضا العملاء. ومع ذلك، يشير المبحث إلى أن فرض استخدامها بشكل قسري قد يؤدي إلى استجابات نفسية وسلوكية سلبية، تؤثر على العلاقة بين مقدمي الخدمة والعملاء. لذا، يُبرز النجاح المستدام لهذه التقنيات ضرورة تحقيق توازن دقيق بين متطلبات الابتكار والحرص على احترام حريات الاختيار، مما يفتح آفاقاً جديدة لتطوير سياسات وخطط تضمن تقديم خدمات متقدمة تلبي توقعات المستهلكين في ظل التحول الرقمي المستمر.

## المبحث الثاني: المخاطر المدركة في بيئة الخدمة الذاتية

- تمهيد
- مفهوم المخاطر المدركة
- أنواع المخاطر المدركة
- السيطرة المدركة
- السياقات الإلزامية في بيئة الخدمة الذاتية وإدراك العملاء للمخاطر

## تمهيد:

في ظل التطور التكنولوجي السريع واعتماد المؤسسات على تقنيات الخدمة الذاتية، برزت قضية المخاطر المدركة كعامل محوري يؤثر في ثقة العملاء واستعدادهم للتفاعل مع هذه الأنظمة. فمع تحول الخدمات التقليدية إلى خدمات رقمية، تزداد المخاوف المتعلقة بمخاطر الأداء والمالية والنفسية والاجتماعية. يسعى هذا المبحث إلى تحليل مفهوم المخاطر المدركة وتحديد أبعادها المتعددة، مع تسليط الضوء على العلاقة بين إدراك المخاطر والسيطرة المدركة، ودراسة تأثير السياسات الإلزامية على تبني تقنيات الخدمة الذاتية.

### 1.2.2 تعريف المخاطر المدركة:

تُعرَّف المخاطر المدركة بأنها التقييم الذاتي للفرد للخسائر المحتملة، أو حالة عدم اليقين المرتبطة باستخدام خدمة أو شراء منتج في سياق تقنيات الخدمة الذاتية (Featherman & Pavlou, 2003). ولا تقتصر هذه الفكرة على الجوانب المادية فحسب، بل تشمل أيضًا الشكوك النفسية والاجتماعية التي تؤثر في قرارات المستهلك؛ فعلى سبيل المثال، عند استخدام تطبيق مصرفي لأول مرة، قد يدرك الفرد مخاطر مالية كفقدان الأموال، أو أمنية كاختراق البيانات، أو حتى مخاطر أدائية كعدم عمل الخدمة كما هو متوقع.

تعكس المخاطر المدركة قلق العملاء من العواقب غير المؤكدة لاختياراتهم، سواء أكانت مرتبطة بشراء سلعة مادية أم خدمة افتراضية (Flanagin et al., 2014; Mitchell & Vassos, 1998). وتختلف حدة هذه المخاطر من فرد إلى آخر تبعًا لعوامل مثل الخبرة السابقة، ومدى الثقة بالتكنولوجيا، والإدراك الثقافي للمخاطر. فعلى سبيل المثال، قد يقلق شخصٌ محدود الخبرة في التسوق الإلكتروني من عمليات الاحتيال، بينما يركّز آخر أكثر خبرةً على مخاطر الخصوصية.

## 2.2.2 أنواع المخاطر المدركة:

صنّف (Cunningham, 1967) المخاطر المدركة إلى فئتين رئيسيتين:

الفئة الأولى : مخاطر الأداء، المرتبطة بقدرة المنتج أو الخدمة على أداء وظيفتها، وقد قسّم مخاطر الأداء إلى أبعادٍ فرعيةٍ تشمل المخاطر الاقتصادية كالخسائر المالية، ومخاطر الوقت المرتبطة بإهدار الموارد الزمنية، ومخاطر الجهد التي تتمثل في التكلفة العقلية أو البدنية المبذولة.

الفئة الثانية : مخاطر الجانب النفسي- الاجتماعي، التي تتعلق بالجوانب الذاتية والاجتماعية للمستخدم. و تمتد هذه المخاطر لتشمل المخاطر النفسية المتعلقة بهوية المستخدم وراحته العقلية، والمخاطر الاجتماعية المرتبطة بسمعته ومكانته بين الآخرين. كما أضاف (Cunningham, 1967) بُعدًا آخر للمخاطر الشاملة هو مخاطر السلامة، والتي تعنى بسلامة المستخدم الجسدية عند استخدام المنتج أو الخدمة.

استندَ (Jacoby & Kaplan, 1972) إلى الإطار النظري الذي قدّمه (Bauer, 1967) لتطوير مقياسٍ شاملٍ للمخاطر المدركة، حيثُ افترضوا أنّ هذه المخاطر تتكوّن من أبعادٍ مستقلةٍ تتفاعلُ فيما بينها عبر آليّة المفاضلة. على سبيل المثال، قد تُقلّل السيارة الكبيرة من مخاطر السلامة الجسدية، لكنها تزيدُ في المقابل من المخاطر المالية بسبب ارتفاع تكاليف الصيانة والوقود.

كما أكّد (Bellman et al., 1999) أهمية عامل الوقت كمحفّزٍ رئيسٍ لقرارات الشراء عبر الإنترنت، حيثُ يميلُ المستخدمون ذوو الوقت المحدود إلى تبني الخدمات الرقمية لتوفير الجهد. وفي هذا السياق، برزت مخاطر الوقت كعاملٍ حاسمٍ في تقييم الخدمات الإلكترونية، لا سيما مع تعقيد عمليات التحويل أو التعلّم التقني، مما يزيدُ من إدراك المخاطر ويُضعفُ نوايا التبني.

طوّرَ (Featherman & Pavlou, 2003) أبعادَ المخاطر المدركة في سياق تبني الخدمات الإلكترونية عبر الاستناد إلى الإطار النظري لـ (Cunningham, 1967) فاستبعدا بُعدَ مخاطر السلامة الجسدية لعدم ملاءمته للسياق الرقمي، وأدخلا بُعدَ مخاطر الخصوصية ليعكس مخاوف المستخدمين من انتهاك البيانات أو سرقة الهوية في المعاملات الإلكترونية. وكان تفصيل هذه الأبعاد كالتالي:

- المخاطر المدركة: هي احتمالية تعطل المنتج أو عدم أدائه كما صُمّم وأُعلن عنه، وبالتالي فشله في تحقيق الفوائد المرجوة (Grewal et al., 1994).

- المخاطر المالية: هي النفقات المالية المحتملة المرتبطة بسعر الشراء الأولي بالإضافة إلى تكلفة الصيانة اللاحقة للمنتج (Grewal et al., 1994)، والإمكانية المتكررة للخسارة المالية بسبب الاحتيال.
- مخاطر الوقت: تعزى إلى الضياع المحتمل للوقت في تعلم استخدام الخدمة، أو تصحيح الأخطاء التشغيلية، أو الانتقال إلى بديل عند فشل الخدمة.
- المخاطر النفسية: تتعلق بالتأثير السلبي على سلامة المستخدم الذهنية أو صورته الذاتية، مثل الشعور بالإحباط أو انخفاض الثقة بالنفس بسبب صعوبة التعامل مع الخدمة (Mitchell, 1992).
- المخاطر الاجتماعية: ترتبط بفقدان المكانة الاجتماعية أو بالتعرض للنقد من قبل الآخرين نتيجة استخدام الخدمة أو الظهور بمظهر غير عصري.
- مخاطر الخصوصية: وهو البعد الجديد الذي أضافه الباحثان، ويعكس مخاوف المستخدمين من انتهاك بياناتهم الشخصية أو سرقة هويتهم، خاصة في المعاملات المالية عبر الإنترنت.
- المخاطر الشاملة: مقياس مركب يعكس التقييم العام للمخاطر عند دمج جميع الأبعاد السابقة.

### 3.2.2 السيطرة المدركة:

تعتبر المخاطر عاملاً محورياً في تفاعل المستهلكين مع تكنولوجيا الخدمة الذاتية، نظراً لأنها شكل محدد من تكنولوجيا المعلومات (Martins et al., 2014; Littler & Melanthiou, 2006)، حيث تعتمد نتائج استخدام هذه الأنظمة بشكل جوهري على أداء النظام ذاته الذي يقع خارج سيطرة المستهلكين. وقد ربطت الأدبيات السابقة لتقنيات الخدمة الذاتية المخاطر بالسيطرة المدركة (Nysveen et al., 2005)، فعلى سبيل المثال، أكد (Paluch & Wuenderlich, 2016) أن التحكم الأكبر أثناء تقديم الخدمة، كإتاحة القدرة على إنهاء عملية ما، يقلل من إدراكات العملاء للمخاطر، في حين يعزز غياب التفاعل المباشر وجهًا لوجه إدراك المخاطر لديهم. بالإضافة إلى ذلك، تفرض المراحل المبكرة لتبني تكنولوجيا الخدمة الذاتية مزيداً من المخاطر على المستخدمين بسبب قلة الألفة مع هذه الأنظمة، حيث يؤدي ضعف المعرفة بها إلى تعزيز الإدراك السلبي للمخاطر (Le et al., 2020).

## 4.2.2 السياقات الإلزامية في بيئة الخدمة الذاتية وإدراك العملاء للمخاطر:

دائمًا ما تستشهد الأدبيات السابقة بالمخاطر المدركة في سياق تبني تقنيات الخدمة الذاتية (Featherman et al., 2010; Im et al., 2008)، وفي حين أن الكثير من المخاطر مرتبطة بتقنيات الخدمة الذاتية، إلا أن مخاطر الأداء تُعد من أهمها في تشكيل تجربة العملاء مع هذه التقنيات. إذ يمكن أن تؤدي الأعطال الفنية أو عدم كفاءة النظام إلى فشل تقديم الخدمة كما هو متوقع، مما يزيد من إدراك العملاء لاحتمالية وقوع أخطاء أثناء الاستخدام ويؤثر على رضاهم ونيّتهم في تبني الخدمة الذاتية. حيث أشارت الدراسات السابقة إلى أن فشل تقنيات الخدمة الذاتية قد يؤدي إلى إحباط العملاء وتقليل ثقتهم في مزود الخدمة، مما يجعل أداء النظام عاملاً حاسماً في نجاح هذه التقنيات في بيئات الخدمة الذاتية (Meuter et al., 2005).

أظهر (Featherman et al., 2010) في دراسة حول تأثير المخاطر المدركة على تبني الخدمات الإلكترونية أن المخاطر تُعد عاملاً حاسماً في تقييم العملاء لقراراتهم. وجدت الدراسة أن ارتفاع إدراك المخاطر المرتبطة بالخصوصية مثل فقدان السيطرة على المعلومات المالية أو التعرض لسرقة الهوية يؤدي إلى انخفاض كبير في نية استخدام الخدمة الإلكترونية وتقليل الفائدة المدركة منها. تُعزّز هذه النتائج فكرة أن المخاطر المدركة تعمل كوسيط بين العوامل الخارجية، مثل الإلزام القسري باستخدام التقنية، ومواقف العملاء نحو تبني تقنيات الخدمة الذاتية.

أشارت الدراسة أيضاً إلى أن تقليل هذه المخاطر ممكن من خلال تعزيز سهولة الاستخدام المدركة ومصداقية الشركة. على سبيل المثال، وجدت الدراسة أن سهولة الاستخدام تُقلل مخاوف الأمان والثوقية، مما يُخفّض بدوره إدراكات المخاطر بشكل غير مباشر. كما أن مصداقية الشركة (الخبرة والجدارة بالثقة) خففت من تأثير المخاطر المدركة على النية في التبني؛ حيث لم تُظهر العينة ذات المصداقية العالية تأثيراً سلبياً لمخاطر الخصوصية على النية، مقارنةً بالعينة ذات المصداقية المنخفضة.

هذه النتائج تدعم فكرة أن المخاطر المدركة تُعد وسيطاً حيوياً في علاقة الإلزام القسري بتبني التقنية. فإذا فرض مقدمو الخدمة استخدام تقنيات الخدمة الذاتية دون معالجة إدراك المخاطر (مثل مخاطر الخصوصية)، فقد يؤدي ذلك إلى مقاومة العملاء. إن تعزيز مصداقية المنصة وتصميم واجهات سهلة الاستخدام قد يخفف من هذه المخاطر، مما يحسّن مواقف العملاء ويزيد من احتمالية تبني هذه التقنيات.

في دراسة بعنوان "التناقض في إدراك المخاطر للابتكارات الخدمية القائمة على التكنولوجيا في السياقات التنظيمية بين الشركات"، حلل (Paluch & Wunderlich, 2016) العوامل التي تؤثر في تبني الخدمات التكنولوجية في بيئة الأعمال. اعتمدت الدراسة على 49 مقابلة مع ممثلي الشركات المقدمة للخدمات والعملاء في قطاعات متعددة، وحددت ستة أنواع من المخاطر المدركة التي تُشكل عائق أمام التبني:

1. مخاطر الخصوصية: مثل اختراق البيانات أو الوصول غير المصرح به.
2. المخاطر الوظيفية: مثل فشل الخدمة أو تلف المعدات.
3. المخاطر المالية: مثل التكاليف غير المتوقعة.
4. المخاطر النفسية: مثل فقدان السيطرة أو الشكوك في الكفاءة الذاتية.
5. المخاطر الزمنية: مثل تعطيل العمليات الإنتاجية.
6. المخاطر الاجتماعية: مثل الخوف من النقد من الزملاء.

أظهرت النتائج أن العملاء يركزون على المخاطر الوظيفية والنفسية أكثر مما يتوقع مقدمو الخدمة، مما يخلق فجوة في الإدراك تُضعف ثقة العملاء. كما وجدت الدراسة أن مقدمي تقنيات الخدمة الذاتية يركزون على الكفاءة التقنية، بينما يظل العملاء قلقين من المخاطر غير المرئية، مثل اعتبارات الخصوصية. تُثبت هذه الدراسة أن المخاطر المدركة ليست مجرد عوائق تقنية، بل هي انعكاس لتفاعلات معقدة بين العوامل النفسية والتنظيمية. وفي سياق الإلزام القسري على استخدام تقنيات الخدمة الذاتية، يمكن أن تتحول هذه المخاطر إلى حاجز كبير إذا تجاهلت سياسات مقدمي الخدمة مخاوف العملاء، مما يبرز ضرورة دمج استراتيجيات لتخفيف المخاطر كضمانات للخصوصية وتصاميم تفاعلية مرنة لضمان تبني فعال ومستدام.

في دراسة لـ (Barua et al., 2017)، بعنوان "نموذج رضا العملاء القائم على الموثوقية في تكنولوجيا الخدمة الذاتية" تم تحليل دور المخاطر المدركة كوسيط بين الموثوقية المدركة ورضا العملاء في سياق تقنيات الخدمة الذاتية. فقد تم تعريف المخاطر المدركة في الدراسة بأنها اعتقاد المستهلكين بالنتائج السلبية غير المتوقعة الناجمة عن استخدام تقنيات الخدمة الذاتية (Kim et al., 2008). وقد اختار الباحثون هذا المفهوم كوسيط لأنه يقلل الثقة في التكنولوجيا؛ فعندما يدرك العملاء مخاطر عالية مثل فقدان البيانات أو الأخطاء التقنية، تنخفض ثقتهم في النظام، ويرتبط ذلك مباشرة بالرضا حيث أظهرت النتائج أن ارتفاع المخاطر المدركة يؤدي إلى انخفاض رضا العملاء.

عندما تُلزم المؤسساتُ العملاءَ على استخدام تقنيات الخدمة الذاتية مثل الصرافات الآلية أو أكشاك الخدمة الذاتية أو المنصات الرقمية دون توفير بدائل تفاعلية مع الموظفين، فإن ذلك قد يزيد من المخاطر المدركة بسبب فقدان التحكم، حيث سيشعر العملاء بأنهم مُجبرون على استخدام نظامٍ قد لا يتقنون فيه، مما يرفع مخاوفهم من الأخطاء التقنية أو اختراق البيانات (Barua et al., 2017)، ويُفاقم غياب الدعم البشري قلق العملاء، خاصةً إذا واجهوا صعوباتٍ تقنيةً دون وجود مساعدةٍ فوريةٍ (Demoulin & Djelassi, 2016).

وفقاً لدراسة (Barua et al., 2017)، تُعدُّ المخاطر المدركة عاملاً وسيطاً رئيسياً بين جودة الخدمة مثل الموثوقية ورضا العملاء. ففي سياق الإلزام القسري، يؤدي الإلزام على استخدام تقنيات الخدمة الذاتية إلى تعزيز إدراك المخاطر كالمخاطر المالية أو التشغيلية مما يُضعف الثقة في التكنولوجيا ويُقلل من الرضا. على سبيل المثال، إذا أُجبر العملاء على استخدام منصة دفع إلكترونيّ معرضة للأعطال، سيرتفع إدراكهم للمخاطر، مما قد يدفعهم إلى تجنب الخدمة أو التذمّر منها.

في دراسة بعنوان "خدمات الحجز الرقمية: مقارنةً بين خدمات الحجز عبر الإنترنت والهاتف" أجرى (Schaarschmidt & Höber, 2017) تحليلاً لتأثير قنوات الحجز (عبر الإنترنت مقابل الهاتف) على نية العملاء لاستخدام الخدمة، مع التركيز على الدور الوسيط للمخاطر المدركة. أوضحت النتائج أن الحجز عبر الإنترنت يرتبط بمستويات أعلى من المخاطر المدركة مقارنةً بالحجز الهاتفي، مما يؤثر سلباً على نية الاستخدام.

وفقاً للدراسة، يؤدي استخدام قنوات الحجز عبر الإنترنت (مثل حجز موعدٍ طبيّ أو مطعمٍ) إلى زيادة إحساس العملاء بالمسؤولية عن نجاح العملية، كإدخال البيانات بشكلٍ صحيحٍ، فتُعزّز هذه المسؤولية إدراك مخاطر الأداء، مثل احتمال فشل الخدمة في تقديم القيمة المتوقعة (Featherman & Pavlou, 2003). أظهر التحليل الإحصائي أن المخاطر المدركة تتوسط بشكلٍ كلي العلاقة بين نوع قناة الحجز (عبر الإنترنت/الهاتف) وكلٍ من نية الاستخدام والفائدة المدركة من الخدمة.

هذه الدراسة تناقش خدمات لم تُدرَس سابقاً بشكلٍ مكثّفٍ في أدبيات تقنيات الخدمة الذاتية، مثل الحجز في المطاعم وزيارة طبيب الأسنان. في هذه الخدمات، يلعب التفاعل البشري دوراً حاسماً، مما يجعل إدراك المخاطر أكثر وضوحاً عند استبداله بالتكنولوجيا، حيث إن الحجز الهاتفي يُعتبر "ناضجاً" ومألوفاً للعملاء، بينما الحجز عبر الإنترنت جديدٌ نسبياً في هذه القطاعات. وفقاً لـ (Curran & Meuter, 2005)، ترتبط الخدمات الجديدة بمخاطر أعلى بسبب عدم التأكد.

في الحجز عبر الإنترنت، يفقد العملاء القدرة على تصحيح الأخطاء فوراً (مثل التحدث مع موظف)، مما يزيد من الشعور بعدم الأمان (Paluch & Wunderlich, 2016).

في سياق دراسة (Schaarschmidt and Höber 2017)، يُلاحظ أن الحجز عبر الهاتف يمثل نموذجاً للخدمات التقليدية الكاملة التي تعتمد على التفاعل البشري، بينما الحجز عبر الإنترنت يُعتبر شكلاً من أشكال تقنيات الخدمة الذاتية. إذا فرض مقدمو الخدمة إلزاماً قسرياً على العملاء لاستخدام الخدمة الذاتية، فإن ذلك قد يؤدي إلى تفاقم المخاطر المدركة وتقييد تبني التكنولوجيا.

في دراسة قام بها (Le et al., 2020) حول "التحكم المدرك والمخاطر المدركة في استرداد الخدمة باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية"، تم تحليل العوامل المؤثرة في قرار العملاء لاستخدام تقنيات الخدمة الذاتية لمعالجة فشل الخدمة. أظهرت النتائج أن المخاطر المدركة تلعب دوراً وسيطاً رئيسياً بين التحكم المدرك والنية في استخدام تقنيات التصحيح الذاتي. ووفقاً للدراسة، فإن انخفاض التحكم المدرك لدى العملاء أثناء فشل الخدمة يزيد من إدراكهم للمخاطر المرتبطة باستخدام التقنية مثل مخاطر الأداء أو عدم الوثوق في النتائج، مما يؤدي بدوره إلى تقليل نيتهم في تبني حلول التصحيح الذاتي للخدمة.

وأشارت الدراسة إلى أن التحكم المدرك يؤثر سلباً على المخاطر المدركة. فعندما يشعر العملاء بسيطرة أكبر على عملية الاسترداد مثل القدرة على تصحيح الأخطاء بأنفسهم عبر واجهات تقنية الخدمة الذاتية، تنخفض مخاوفهم من النتائج السلبية. وهذا يدعم فكرة أن الإلزام القسري على استخدام تقنيات الخدمة الذاتية قد يقلل من التحكم المدرك، مما يعزز إدراك المخاطر ويؤثر سلباً على القبول.

وأكدت النتائج أن المخاطر المدركة تقل بشكل مباشر من نية العملاء في استخدام تقنيات الخدمة الذاتية لتصحيح الخدمة للاسترداد. في سياق الإلزام القسري، حتى لو اضطر العملاء لاستخدام التقنية، فإن ارتفاع المخاطر المدركة قد يقلل من رضاهم أو ولائهم على المدى الطويل.

تؤكد الأدبيات أن المخاطر المدركة تُشكل حاجزاً رئيسياً أمام تبني تقنيات الخدمة الذاتية، خاصةً عندما يُفرض استخدامها بشكل قسري. ففي السياقات الإلزامية، حيث تُلغى الخيارات البديلة كالتفاعل البشري، تتفاعل المخاطر المدركة مع عوامل مثل فقدان السيطرة وغياب الدعم، مما يعزز قلق العملاء ويؤثر سلباً على مواقفهم نحو الخدمة. وفي هذا السياق، يمكن توضيح العلاقة عبر مستويين:

-الإلزام القسري في وضع الخدمة الكاملة:

عندما يلزم مقدمو الخدمة العملاء باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية رغم وجود بدائل تقليدية، تبرز المخاطر المدركة كعامل مقاومة رئيسي. هنا، لكن تكون السيطرة المدركة أعلى حيث يعلم العملاء أن باستطاعتهم توجيه مخاوفهم إلى موظفي الخدمة لتصحيح الخدمة في حال فشلها حتى إذا لم يكن الموظفون متاحين بشكل مباشر لتقديم الخدمة، فإن مجرد توافرهم بشكل إدراكي يساهم في شعور العملاء بالطمأنينة والثقة أثناء استخدام تقنية الخدمة الذاتية لذلك يشعرون بالتحكم في تقنية الخدمة الذاتية

(Paluch and Wuenderlich, 2016; Schaarschmidt & Höber, 2017; Bitner et al., 2000).

-الإلزام القسري في وضع الخدمة الذاتية فقط:

عندما تكون الخدمة الذاتية هي الخيار الوحيد، تتصاعد المخاطر المدركة إلى مستويات أعلى، حيث يصبح الفشل التقني غير قابل للتجاوز دون بديل، مما يهدد تحقيق الهدف الأساسي مثل إتمام خدمة ما كما تم تصميمها، ويُضطر العملاء لتحمل مخاطر مرتفعة دون ضمانات كافية، مما قد يؤدي إلى مواقف سلبية للعملاء تجاه مقدمي الخدمة.

## الخلاصة:

يُظهر المبحث أن المخاطر المدركة تُعد عاملاً حاسماً في تفاعل العملاء مع تقنيات الخدمة الذاتية، حيث يشمل هذا المفهوم مجموعة من الأبعاد مثل مخاطر الأداء والمالية والنفسية والاجتماعية ومخاطر الخصوصية. وقد تبين أن ضعف السيطرة المدركة يمكن أن يعزز من إدراك هذه المخاطر، مما يؤثر سلباً على نية تبني الخدمة وثقة العملاء بها. كما أن تطبيق سياسات الإلزام القسري دون مراعاة لمخاوف المستخدمين قد يؤدي إلى تفاقم المخاطر المدركة وتقليل رضا العملاء. بالتالي، يُبرز البحث أهمية تبني استراتيجيات شاملة تُعزز من مستوى السيطرة والثقة، وتوفر دعماً تكاملياً لتقليل المخاطر وتحسين تجربة الخدمة الذاتية. وبالتالي، يُبرز البحث أهمية تبني استراتيجيات شاملة تُعزز من مستوى السيطرة والثقة، وتوفر دعماً تكاملياً لتقليل المخاطر وتحسين تجربة الخدمة الذاتية.

## المبحث الثالث: سلوك المستهلك في تبني تقنيات الخدمة الذاتية

- تمهيد
- نموذج قبول التكنولوجيا (TAM)
- القيود والانتقادات لنموذج قبول التكنولوجيا
- النموذج الموحد لقبول التكنولوجيا واستخدامها (UTAUT)
- تجربة المستخدم السابقة في الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا
- الحاجة إلى التفاعل

## تمهيد:

يهدف هذا المبحث إلى استقصاء سلوك المستهلك في تبني تقنيات الخدمة الذاتية، إذ يُعد فهم آليات قبول التكنولوجيا لدى المستخدمين أمراً محورياً لتطوير نظم الخدمة الذاتية وتكييفها مع احتياجات العملاء. يستعرض هذا المبحث التطور التاريخي لنماذج قبول التكنولوجيا (مثل TAM وUTAUT) كأطر نظرية ساهمت في فهم سلوك المستهلك، ويستعرض المبحث دور تجربة المستخدم السابقة مع تقنيات الخدمة الذاتية والحاجة إلى التفاعل خاصة في البيئات الإلزامية التي تتعارض مع افتراضات هذه النماذج الكلاسيكية، مما يؤكد على التداخل بين العوامل التقنية والنفسية والاجتماعية في عملية التبني.

### 1.3.2 نموذج قبول التكنولوجيا (TAM):

هو إطار نظري طُوِّر لشرح كيفية اعتماد المستخدمين للتكنولوجيا واستخدامها. يُعد هذا النموذج واسع الانتشار، وقد طُبِّق في مجالات متنوعة، بما في ذلك نظم المعلومات والتسويق والعلوم الاجتماعية. اقترح فريد دافيس نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) للمرة الأولى عام 1986 كأداة لفهم العوامل النفسية التي تحدّد تبني الأفراد للتكنولوجيا الجديدة، ثم نُشرت الدراسة الأساسية للنموذج لاحقاً عام 1989م (Davis, 1989). يركّز النموذج على عاملين رئيسيين:

الفائدة المدركة: اعتقاد المستخدم بأن التكنولوجيا ستُحسِّن أداءه الوظيفي.  
سهولة الاستخدام المدركة: إدراك المستخدم أنّ التفاعل مع التكنولوجيا لا يتطلب جهداً عقلياً أو بدنياً كبيراً.  
وفقاً للنموذج الأولي، تؤثر هاتان الفكرتان في الموقف العام تجاه التكنولوجيا، وذلك الموقف يُشكّل بدوره النية السلوكية لاستخدامها، والتي تُترجم في النهاية إلى استخدام فعلي للتكنولوجيا.

مع تزايد التعقيد في بيئات العمل والتبني التكنولوجي، توسع نموذج قبول التكنولوجيا ليشمل عوامل اجتماعية وسياقية. فقدّم (Venkatesh & Bala, 2000) نسخة مطورة (TAM 2) لدمج التأثيرات الاجتماعية مثل المعايير الذاتية، التي تعكس إدراكات المستخدم لتوقعات الآخرين المهمين، بالإضافة إلى عوامل عملية مثل الجودة

المدركة والتوافق مع الاحتياجات الوظيفية. لقد ساعدت هذه الإضافات في تفسير تبني التكنولوجيا في السياقات المؤسسية، حيث يلعب الضغط الاجتماعي وملاءمة التكنولوجيا لأدوار العمل دورًا حاسمًا. تواصل التطور مع إصدار (TAM 3)، الذي وسَّعه (Venkatesh & Bala, 2008) ليشمل عوامل نفسية وبيئية، مثل القلق التكنولوجي الذي يعكس مخاوف المستخدم من الفشل في التعامل مع التكنولوجيا، والخبرة السابقة التي تشمل توافر التدريب والموارد. لقد جعل هذا التوسيع النموذج أكثر شمولية في تفسير التباين بين الأفراد والمؤسسات في تبني التكنولوجيا، خاصة في البيئات ذات التحديات التقنية العالية. من الناحية التطبيقية، طُبِّق نموذج قبول التكنولوجيا في سياقات متنوعة، مثل تقييم قبول منصات التجارة الإلكترونية، حيث يرتبط تصميم الواجهة وسهولة التنقل كعامل سهولة الاستخدام بزيادة نية الشراء. فقد أظهرت دراسة (Gefen et al., 2003) أن سهولة الاستخدام والفائدة المدركة من عناصر نموذج قبول التكنولوجيا هما العاملان الرئيسيان اللذان يدفعان نية الشراء عبر الإنترنت. وأظهرت النتائج أن تصميم الواجهة البسيط يُعزِّز ثقة المستهلكين ويُقلِّل من إدراك المخاطر، مما يعزِّز تبني المنصات الإلكترونية.

في قطاع التعليم، فسَّر نموذج قبول التكنولوجيا تبني الطلاب لنظم التعلم الإلكتروني من خلال الربط بين الفائدة المدركة كتحسين التحصيل العلمي والاستخدام الفعلي. ففي دراسة (Saadé & Bahli, 2005)، استخدم الباحثان نموذج قبول التكنولوجيا لتحليل تبني الطلاب لنظم التعلم عبر الإنترنت، فوجدوا أن الفائدة المدركة في تحسين الأداء الأكاديمي كانت الدافع الرئيسي للاستخدام. وأظهرت نتائج الدراسة أن الطلاب الذين يدركون فائدة النظام الإلكتروني في تعزيز تحصيلهم العلمي يميلون إلى استخدامه بشكل أكبر.

كما استخدم نموذج قبول التكنولوجيا أيضًا في القطاع المصرفي لتحليل عوامل قبول العملاء للخدمات الذاتية مثل أجهزة الصراف الآلي والتطبيقات المصرفية. ففي دراسة (Pikkarainen et al., 2004)، طُبِّق نموذج قبول التكنولوجيا لفهم تبني العملاء للخدمات المصرفية عبر الإنترنت، حيث ارتبطت سهولة الاستخدام بشكل مباشر بقبول التكنولوجيا. وأظهرت نتائج الدراسة أن تصميم التطبيقات المصرفية البسيط يُقلِّل من القلق التكنولوجي ويزيد من استخدام الخدمات الذاتية.

في بحث قام به (Dabholkar, 1996) لدراسة تقييمات المستهلكين لخيارات الخدمة الذاتية الجديدة القائمة على التكنولوجيا، طُبِّق نموذج قبول التكنولوجيا على الخدمات الذاتية في المصارف عبر دراسة نماذج بديلة

لجودة الخدمة. أظهرَ البحثُ أنَّ كلاً من الأداءِ كبدلٍ للفائدةِ المدركةِ والمتعةِ يلعبانِ دوراً حاسماً في القبولِ؛ وأظهرتِ النتائجُ أنَّ المستهلكينَ يقبلونَ استخدامَ أجهزةِ الصرافِ الآليِّ عندما يرونها سهلةَ الاستخدامِ وموثوقةً. في دراسةٍ عن التطبيقاتِ المصرفيةِ قام بها (Alalwan et al., 2016)، هدفتِ الدراسةُ إلى اقتراحِ نموذجٍ يفسرُ العواملَ الرئيسيةَ المؤثرةَ في نيةِ العملاءِ الأردنيينَ لتبنيِ الخدماتِ المصرفيةِ عبرَ الهاتفِ المحمولِ. استندَ النموذجُ المقترحُ إلى نموذجِ قبولِ التكنولوجيا (TAM)، وتمَّ توسيعه بإضافةِ المخاطرِ المدركةِ والكفاءةِ الذاتيةِ كعاملين خارجيين. أظهرتِ النتائجُ أنَّ النيةَ السلوكيةَ تتأثرُ بالفائدةِ المدركةِ وسهولةِ الاستخدامِ المدركةِ والمخاطرِ المدركةِ.

### 2.3.2 القيودُ والانتقاداتُ لنموذجِ قبولِ التكنولوجيا (TAM):

على الرغمِ من المساهماتِ الكبيرةِ لنموذجِ (TAM) في فهمِ سلوكِ تبنيِ التكنولوجيا وانتشاره الواسع، إلا أنه واجهَ بعضَ الانتقاداتِ التي أدتْ إلى الحاجةِ لتطويرِ نماذجٍ أكثرَ شموليةً. ومن أهمِّ القيودِ والانتقاداتِ لهذا النموذجِ:

#### - عدمُ الاهتمامِ بالفروقِ الفرديةِ:

أحدُ الانتقاداتِ الرئيسيةِ لنموذجِ قبولِ التكنولوجيا (TAM) هو أنه لا يأخذُ في الاعتبارِ الفروقَ الفرديةَ في الشخصيةِ والدوافعِ والخبرةِ. حيثُ يُفترضُ نموذجِ قبولِ التكنولوجيا أنَّ جميعَ المستخدمينَ سيتصرفونَ بنفسِ الطريقةِ عندَ مواجهتهم تقنيةً جديدةً، وهذا ليسَ الحالَ دائماً. على سبيلِ المثالِ، قد يكونُ بعضُ المستخدمينَ أكثرَ تجنباً للمخاطرةِ من غيرهم، وقد يكونونَ أقلَّ احتمالاً لتبنيِ تقنياتٍ جديدةٍ. وبالمثل، قد يتمتَّعُ بعضُ المستخدمينَ بخبرةٍ أكبرَ في مجالِ التكنولوجيا ويشعرونَ براحةٍ أكبرَ في استخدامِ الأدواتِ الجديدةِ أكثرَ من غيرهم.

بناءً على دراسةٍ (Agarwal & Prasad, 1999) حول ارتباطِ الاختلافاتِ الفرديةِ بقبولِ التكنولوجيا الجديدةِ، أظهرتِ الدراسةُ أنَّ السماتِ الشخصيةِ مثلَ الانفتاحِ على التجربةِ والخبرةِ التكنولوجيةِ تُعدُّ تأثيرَ عواملِ نموذجِ قبولِ التكنولوجيا (TAM) التقليديةِ (الفائدةِ وسهولةِ الاستخدامِ). فعلى سبيلِ المثالِ، كانَ الأفرادُ ذووِ الخبرةِ التكنولوجيةِ العاليةِ أقلَّ تأثراً بسهولةِ الاستخدامِ، لأنَّهم يعتقدونَ على التعقيداتِ التقنية؛ أما الأفرادُ المتجنبونَ للمخاطرةِ فكانوا أقلَّ ميلاً لقبولِ التكنولوجيا حتى لو كانت مفيدةً وسهلةَ الاستخدامِ. وأوضحَ الباحثانِ أنَّ نموذجِ قبولِ التكنولوجيا (TAM) يفشلُ في تفسيرِ التباينِ بينَ الأفرادِ؛ لأنَّه يركِّزُ على عواملِ

عامّة دون مراعاة السياقات النفسية والاجتماعية للفرد، أي يتجاهل أنّ الأفراد المختلفين قد يفسّرون الفائدة وسهولة الاستخدام بشكلٍ مختلفٍ بناءً على شخصياتهم وخبراتهم.

وفي دراسة (Featherman & Pavlou, 2003) حول التنبؤ بتبني الخدمات الإلكترونية من منظور جوانب المخاطر المدركة، وجدت الدراسة أنّ تجنب المخاطرة يقلل من نية تبني الخدمات المصرفية عبر الإنترنت حتى لو كانت مفيدة وسهلة الاستخدام، إذ إنّ المستخدمين المتجربين للمخاطر يحتاجون إلى ضمانات إضافية تتجاوز عوامل نموذج قبول التكنولوجيا..

#### - التركيز المحدود على العوامل الاجتماعية:

لدى نموذج قبول التكنولوجيا تركيزٌ محدودٌ على العوامل الاجتماعية التي تؤثر في قبول التكنولوجيا. تفترض النظرية أنّ اعتماد التكنولوجيا هو في المقام الأول وظيفة للمعتقدات والمواقف الفردية، دون النظر في تأثير الأعراف الاجتماعية وضغط الأقران والعوامل الاجتماعية الأخرى. فعلى سبيل المثال، قد يتأثر قرار اعتماد تقنية جديدة بأراء الأصدقاء أو العائلة أو الزملاء، وهي عوامل لا يؤخذ بها في نموذج قبول التكنولوجيا.

في دراسة (Legris et al., 2003)، وفي سياق مراجعة نقدية لنموذج قبول التكنولوجيا، وجد الباحثون أنّ النموذج فشل في تفسير العوامل السياقية والاجتماعية، مما يحّد من تطبيقه في البيئات التنظيمية؛ إذ يبالح في تبسيط عملية التنبؤ بتجاهل الديناميكيات الاجتماعية التي تؤثر في قرارات المستخدمين.

وفي دراسة لـ (Srite & Karahanna, 2006) حول دور القيم الثقافية في قبول التكنولوجيا، أظهرت الدراسة أنّ العوامل الثقافية تلعب دوراً حاسماً في تعديل العلاقة بين مكونات نموذج قبول التكنولوجيا والنية السلوكية لقبول التقنيات الجديدة. ركزت الدراسة على بُعدين ثقافيين رئيسيين من أبعاد هوفستيد (Hofstede)، هما تجنب عدم اليقين (Uncertainty Avoidance) والذكورة/الأنوثة (Masculinity/Femininity)، وكيفية تفاعلها مع العوامل النفسية التقليدية في النموذج.

توصلت النتائج إلى أنّ المعايير الاجتماعية تصبح مُحدّداً أقوى للنية السلوكية في الثقافات التي تتميز بقيم أنثوية عالية (كالتعاون والمساواة) ومستويات مرتفعة من تجنب المخاطرة، حيث يميل الأفراد في هذه السياقات إلى اتّخاذ القرارات بناءً على الانسجام الجماعي بدلاً من المنفعة الفردية.

في المقابل، لم تُظهر الدراسة تأثيراً معنوياً لُبعد الذكورة/الأنوثة على العلاقة بين الفائدة المدركة والنية السلوكية، مما يشير إلى أنّ إدراك الفوائد الوظيفية للتكنولوجيا قد يكون عاملاً عالمياً يتجاوز الاختلافات

الثقافية في هذا البُعد. ومع ذلك، لوحظَ أنَّ البُعدَ الثقافيَّ نفسه يُعدُّ العلاقةَ بين سهولة الاستخدام المدركة والنَّية السلوكيَّة، حيثُ تزدادُ أهميَّةُ سهولة الاستخدام في الثقافاتِ الأنثوية التي تُقدِّرُ التفاعلَ الاجتماعيَّ، بينما تقلُّ أهميَّتها النسبيَّةُ في الثقافاتِ الذكوريَّة التي تركِّزُ على النتائجِ التنافسيَّة. تُبرِّزُ هذه النتائجُ قصورَ النماذجِ التقليديَّة مثل نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) في تفسيرِ القبولِ التكنولوجيِّ عبرَ السياقاتِ الثقافيَّة المتباينة، وتدعو إلى تكييفِ هذه النماذجِ لدمجِ العواملِ الاجتماعيَّة والثقافية. فعلى سبيلِ المثالِ، في الثقافاتِ الجماعية ذاتِ الميلِ العاليِ إلى تجنُّبِ المخاطرة قد تغشُّ الحملاتُ الترويجيَّة التي تعتمدُ على الفوائدِ الفرديَّة وحدها، في حين أنَّ تعزيزَ الشرعيةِ الاجتماعيَّة للتكنولوجيا قد يكونُ أكثرَ فعاليَّة. تفتحُ هذه الرؤيةُ آفاقًا جديدةً لفهمِ التفاعلِ المعقَّدِ بينَ القيمِ الثقافيَّة والابتكارِ التكنولوجيِّ، مع إشارة واضحة إلى ضرورةِ تبنيِ منظورٍ متعددِ الأبعادِ في تصميمِ استراتيجياتِ نشرِ التكنولوجيا عبرَ الأسواقِ العالميَّة.

#### - عدم الاهتمام بسياق الاستخدام:

ثمة قيدٌ آخرٌ لنموذجِ قبولِ التكنولوجيا، وهو أنه لا يأخذُ في الاعتبارِ سياقَ الاستخدامِ. إذ يفترضُ النموذجُ أنَّ المستخدمينَ سيتصرفونَ بنفسِ الطريقةِ بغضِّ النظرِ عن الموقفِ أو السياقِ الذي يستخدمونَ فيه التكنولوجيا. ومع ذلك، يمكنُ أن يكونَ لسياقِ الاستخدامِ تأثيرٌ كبيرٌ على قبولِ التكنولوجيا واستخدامها. فعلى سبيلِ المثالِ، قد يكونُ المستخدمُ أكثرَ احتمالاً لاستخدامِ تقنيَّة جديدةٍ في بيئة العملِ مقارنةً بالاستخدامِ الشخصيِّ، أو قد يميلُ أكثرَ إلى استخدامِ التكنولوجيا إذا تمَّ دمجُها مع أدواتٍ أخرى يستخدمونها بانتظامٍ.

#### - عدم ملاءمته للتكنولوجيات المعقدة (الذكاء الاصطناعي):

حيثُ عجزَ نموذجُ قبولِ التكنولوجيا (TAM) عن تفسيرِ تبنيِ التقنياتِ التي تتطلبُ تفاعلاً معقَّداً أو إدراكاً بشرياً غيرَ اعتياديِّ.

في دراسةٍ (Shank et al., 2019) حولِ مشاعرِ الناسِ عندَ إدراكِ العقلِ في الذكاءِ الاصطناعيِّ وكيف يُشكَّلُ هذا الإدراكُ بدوره ردودَ الفعلِ العاطفية وقبولِ التكنولوجيا، أظهرتِ النتائجُ أنَّ إدراكَ العقلِ في الذكاءِ الاصطناعيِّ يثيرُ مشاعرَ متناقضةً، فعندما يرى المشاركونُ أنَّ الذكاءِ الاصطناعيِّ يمتلكُ عقلاً كقدرته على

التفكير أو الشعور، تتولد لديهم مشاعر إيجابية مثل الدهشة والإعجاب بقدرات الذكاء الاصطناعي، و عندما تتولد لديهم مشاعر سلبية مثل القلق من فقدان السيطرة أو الخوف من التهديدات المحتملة .  
تُشكّل العواطف القبول أو الرفض؛ فالمشاعر الإيجابية مثل الدهشة تزيد من الانفتاح على التفاعل مع الذكاء الاصطناعي، أما المشاعر السلبية مثل القلق فتقلل من الثقة والنية لاستخدام الذكاء الاصطناعي. وأظهرت النتائج أيضاً أن الأفراد الذين لديهم خبرة سابقة مع الذكاء الاصطناعي كانوا أقل قلقاً وأكثر تقبلاً لفكرة عقل الذكاء الاصطناعي، بينما أظهر الأقل خبرة مقاومة عاطفية أكبر، رغم إدراكهم للفائدة العملية.

يفترض نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) أن القرارات تقنية بحتة، بينما تُظهر الدراسة أن الإدراك الوجودي كاعتبار الذكاء الاصطناعي كائنًا واعيًا يثير تعقيدات عاطفية. وتوصي الدراسة بدمج العواطف والإدراك الفلسفي (كإدراك العقل) كعوامل جديدة في نماذج قبول التكنولوجيا، وإضافة الثقة والشفافية كمتغيرات وسيطة تفسر العلاقة بين الفائدة المدركة والنية السلوكية.

### 3.3.2 النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها (UTAUT):

نشأت النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها (UTAUT) كإطار نظري موحّد يهدف إلى تجاوز محدودية النماذج السابقة في تفسير تبني التكنولوجيا، مثل نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) ونظرية السلوك المخطّط (TPB). قام (Venkatesh et al., 2003) بتطوير UTAUT عبر دمج ثماني نظريات رائدة في مجال قبول التكنولوجيا، بهدف تقديم نموذج شامل يراعي التعقيدات الاجتماعية والسياقية التي تتجاهلها النماذج التقليدية.

اعتمدت UTAUT على أربعة عوامل رئيسية لتفسير النوايا السلوكية والاستخدام الفعلي للتكنولوجيا:

- التوقع الأدائي: إدراك الفرد أن التكنولوجيا تحسّن أداءه.
- التوقع الجهدّي: مدى سهولة استخدامها.
- التأثير الاجتماعي: ضغوط المحيط الاجتماعي.
- الظروف الميسّرة: الدعم التنظيمي والتقني.

بالإضافة إلى ذلك، حدّدت UTAUT أربع مُعدّلاتٍ رئيسية تُشكّلُ تفاعلَ هذه العواملِ مع بعضها: العمر، الجنس، الخبرة، والتطوّعية.

في عام 2012 قدّم (Venkatesh et al., 2012) تحديثًا للنموذج تحت مُسمّى UTAUT 2، موجّهًا نحو السياقاتِ الاستهلاكية. أُضيفتُ ثلاثة عواملٍ جديدةٍ وسّعتِ قدرةَ النموذجِ على تفسيرِ تبني التكنولوجيا في الحياةِ اليوميةِ خارجِ الإطارِ المؤسّساتي:

- القيمةُ الترفيهية: المتعةُ النفسيةُ الناتجةُ عن استخدام التكنولوجيا.
- القيمةُ السعريّة: التوازنُ المدركُ بينَ التكلفةِ والمنفعةِ.
- العادة: التكرارُ في الاستخدامِ وما يُولّدهُ من ميلٍ تلقائيٍّ لاعتمادِ التكنولوجيا.

في دراسةٍ لهم (Venkatesh et al., 2016)، والتي هدفت إلى تحليلِ النظريةِ الموحدةِ لقبولِ التكنولوجيا واستخدامها وامتداداتها ورسمِ أجندةٍ بحثيةٍ مستقبليةٍ، ناقشَ المؤلفونَ الإرثَ العلميَّ لـ UTAUT والتحدياتِ المستقبليةِ. أشاروا إلى ضرورةِ تكييفِ النموذجِ مع التطوراتِ التكنولوجيةِ الناشئةِ مثلَ الذكاءِ الاصطناعيِّ وإنترنتِ الأشياءِ التي تتطلبُ عواملَ تفسيريةً جديدةً كـ الشفافيةِ والنقّةِ والأخلاقياتِ. كما أكّدوا أهميةَ مراعاةِ الاختلافاتِ الثقافيةِ العالميةِ، خاصّةً في المجتمعاتِ غيرِ الغربيةِ، حيثُ تلعبُ القيمُ الجماعيةُ دورًا أكبرَ في تشكيلِ القراراتِ مقارنةً بالسياقاتِ الفرديةِ.

بينما تُشكّلُ نماذج مثل TAM و UTAUT أساسًا نظريًا مهمًا لفهم تبني التكنولوجيا عمومًا، يتضح أنّ نماذج قبولِ التكنولوجيا الحالية تُظهرُ الحاجةَ إلى إطارٍ تكامليٍّ يدمجُ بُعدَ المقاومةِ النفسيةِ الناتجةِ عن الإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ، ويستدعي تحولًا نحو متغيراتٍ تركزُ على الديناميكياتِ النفسيةِ والاجتماعيةِ الخاصةِ بسياقاتِ الإلزامِ القسريِّ، إلى جانبِ الفائدةِ وسهولةِ الاستخدامِ والتبايناتِ الثقافيةِ. فغيابُ هذه المتغيراتِ يحُدُّ من قدرةِ النموذجِ على تفسيرِ سلوكِ العملاءِ في سياقاتٍ تُفرضُ عليهم فيها التقنيّةُ دونَ بدائلٍ، مما يستلزمُ توسيعَ الأطرِ المفاهيميةِ لتشملَ هذه الأبعادِ قبلَ تطبيقها ميدانيًا.

## 4.3.2 تجربة العميل السابقة مع الخدمات الذاتية القائمة على التكنولوجيا:

تعدُّ تجربة العميل السابقة مع الخدمات الذاتية القائمة على التكنولوجيا بُعدًا محوريًا في فهم سلوك المستهلك وتفاعلاته المستقبلية. تُعرَّف هذه التجربة بأنها مدى استخدام العملاء لأنواع مختلفة من تقنيات الخدمة الذاتية، والتي تشمل الأجهزة الذاتية لشراء التذاكر، أو استخدام منصات الإنترنت، أو التطبيقات الهاتفية للحصول على الخدمات المختلفة (Reinders et al., 2008). لا يقتصر تأثير هذه التجارب على التفاعلات المباشرة مع التقنية، بل يمتد ليشمل بناء الإدراكات والتوجهات العامة نحو تبني التقنيات الحديثة.

تُشكِّل التجارب السابقة للعملاء مع تقنيات الخدمة الذاتية أساسًا حاسمًا لفهم تفاعلاتهم المستقبلية مع الخدمات القائمة على التكنولوجيا والتكنولوجيات الناشئة على حدٍ سواء، مثل إنترنت الأشياء والواقع المُعزَّز والذكاء الاصطناعي. تُشير دراسة (Hoyer et al., 2020) إلى أنَّ هذه التقنيات تُسهم في تعزيز القيمة التجريبية للعميل عبر أبعاد إدراكية، وحسية عاطفية، واجتماعية في مختلف مراحل رحلة العميل (ما قبل الشراء، الشراء، وما بعد الشراء). فعلى سبيل المثال، في مرحلة ما قبل الشراء، تُسهِّل تقنيات الواقع المُعزَّز تخیل المنتجات (ك تجربة تركيب الأثاث افتراضيًا لدى IKEA)، مما يُقلِّل من الغموض ويُعزِّز الثقة لدى العميل. يتوافق هذا المنظور مع نتائج (Meuter et al., 2000)، التي تُشير إلى أنَّ التجارب الإيجابية المتكررة مع تقنيات الخدمة الذاتية كالتى تتسم بسهولة الاستخدام، وتوفير الوقت، والقدرة على حلِّ الاحتياجات المستعجلة تُشجع العملاء على تكرار السلوكيات الإيجابية في المستقبل. فالعملاء الذين يستخدمون تقنيات الخدمة الذاتية بشكلٍ متكرِّرٍ وبنجاحٍ يُظهرون مستويات أعلى من الثقة والكفاءة المدركة تجاه التقنيات الجديدة. على سبيل المثال، العملاء الذين استخدموا الأكشاك الرقمية للدفع أو الحجز ووجدوا أنها فعالة وسهلة الاستخدام، سيكون لديهم مواقف إيجابية مُسبقة تجاه تقنيات مشابهة. يمكن استنتاج أنَّ هذه التجارب الإيجابية لا تُعزِّز فقط ثقة العملاء وراحتهم عند التفاعل مع هذه التقنيات، بل تُقلِّل أيضًا من المخاطر المدركة المرتبطة بتبنيها.

من ناحية أخرى، وفي سياق تقنيات الخدمة الذاتية، تُبرزُ نظرية التحكم التعويضي (Landau et al., 2015) كيف تُعوِّض الخبرة السابقة نقص السيطرة المدركة عند التفاعل مع التقنيات الجديدة. خصوصًا في سياقات قد لا يمتلك فيها العميل خيارات بديلة. تُشير هذه النظرية إلى أنَّ الأفراد يسعون بطبيعتهم للحفاظ على شعورٍ بالسيطرة على بيئتهم ونتائج أفعالهم. عندما يُواجهون مواقف تُقلِّل من هذا الشعور (مثل الإلزام

باستخدام تقنية جديدة دون دعم كافٍ أو خياراتٍ بديلةٍ)، فإنهم قد يُفعلون آلياتٍ تعويضيةً لإعادة تأسيس هذا الشعور بالتحكم.

في سياقاتِ الإلزامِ القسري ، حيثُ يُفرضُ على العميلِ استخدامَ التقنية وقد يُلغى خيارُ التفاعلِ البشريِّ بشكلٍ كبيرٍ، يُصبحُ الاعتمادُ على المعرفةِ الإجرائيةِ (Brucks, 1986) أمرًا محوريًا. تُشيرُ هذه المعرفةُ إلى فهمٍ "كيفية" أداءٍ مهمةٍ معينةٍ خطوةً بخطوةً باستخدامِ التقنية. وقد أظهرتُ دراسةُ (Cao et al., 2022) أنَّ العملاءِ ذوي الخبرةِ العاليةِ في استخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ يُظهرونَ قدرةً أكبرَ على تجميعِ وتطبيقِ هذه المعرفةِ الإجرائيةِ بكفاءة. هذه القدرةُ لا تُقلُّ بشكلٍ كبيرٍ من إدراكهم للمخاطرِ المرتبطةِ باستخدامِ التقنيةِ فحسب، بل تُعزِّزُ أيضًا شعورهم بالسيطرةِ والكفاءةِ الذاتيةِ، مما يُساهمُ في تخفيفِ أيِّ مقاومةٍ نفسيةٍ قد تنجمُ عن الإلزامِ. على النقيضِ من ذلك، في سياقاتِ الخدمةِ الكاملةِ أو الهجينةِ، حيثُ يتوفَّرُ خيارُ التحويلِ إلى موظفٍ بشريِّ في حالِ فشلِ تقنيةِ الخدمةِ الذاتيةِ، يُخفِّفُ وجودُ الدعمِ البشريِّ من اعتمادِ العملاءِ على مهارتهم الذاتيةِ لإتمامِ المعاملةِ (Collier et al., 2017) .

وهذا يُشيرُ إلى أنَّ الخبرةَ السابقةَ للعميلِ في التعاملِ مع تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ تُصبحُ أكثرَ أهميةً وحرَجاً في البيئاتِ الإلزاميةِ؛ حيثُ لا يتوفَّرُ "صمامُ أمانٍ" بشريٌّ يُمكنُ اللجوءَ إليه. بالتالي، فإنَّ العملاءِ ذوي الخبرةِ السابقةِ الإيجابيةِ سيكونونَ أكثرَ استعدادًا للتكيُّفِ مع الإلزامِ القسريِّ وتقليلِ المواقفِ السلبيةِ، بينما قد يُواجهُ العملاءُ ذوو الخبرةِ القليلةِ أو السلبيةِ تحدياتٍ أكبرَ ومقاومةً أعلى في ظلِّ غيابِ البدائلِ البشريةِ. لذا، تُعدُّ تجربةُ العميلِ السابقةُ عاملاً حاسماً يُمكنُ أن يُفسَّرَ التبايناتِ في استجابةِ العملاءِ لسياساتِ الإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ، مما يستدعي دراسةً تأثيرها المعدِّلِ على المواقفِ والسلوكياتِ.

### 5.3.2 الحاجة إلى التفاعل:

تؤكد الأدبيات العلمية أن اعتماد تقنيات الخدمة الذاتية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بسمات نفسية وسلوكية محددة لدى المستهلكين، كالسعي نحو الحدائث، والكفاءة الذاتية، والحاجة إلى التفاعل البشري، التي تُعرف بأنها أهميّة التفاعل المباشر مع مقدّم الخدمة خلال عمليات تقديمها (Dabholkar & Bagozzi, 2002). وتكشف الدراسات أن هذه العوامل تُشكّل محددات جوهرية في تقييم التكنولوجيا وتبنيها. وفي هذا الإطار يبرز مفهوم الحضور الاجتماعي، الذي يُشار إليه بمدى قدرة الوسيط التكنولوجي على محاكاة الإحساس بالتواجد النفسي للآخرين (Fulk et al., 1987)، كعامل مؤثر في تشكيل تجربة المستخدم. وعلى الرغم من التوجّه المتزايد نحو الأتمتة، تظلّ الحاجة إلى التفاعل البشري سمةً محوريةً، ولا سيّما لدى العملاء الذين يستمدون قيمةً مُضافةً من التفاعلات الاجتماعية خلال المعاملات الخدمية، كالاستمتاع بالدعم العاطفي أو تعزيز الثقة (Evanschitzky et al., 2015).

من ناحية أخرى، يُلاحظ أن فرض الخدمة الذاتية كبديل إلزامي للتفاعل البشري يولّد مقاومةً سلوكيةً لدى شريحة من العملاء، خاصةً أولئك الذين يتمتعون بمستوى مرتفع من الحاجة إلى التفاعل. ففي حالات استبدال الموظفين بالتقنيات، يميل هؤلاء العملاء إلى إدراك الخدمة الذاتية على أنها غير كافية أو معيبة، مما يدفعهم إلى رفض تبنيها (Kimes and Collier, 2015).

تُشير بحوثٌ متعددة إلى أن تفضيل التفاعل البشري يرتبط سلباً بالاتجاهات نحو الخدمات الذاتية، ويُقلل من النية السلوكية لاستخدامها (Bitner et al., 2002). على المستوى الإدراكي، تُظهر الدراسات أن العملاء ذوي الحاجة العالية إلى التفاعل البشري (مثل كبار السن أو من يفضلون الدعم الشخصي) يتحسسون أكثر من المخاطر المدركة عند استخدام الخدمات الذاتية، خاصةً في غياب الدعم الفوري (Dean, 2008). في المقابل، يُبدي الأفراد ذوو الحاجة المنخفضة إلى التفاعل استعداداً أكبر لتبني هذه التقنيات، مُقدّرين كفاءتها وسرعتها (Dabholkar, 1996; Curran & Meuter, 2005).

تجدُر الإشارة هنا إلى دراسة (Curran & Meuter, 2005) التي أظهرت أن عوامل مثل الفائدة وسهولة الاستخدام والمخاطر (في حالة الخدمات الحديثة) هي الأكثر تأثيراً على تبني التقنيات الذاتية في السياق المصرفي، بينما لم تُظهر الحاجة إلى التفاعل البشري تأثيراً ذا دلالة إحصائية. ومع ذلك، يجب تفسير هذه النتيجة في سياق طبيعة الخدمة المصرفية التي قد تُعطى فيها الأولوية للكفاءة والسرعة على حساب التفاعل الشخصي. هذا يُشير إلى أن تأثير الحاجة إلى التفاعل قد يختلف جوهرياً باختلاف السياق ونوع الإلزام المفروض على العملاء.

لا تقلّ المواقف أهميةً عن العوامل النفسية والتقنية. ففي المواقف التي يتعرض فيها العملاء لضغط الوقت أو يواجهون طوابير طويلة في الخدمات البشرية، قد يلجؤون إلى الخدمة الذاتية كبديل عملي، حتى لو كانوا يفضلون التفاعل البشري. (Demoulin & Djelassi, 2016) ومع ذلك، فإن هذا القبول المشروط يتأثر سلباً بغياب الدعم البشري الفوري، حيث يُفضّل العملاء وجود موظفين قريبين لمعالجة الأعطال أو تقديم المساعدة، مما يقلل من شعورهم بالعزلة.

وأظهرت دراسة (Lee, 2017) أنّ الحاجة إلى التفاعل مع موظف التجرئة ترتبط عكسياً مع نوايا استخدام تقنيات الخدمة الذاتية، حيث يُفضّل الأفراد ذوو الحاجة العالية للتفاعل البشري الخدمات التقليدية. وبالمقابل، أظهرت نتائج الدراسة أنّ إدراك الراحة الرّمانيّة التي تُوفّرها تقنيات الخدمة الذاتية يُخفّف من التأثير السلبي للحاجة إلى التفاعل على نوايا الاستخدام.

على الصعيد الثقافي، تُظهر الأبحاث تفاوتاً كبيراً في تقبل الخدمة الذاتية. ففي بلدان مثل تاوان حيث تُقدّر العبارة الشعبيّة «الإنسان هو أجمل منظر» يُواجه قبول التكنولوجيا بمقاومة بسبب التمسك بالتفاعل الإنساني. في المقابل، تتجج اليابان رغم شيخوخة سكانها في دمج الخدمة الذاتية بفعالية، وذلك بفضل تصميم أنظمة تُدمج عناصر بشرية افتراضية مثل الروبوتات التفاعلية لتعويض غياب التواصل المباشر (Lian, 2021). هذه التباينات الثقافية تُعزّز فكرة أنّ الحاجة إلى التفاعل ليست مفهوماً عالمياً ثابتاً، بل تتأثر بالقيم المجتمعية، مما يزيد من أهمية دراسة دورها في سياقات ثقافية مختلفة عن تلك التي تركز عليها معظم الدراسات الغربية.

على الرغم من التقدم الكبير في فهم دور التكنولوجيا في تشكيل تجربة العميل، تظلّ هناك فجوات بحثية جوهرية؛ حيث تُركّز معظم الأدبيات على السياقات الغربية، بينما تختلف التحديات في البيئات النامية، إذ تُقاوم الفجوات الرقمية والتفضيلات الثقافية صعوبة تعميم النماذج النظرية أو الحلول التكنولوجية. وأيضاً تُعالج الدراسات الخبرة كمفهوم كليّ، دون استكشاف آليات تراكم تأثيراتها عبر تفاعلات متكررة، أو تحليل الفروق بين التجارب الناجحة والفاشلة في تشكيل السلوكيات طويلة المدى. بالإضافة إلى أنه على الرغم من الإجماع النظري على أهمية التكامل بين التكنولوجيا والتفاعل البشري، تظلّ التطبيقات العملية لأنظمة هجينة تُوازن بين الكفاءة التكنولوجية والجدوى الاقتصادية خاصة في القطاعات محدودة الموارد تحدياً يحتاج إلى حلول، إذ تعجز النماذج الحالية عن محاكاة الآليات المعقدة لتبادل الأدوار بين الإنسان والآلة.

في هذا السياق، يُقدّم التوليفُ بينَ الاحتياجاتِ النفسية والاجتماعية كالحاجة إلى التفاعلِ البشريِّ والمتطلباتِ التقنية، إطارًا واعدًا لتعزيزِ تبني تقنياتِ الخدماتِ الذاتية. إلا أنَّ تحقيقَ هذا التوازنِ يستلزمُ تبني منظورٍ ثقافيِّ حساسٍ، يُدركُ الاختلافاتِ الجوهريةَ في تقييمِ الكفاءةِ والقيمةِ عبرَ المجتمعاتِ، مع تصميمِ أنظمةٍ مرنةٍ تسمحُ بالتخصيصِ المحليِّ وفقًا للسياقاتِ المؤسسية والاجتماعية. وهكذا، بينما يظلُّ التفاعلُ البشريُّ حجرَ الزاويةِ في نجاحِ الخدمةِ الذاتية، فإنَّ تطويرَ نماذجٍ متكاملةٍ قادرةٍ على استيعابِ التعدديةِ الثقافيةِ والاقتصاديةِ قد يُعيدُ تعريفَ معادلةِ الربحِ بينَ الكفاءةِ التقنيةِ والإنسانية.

## الخلاصة:

يُعدّ تبني المستهلك لتقنيات الخدمة الذاتية عمليةً معقدةً تتداخل فيها عواملٌ تقنيةٌ ونفسيةٌ واجتماعيةٌ. ورغم فاعلية نماذج قبول التكنولوجيا التقليدية (TAM/UTAUT) في تفسير بعض هذه العوامل، إلا أنّ انتقاداتٍ لضعفها في استيعاب الفروق الفردية وسياقات الإلزام القسريّ تدعو إلى تطوير أطرٍ أكثر شمولاً. بالإضافة إلى ذلك، تُبيّن الأدلة أنّ الخبرة السابقة مع الخدمات الذاتية والحاجة إلى التفاعل البشريّ تلعبان دوراً جوهرياً في تبني هذه التقنيات، حيثُ يُخفّف التفاعل الإنسانيّ والدعم التقنيّ من المخاوف المرتبطة باستخدام هذه التقنيات ويعزّزان نوايا التبني.

## الفصل الثالث

### الإطار العملي للبحث

- تمهيد
- منهجية البحث
- مجتمع البحث وعينته
- مقاييس الدراسة
- الأساليب الإحصائية
- إجراءات الدراسة
- تصميم سيناريوهات الدراسة وإجراءاتها
- صدق وثبات أداة القياس
- التحليل الوصفي وحجم العينة
- اختبار الفرضيات
- مناقشة نتائج البحث
- المقترحات والتوصيات
- محددات البحث والدراسات المستقبلية

## تمهيد:

يتناول هذا الفصل الدراسة الميدانية الهادفة إلى التأكد من وجود تأثير للإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في مواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة ضمن أوضاع الخدمة الكاملة والخدمة الذاتية فقط ، مع الكشف عن الدور الوسيط للمخاطر المدركة بين الإلزام القسري ومواقف العملاء ، فضلاً عن معرفة الدور المعدل لكل من تجربة العملاء السابقة مع الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا والحاجة إلى التفاعل للعلاقة بين الإلزام القسري والمخاطر المدركة. كما يستعرض الفصل الإجراءات التجريبية المعتمدة لجمع البيانات وتحليلها، بالإضافة إلى اختبار الفرضيات باستخدام الأساليب الإحصائية الملائمة لأهداف البحث وفرضياته ومناقشة النتائج.

### 1.3 منهجية البحث:

نظراً لطبيعة البحث وأهدافه، تمّ الاعتمادُ على تصميمٍ تجريبيٍّ يعتمدُ على إجراء التجارب والاختبارات عبر تصميم سيناريوهاتٍ لفحص الفرضيات المقترحة من الباحث. وذلك عبر اتباع منهجٍ يستندُ إلى التجارب لجمع البيانات الأولية، حيثُ يتجلى هذا التصميمُ في دراسة تأثير الإلزام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ضمن أوضاع الخدمة الكاملة والذاتية فقط في مواقف العملاء مع تحليل الدور الوسيط للمخاطر المدركة، ودراسة دور العوامل المعدّلة مثل التجارب السابقة والحاجة إلى التفاعل في تعديل هذا الأثر.

أمّا البيانات الثانوية، فقد اعتمدَ الباحثُ فيها على المعلومات المُستمدّة من المراجع الأجنبية والعربية، والأبحاث المتعلقة بالإلزام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومفاهيمه.

### 2.3 مجتمع البحث و عينته:

يتكوّن مجتمعُ البحثِ من جميع مستخدمي تقنيات الخدمة الذاتية ضمن المؤسسات الخدمية في مدينة حمص. تمّ اختيارُ عيّنةٍ ميسرةٍ بلغ عددها 300 مستجيبٍ من طلاب المرحلة الجامعية الأولى في جامعة حمص، مع مراعاة النسبة والتناسب بين أعداد الطلاب في الكليات المختلفة، وقد قُسمت العيّنة بالتساوي لتغطية السيناريوهين المختلفين للإلزام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضعي الخدمة الكاملة والذاتية فقط.

يُمثّل هؤلاء الطلاب فئة مستخدمي تقنيات الخدمة الذاتية في المؤسسات الخدمية مثل شركات الاتصالات، ونظراً لأنّ العملاء الشباب هم من أبرز مُتبنّي ومستخدمي التقنيات الجديدة في السوق، فإنّ استخدام عينة من طلاب الجامعات كعملاء شبابٍ يُعدُّ مقبولاً بشكلٍ كبيرٍ في أبحاث خدمة العملاء.

(Köcher & Paluch, 2019; Lin and Hsieh, 2011) .

### 3.3 مقاييس الدراسة:

اعتمد الباحث على مجموعة من الدراسات السابقة والدوريات والكتب ذات الصلة بموضوع الدراسة، وصمّم السيناريوهات وصاغ بنود الاستبانة اعتمادًا على أبحاث أجنبية محكمة. استخدم الباحث أسلوب الاستبانة لجمع البيانات من عينة الدراسة المكونة من 300 مستجيب، بواقع 150 مستجيبًا لكل سيناريو.

ثم وُرِّع الاستبانة ورقياً، مستخدماً مقياس ليكرت (Likert) الخماسي بناءً على التوصيات الأكاديمية، حيث يتراوح المقياس بين "عدم الموافقة على الإطلاق" و"الموافقة تمامًا"، ويكون مرّقم (من 1 إلى 5) بحيث يعبر (1) عن "غير موافق على الإطلاق" ويعبر (5) "موافق تمامًا".

اعتمد الباحث في إعداد مقاييس الدراسة على الدراسات الأجنبية، ونظرًا لاختلاف البيئة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية في المجتمع السوري عن المجتمعات الأخرى التي طُبِّقَت فيها هذه المقاييس، فقد قام الباحث باختبار صدق وثبات أداة القياس.

فيما يلي مقاييس متغيرات الدراسة:

#### المتغير التابع:

#### • مواقف العملاء تجاه مقدم الخدمة:

تم الاعتماد على مقياس (Day & Stafford, 1997) وهو مقياس الصفات المتضادة، مؤلف من ثلاث صفات.

الجدول (1) عبارات مواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة	
وفقاً للسيناريو ما هو شعورك تجاه مقدم الخدمة، يرجى اختيار العلامة الأقرب لموقفكم	
1 - سيء ----- جيد	
2- سلبي ----- إيجابي	
3- غير مفضل ----- مفضل	

## المتغير المستقل:

### • الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية:

تم الاعتماد على مقياس (Liu, 2012) وهو مقياس مؤلف من ثلاث عبارات.

الجدول (2) عبارات الإلزام القسري باستخدام أجهزة الخدمة الذاتية عبر أوضاع الخدمة
1- عندما أحتاج إلى الخدمة، تكون أجهزة الخدمة الذاتية هي الخيار الوحيد المتاح.
2 - لدي حرية أقل في اختيار طريقة الخدمة من شركة الاتصالات.
3- شركة الاتصالات تفرض علي استخدام أجهزة الخدمة الذاتية.

## المتغير الوسيط:

### • مخاطر الأداء المدركة:

تمّ الاعتمادُ على المقياسِ المعكوسِ لـ (Schaarschmidt & Höber, 2017)، المُكوّنِ من ثلاثِ عباراتٍ، حيث يُستخدمُ المقياسُ المعكوسُ لضمانِ دقّةِ البياناتِ عبرَ منعِ الاستجاباتِ التلقائيةِ، وضمانِ اتساقِ إجاباتِ المشاركين، وتقليلِ التحيزِ في النتائجِ.

الجدول (3) عبارات مخاطر الأداء المدركة
1- أشعر بالأمان عند استخدام جهاز الخدمة الذاتية الخاص بشركة الاتصالات
2- أعلم أن جهاز الخدمة الذاتية سيتعامل مع مدخلاتي بشكل صحيح
3- عند استخدام أجهزة الخدمة الذاتية الخاص بشركة الاتصالات ستكون المخاطر أقل لحدوث خطأ ما

## المتغيرات المعدلة:

- تجربة العميل السابقة مع الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا:

تمّ الاعتمادُ على مقياس (Reinders et al., 2008) المؤلّف من ثلاث عباراتٍ مع ملاحظة أنّ العبارة الثانية معكوسة، من أجل منع الاستجابات التلقائية، وضمان اتساق إجابات المشاركين، وتقليل التحيز في النتائج.

الجدول (4) عبارات تجربة العميل السابقة مع الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا
1- استخدم عادةً العديد من أجهزة الكمبيوتر
2- ليس لدي خبرة كبيرة في استخدام الانترنت
3- استخدم الكثير من المنتجات والخدمات القائمة على التكنولوجيا

- الحاجة إلى التفاعل:

تمّ الاعتمادُ على مقياس (Dabholkar, 1996) المؤلّف من ثلاث عباراتٍ مع ملاحظة أنّ العبارة الثالثة معكوسة، من أجل منع الاستجابات التلقائية، وضمان اتساق إجابات المشاركين، وتقليل التحيز في النتائج.

الجدول (5) عبارات الحاجة إلى التفاعل
1- التفاعل البشري يجعل عملية الخدمة ممتعة للعميل
2- أحب التعامل مع الشخص الذي يقدم الخدمة
3- الاهتمام الشخصي من قبل موظف الخدمة ليس مهماً جداً بالنسبة لي
4- يزعجني استخدام جهاز الخدمة الذاتية عندما يمكنني التحدث مع شخص بدلاً من ذلك

وقد تضمنت الاستبانة أيضاً عبارات لقياس مدى واقعية وسهولة فهم السيناريو، بالاعتماد على مقياس (Fan et al., 2016) المؤلف من عبارتين:

الجدول (6) عبارات تقييم السيناريو
1- ما مدى واقعية السيناريو؟
من (1) غير واقعي على الإطلاق إلى (5) واقعي جداً
2- كم كان من السهل عليك أن تفهم ما حدث في السيناريو؟
من (1) ليس سهلاً على الإطلاق إلى (5) سهل جداً

### 4.3 الأساليب الإحصائية:

ولتحليل البيانات استخدم الباحث الآتي:

1- الحزمة الإحصائية IBM SPSS الإصدار (30): التي شملت المعالجات الإحصائية والتحليلية التالية:

- اختبارات الاتساق الداخلي: لقياس ثبات أداة الدراسة عبر معامل Cronbach's  $\alpha$ .
- الإحصاءات الوصفية: حساب التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الفئوية، وحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقييم مراكز الاتجاه والتشتت في استجابات العينة لكل متغير كمي.
- اختبار اختلاف المتوسط عن قيمة اختبارية: باستخدام One-Sample t-test لتحديد ما إذا كان متوسط استجابات العينة على مقياس ليكرت الخماسي يختلف دلالة إحصائية عن القيمة المحايدة (3).
- اختبار اختلاف متوسطي عينتين مستقلتين: عبر Independent Samples t-test لمقارنة متوسطي مجموعتين، مع التحقق من تجانس التباين بواسطة Levene's Test.

2- IBM SPSS Amos Graphics إصدار (26): لبناء نموذج الدراسة باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) لفحص المسارات المباشرة وغير المباشرة، وآليات الوساطة، والتأثيرات المعدلة في النموذج المقترح.

### 5.3 إجراءات الدراسة:

#### 1.5.3 تصميم سيناريوهات الدراسة وإجراءاتها:

اعتمدت الدراسة الرئيسيّة تصميمًا بين المجموعات (Between-Subject Design) يتضمن سيناريوهين مختلفين لقياس مواقف العملاء تجاه استخدام أجهزة الخدمة الذاتية تحت ظروف الإلزام القسريّ، وأوضاع الخدمة الكاملة والخدمة الذاتية فقط في شركات الاتصالات، كما يلي:

في السيناريو الأول ("إلزام على استخدام أجهزة الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة") طرّح على المشاركين تخيل موقف يُوجّهون فيه إلى استخدام جهاز الخدمة الذاتية رغم وجود موظفين مخصصين للخدمة الشخصية، لكن هؤلاء الموظفين غير متاحين لتقديم أيّ مساعدة تقنية أو شخصية عند الحاجة.

أما في السيناريو الثاني ("إلزام على استخدام أجهزة الخدمة الذاتية بغياب الخدمة الكاملة") تخيل المشاركون أن الشركة ألغت تمامًا الخدمة الشخصية، فتصبح أجهزة الخدمة الذاتية الخيار الوحيد، حتى عند تعطل الجهاز أو الحاجة إلى الدعم، فلا يوجد أي موظف متاح في الموقع لتقديم المساعدة لهم ولا توجد إمكانية الاتصال بمكتب الخدمة.

### السيناريو الأول:

تخيل أنك وصلت إلى شركة الاتصالات لتسديد فاتورة موبايل أو تحويل رصيد كاش، عند دخولك، يوجهك موظف الاستقبال مباشرة إلى جهاز الخدمة الذاتية للحصول على الخدمة على الرغم من وجود موظفين يقدمون الخدمة الشخصية الكاملة ضمن مكاتب الشركة، ورغم أن هناك موظفين في الموقع، فإنهم غير متاحين لتقديم أي مساعدة تقنية أو شخصية إذا واجهت مشكلة أثناء استخدام جهاز الخدمة الذاتية.

### السيناريو الثاني:

تخيل أنك ذهبت إلى شركة الاتصالات لتسديد فاتورة موبايل أو تحويل رصيد كاش، تفاجأت بأنه لا يوجد إلا جهاز الخدمة الذاتية، ولم يعد هناك مكاتب للشركة حيث يمكنك الحصول على الخدمة الكاملة عن طريق موظفي الشركة، وإذا كان جهاز الخدمة الذاتية معطلاً أو عندما تحتاج إلى بعض المساعدة في استخدام جهاز الخدمة الذاتية فلا يوجد أي موظف متاح في الموقع لتقديم المساعدة ولا توجد إمكانية الاتصال بمكتب الخدمة.

وتمّ توزيع المشاركين عشوائياً بالتساوي على مجموعتين وفقاً لتصميم (Between-Subject Design)، حيثُ تعرّضت كل مجموعة سيناريو واحدٍ فقط، ثمّ أجاب المشاركون على مجموعة أسئلة الاستبانة، والتي شملت:

- القسم الأول: المتغيرات الديموغرافية
- القسم الثاني: تقييم السيناريو
- القسم الثالث: متغيرات الدراسة

### 2.5.3 صدق وثبات أداة القياس:

#### صدق المحكمين:

عَرَضَ الباحثُ الاستبانةَ على مشرفِ البحثِ واثنين من الأساتذة المختصين؛ فتلقَى ملاحظاتٍ قيِّمةً، وهي:

- **عدم تكافؤ السيناريوهين:** أشار أحدُ الأساتذة إلى أنّ السيناريو الثاني يحرّم المشاركين تمامًا من أيّ دعمٍ بشريّ، بينما لم يُوضّح ذلك في السيناريو الأول. فاقترح إضافة سيناريو ثالثٍ أو رابعٍ لتغطية حالاتٍ توافر فيها المساعدة أو عدم توافرها، أو مراجعة الصياغتين لجعلهما متكافئتين.

قام البحث بتعديل السيناريو الأول بإضافة عبارة تُفيدُ بأنّ “الموظفين غير متاحين لتقديم أيّ مساعدةٍ تقنيةٍ أو شخصيةٍ عند الحاجة”، ليصبح كلا السيناريوهين متكافئين من حيث غياب الدعم البشريّ.

- **اختيار المقياس:** نُصح الباحثُ باستخدام مقياس ليكرت الخماسيّ بدلاً من السباعيّ، نظرًا لصعوبة مطابقة الترجمات العربية بدقةٍ على المقياس السباعيّ، أو قد يواجه صعوبةً في فهم الدرجات من قبل المشاركين.

استبدلَ الباحثُ المقياس السباعيّ بمقياس ليكرت الخماسيّ، لضمان وضوح العبارات وتوافقها مع الممارسات الأكاديمية المعتمدة في السياقات العربية.

#### اختبار ثبات المقاييس:

تمّ قياس الاتساق الداخلي للمقياس باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha Coefficient)، الذي يهدف إلى تقييم مدى اتساق فقرات المقياس في قياس الخاصية المستهدفة. يُستخدم هذا المعامل غالبًا في المقاييس المجمّعة (كمقياس ليكرت) الذي يتكوّن من عدة عبارات تُجمَعُ درجاتها لتمثيل قيمةٍ كليةٍ للخاصية. في هذه الحالة، يجب أن تتوافق جميع العبارات في اتجاهها وارتباطها مع الخاصية المقاسة، مما يعكس تجانسها في قياس البعد نفسه.

الجدول (7) قيمة ثبات كرومباخ ألفا لمقاييس الدراسة		
المتغيرات	عدد العبارات	قيمة معامل كرومباخ ألفا
الإلزام القسري	3	0.757
مخاطر الأداء المدركة	3	0.920
تجربة العميل السابقة مع الخدمات الذاتية القائمة على التكنولوجيا	3	0.929
الحاجة إلى التفاعل	4	0.828
مواقف العملاء	3	0.927

تشيرُ النتائجُ في الجدولِ السابقِ إلى أنَّ جميعَ قيمِ معاملِ كرونباخ ألفا أكبر من (0.60) وهذا يشيرُ إلى تمثُّعِ مقاييسِ الدراسةِ بالثباتِ الداخليّ.

### اختبار فعالية التحكم بالتصاميم التجريبية :

في إطارِ اختبارِ فعاليةِ التحكمِ بالتصاميمِ التجريبية، تمَّ إجراءُ اختبارِ (Independent Samples Test) لاختلافِ متوسطي عينتين للتأكد من وجودِ فروقٍ معنويةٍ بين متوسطي الإلزامِ القسريِّ في سيناريو الإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ في وضعِ الخدمةِ الكاملةِ وسيناريو الإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ في وضعِ الخدمةِ الذاتيةِ فقط.

الجدول (8) Group Statistics - اختلاف متوسطي الإلزام القسري وفقاً لكل سيناريو					
	Scenario Type	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Attitude	Self-Service with Staff Present	150	4.0956	.69764	.05696
	Self-Service Only	150	3.7867	.61582	.05028

الجدول (9) Independent Samples Test – اختبار اختلاف متوسطي الإلزام القسري وفقاً لكل سيناريو											
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	Df	Significance		Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						One-Sided p	Two-Sided p			Lower	Upper
Attitude	Equal variances assumed	1.183	.278	4.065	298	.000	.000	.30889	.07598	.15936	.45841
	Equal variances not assumed			4.065	293.480	.000	.000	.30889	.07598	.15935	.45842

يُظهر الجدول أعلاه أنّ قيمة Sig في (Levene's Test for Equality of Variances) اختبار ليفين لتجانس التباين أكبر من 0.05، مما يُشير إلى تجانس التباين.

ويبدو من السطر الأول تباين التجانس Equal variances assumed بأن قيمة sig لاختبار t-test for Equality of Means أصغر من 0.05 وبالتالي يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسطي الإلزام القسري في سيناريو الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة وسيناريو الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط.

### 3.5.3 التحليل الوصفي وحجم العينة:

تمّ جمع استبيانات الدراسة من عينة بلغ حجمها 300 مُستجيب، وُزِعوا بالتساوي على سيناريوهين مختلفين (150 مُستجيباً لكل سيناريو)، شمل التحليل الوصفي للعينة توزيع المشاركين حسب المتغيرات الديموغرافية الرئيسية وفق التالي :

## 1- توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

النسب المئوية	التكرارات	الجنس
58,7 %	176	ذكر
41,3 %	124	أنثى
100 %	300	المجموع
الجدول رقم (10) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس		

يبين الجدول السابق أن عدد الذكور (176) ونسبتهم 58,7%، وعدد الإناث (124) ونسبتهم 41,3%.

## 2- توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئات العمرية:

تم تقسيم فئات أعمار أفراد العينة إلى ثلاث فئات وهي كالاتي:

الفئة الأولى: من 18 وحتى 22 سنة.

الفئة الثانية: أكثر من 22 وحتى 27 سنة.

الفئة الثالثة: أكثر من 27 وحتى 32 سنة.

النسب المئوية	التكرارات	العمر
80.3 %	241	الفئة الأولى
17 %	51	الفئة الثانية
2.7 %	8	الفئة الثالثة
100 %	300	المجموع
الجدول رقم (11) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئات العمرية		

يبين الجدول السابق أن عدد أفراد الفئة الأولى (241) ونسبتهم 80.3%، وعدد أفراد الفئة الثانية (51)

ونسبتهم (17) %، وعدد أفراد الفئة الثالثة (8) ونسبتهم 2.7%.

3- توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية وفقاً لكل سيناريو:

الجدول (12) توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية وفقاً لكل سيناريو						
المتغير /السيناريو	سيناريو (1)	النسبة المئوية	سيناريو (2)	النسبة المشوية	المجموع	
الجنس	ذكر	93	83	55.3%	176	
	أنثى	57	67	44.7%	124	
المجموع		150	150	100%	300	
العمر	الفئة الأولى	118	123	82%	241	
	الفئة الثانية	29	22	14.7%	51	
	الفئة الثالثة	3	5	3.3%	8	
المجموع		150	150	100%	300	

يبين الجدول السابق توزيع عينة الدراسة البالغة 300 مستجيب (150 مستجيباً لكل سيناريو)، موزعة بالتساوي بين سيناريو الخدمة الإلزامية بالرغم من توفر الخدمة الشخصية وسيناريو الخدمة الذاتية الإلزامية مع عدم وجود الخدمة الكاملة، وفقاً للمتغيرات الديموغرافية الجنس والعمر.

- اختبار One Sample T-Test:

أجرى الباحث اختبار T-Test للعينة الواحدة (One Sample T-Test) لتحليل اتجاه استجابات أفراد العينة، وذلك بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل متغير، ومقارنتها بالمتوسط النظري المفترض (3) الذي يمثل النقطة المحايدة في مقياس ليكرت الخماسي المستخدم في الاستبانة. هدفت الاختبارات إلى تحديد ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الاستجابات الفعلية لهذه المتغيرات والقيمة المحايدة (3)، مما يسهم في فهم اتجاه آراء العينة تجاه العبارات المطروحة.

- اختبار One Sample T-Test لتقييم السيناريوهات:

السيناريو (2)	السيناريو (1)	المعيار
4.10	4.17	المتوسط الحسابي
0.52	0.58	الانحراف المعياري
0.00	0.00	مستوى الدلالة
<b>الجدول (13) اختبار One Sample T-Test لتقييم السيناريوهات</b>		

يؤكد اختبار t للعينة الواحدة في الجدول السابق أن قيمة sig أصغر من 0.05، مما يؤكد وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط إجابات العينة حول واقعية السيناريوهات والقيمة الاختبارية (3) لكلا السيناريوهين.

يُبين الجدول أن المتوسط الحسابي لواقعية السيناريو الأول بلغ 4.17، وهو أعلى من القيمة الاختبارية (3)، مما يشير إلى ميل المستجيبين لاعتبار سيناريو الإلزام على استخدام أجهزة الخدمة الذاتية رغم توفر الخدمة الكاملة أنه كان واقعياً ومفهوماً، مع تجانسٍ نسبيٍّ في الآراء. تؤكد هذه النتائج أن تصميم السيناريو كان واقعياً ومفهوماً لدى العينة.

كما يظهر الجدول أن المتوسط الحسابي لواقعية السيناريو الثاني بلغ 4.10، وهو أعلى من القيمة الاختبارية (3)، مما يشير إلى ميل المستجيبين لاعتبار سيناريو الإلزام على استخدام أجهزة الخدمة الذاتية عند غياب الخدمة الكاملة أنه كان واقعياً ومفهوماً، مع تجانسٍ نسبيٍّ في الآراء. تؤكد هذه النتائج أن تصميم السيناريو الثاني كان واضحاً ومقبولاً لدى العينة.

- اختبار One Sample T-Test لمتغير الإلزام القسري:

المتوسط الحسابي	السيناريو (1)	السيناريو (2)
المتوسط الحسابي	4.09	3.78
الانحراف المعياري	0.69	0.61
مستوى الدلالة	0.00	0.00

الجدول (14) اختبار One Sample T-Test لمتغير الإلزام القسري

يؤكد اختبار t للعينة الواحدة في الجدول السابق أن قيمة sig أصغر من 0.05، مما يؤكد وجود فرق ذي دلالة إحصائية بين متوسط إجابات العينة حول الإلزام القسري والقيمة الاختبارية (3) لكلا السيناريوهين.

يبيّن الجدول أن المتوسط الحسابي لمتغير الإلزام القسري في السيناريو الأول بلغ 4.09، وهو أعلى من القيمة الاختبارية (3)، مما يشير إلى إدراك المستجيبين أنهم مجبرون على استخدام أجهزة الخدمة الذاتية بالرغم توفر الخدمة الكاملة.

كما يظهر الجدول أن المتوسط الحسابي لمتغير الإلزام القسري في السيناريو الثاني بلغ 3.78، وهو أعلى أيضاً من القيمة الاختبارية (3)، مما يؤكد إدراك المستجيبين للإلزام على استخدام الخدمة الذاتية بغياب الخدمة الكاملة.

- اختبار One Sample T-Test لمتغير مخاطر الأداء المدركة:

المعيار	السيناريو (1)	السيناريو (2)
المتوسط الحسابي	3.35	3.62
الانحراف المعياري	1.12	1.13
مستوى الدلالة	0.00	0.00
<b>الجدول (15) اختبار One Sample T-Test لمتغير مخاطر الأداء المدركة</b>		

يؤكد اختبار t للعينة الواحدة في الجدول السابق أن قيمة sig أصغر من 0.05، مما يؤكد وجود فرق ذي دلالة إحصائية بين متوسط إجابات العينة ذات الصلة بمخاطر الأداء المدركة والقيمة الاختبارية (3) لكلا السيناريوهين

يظهر الجدول أن في السيناريو الأول (إلزام العميل على استخدام الخدمة الذاتية مع توفر الخدمة الكاملة)، بلغ المتوسط الحسابي لمتغير مخاطر الأداء المدركة 3.35، وهو أعلى من القيمة المعيارية (3)، مما يدل على أن المستجيبين شعروا بالمخاطرة عند إجبارهم على استخدام الأجهزة الذاتية رغم توفر البديل التقليدي. أيضاً يظهر الجدول السابق أن في السيناريو الثاني (إلزام العميل على استخدام الخدمة الذاتية مع غياب الخدمة الكاملة)، بلغ المتوسط الحسابي لمتغير مخاطر الأداء المدركة إلى 3.62، مما يدل على أن المستجيبين شعروا بالمخاطرة عند إجبارهم على استخدام الأجهزة الذاتية في غياب الخيار التقليدي.

- اختبار One Sample T-Test لمتغير مواقف العملاء :

السيناريو (2)	السيناريو (1)	المعيار
2.70	2.15	المتوسط الحسابي
0.90	1.20	الانحراف المعياري
0.00	0.00	مستوى الدلالة
<b>الجدول (16) اختبار One Sample T-Test لمتغير مواقف العملاء</b>		

يؤكد اختبار t للعينة الواحدة في الجدول السابق أن قيمة sig أصغر من 0.05، وبالتالي يوجد فرق معنوي بين متوسط إجابات أفراد العينة ذات الصلة بمواقفهم تجاه مقدم الخدمة والقيمة الاختبارية (3) لكلا السيناريوهين.

يظهر الجدول أن المتوسط الحسابي لمتغير مواقف العملاء في السيناريو الأول يبلغ 2.15، وهو أصغر من القيمة الاختبارية (3)، مما يشير إلى أن المستجيبين كانت مواقفهم سلبية تجاه مقدم الخدمة بعد إلزامهم على استخدام أجهزة الخدمة الذاتية في سيناريو إلزام العميل على استخدام الخدمة الذاتية بالرغم من توفر الخدمة الكاملة.

أيضاً يظهر الجدول أن المتوسط الحسابي لمتغير مواقف العملاء في السيناريو الثاني يبلغ 2.70، وهو أصغر من القيمة الاختبارية (3)، مما يشير إلى أن المستجيبين كانت مواقفهم سلبية تجاه مقدم الخدمة بعد إلزامهم على استخدام أجهزة الخدمة الذاتية في سيناريو إلزام العميل على استخدام الخدمة الذاتية بغياب الخدمة الكاملة.

### 4.5.3 اختبار الفرضيات:

في إطار اختبار فرضيات الدراسة ، تبرز الحاجة إلى منهجية إحصائية متقدمة قادرة على تقييم العلاقات المعقدة بين المتغيرات في آن واحد، وفحص التأثيرات المباشرة وغير المباشرة ضمن نموذج متكامل. وفي هذا السياق، يُعد أسلوب نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) الخيار الأمثل ؛ لما يوفره من إطار شامل لتحليل المسارات (Path Analysis)، لاختبار التأثيرات المباشرة وغير المباشرة مع مراعاة الأخطاء القياسية والتباين غير المفسر، فضلاً عن تقييم مدى ملاءمة النموذج المقترح للبيانات المجمعة.

#### - اختبار ملاءمة النموذج:

لتقييم مدى ملاءمة نموذج الدراسة، لا بد من مقارنة مؤشرات الملاءمة الإحصائية الناتجة مع القيم المرجعية المقبولة. ويعود تعدد هذه المؤشرات إلى اختلاف طبيعة النماذج وتعقيدها وحجم العينة؛ فالنماذج البسيطة والعينات الصغيرة تستلزم مقاييس صارمة، أما النماذج المعقدة فلا يُلائمها نفس الإطار القياسي (Paswan, 2009).

وقد أشار الباحثان (Sharif, P., Nia, S., 2018) إلى أن بعض النماذج قد لا تُحقق جميع مؤشرات الملاءمة، وحتى عند تحقيقها فقد لا تتوافق كافة القيم مع المعايير المقبولة. ولهذا، اقترحنا أن تحقيق مجموعة من المؤشرات الرئيسية بما يطابق القيم المقبولة هو كافٍ للحكم على جودة النموذج بدلاً من اشتراط جميع المؤشرات.

وفيما يلي مجموعة المؤشرات التي يُحكم بها على ملاءمة نموذج الدراسة، مع القيم المقبولة لكل مؤشر:

#### 1- مؤشر كاي مربع (Cmin/DF – Chi-Square):

يُعد من المؤشرات التقليدية لتقييم ملاءمة النموذج الكلية (Hu & Bentler, 1999)، وتُشير القيمة المثلى لهذا المؤشر إلى ضرورة أن تقل عن (5).

2- **مُؤَشِّرُ جَذْرِ مُتَوَسِّطِ مُرَبَّعِ الخَطَأِ التَّقْرِيبِيِّ (RMSEA – Root Mean Square Error of Approximation):**  
يُعدُّ من أبرز المؤشرات الدالَّة على دقَّة ملاءمة النموذج، ويُفضَّل استخدامه في الحالات التي تتمتَّع بدرجات حرية مرتفعة أو حجم عينة كبير. وفي هذا السِّياق، أوصى (Kenny et al., 2014) بتجنُّب استخدامه إذا كانت درجات الحرية مُنخفضة في النموذج. وتُعتبر القيمة المتلى لهذا المؤَشِّر حين تكون قيمة أقل من أو تُساوي (0.08).

### 3- **مُؤَشِّرُ المِطابَقة المِعياريَّة (NFI – Normed Fit Index):**

يُعتبر من المؤشرات التي طَوَّرها (Bentler & Bonett, 1980) لِتقييم ملاءمة النموذج، إذ تتراوح قيمه بين (0 و1). وتدلُّ القيمة الأقرب إلى (1) على تحقيق مطابَقة أعلى بين النموذج وبيانات العينة، بينما تُعتبر القيمة الأكبر من (0.90) هي الحد الأدنى المقبول لهذا المؤَشِّر.

### 4- **مُؤَشِّرُ المِطابَقة المُقارَنة (CFI – Comparative Fit Index):**

طَوَّره (Bentler, 1980) لِقياس مدى تحسُّن ملاءمة النموذج، وتتراوح قيمه بين (0 و1). وتدلُّ القيمة الأقرب إلى (1) على تحقيق مُطابَقة أمثل بين النموذج وبيانات العينة، في حين يُعتبر الحد الأدنى المقبول لهذا المؤَشِّر هو (0.90) أو أكثر.

### 5- **مُؤَشِّرُ توكِر-لويس (TLI – Tucker-Lewis Index):**

طَوَّره (Bentler, 1989) لِتقييم تحسُّن ملاءمة النموذج، وتتراوح قيمه بين (0 و1). وتدلُّ القيمة الأقرب إلى (1) على تحقيق مُطابَقة أمثل بين النموذج وبيانات العينة، في حين يُعتبر الحد الأدنى المقبول لهذا المؤَشِّر هو (0.90) أو أكثر.

#### 6- مؤشّر المطابقة المتزايدة (IFI - Incremental Fit Index):

طوره (Bollen, 1989) لقياس تحسّن ملاءمة النموذج تدريجيًا، وتتراوح قيمه بين (0 و 1). وتدلّ القيمة الأقرب إلى (1) على تحقيق مطابقة أفضل بين النموذج وبيانات العيّنة، في حين يُعتبر الحد الأدنى المقبول لهذا المؤشّر هو (0.90) أو أكثر.

#### 7- مؤشّر الجذر المتوسّط التربيعي الباقي (SRMR - Standardized Root Mean Square Residual):

وفقًا لاقتراح (Hu & Bentler, 1999)، تتراوح قيم هذا المؤشّر بين (0,08). وتُعتبر القيمة الأقل من (0,09) هي الحد الأعلى المقبول لحكم على ملاءمة النموذج.

#### 8- ملاحظات حول اختيار المؤشّرات:

يُوصى باعتماد مجموعة متكاملة من المؤشّرات السابقة عند تقييم ملاءمة النموذج القياسي، إذ تُغطّي هذه المؤشّرات جوانب مختلفة من الدقّة والكفاءة الإحصائية. وعلى الرغم من اشتراكها في هدف تقييم المطابقة، فإنّ كلّ مؤشّر يُركّز على بُعدٍ مُحدّد (كحجم العيّنة أو تعقيد النموذج). لذلك، يُفضّل الباحثون ذكر المؤشّرات المطلقة (مثل RMSEA و SRMR) مع المؤشّرات المقارنة (مثل CFI و TLI) لضمان تقييم شمولي، خاصّةً في النماذج ذات العيّينات الكبيرة أو المتغيّرات المعقّدة (Hu & Bentler, 1999).

بناءً على الإطار النظري والمؤشرات المعتمدة، تمّ بناء النموذج هيكلياً ورسمه عبر الواجهة الرسومية لبرنامج (AMOS)، ثمّ اختباره قياسياً لتحليل المعادلات البنائية. ويبيّن الجدول الآتي قيم مؤشرات ملاءمة النموذج المُصمّم وفق المعايير الأكاديمية:

المؤشر	القيم المحسوبة	القيم المقبولة
<b>Cmin/DF</b>	1.713	Cmin/DF < 5.0
<b>RMSEA</b>	0.049	RMSEA =< 0.08
<b>NFI</b>	0.957	NFI > 0.90
<b>CFI</b>	0.981	CFI > 0.90
<b>TLI</b>	0.972	TLI > 0.90
<b>IFI</b>	0.982	IFI > 0.90
<b>SRMR</b>	0.046	SRMR < 0.08

**جدول (17) اختبار ملاءمة نموذج الدراسة**

وفقاً للقيم الظاهرة في الجدول، تمّ التحقق من وجود ملاءمة إحصائية لنموذج الدراسة عند اختبار العلاقات بين المتغيرات في النموذج المقترح، إذ تتوافق القيم المحسوبة لمؤشرات الملاءمة مع القيم المقبولة لهذه المؤشرات.

## H1 الفرضية الرئيسية الأولى:

يؤثر الإلزام القسري الذي يفرضه مُقدِّم الخدمة باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضعي الخدمة سلبيًا في مواقف العملاء تجاه مُقدِّم الخدمة.

### H1a الفرضية الفرعية الأولى:

يؤثر الإلزام القسري الذي يفرضه مُقدِّم الخدمة باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة سلبيًا في مواقف العملاء تجاه مُقدِّم الخدمة.

### H1b الفرضية الفرعية الثانية:

يؤثر الإلزام القسري الذي يفرضه مُقدِّم الخدمة باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط سلبيًا في مواقف العملاء تجاه مُقدِّم الخدمة.

## نتائج تحليل المسار:

1- الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في مواقف العملاء في وضع الخدمة الكاملة :

المسار	السيناريو	مستوى الدلالة
التأثيرات المباشرة		
الإلزام القسري ← مواقف العملاء	-0.120	0.173
جدول (18) التأثير المباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء في السيناريو الأول		

التأثير المباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء في السيناريو الأول :  
 أظهرت نتائج التحليل الإحصائي لمسار النموذج في سيناريو الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة، عند دراسة التأثير المباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء أن قيمة الدلالة ( $p = 0.173$ ) أكبر من مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.01$ ) ، مما يدل على عدم وجود تأثير مباشر ذي دلالة إحصائية.

بناءً على ذلك، تُعدُّ الفرضية H1a غير محققة، ولا يوجد تأثير مباشر للإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة في مواقف العملاء.

## 2- الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في مواقف العملاء في وضع الخدمة الذاتية فقط :

المسار	السيناريو الثاني ( $\beta$ )	مستوى الدلالة
<b>التأثيرات المباشرة</b>		
الإلزام القسري ← مواقف العملاء	0.142	0.184
<b>جدول (19) التأثير المباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء في السيناريو الثاني</b>		

التأثير المباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء في السيناريو الثاني :  
 أظهرت نتائج التحليل الإحصائي لمسار النموذج في سيناريو الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط ، عند دراسة التأثير المباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء أن قيمة الدلالة ( $p = 0.184$ ) أكبر من مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.01$ ) ، مما يدل على عدم وجود تأثير مباشر ذي دلالة إحصائية.  
 بناءً على ذلك، تُعدُّ الفرضية H1b غير محققة، ولا يوجد تأثير مباشر للإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط في مواقف العملاء.

### H1c الفرضية الفرعية الثالثة:

تختلف مواقف العملاء تجاه مُقدّم الخدمة، تبعاً لوضع الخدمة (خدمة كاملة مقابل خدمة ذاتية فقط)، عند فرض مُقدّم الخدمة الإلزام القسريّ باستخدام تقنيّات الخدمة الذاتية.

لإختبار هذه الفرضية، تم إجراء اختبار (Independent Samples Test) لاختلاف متوسطي عينتين للتأكد من وجود فروقٍ معنويةٍ بين متوسطي مواقف العملاء في سيناريو الإلزام القسريّ باستخدام تقنيّات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة وسيناريو الإلزام القسريّ باستخدام تقنيّات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط.

الجدول (20) Independent Samples Test – اختبار اختلاف متوسطي مواقف العملاء وفقاً لأوضاع الخدمة											
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	Df	Significance		Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						One-Side p	Two-Sided p			Lower	Upper
Attitude	Equal variances assumed	16.193	.000	-4.485	298	.000	.000	-.54889	.12238	-78973	-.30805
	Equal variances not assumed			-4.485	277.368	.000	.000	-.54889	.12238	-78980	-.30797

يُظهر الجدول أعلاه أنّ قيمة Sig في (Levene's Test for Equality of Variances) اختبار ليفين لتجانس

التباين أصغر من 0.05، ممّا يُشير إلى عدم تجانس التباين.

ويبدو من سطر عدم تباين التجانس (Equal variances not assumed) بأنّ قيمة sig لاختبار

(t-test for Equality of Means) أصغر من 0.05، ممّا يؤكّد وجود فرقٍ ذي دلالةٍ إحصائيةٍ بين

متوسطي مواقف العملاء باختلاف أوضاع الخدمة التي يُعرض فيها الإلزام القسريّ.

يُظهرُ الجدولُ أدناه أنَّ مُتوسِّطَ مواقفِ العملاءِ تجاهَ مُقدِّمِ الخدمةِ في السيناريو الأولِ (الإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ في وضعِ الخدمةِ الكاملةِ) بلغَ 2.15، وهو أقلُّ من مُتوسِّطِ المواقفِ في السيناريو الثاني (الإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ في وضعِ الخدمةِ الذاتيةِ فقط) الذي بلغَ 2.70.

الجدول (21) Group Statistics - اختلاف متوسطي مواقف العملاء وفقاً لأوضاع الخدمة					
	Scenario Type	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Attitude	Self-Service with Staff Present	150	2.1511	1.19568	.09763
	Self-Service Only	150	2.7000	.90384	.07380

وبناءً عليه تكون الفرضية H1c محققة ، و بالتالي تختلفُ مواقفُ العملاءِ تجاهَ مُقدِّمِ الخدمةِ، تبعاً لوضعِ الخدمةِ (خدمةٍ كاملةٍ مقابلِ خدمةٍ ذاتيةٍ فقط)، عندَ فرضِ مُقدِّمِ الخدمةِ الإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ ، و تكون مواقفهم أكثر سلبية عندما يتم فرض الإلزام القسري في وضع الخدمة الكاملة .

## H2 الفرضية الرئيسية الثانية:

يؤثرُ الإلزامُ القسريُّ الذي يفرضه مُقدِّمُ الخدمةِ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ في وضعِ الخدمةِ إيجابياً في مستوى مخاطرِ الأداءِ المدركةِ.

### H2a الفرضية الفرعية الأولى:

يؤثرُ الإلزامُ القسريُّ الذي يفرضه مُقدِّمُ الخدمةِ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ في وضعِ الخدمةِ الكاملةِ إيجابياً في مستوى مخاطرِ الأداءِ المدركةِ.

### H2b الفرضية الفرعية الثانية:

يؤثرُ الإلزامُ القسريُّ الذي يفرضه مُقدِّمُ الخدمةِ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ في وضعِ الخدمةِ الذاتيةِ فقط إيجابياً في مستوى مخاطرِ الأداءِ المدركةِ.

## نتائج تحليل المسار:

1- الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في مخاطر الأداء المدركة في وضع الخدمة الكاملة:

المسار	السيناريو الأول (β)	مستوى الدلالة
<b>التأثيرات المباشرة</b>		
الإلزام القسري ← مخاطر الأداء المدركة	0.576	0.002
<b>جدول (22) التأثير المباشر للإلزام القسري في المخاطر المدركة في السيناريو الأول</b>		

**التأثير المباشر للإلزام القسري في مخاطر الأداء المدركة في السيناريو الأول :**

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي لمسار النموذج في سيناريو الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة، عند دراسة التأثير المباشر للإلزام القسري في مخاطر الأداء المدركة بلغت قيمة مستوى الدلالة ( $p = 0.002$ )، وهي أقل من مستوى الدلالة الإحصائية عند ( $\alpha = 0.01$ )، مما يشير إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية. وهذا يدل على تأثير الإلزام القسري في مخاطر الأداء المدركة حيث تشير هذه النتيجة إلى أن كل زيادة بمقدار وحدة معيارية واحدة في الإلزام القسري تؤدي إلى ارتفاع مخاطر الأداء المدركة بمقدار 0.576 وحدة معيارية.

بناءً على ذلك، تُعدُّ الفرضية H2a محققة، يوجد تأثير مباشر للإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة في مخاطر الأداء المدركة يؤدي إلى ارتفاع هذه المخاطر .

- الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في مخاطر الأداء المدركة في وضع الخدمة الذاتية

فقط :

المسار	السّيناريو الثاني (β)	مستوى الدلالة
<b>التأثيرات المباشرة</b>		
الإلزام القسري ← مخاطر الأداء المدركة	0.638	0.002
<b>جدول (23) التأثير المباشر للإلزام القسري في المخاطر المدركة في السيناريو الثاني</b>		

التأثير المباشر للإلزام القسري في مخاطر الأداء المدركة في السيناريو الثاني :

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي لمسار النموذج في سيناريو الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط ، عند دراسة التأثير المباشر للإلزام القسري في مخاطر الأداء المدركة بلغت قيمة مستوى الدلالة ( $p = 0.002$ )، وهي أقل من مستوى الدلالة الإحصائية عند ( $\alpha = 0.01$ )، مما يُشير إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية. وهذا يدل على تأثير الإلزام القسري في مخاطر الأداء المدركة حيث تشير هذه النتيجة إلى أن كل زيادة بمقدار وحدة معيارية واحدة في الإلزام القسري تؤدي إلى ارتفاع مخاطر الأداء المدركة بمقدار 0.638 وحدة معيارية.

بناءً على ذلك، تُعدُّ الفرضية H2b محققة، يوجد تأثير مباشر للإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط في مخاطر الأداء المدركة يؤدي إلى ارتفاع هذه المخاطر .

## H2c الفرضية الفرعية الثالثة:

يختلف مستوى مخاطر الأداء المدركة تبعاً لوضع الخدمة (خدمة كاملة مقابل خدمة ذاتية فقط) عند فرض مقدم الخدمة الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية.

لإختبار هذه الفرضية، تم إجراء اختبار (Independent Samples Test) لاختلاف متوسطي عينتين للتأكد من وجود فروقٍ معنويةٍ بين متوسطي مخاطر الأداء المدركة في سيناريو الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة وسيناريو الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط.

الجدول (24) Independent Samples Test – اختبار اختلاف متوسطي مخاطر الأداء المدركة وفقاً لأوضاع الخدمة											
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	df	Significance		Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						One-Side p	Two-Sided p			Lower	Upper
Attitude	Equal variances assumed	0.35	.853	-2.164	298	.016	.031	-.28000	.12939	-.53463	-.02537
	Equal variances not assumed			-2.164	297.970	.016	.031	-.28000	.12939	-.53463	-.02537

يُظهر الجدول أعلاه أن قيمة Sig في (Levene's Test for Equality of Variances) اختبار ليفين لتجانس التباين أكبر من 0.05، مما يشير إلى تجانس التباين.

ويبدو من السطر الأول تباين التجانس Equal variances assumed بأن قيمة sig لاختبار t-test for Equality of Means أصغر من 0.05 مما يؤكد وجود فرق ذي دلالة إحصائية بين متوسطي مخاطر الاداء المدركة باختلاف أوضاع الخدمة التي يفرض فيها الإلزام القسري .

يُظهِرُ الجدولُ أدناه أنَّ مُتوسِّطَ مخاطرِ الاداءِ المدركةِ تجاهَ مُقدِّمِ الخدمةِ في السيناريو الأولِ (الإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ في وضعِ الخدمةِ الكاملةِ) بلغَ 3.344 ، وهو أقلُّ من مُتوسِّطِ المواقفِ في السيناريو الثاني (الإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ في وضعِ الخدمةِ الذاتيةِ فقط) الذي بلغَ 3.62.

الجدول (25) Group Statistics - اختلاف متوسطي مخاطر الأداء المدركة وفقاً لأوضاع الخدمة					
	Scenario Type	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Risk	Self-Service with Staff Present	150	3.3444	1.11489	.09103
	Self-Service Only	150	3.6244	1.12612	.09195

وبناءً عليه تكون الفرضية H2c محققة ، و بالتالي تختلفُ مخاطرِ الاداءِ المدركةِ ، تبعاً لوضعِ الخدمةِ (خدمةٍ كاملةٍ مقابلِ خدمةٍ ذاتيةٍ فقط)، عندَ فرضِ مُقدِّمِ الخدمةِ الإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ ، ويكون مستوى المخاطر أعلى عندما يتم فرض الإلزام القسري في وضع الخدمة الذاتية فقط .

### H3 الفرضية الثالثة:

تتوسَّطُ مخاطرُ الاداءِ المُدرَكةُ العلاقةَ بين الإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ ومواقفِ العملاءِ تجاهَ مقدمي الخدمةِ.

#### H3a الفرضية الفرعية الأولى:

تتوسَّطُ مخاطرُ الاداءِ المُدرَكةُ العلاقةَ بين الإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ ومواقفِ العملاءِ تجاهَ مقدمي الخدمةِ في وضعِ الخدمةِ الكاملةِ.

#### H3b الفرضية الفرعية الثانية:

تتوسَّطُ مخاطرُ الاداءِ المُدرَكةُ العلاقةَ بين الإلزامِ القسريِّ باستخدامِ تقنياتِ الخدمةِ الذاتيةِ ومواقفِ العملاءِ تجاهَ مقدمي الخدمةِ في وضعِ الخدمةِ الذاتيةِ فقط.

## نتائج تحليل المسار:

1- الوساطة بين الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية و مواقف العملاء في وضع الخدمة

الكاملة:

مستوى الدلالة	السيناريو الأول (β)	المسار
<b>التأثيرات المباشرة</b>		
0.002	0.576	الإلزام القسري ← مخاطر الأداء المدركة
0.002	-0.666	مخاطر الأداء المدركة ← مواقف العملاء
0.173	-0.120	الإلزام القسري ← مواقف العملاء
<b>التأثيرات غير المباشرة</b>		
0.001	-0.384	الإلزام القسري ← مخاطر الأداء المدركة ← مواقف العملاء
<b>جدول (26) المعاملات المعيارية والتأثيرات المباشرة وغير المباشرة في السيناريو الأول</b>		

### نتائج تحليل مسار النموذج في السيناريو الأول:

من الجدول السابق، أظهرت نتائج التحليل الإحصائي لمسار النموذج في سيناريو الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة ما يلي:

#### تأثير مخاطر الأداء المدركة في مواقف العملاء:

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي لمسار النموذج في سيناريو الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة، عند دراسة التأثير المباشر لمخاطر الأداء المدركة في مواقف العملاء أن قيمة الدلالة بلغت (p = 0.002)، وهي أقل من مستوى الدلالة الإحصائية عند (α = 0.01)، مما يشير إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية.

وهذا يدل على تأثير مخاطر الأداء المُدرَكة في مواقف العملاء .  
وبما أنَّ قيمة معامل الانحدار ( $\beta = -0.666$ ) سالبة حيث تشير هذه النتيجة إلى أن كل زيادة معيارية في مخاطر الأداء المُدرَكة تُساهم في انخفاض مواقف العملاء بمقدار 0.666 وحدة معيارية.

**التأثير غير المباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء (عبر مخاطر الأداء المُدرَكة):**

أظهرت النتائج عند دراسة الأثر غير المباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء عبر مخاطر الأداء المُدرَكة أنَّ قيمة مستوى الدلالة ( $p = 0.001$ ) وهي قيمة أصغر من قيمة الدلالة الإحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.01$ )، مما يدلُّ على وجود تأثير غير مباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء عبر مخاطر الأداء المُدرَكة، وبما أنَّ قيمة معامل الانحدار ( $\beta = -0.384$ ) سالبة حيث تُشير هذه النتائج إلى أنَّ كلَّ زيادةٍ وحدةٍ في الإلزام القسري تؤدي إلى انخفاضٍ بمقدار 0.384 وحدةٍ في مواقف العملاء نتيجة ارتفاع مخاطر الأداء المُدرَكة.

بما أنَّ الأثر المباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء لم يكن ذا دلالة إحصائية ( $p = 0.173$ )، في حين أنَّ الأثر غير المباشر عبر مخاطر الأداء المُدرَكة كان ذا دلالة إحصائية ( $p = 0.001$ )، فإنَّ هذا يُشير إلى وجود وساطة كُليَّة للمخاطر المدركة في العلاقة بين الإلزام القسري ومواقف العملاء.

وبناءً عليه تكون الفرضية الثالثة H3a محققة ، و تتوسطُ مخاطرُ الأداء المُدرَكةُ العلاقةً كلياً بين الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة في وضع الخدمة الكاملة.

2- الوساطة بين الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية و مواقف العملاء في وضع الخدمة

الذاتية فقط :

المسار	السيناريو الثاني (β)	مستوى الدلالة
<b>التأثيرات المباشرة</b>		
الإلزام القسري ← مخاطر الأداء المدركة	0.638	0.002
مخاطر الأداء المدركة ← مواقف العملاء	-0.816	0.002
الإلزام القسري ← مواقف العملاء	0.142	0.184
<b>التأثيرات غير المباشرة</b>		
الإلزام القسري ← مخاطر الأداء المدركة ← مواقف العملاء	-0.521	0.001
<b>جدول (27) المعاملات المعيارية والتأثيرات المباشرة وغير المباشرة في السيناريو الثاني</b>		

نتائج تحليل مسار النموذج في السيناريو الثاني:

من الجدول السابق، أظهرت نتائج التحليل الإحصائي لمسار النموذج في سيناريو الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط ما يلي:

**تأثير مخاطر الأداء المدركة في مواقف العملاء :**

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي لمسار النموذج في سيناريو الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط ، عند دراسة التأثير المباشر لمخاطر الأداء المدركة في مواقف العملاء

أن قيمة الدلالة بلغت ( $p = 0.002$ )، وهي أقل من مستوى الدلالة الإحصائية عند ( $\alpha = 0.01$ )، مما يُشير إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية.

وهذا يدل على تأثير مخاطر الأداء المُدرَكة في مواقف العملاء .

وبما أن قيمة معامل الانحدار ( $\beta = -0.816$ ) سالبة حيث تشير حيث تشير هذه النتيجة إلى أن كل زيادة معيارية في مخاطر الأداء المُدرَكة تُساهم في انخفاض مواقف العملاء بمقدار 0.816 وحدة معيارية.

**التأثير غير المباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء (عبر مخاطر الأداء المُدرَكة):**

أظهرت النتائج عند دراسة الأثر غير المباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء عبر مخاطر الأداء المُدرَكة أن قيمة مستوى الدلالة ( $p = 0.001$ ) وهي قيمة أصغر من قيمة الدلالة الإحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.01$ )، مما يدل على وجود تأثير غير مباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء عبر مخاطر الأداء المُدرَكة، وبما أن قيمة معامل الانحدار ( $\beta = -0.521$ ) سالبة حيث تُشير هذه النتائج إلى أن كل زيادة وحدة في الإلزام القسري تُؤدي إلى انخفاض بمقدار 0.521 وحدة في مواقف العملاء نتيجة ارتفاع مخاطر الأداء المُدرَكة.

بما أن الأثر المباشر للإلزام القسري في مواقف العملاء لم يكن ذا دلالة إحصائية ( $p = 0.184$ )، في حين أن الأثر غير المباشر عبر مخاطر الأداء المُدرَكة كان ذا دلالة إحصائية ( $p = 0.001$ )، فإن هذا يُشير إلى وجود وساطة كُليّة للمخاطر المدركة في العلاقة بين الإلزام القسري ومواقف العملاء .

وبناءً عليه تكون الفرضية الثالثة H3b محققة ، و تتوسط مخاطر الأداء المُدرَكة العلاقة كلياً بين الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة في وضع الخدمة الذاتية فقط.

تؤكد هذه التحليلات أن الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضعي الخدمة الكاملة و الخدمة الذاتية فقط يؤثر سلباً في مواقف العملاء حصرياً عبر زيادة إدراكهم للمخاطر، مع غياب أي تأثير مباشر. وتبرز أهمية الاعتماد على نماذج الوساطة في فهم العلاقات المعقدة بين سياسات الخدمة وتوجهات العملاء.

#### H4 الفرضية الرابعة:

تعدّل تجربة العميل السابقة مع الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا العلاقة بين الإلزام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومخاطر الأداء المدركة، في وضعي الخدمة الكاملة والذاتية فقط؛ بحيث تنخفض العلاقة لدى العملاء ذوي الدرجات العالية من التجربة السابقة وترتفع لدى العملاء ذوي الدرجات المنخفضة.

لِتَحْلِيلِ الدَّورِ الْمُعَدَّلِ لِتَجْرِبَةِ الْعَمِيلِ السَّابِقَةِ مَعَ الْخِدْمَةِ الْذَاتِيَّةِ الْقَائِمَةِ عَلَى التَّكْنُولُوجِيَا فِي الْعِلَاقَةِ بَيْنَ الْإِلْزَامِ الْقَسْرِيِّ وَمَخَاطِرِ الْأَدَاءِ الْمَدْرَكَةِ، اتَّبَعَ الْبَاحِثُ الْإِجْرَاءَاتِ الْإِحْصَائِيَّةَ التَّالِيَةَ:

- **توسيط المتغيرات:** تمّ تطبيق التوسيط الإحصائي لمتغيري الإلزام القسري وتجربة العميل السابقة عبر طرح متوسط العينة من كل قيمة، وذلك لتقليل مشكلة التعددية الخطية بين المتغير المستقل ومُصطلح التفاعل، وتسهيل تفسير المعاملات عند القيم المتوسطة (Cohen et al., 2003).

- **تصميم متغير التفاعل:** حيث تم إنشاء مُتغيّر تفاعلي جديد عبر حاصل ضرب المتغيرين المُركزين (الإلزام القسري المُركز × تجربة العميل السابقة المُركزة).

- **إدراج مُتغيّر التفاعل في النموذج الهيكلي:** ثم قام الباحث بدمج المُتغيّر التفاعلي في نموذج المعادلة الهيكلية (SEM) باستخدام برنامج AMOS كمتغير مستقل إضافي، مما سمح بقياس قوة التعديل واتجاهه بدلالة معاملات الانحدار المعيارية.

ملاءمة النموذج بعد إضافة مُتغيّر التفاعل:

يُبين الجدول التالي قيم مؤشرات ملاءمة النموذج بعد دمج مُتغيّر التفاعل:

المؤشر	القيم المحسوبة	القيم المقبولة
<b>Cmin/DF</b>	1.543	Cmin/DF < 5.0
<b>RMSEA</b>	0.043	RMSEA =< 0.08
<b>NFI</b>	0.954	NFI > 0.90
<b>CFI</b>	0.983	CFI > 0.90
<b>TLI</b>	0.975	TLI > 0.90
<b>IFI</b>	0.983	IFI > 0.90
<b>SRMR</b>	0.046	SRMR < 0.08

جدول (28) اختبار ملاءمة نموذج الدراسة بعد إضافة متغير التفاعل (الإلزام القسري × تجربة العميل السابقة)

ووفقاً للقيم الظاهرة في الجدول، تمّ التحقق من وجود ملاءمة إحصائية لنموذج الدراسة عند اختبار العلاقات بين المتغيرات بعد إضافة المتغير المُعدّل (تجربة العميل السابقة) إلى النموذج المقترح، حيث تتفق القيم المحسوبة لمؤشرات الملاءمة مع القيم المقبولة لهذه المؤشرات.

نتائج معاملات الانحدار في السيناريو الأول (الإلزام القسري في وضع الخدمة الكاملة):

في الجدول (29)، أظهر تحليل الأثر المعدّل لمتغير التفاعل (الإلزام القسري × تجربة العميل السابقة) على العلاقة بين الإلزام القسري ومخاطر الأداء المدركة أنّ قيمة مستوى الدلالة ( $p = 0.002$ ) أصغر من  $\alpha = 0.01$ ، مما يشير إلى وجود تأثير معدّل ذي دلالة إحصائية، وهذا يدلّ على وجود تأثير معدّل لتجربة العميل السابقة على العلاقة بين الإلزام القسري ومخاطر الأداء المدركة.

وبما أنّ قيمة معامل الانحدار ( $\beta = -0.453$ ) سالبة، فهذا يوضّح أنّ تجربة العميل السابقة لها أثر عكسي وتقلل من تأثير الإلزام القسري في إدراك المخاطر، بعبارة أخرى، كلّ زيادة وحدة معيارية في

تجربة العميل السابقة تؤدي إلى انخفاض قدره 0.453 وحدة في إدراك المخاطر تحت ظلال الإلزام القسري، في وضع الخدمة الكاملة.

**نتائج معاملات الانحدار في السيناريو الثاني (الإلزام القسري في وضع الخدمة الذاتية فقط):**

أيضاً أظهر تحليل الأثر المعدل لمتغير التفاعل (الإلزام القسري × تجربة العميل السابقة) على العلاقة بين الإلزام القسري ومخاطر الأداء المدركة أن قيمة مستوى الدلالة ( $p = 0.024$ ) أصغر من  $\alpha = 0.01$ ، مما يشير إلى وجود تأثير معدل ذي دلالة إحصائية، وهذا يدل على وجود تأثير معدل لتجربة العميل السابقة على العلاقة بين الإلزام القسري ومخاطر الأداء المدركة. وبما أن قيمة معامل الانحدار ( $\beta = -0.311$ ) سالبة، فهذا يوضح أن تجربة العميل السابقة لها أثر عكسي وتقلل من تأثير الإلزام القسري في إدراك المخاطر، بعبارة أخرى، كل زيادة وحدة معيارية في تجربة العميل السابقة تؤدي إلى انخفاض قدره 0.311 وحدة في إدراك المخاطر في ظل الإلزام القسري، في وضع الخدمة الذاتية فقط .

المتغير	السيناريو الأول ( $\beta$ )	مستوى الدلالة	السيناريو الثاني ( $\beta$ )	مستوى الدلالة
التفاعل (الإلزام القسري × التجربة) ← مخاطر الأداء	-0.453	0.002	-0.311	0.024
<b>جدول (29) معاملات الانحدار لمتغير تجربة العميل السابقة</b>				

**وبناءً على ما سبق تكون الفرضية الرابعة H4 محققة** حيث تعدل تجربة العميل السابقة مع الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا العلاقة بين الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومخاطر الأداء المدركة، في وضعي الخدمة الكاملة والذاتية فقط؛ بحيث تنخفض العلاقة لدى العملاء ذوي الدرجات العالية من التجربة السابقة وترتفع لدى العملاء ذوي الدرجات المنخفضة.

## H5 الفرضية الخامسة:

تعدّل الحاجة إلى التفاعل العلاقة بين الإلزام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومخاطر الأداء المدركة، في وضعي الخدمة الكاملة والذاتية فقط؛ بحيث ترتفع العلاقة لدى العملاء ذوي الدّرجات العالية من الحاجة إلى التّفاعل، وتتنخفض لدى العملاء ذوي الدّرجات المنخفضة.

لتحليل الدور المعدل للحاجة إلى التفاعل في العلاقة بين الإلزام القسريّ ومخاطر الأداء المدركة، اتُّبعت نفس الإجراءات الإحصائية المذكورة في تحليل الفرضية الرابعة (التوسيط الإحصائي، تصميم مُتغيّر التفاعل، التحليل عبر AMOS)، مع استبدال المُتغيّر المعدّل من "تجربة العميل السابقة" إلى "الحاجة إلى التفاعل".

### ملاءمة النموذج بعد إضافة مُتغيّر التفاعل:

يُبيّن الجدول التالي قيم مؤشرات ملاءمة النموذج بعد دمج مُتغيّر التفاعل:

المؤشر	القيم المحسوبة	القيم المقبولة
<b>Cmin/DF</b>	1.714	Cmin/DF < 5.0
<b>RMSEA</b>	0.049	RMSEA =< 0.08
<b>NFI</b>	0.947	NFI > 0.90
<b>CFI</b>	0.977	CFI > 0.90
<b>TLI</b>	0.966	TLI > 0.90
<b>IFI</b>	0.977	IFI > 0.90
<b>SRMR</b>	0.046	SRMR < 0.08

جدول (30) اختبار ملاءمة نموذج الدراسة بعد إضافة متغير التفاعل (الإلزام القسري × الحاجة إلى التفاعل)

ووفقاً للقيم الظاهرة في الجدول، تمّ التحقق من وجود ملاءمة إحصائية لنموذج الدراسة عند اختبار العلاقات بين المتغيرات بعد إضافة المتغير المُعدّل (الحاجة إلى التفاعل) إلى النموذج المقترح، حيث تتفق القيم المحسوبة لمؤشرات الملاءمة مع القيم المقبولة لهذه المؤشرات.

نتائج معاملات الانحدار في السيناريو الأول (الإلزام القسري في وضع الخدمة الكاملة):

في الجدول (31)، أظهر تحليل الأثر المعدل لمتغير التفاعل (الإلزام القسري × الحاجة إلى التفاعل) على العلاقة بين الإلزام القسري ومخاطر الأداء المدركة ما يلي:  
 أن قيمة مستوى الدلالة ( $p = 0.009$ ) أقل من  $\alpha = 0.05$ ، مما يشير إلى وجود تأثير معدل ذي دلالة إحصائية، وهذا يدل على وجود تأثير معدل للحاجة إلى التفاعل على العلاقة بين الإلزام القسري ومخاطر الأداء المدركة.

وبما أن قيمة معامل الانحدار ( $\beta = 0.258$ ) موجبة، فإن ذلك يشير إلى أن الحاجة إلى التفاعل لها أثر طردي وتعرّز من تأثير الإلزام القسري في إدراك المخاطر. بعبارة أخرى، كل زيادة وحدة معيارية في الحاجة إلى التفاعل تؤدي إلى ارتفاع إدراك المخاطر بمقدار 0.258 وحدة في ظل الإلزام القسري في وضع الخدمة الكاملة.

نتائج معاملات الانحدار في السيناريو القسري (الإلزام القسري في وضع الخدمة الذاتية فقط):

أيضاً أظهر تحليل الأثر المعدل لمتغير التفاعل (الإلزام القسري × الحاجة إلى التفاعل) على العلاقة بين الإلزام القسري ومخاطر الأداء المدركة ما يلي:  
 أن قيمة مستوى الدلالة ( $p = 0.811$ ) أكبر من  $\alpha = 0.05$ ، مما يشير إلى عدم وجود تأثير معدل ذي دلالة إحصائية؛ وهذا يعني أن الحاجة إلى التفاعل لا تعدّل العلاقة بين الإلزام القسري ومخاطر الأداء المدركة في ظل الإلزام القسري في وضع الخدمة الذاتية فقط.

المتغير	السيناريو الأول ( $\beta$ )	مستوى الدلالة	السيناريو الثاني ( $\beta$ )	مستوى الدلالة
التفاعل (الإلزام القسري × الحاجة للتفاعل) ← مخاطر الأداء	0.258	0.009	0.018	0.811
<b>جدول (31) معاملات الانحدار لمتغير الحاجة إلى التفاعل</b>				

وبناءً على ما سبق تكون الفرضية الخامسة H5 قد تحققت بشكل جزئي حيث تعدل الحاجة إلى التفاعل العلاقة بين الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومخاطر الأداء المدركة، في وضع الخدمة الكاملة؛ بحيث ترتفع العلاقة لدى العملاء ذوي الدرجات العالية من الحاجة إلى التفاعل، وتتنخفض لدى العملاء ذوي الدرجات المنخفضة.

## ملخص نتائج الفرضيات:

نستعرض في الجدول الآتي ملخصاً عن نتائج الفرضيات:

الجدول (32) ملخص نتائج الفرضيات		
#	الفرضية	النتيجة
H1a	يؤثر الإلزام القسري الذي يفرضه مُقدّم الخدمة باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة سلباً في مواقف العملاء تجاه مُقدّم الخدمة.	غير محققة
H1b	يؤثر الإلزام القسري الذي يفرضه مُقدّم الخدمة باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط سلباً في مواقف العملاء تجاه مُقدّم الخدمة.	غير محققة
H1c	تختلف مواقف العملاء تجاه مُقدّم الخدمة، تبعاً لوضع الخدمة (خدمة كاملة مقابل خدمة ذاتية فقط)، عند فرض مُقدّم الخدمة الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية.	مقبولة
H2a	يؤثر الإلزام القسري الذي يفرضه مُقدّم الخدمة باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الكاملة إيجابياً في مستوى مخاطر الأداء المدركة.	مقبولة
H2b	يؤثر الإلزام القسري الذي يفرضه مُقدّم الخدمة باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط إيجابياً في مستوى مخاطر الأداء المدركة.	مقبولة
H2c	يختلف مستوى مخاطر الأداء المدركة تبعاً لوضع الخدمة (خدمة كاملة مقابل خدمة ذاتية فقط) عند فرض مُقدّم الخدمة الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية.	مقبولة
H3a	تتوسّط مخاطر الأداء المدركة العلاقة بين الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة في وضع الخدمة الكاملة.	مقبولة
H3b	تتوسّط مخاطر الأداء المدركة العلاقة بين الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومواقف العملاء تجاه مقدمي الخدمة في وضع الخدمة الذاتية فقط.	مقبولة
H4	تعدّل تجربة العميل السابقة مع الخدمة الذاتية القائمة على التكنولوجيا العلاقة بين الإلزام القسري باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومخاطر الأداء المدركة، في وضعي الخدمة الكاملة والذاتية فقط؛ بحيث تنخفض العلاقة لدى العملاء ذوي الدّرجات العالية من التجربة السابقة وترتفع لدى العملاء ذوي الدّرجات المنخفضة.	مقبولة

مقبولة جزئياً	تعدّل الحاجة إلى التفاعل العلاقة بين الإلزام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومخاطر الأداء المدركة، في وضعي الخدمة الكاملة والذاتية فقط؛ بحيث ترتفع العلاقة لدى العملاء ذوي الدرجات العالية من الحاجة إلى التفاعل، وتنخفض لدى العملاء ذوي الدرجات المنخفضة.	H5
---------------	--	----

### 6.3 مناقشة نتائج البحث:

قدّمت هذه الدراسة مجموعة من النتائج الهامة التي اتفقت في بعضها واختلفت في بعضها مع نتائج الدراسات السابقة، وقد تم التحقق منها باستخدام نموذج المعادلات البنائية (SEM) الذي كشف عن آليات تأثير دقيقة. أظهر تحليل SEM أن الإلزام القسري لا يؤثر مباشرة في مواقف العملاء، سواء في وضع الخدمة الكاملة أو وضع الخدمة الذاتية فقط. بدلاً من ذلك، يمارس الإلزام تأثيره السلبي على المواقف حصرياً من خلال رفع مستوى مخاطر الأداء المدركة لدى العملاء (وساطة كاملة). فالإلزام القسري يعزّز إدراك العملاء لمخاطر الأداء بشكل ملحوظ، ممّا يؤدي بدوره إلى تفاقم مواقفهم السلبية تجاه مُقدّم الخدمة. تتوافق هذه النتيجة تماماً مع جوهر نموذج (Featherman & Pavlou, 2003) الذي يؤكد على الدور المحوري للمخاطر المدركة، وخاصةً مخاطر الأداء، كحاجز رئيسي أمام تبني التكنولوجيا. كما تدعمها نتائج (Schaarschmidt & Höber, 2017) حول وساطة مخاطر الأداء بين قنوات الخدمة والنية السلوكية.

كانت مواقف العملاء تجاه مقدم الخدمة أكثر سلبية في السيناريو الأول وضع الخدمة الكاملة (مع وجود الخدمة الشخصية)، حيث يتوقع العميل وجود خيار بشريّ متاح، لكنّه يُفاجأ بجرمانه منه. يُفسّر هذا الموقف السلبيّ بشعور العملاء بعدم العدالة في تقييد الخيارات، حيث يرون أنّ السياسة الإلزامية حرمتهم من حقهم في الاختيار بين خدمتين متاحتين. بينما في السيناريو الثاني وضع الخدمة الذاتية فقط (مع غياب الخدمة الشخصية) في هذا السياق، يعتقد العميل أنّ الخدمة البشرية غير موجودة أصلاً، مما يقلل من توقعاته بخيارات أخرى، فيبدأ بالتكيف مع الواقع الجديد. لذلك، كانت مواقف العملاء أقل سلبية مقارنةً بالسيناريو الأول.

أظهرت النتائج أنّ الإلزام القسريّ باستخدام تقنيات الخدمة الذاتية يرفع إدراك العملاء لمخاطر الأداء في السيناريوهين. ففي السيناريو الأوّل وضع الخدمة الكاملة (توافر البديل البشريّ)، يُسبّب إجبار العملاء على الخدمة الذاتية شعوراً بفقدان السيطرة على الرغم من وجود خيار بشريّ، مما يُنشئ تناقضاً بين توقّعاتهم (الحصول على خدمة شخصية) والواقع المفروض. أمّا في السيناريو الثانيّ وضع الخدمة الذاتية فقط (غياب البديل)، فيتعرّز إدراك المخاطر بغياب أيّ مخرج بديل، مما يثير مخاوف من فشل التكنولوجيا أو قصور كفاءتها.

وتتسق هذه النتائج مع نموذج (Featherman & Pavlou, 2003)، الذي أكّد أنّ المخاطر المدركة، وخاصةً مخاطر الأداء، تلعب دوراً محورياً في عرقلة تبني التكنولوجيا. فوفقاً للنموذج، تُمارس المخاطر المتعلقة بالأداء تأثيراً مثبطاً قوياً على قرارات العملاء، وهو ما تأكّد في هذه الدراسة.

وقد بدا جلياً أنّ تأثير الإلزام القسريّ في مخاطر الأداء المدركة ارتفع عندما أُلزم العملاء باستخدام تقنية الخدمة الذاتية في وضع الخدمة الذاتية فقط. يمكن تفسير ذلك بأنّ السيطرة المدركة تكون أعلى حين تتوفّر الخدمات الكاملة، إذ يدرك العملاء أنّ بإمكانهم اللجوء إلى الموظفين لتصحيح أيّ خطأ تقنيّ أو خلل في الأداء. وحتى إذا لم يكن الموظفون متاحين فعلياً، فإنّ مجرد إدراك وجودهم يمنح العملاء شعوراً بالطمأنينة والثقة أثناء استخدام التقنية، ويخفف من إحساسهم بالعزلة والمسؤولية الكاملة عن النتائج.

وعلى النقيض من ذلك، حين تغيب الخدمة الشخصية تماماً، تتحوّل كلُّ المسؤولية إلى العميل، فإذا فشلت الخدمة الذاتية لم يجد من يعينه أو يجاور مخاوفه، فتتعاظم لديه مشاعر الخطر وفقدان السيطرة. تتوافق هذه النتائج مع ما ورد في دراسة (Schaarschmidt & Höber, 2017)، التي أشارت إلى أنّ الحجز عبر الإنترنت على الرغم من كفاءته التقنية يرافقه شعور متزايد بالمسؤولية مقارنةً بالحجز الهاتفيّ التقليدي، حيث يدرك العملاء في الأخير أنّ بإمكانهم التوجّه فوراً إلى وكلاء الاتصال لحلّ المشكلات. وفي الخدمات الذاتية الجديدة (كالحجز الإلكتروني)، تتخفّض السيطرة المدركة بسبب الغموض التكنولوجي والمسؤولية المتزايدة على العميل، مما يرفع من مخاطر الأداء المدركة ويُضعف نية الاعتماد على النظام.

أظهرت نتائج الدراسة وساطةً كاملةً لمخاطر الأداء المدركة بين الإلزام القسريّ ومواقف العملاء، حيث تؤكّد الأدبيات دور المخاطر باعتبارها حاجزاً رئيسياً أمام اعتماد الابتكارات التكنولوجية؛ إذ تربط الدراسات (Featherman & Pavlou, 2003) بين ارتفاع المخاطر المدركة ورفض التكنولوجيا، وتتطابق مع نتائج (Schaarschmidt & Höber, 2017) التي وجدت وساطةً كليةً لمخاطر الأداء المدركة بين قنوات الحجز -

الإنترنت مقابل الهاتف - وكلّ من الفائدة المدركة والنية السلوكية للاستخدام، وذلك لأنّ التأثير المباشر أصبح غير معنويّ بعد إدخال متغير الوساطة.

أظهرت النتائج أيضاً أنّ تجربة العميل السابقة مع تقنيات الخدمة الذاتية قلّصت الأثر السلبيّ للإلزام القسريّ على إدراك مخاطر الأداء في كلّ من السيناريوهين. تُشير هذه النتيجة إلى أنّ الخبرة السابقة للعملاء مع تقنيات الخدمة الذاتية تخفّف من آثار الإلزام القسري على إدراك مخاطر الأداء. فعندما يتمتّع العميل بخبرة إيجابية سابقة يكتسب مخزوناً من المعرفة الإجرائية والموثوقية بالتقنية، ما يمنحه شعوراً أكبر بالتمكّن والثقة عند مواجهته لفرض قسريّ لاستخدامها. وبالتالي، ينتقل تأثير الإلزام من كونه عامل إثارة للقلق وعدم السيطرة إلى محفّز أقلّ قوة، حيث يعوّض العميل بنجاح عن فقدان الخيارات الشخصية بقدرته على التعامل المستقلّ مع التقنية والتنبؤ باستجاباتها لمتطلباته.

ويتوافق ذلك مع ما خلّصت إليه دراسة (Schaarschmidt & Höber, 2017) من أنّ الخبرة السابقة في الحجز عبر الإنترنت تُعدّل العلاقة بين المشاركة في قناة الحجز ومخاطر الحجز المدركة، إذ يميل الأشخاص ذوو الخبرة الإيجابية في الحجز عبر الإنترنت إلى تقييم هذه الخدمات على أنّها أقلّ خطورة. كما يدعم هذا نتيجة (Reinders et al., 2008) التي أظهرت أنّ الخبرة السابقة تقلّل السلبية تجاه مقدّمي الخدمة الذاتية وتخفّف مقاومة العملاء للاستخدام القسريّ. وفي اتساقٍ مع (Cao et al. 2022) توصلت دراستهم إلى أنّ العملاء ذوي الخبرة التقنية يشعرون بفقدان سيطرة أقلّ، إذ تساعدهم معرفتهم الإجرائية على استعادة الإحساس بالتحكّم عندما يلزمون باستخدام التقنية.

أيضاً تقدّم نتائج هذه الدراسة رؤى مهمّة حول دور الحاجة إلى التفاعل كمتغيّر معدّل في العلاقة بين الإلزام القسريّ على استخدام تقنيات الخدمة الذاتية ومخاطر الأداء المدركة. فقد أظهرت النتائج أنّ الحاجة إلى التفاعل تعزّز إدراك المخاطر في سياق الإلزام القسريّ باستخدام التقنية الذاتية في وضع الخدمة الكاملة رغم توفّر الخدمة الشخصية، وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Lee 2017) التي أكّدت أنّ الأفراد ذوي الحاجة العالية إلى التفاعل مع موظفي التجزئة يظهرون نوايا أقلّ لاستخدام تقنيات الخدمة الذاتية، خاصّة حين تكون الخدمة البشرية متاحة. فحين يتوفّر البديل البشري، يرتبط ارتفاع الحاجة إلى التفاعل بزيادة إدراك المخاطر، ويُرجّح ذلك تفضيلاً للتواصل الإنسانيّ الذي يُعدّهم أكثر موثوقية وأقلّ غموضاً من التفاعل التقنيّ.

هذا التأثير يتسق مع النموذج النظري لـ (Lee 2017) الذي يربط بين سمات الشخصية، والحاجة إلى التفاعل، وتأثيرها السلبي على تبني تقنيات الخدمة الذاتية. من ناحية أخرى، تختلف النتائج في وضع الخدمة الذاتية فقط عند غياب الخدمة الشخصية وفرض استخدام التقنية الذاتية دون خيار بديل، إذ لم تعد الحاجة إلى التفاعل تُعدّل العلاقة بين الإلزام القسري وإدراك المخاطر في هذا السياق.

### 7.3 المقترحات والتوصيات:

بناءً على نتائج الدراسة ومناقشتها، نقدم للمؤسسات الخدمية في مختلف القطاعات التوصيات التالية:

#### 1- اعتماد نهج انتقالي تدريجي

- تجنب فرض الخدمة الذاتية فجأة أو بشكل كامل على العملاء، بل البدء بتشجيع الاستخدام الطوعي عبر حوافز بسيطة (خصومات، نقاط ولاء، تجارب مجانية).
- الإبقاء على قنوات الخدمة التقليدية (الموظفون، الهاتف، الدعم الميداني) خلال مرحلة الانتقال، لضمان شعور العملاء بوجود "مخرج" عند الحاجة.

#### 2- تعزيز الشفافية والإقناع بأهداف التحول الرقمي

- توضيح أسباب اعتماد الخدمة الذاتية (سرعة الأداء، توفر الخدمة، خفض التكاليف والأسعار).
- إبراز الفوائد المباشرة للعملاء (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، تحكّم أفضل في العملية).
- التواصل المستمر مع العملاء عبر رسائل توعوية وإرشادات مبسّطة لخفض شعور الإكراه وزيادة التبني الطوعي.

#### 3- رفع جودة الأداء وسهولة الاستخدام

- ضمان استقرار الأنظمة التقنية وتجنّب الأعطال عبر صيانة دورية واختبارات تحميل شاملة قبل الإطلاق.
- تبسيط واجهات المستخدم وتقديم إرشادات مرئية ونصية واضحة داخل الأكشاك والتطبيقات.

- تدريب الموظفين على دعم المستخدمين التقني وتوفير قنوات مساعدة فورية (دعم هاتفي أو عبر دردشة حية).

#### 4- تخصيص بدائل لشرائح مقاومة للتقنية

- تحديد الفئات الأكثر مقاومة (كبار السن، ذوو الاحتياجات الخاصة، حاجات التفاعل الإنساني العالية، المستخدمين الجدد) وتوفير بدائل ميسرة لهم، لتسهيل انتقال كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة، ومن يفضلون التفاعل الإنساني إلى تقنيات الخدمة الذاتية، يمكن توفير موظف مساندة بجوار الأكواد وإضافة زر "طلب مساعدة" يربطهم فوراً بوكيل بشري صوتياً أو مرئياً، مع تصميم الواجهات لتشمل نصوصاً أكبر وأيقونات واضحة وإمكانيات تحكم صوتي، مع مراعاة وصول ذوي الإعاقة (منافذ منخفضة ودعم الكراسي المتحركة). وللمستخدمين الجدد، تقدم جلسات تعريفية قصيرة أو فيديوهات إرشادية مبسطة قبل الاستخدام، كما توزع بطاقات ورقية توضح خطوات التشغيل وتحتوي على رقم الدعم. تضمن هذه الإجراءات شعور العملاء بالأمان وتوفير لهم مخرجاً عند الحاجة، مما يقلص مقاومتهم ويعزز تبنيهم للخدمة الذاتية.

- تصميم هجين يجمع بين الخدمة الذاتية والدعم الشخصي حسب تفضيلات العميل لضمان عدم تهميش أي شريحة.

#### 5- قياس رضا العملاء وجمع التغذية الراجعة المستمرة

- إجراء استبيانات رضا دورية قصيرة بعد استخدام الخدمة الذاتية أو تفاعل الدعم الشخصي.  
- تحليل شكاوى العملاء ومقترحاتهم فوراً لاتخاذ إجراءات تصحيحية سريعة (تحسينات تقنية، تدريب إضافي، تعديل في السياسة).  
- استخدام مؤشرات أداء رئيسية مثل زمن الاستجابة، نسبة الأخطاء، معدل التحول من الخدمة الذاتية إلى الشخصية، لقياس أثر التعديلات وتحسينها بشكل دوري.

بتطبيق هذه التوصيات، تستطيع المؤسسات تحقيق توازن فعال بين كفاءة التشغيل الرقمي واحتياجات العملاء الإنسانية، مما يعزز رضاهم وولاءهم ويضمن استدامة نجاح تقنية الخدمة الذاتية.

### 8.3 محددات البحث والدراسات المستقبلية:

- اقتصرت دراستنا على قطاع الاتصالات، ومن الأفضل توسيع نطاق البحث في الدراسات القادمة ليشمل قطاعات خدمية أخرى كالمصارف، التعليم، والسياحة؛ ذلك يساهم في اختبار عمومية النتائج عبر سياقات متعددة.

- تكونت عينتنا من عملاء جامعيين ذوي خبرة تقنية نسبية وفئات عمرية محدودة، فتستحق الدراسات المستقبلية توسيع العينة لتشمل كبار السن، ذوي الدخل المحدود، وعديمي الخبرة التقنية، مما يعزز قابلية تعميم النتائج.

- مع التسارع في ابتكار تقنيات خدمية جديدة كروبوتات خدمة العملاء والردشة الآلية المدعومة بالذكاء الاصطناعي، تنبثق تساؤلات حول ردود فعل العملاء عند فرض هذه الابتكارات عليهم. لذا، يقترح الباحث إضافة الذكاء الاصطناعي كمتغير معدل لدراسة تفاعله مع أثر الإلزام القسري.

- لقد اعتمدت الدراسة على سيناريوهات افتراضية تخيلية للإلزام القسري، دون ملاحظة ميدانية حقيقية. ومن المستحسن في البحوث القادمة إجراء تجارب ميدانية فعلية أو شبه فعلية بالتعاون مع مؤسسات خدمية، حيث يُطبَّق الإلزام القسري على مجموعة عملاء ويُقارَن سلوكهم بردود فعل مجموعة ضابطة.

## المراجع:

- Adams, J. Stacy. (1965). [Advances in Experimental Social Psychology] Volume 2 || Inequity In Social Exchange., 267–299.
- Agarwal, R., & Prasad, J. (1999). Are individual differences germane to the acceptance of new information technologies? *Decision Sciences*, \*30\*(2), 361–391.
- Alalwan, Ali Abdallah; Dwivedi, Yogesh K.; Rana, Nripendra P. P.; Williams, Michael D. (2016). Consumer adoption of mobile banking in Jordan. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(1), 118–139.
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303.
- Barone, A.M., Stagno, E. and Donato, C. (2024), "Call it robot: anthropomorphic framing and failure of self-service technologies", *Journal of Services Marketing*, Vol. 38 No. 3, pp. 272–287.
- Barua, Zapan; Aimin, Wang; Hongyi, Xu. (2017). A perceived reliability-based customer satisfaction model in self-service technology. *The Service Industries Journal*, 1–21.
- Bauer, R. (1967). Consumer behavior as risk taking. In D. Cox (Ed.), *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior*, Harvard University Press.
- Bellman, Steven; Lohse, Gerald L.; Johnson, Eric J. (1999). Predictors of online buying behavior. *Communications of the ACM*, 42(12), 32–38.
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588–606.

- Bentler, P. M. (1980). Multivariate analysis with latent variables: Causal modeling. *Annual Review of Psychology*, 31, 419–456.
- Bentler, P. M., & Mooijaart, A. (1989). Choice of structural model via parsimony: A rationale based on precision. *Psychological Bulletin*, 106(2), 315–317.
- Bitner, M.J. (1990). Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses. *Journal of Marketing*, 54(2), 69–.
- Bitner, M.J.; Stephen W. Brown; Matthew L. Meuter. (2000). Technology infusion in service encounters., 28(1), 138–149.
- Bitner, M.J., Ostrom, A.L. and Meuter, M.L. (2002), “Implementing successful self-service technologies”, *Academy of Management Executive*, Vol. 16 No. 4, pp. 96–108.
- Blut, M., Wang, C. and Schoefer, K. (2016), “Factors influencing the acceptance of self-service technologies: a meta-analysis”, *Journal of Service Research*, Vol. 19 No. 4, pp. 396–416.
- Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables*. John Wiley & Sons.
- Brehm, J.W. (1966), *A Theory of Psychological Reactance*, Oxford, England, Academic Press.
- Brehm, S. S., & Brehm, J. W. (2013). *Psychological reactance: A theory of freedom and control*. Academic Press.
- Brucks, M. (1986), “A typology of consumer knowledge content”, *Advances in Consumer Research*, Vol. 13 No. 1, pp. 58–63.
- Bulmer, S., Elms, J., & Moore, S. (2018). Exploring the adoption of self-service checkouts and the associated social obligations of shopping practices. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 42, 107–116.

- Cao, Z., Xiao, Q., Zhuang, W. and Wang, L. (2022), "An empirical analysis of self-service technologies: mediating role of customer powerlessness", *Journal of Services Marketing*, Vol. 36 No. 2, pp. 129–142.
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2003). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences* (3rd ed.). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Collier, J. E., & Kimes, S. E. (2012). Only If It Is Convenient: Understanding How Convenience Influences Self-Service Technology Evaluation. *Journal of Service Research*, 16(1), 39–51.
- Collier, J. E., D. L. Sherrell, E. Babakus, and A. Blakeney Horky, A. (2014), "Understanding the differences of public and private self-service technology", *Journal of Services Marketing*, Vol. 28 No. 1, pp. 60–70.
- Collier, J.E., Breazeale, M. and White, A. (2017), "Giving back the “self” in self-service: customer preferences in self-service failure recovery", *Journal of Services Marketing*, Vol. 31 No. 6, pp. 604–617.
- Cunningham, S.M. (1967) The Major Dimensions of Perceived Risk. In: Cox, D.F., Ed., *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior*, Harvard University Press, Boston, MA.
- Curran, J.M. and Meuter, M.L. (2005), “Self-service technology adoption: comparing three technologies”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 19 No. 2, pp. 103–113.
- Dabholkar, P.A. and Bagozzi, R.P. (2002), “An attitudinal model of technology-based self-service: moderating effects of consumer traits and situational factors”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 30 No. 3, pp. 184–201.

- Dabholkar, P. A. (1996). Consumer Evaluations of New Technology-Based Self-Service Options: An Investigation of Alternative Models of Service Quality. *International Journal of Research in Marketing*, 13, 29–51.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Day, Ellen and Marla R. Stafford (1997), “Age-Related Cues in Retail Services Advertising: Their Effects on Younger Consumers,” *Journal of Retailing*, 73 (2), 211–233.
- Dean, D.H. (2008), "Shopper age and the use of self-service technologies", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 18 No. 3, pp. 225–238.
- Demoulin, N.T.M. and Djelassi, S. (2016), "An integrated model of self-service technology (SST) usage in a retail context", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 44 No. 5, pp. 540–559.
- Dillard, J.P. & Shen, L (2005) On the Nature of Reactance and its Role in Persuasive Health Communication, *Communication Monographs*, 72:2, 144–168.
- Evanschitzky, H., Iyer, G.R., Pillai, K.G., Kenning, P. and Schütte, R. (2015), “Consumer trial, continuous use, and economic benefits of a retail service innovation: the case of the personal shopping assistant”, *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 32 No. 3, pp. 459–475.
- Fan, A., Wu, L.L. and Mattila, A.S. (2016), “Does anthropomorphism influence customers’ switching intentions in the self-service technology failure”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 30 No. 7, pp. 713–723.

- Featherman, M. and Pavlou, P. (2003), “Predicting e–services adoption: perceived risk facets perspective”, *International Journal of Human–Computer Studies*, Vol. 59 No. 1, pp. 451–474.
- Featherman, M.S., Miyazaki, A.D. and Sprott, D.E. (2010), “Reducing online privacy risk to facilitate e–service adoption: the influence of perceived ease of use and corporate credibility”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 24 No. 3, pp. 219–229.
- Feng, W., Tu, R., Lu, T., & Zhou, Z. (2018). Understanding forced adoption of self–service technology: the impacts of users’ psychological reactance. *Behaviour & Information Technology*, 38(8), 820–832.
- Fitzsimons, G. J., & Lehmann, D. R. (2004). Reactance to Recommendations: When Unsolicited Advice Yields Contrary Responses. *Marketing Science*, 23(1), 82–94.
- Flanagin, A.J., Metzger, M.J., Pure, R. et al. (2014), Mitigating risk in ecommerce transactions: perceptions of information credibility and the role of user–generated ratings in product quality and purchase intention. *Electron Commer Res* 14, 1–23.
- Fulk, J., Schmitz, J. and Power, G.J. (1987), “A social information processing model of media use in organizations”, *Communication Research*, Vol. 14 No. 5, pp. 520–552.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90.
- Grewal, D., Gotlieb, J., & Marmorstein, H. (1994). The moderating effects of message framing and source credibility on the price–perceived risk relationship. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 145–153.

- Hoyer, W. D., Kroschke, M., Schmitt, B., Kraume, K., & Shankar, V. (2020). Transforming the customer experience through new technologies. *Journal of Interactive Marketing*, 51, 57–71.
- Hu, L.-t., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1–55.
- Hui, M. K., & Toffoli, R. (2002). Perceived control and consumer attribution for the service encounter. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(9), 1825–1844.
- Im, I., Kim, Y. and Han, H.J. (2008), “The effects of perceived risk and technology type on users’ acceptance of technologies”, *Information & Management*, Vol. 45 No. 1, pp. 1–9.
- Jacoby, J. and Kaplan, L.B. (1972) The Components of Perceived Risk. *Proceedings of the Annual Conference of the Association for Consumer Research*, 10, 382–393.
- Kim, J.(S)., Christodoulidou, N. and Choo, Y.(C). (2013), "Factors influencing customer acceptance of kiosks at quick service restaurants", *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Vol. 4 No. 1, pp. 40–63.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust–based consumer decision–making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564.
- Kimes, S. E., & Collier, J. E. (2015). How customers view self–service technologies. *MIT Sloan Management Review*, 57(1), 25.
- Kincaid, C. S., & Baloglu, S. (2007, October). An empirical investigation of attitude toward self–service technology (SST) in quick service restaurants. In Unpublished conference paper.

- Kleijnen, M., De Ruyter, K. and Wetzels, M. (2007), “An assessment of value creation in mobile service delivery and the moderating role of time consciousness”, *Journal of Retailing*, Vol. 83 No. 1, pp. 33–46.
- Kocher, S. and Paluch, S. (2019), “‘My bad’: investigating service failure effects in self–service and full–service settings”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 33 No. 2, pp. 181–191.
- Kenny, D. A., Kaniskan, B., & McCoach, D. B. (2014). The Performance of RMSEA in Models with Small Degrees of Freedom. *Sociological Methods & Research*, 44(3), 486–507.
- Landau, M.J., Kay, A.C. and Whitson, J.A. (2015), “Compensatory control and the appeal of a structured world”, *Psychological Bulletin*, Vol. 141 No. 3, pp. 694–722.
- Laukkanen, T. (2016). Consumer adoption versus rejection decisions in seemingly similar service innovations: The case of the Internet and mobile banking. *Journal of business research*, 69(7), 2432–2439.
- Le, N. T., Rao Hill, S., & Troshani, I. (2020). Perceived Control and Perceived Risk in Self–service Technology Recovery. *Journal of Computer Information Systems*, 62(1), 164–173.
- Lee, J. and Allaway, A. (2002), “Effects of personal control on adoption of self–service technology innovations”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 16 No. 6, pp. 553–572.
- Lee, H. J. 2017. “Personality Determinants of Need for Interaction with a Retail Employee and Its Impact on Self–Service Technology (SST) Usage Intentions.” *Journal of Research in Interactive Marketing* 11 (3): 214–231.
- Legris, P., Ingham, J., & Collette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information & management*, 40(3), 191–204.

- Li, M., & Huang, S. (2019). Understanding customers' continuance intentions toward in-lobby self-service technologies. *Frontiers in psychology*, 10, 332.
- Lian, J.-W. (2021), "Why is self-service technology (SST) unpopular? Extending the IS success model", *Library Hi Tech*, Vol. 39 No. 4, pp. 1154-1173.
- Lin, J.-S.C. and Hsieh, P.-L. (2011), "Assessing the self-service technology encounters: development and validation of SSTQUAL scale", *Journal of Retailing*, Vol. 87 No. 2, pp.194-206.
- Littler, D., & Melanthiou, D. (2006). Consumer perceptions of risk and uncertainty and the implications for behaviour towards innovative retail services: the case of internet banking. *Journal of retailing and consumer services*, 13(6), 431-443.
- Liu, S. (2012), "The impact of forced use on customer adoption of self-service technologies", *Computers in Human- Behavior*, Vol. 28 No. 4, pp. 1194-1201.
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovič, A. (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International journal of information management*, 34(1), 1-13.
- Meuter, M.L., Ostrom, A.L., Roundtree, R.I. and Bitner, M.J. (2000), "Self-service technologies: understanding customer satisfaction with technology-based service encounters", *Journal of Marketing*, Vol. 64No. 3, pp. 50-64.

- Meuter, M.L., Bitner, M.J., Ostrom, A.L. and Brown, S.W. (2005), “Choosing among alternative service delivery modes: an investigation of customer trial of self-service technologies”, *Journal of Marketing*, Vol. 69No.2, pp.61–83.
- Mitchell, V. (1992), "Understanding Consumers' Behavior: Can Perceived Risk Theory Help?", *Management Decision*, Vol. 30 No. 3.
- Mitchell, V.W. and Vassos, V. (1998), “Perceived risk and risk reduction in holiday purchases: a cross-cultural and gender analysis”, *Journal of Euromarketing*, Vol. 6 No. 3, pp. 47–79.
- Nysveen, H., Pedersen, P. E., & Thorbjørnsen, H. (2005). Intentions to use mobile services: Antecedents and cross-service comparisons. *Journal of the academy of marketing science*, 33(3), 330–346.
- Paluch, S. and Wuenderlich, N.V. (2016), “Contrasting risk perceptions of technology-based service innovations in interorganizational settings”, *Journal of Business Research*, Vol. 69 No. 7, pp. 2424–2431.
- Pantano, E., & Viassone, M. (2015). Engaging consumers on new integrated multichannel retail settings: Challenges for retailers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 25, 106–114.
- Pantano, E., Pizzi, G., Scarpi, D., & Dennis, C. (2020). Competing during a pandemic? Retailers’ ups and downs during the COVID-19 outbreak. *Journal of Business research*, 116, 209–213.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of service research*, 7(3), 213–233.
- Paswan, A. (2009). Confirmatory factor analysis and structural equations modeling: An introduction. Dept. of Marketing and Logistics, COB, University of North Texas, USA.

- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., & Pahnla, S. (2004). Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model. *Internet research*, 14(3), 224–235.
- Popp, N., Simmons, J.M., Smith, D.K. and Tasker, R. (2021), "Understanding sport event ticket-type preference in a forced e-ticket environment", *Sport, Business and Management*, Vol. 11 No. 3, pp. 287–301.
- QianTing, L., Chung, H. C., & Chung, N. (2021). A study on the factors affects the technology satisfaction on AI based self-service technology service failure in hotel. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2021: Proceedings of the ENTER 2021 eTourism Conference*, January 19–22, 2021 (pp. 123–127). Springer International Publishing.
- Ram, S., & Jung, H. S. (1991). “Forced” adoption of innovations in organizations: Consequences and implications. *Journal of product innovation management*, 8(2), 117–126.
- Reinders, M.J., Dabholkar, P.A. and Frambach, R.T. (2008), “Consequences of forcing consumers to use technology-based self-service”, *Journal of Service Research*, Vol. 11 No. 2, pp.107–123.
- Rosenberg, B. D., & Siegel, J. T. (2018). A 50-year review of psychological reactance theory: Do not read this article. *Motivation Science*, 4(4), 281–300.
- Saadé, R., & Bahli, B. (2005). The impact of cognitive absorption on perceived usefulness and perceived ease of use in on-line learning: an extension of the technology acceptance model. *Information & management*, 42(2), 317–327.

- Schaarschmidt, M., & Höber, B. (2017). Digital booking services: comparing online with phone reservation services. *Journal of Services Marketing*, 31(7), 704–719.
- Shank, D. B., Graves, C., Gott, A., Gamez, P., & Rodriguez, S. (2019). Feeling our way to machine minds: People's emotions when perceiving mind in artificial intelligence. *Computers in Human Behavior*, 98, 256–266.
- Sharif, P., & Nia, S., (2018). *Structural equation modeling with AMOS*. Tehran: Artin Teb.
- Sittenthaler, S., Jonas, E., & Traut-Mattausch, E. (2016). Explaining self and vicarious reactance: A process model approach. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 42(4), 458–470.
- Srite, M., & Karahanna, E. (2006). The role of espoused national cultural values in technology acceptance. *MIS quarterly*, 679–704.
- Tislar, C., Sterkenburg, J., Zhang, W., & Jeon, M. (2014). How Emotions Influence Trust in Online Transactions Using New Technology. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 58(1), 1531–1535.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425–478.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision sciences*, 39(2), 273–315.

- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 157–178.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the association for Information Systems*, 17(5), 328–376.
- White, A., Breazeale, M., & Collier, J. E. (2012). The effects of perceived fairness on customer responses to retailer SST push policies. *Journal of Retailing*, 88(2), 250–261.
- Wunderlich, N. V., Wangenheim, F. V., & Bitner, M. J. (2013). High tech and high touch: a framework for understanding user attitudes and behaviors related to smart interactive services. *Journal of Service research*, 16(1), 3–20.
- Wunderlich, N. V., Heinonen, K., Ostrom, A. L., Patricio, L., Sousa, R., Voss, C., & Lemmink, J. G. (2015). “Futurizing” smart service: implications for service researchers and managers. *Journal of Services Marketing*, 29(6/7), 442–447.

## الملحقات :

### استبانة البحث

يقوم الباحث بدراسة أثر تقنيات الخدمة الذاتية بهدف الحصول على درجة الماجستير في علوم الإدارة، يسعى الباحث من خلال هذا الاستبيان إلى فهم مواقف العملاء تجاه استخدام أجهزة الخدمة الذاتية في مؤسسات الخدمة مثل شركات الاتصالات. ستسهم إجاباتك في توفير رؤى قيمة حول هذا الموضوع. جميع الإجابات ستظل سرية وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، شكراً لمشاركتك معنا.

#### 1- السن:

أكثر من 42 سنة	38 إلى 42 سنة	33 إلى 37 سنة	28 إلى 32 سنة	23 إلى 27 سنة	18 إلى 22 سنة

#### 2- الجنس:

أنثى	ذكر

يرجى التفضل بقراءة السيناريو التالي ومن ثم وضع علامة ✓ عند واحدة فقط من الخيارات التالية

السيناريو الاول :

تخيل أنك وصلت إلى شركة الاتصالات لتسديد فاتورة موبايل أو تحويل رصيد كاش، عند دخولك، يوجهك موظف الاستقبال مباشرة إلى جهاز الخدمة الذاتية للحصول على الخدمة على الرغم من وجود موظفين يقدمون الخدمة الشخصية الكاملة ضمن مكاتب الشركة، ورغم أن هناك موظفين في الموقع، فإنهم غير متاحين لتقديم أي مساعدة تقنية أو شخصية إذا واجهت مشكلة أثناء استخدام جهاز الخدمة الذاتية.

السيناريو الثاني :

تخيل أنك ذهبت إلى شركة الاتصالات لتسديد فاتورة موبايل أو تحويل رصيد كاش، تفاجأت بأنه لا يوجد إلا جهاز الخدمة الذاتية، ولم يعد هناك مكاتب للشركة حيث يمكنك الحصول على الخدمة الكاملة عن طريق موظفي الشركة، وإذا كان جهاز الخدمة الذاتية معطلاً أو عندما تحتاج إلى بعض المساعدة في استخدام جهاز الخدمة الذاتية فلا يوجد أي موظف متاح في الموقع لتقديم المساعدة ولا توجد إمكانية الاتصال بمكتب الخدمة.

3- كم كان من السهل عليك أن تفهم ما حدث في السيناريو؟

ليس سهلاً على الإطلاق	ليس سهلاً	محايد	سهل	سهل جداً

4- ما مدى واقعية السيناريو؟

غير واقعي على الإطلاق	غير واقعي	محايد	واقعي	واقعي جداً

5- عندما أحتاج إلى الخدمة، تكون أجهزة الخدمة الذاتية هي الخيار الوحيد المتاح.

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

6- لدي حرية أقل في اختيار طريقة الخدمة.

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

7- شركة الاتصالات تفرض عليّ استخدام أجهزة الخدمة الذاتية.

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

8- أشعر بالأمان عند استخدام أجهزة الخدمة الذاتية.

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

9- أنا أعلم أن جهاز الخدمة الذاتية سيتعامل مع مدخلاتي بشكل صحيح.

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

10- عند استخدام أجهزة الخدمة الذاتية الخاص بشركة الاتصالات ستكون المخاطرة أقل لحدوث خطأ ما.

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

11- استخدم عادةً العديد من أجهزة الكمبيوتر.

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

12- ليس لدي خبرة كبير في استخدام الانترنت.

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

13- استخدم العديد من المنتجات والخدمات القائمة على التكنولوجيا.

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

14- التفاعل البشري يجعل عملية الخدمة ممتعة للعميل.

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

15- أحب التعامل مع الشخص الذي يقدم الخدمة.

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

16- الاهتمام الشخصي من قبل موظف الخدمة ليس مهماً جداً بالنسبة لي.

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

17- يزعجني استخدام جهاز الخدمة الذاتية عندما يمكنني التحدث مع شخص بدلاً من ذلك.

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

18- وفقاً للسيناريو ما هو شعورك تجاه مقدم الخدمة.

(يرجى اختيار العلامة الأقرب لموقفكم)

	5	4	3	2	1	
سيء						جيد
سلبي						إيجابي
غير مفضل						مفضل

المتغيرات الديموغرافية:

الجنس :

**Participant Gender**

Scenario Type			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Self-Service with Staff Present	Valid	male	93	62.0	62.0	62.0
		female	57	38.0	38.0	100.0
		Total	150	100.0	100.0	
Self-Service Only	Valid	male	83	55.3	55.3	55.3
		female	67	44.7	44.7	100.0
		Total	150	100.0	100.0	

العمر :

**Age Categories**

Scenario Type			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Self-Service with Staff Present	Valid	18-22	118	78.7	78.7	78.7
		23-27	29	19.3	19.3	98.0
		28-32	3	2.0	2.0	100.0
		Total	150	100.0	100.0	
Self-Service Only	Valid	18-22	123	82.0	82.0	82.0
		23-27	22	14.7	14.7	96.7
		28-32	5	3.3	3.3	100.0
		Total	150	100.0	100.0	

اختبار كرومباخ ألفا :

الإلزام القسري :

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.757	.757	3

مواقف العملاء :

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.927	.927	3

المخاطر المدركة :

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.920	.920	3

تجربة العميل السابقة :

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.929	.929	3

الحاجة إلى التفاعل :

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.828	.827	4

اختبار one sample T-test :

تقييم السيناريوهات :

### One-Sample Statistics

Scenario Type	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
easyreal.scenario	0 <sup>a,b</sup>	.	.	.
Self-Service with Staff Present	150	4.1733	.57925	.04730
Self-Service Only	150	4.1033	.52231	.04265

### One-Sample Test<sup>a</sup>

Scenario Type	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Self-Service with Staff Present	24.809	149	.000	1.17333	1.0799	1.2668
Self-Service Only	25.872	149	.000	1.10333	1.0191	1.1876

الإلزام القسري :

**One-Sample Statistics**

Scenario Type		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Self-Service with Staff Present	FORCED_SST	150	4.0956	.69764	.05696
Self-Service Only	FORCED_SST	150	3.7867	.61582	.05028

**One-Sample Test**

Scenario Type		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
Self-Service with Staff Present	FORCED_SST	19.233	149	.000	1.09556	.9830	1.2081
Self-Service Only	FORCED_SST	15.645	149	.000	.78667	.6873	.8860

Test Value = 3

مخاطر الأداء المدركة :

**One-Sample Statistics**

Scenario Type		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Self-Service with Staff Present	Risk	150	3.3444	1.11489	.09103
Self-Service Only	Risk	150	3.6244	1.12612	.09195

**One-Sample Test**

Scenario Type		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
Self-Service with Staff Present	Risk	3.784	149	.000	.34444	.1646	.5243
Self-Service Only	Risk	6.791	149	.000	.62444	.4428	.8061

Test Value = 3

مواقف العملاء :

### One-Sample Statistics

Scenario Type		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Self-Service with Staff	Attitude	150	2.1511	1.19568	.09763
Present					
Self-Service Only	Attitude	150	2.7000	.90384	.07380

### One-Sample Test

Scenario Type		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
Self-Service with Staff	Attitude	-8.695	149	.000	-.84889	-1.0418	-.6560
Present							
Self-Service Only	Attitude	-4.065	149	.000	-.30000	-.4458	-.1542

اختبار ملاءمة نموذج البحث :

### Model Fit Summary

#### CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	42	82.223	48	.002	1.713
Saturated model	90	.000	0		
Independence model	18	1914.147	72	.000	26.585

#### RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.046	.946	.899	.505
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.586	.319	.149	.255

**Baseline Comparisons**

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.957	.936	.982	.972	.981
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

**RMSEA**

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.049	.030	.067	.517
Independence model	.293	.282	.304	.000
Independence model	1950.147	1952.736		

اختبار الفرضيات باستخدام برنامج AMOS :

**Scalar Estimates (Scenario1 - Default model)**

**Maximum Likelihood Estimates**

**Regression Weights: (Scenario1 - Default model)**

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
R_Risk	<--- Forced_use	1.287	.232	5.553	***	
Attitude	<--- Forced_use	-.298	.219	-1.362	.173	
Attitude	<--- R_Risk	-.740	.097	-7.606	***	
PR_Performance_3	<--- R_Risk	1.000				
PR_Performance_2	<--- R_Risk	1.127	.069	16.389	***	
PR_Performance_1	<--- R_Risk	.950	.065	14.711	***	
Attitude_BadGood	<--- Attitude	1.000				
Attitude_Negativepositive	<--- Attitude	1.006	.050	20.036	***	
Attitude_Favorableunfavorable	<--- Attitude	.990	.052	18.862	***	
Forced_SST_3	<--- Forced_use	1.000				
Forced_SST_2	<--- Forced_use	1.598	.216	7.412	***	
Forced_SST_1	<--- Forced_use	1.398	.194	7.215	***	

**Standardized Regression Weights: (Scenario1 - Default model)**

		Estimate
R_Risk	<--- Forced_use	.576
Attitude	<--- Forced_use	-.120
Attitude	<--- R_Risk	-.666
PR_Performance_3	<--- R_Risk	.879
PR_Performance_2	<--- R_Risk	.928
PR_Performance_1	<--- R_Risk	.872
Attitude_BadGood	<--- Attitude	.955
Attitude_Negativepositive	<--- Attitude	.908
Attitude_Favorableunfavorable	<--- Attitude	.890
Forced_SST_3	<--- Forced_use	.658
Forced_SST_2	<--- Forced_use	.824
Forced_SST_1	<--- Forced_use	.752

**Standardized Indirect Effects (Scenario1 - Default model)**

	Forced_use	R_Risk	Attitude
R_Risk	.000	.000	.000
Attitude	-.384	.000	.000
Forced_SST_1	.000	.000	.000
Forced_SST_2	.000	.000	.000
Forced_SST_3	.000	.000	.000
Attitude_Favorableunfavorable	-.448	-.592	.000
Attitude_Negativepositive	-.457	-.604	.000
Attitude_BadGood	-.481	-.636	.000
PR_Performance_1	.502	.000	.000
PR_Performance_2	.534	.000	.000
PR_Performance_3	.507	.000	.000

**Standardized Indirect Effects - Two Tailed Significance (BC) (Scenario1 - Default model)**

	Forced_use	R_Risk	Attitude
R_Risk	...	...	...
Attitude	.001	...	...
Forced_SST_1	...	...	...
Forced_SST_2	...	...	...
Forced_SST_3	...	...	...
Attitude_Favorableunfavorable	.002	.002	...
Attitude_Negativepositive	.002	.002	...

	Forced_use	R_Risk	Attitude
Attitude_BadGood	.002	.002	...
PR_Performance_1	.002	...	...
PR_Performance_2	.003	...	...
PR_Performance_3	.002	...	...

**Scalar Estimates (scenario2 - Default model)**

**Maximum Likelihood Estimates**

**Regression Weights: (scenario2 - Default model)**

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
R_Risk	<--- Forced_use	1.758	.378	4.646	***	
Attitude	<--- Forced_use	.331	.249	1.327	.184	
Attitude	<--- R_Risk	-.691	.096	-7.227	***	
PR_Performance_3	<--- R_Risk	1.000				
PR_Performance_2	<--- R_Risk	1.107	.080	13.868	***	
PR_Performance_1	<--- R_Risk	1.115	.074	15.014	***	
Attitude_BadGood	<--- Attitude	1.000				
Attitude_Negativepositive	<--- Attitude	1.050	.082	12.851	***	
Attitude_Favorableunfavorable	<--- Attitude	.958	.078	12.279	***	
Forced_SST_3	<--- Forced_use	1.000				
Forced_SST_2	<--- Forced_use	1.394	.279	4.997	***	
Forced_SST_1	<--- Forced_use	1.871	.366	5.107	***	

**Standardized Regression Weights: (scenario2 - Default model)**

		Estimate
R_Risk	<--- Forced_use	.638
Attitude	<--- Forced_use	.142
Attitude	<--- R_Risk	-.816
PR_Performance_3	<--- R_Risk	.846
PR_Performance_2	<--- R_Risk	.880
PR_Performance_1	<--- R_Risk	.929
Attitude_BadGood	<--- Attitude	.854
Attitude_Negativepositive	<--- Attitude	.869
Attitude_Favorableunfavorable	<--- Attitude	.839
Forced_SST_3	<--- Forced_use	.466
Forced_SST_2	<--- Forced_use	.681
Forced_SST_1	<--- Forced_use	.871

**Standardized Indirect Effects (scenario2 - Default model)**

	Forced_use	R_Risk	Attitude
R_Risk	.000	.000	.000
Attitude	-.521	.000	.000
Forced_SST_1	.000	.000	.000
Forced_SST_2	.000	.000	.000
Forced_SST_3	.000	.000	.000
Attitude_Favorableunfavorable	-.318	-.684	.000
Attitude_Negativepositive	-.329	-.709	.000
Attitude_BadGood	-.324	-.697	.000
PR_Performance_1	.593	.000	.000
PR_Performance_2	.562	.000	.000
PR_Performance_3	.540	.000	.000

**Standardized Indirect Effects - Two Tailed Significance (BC) (scenario2 - Default model)**

	Forced_use	R_Risk	Attitude
R_Risk	...	...	...
Attitude	.001	...	...
Forced_SST_1	...	...	...
Forced_SST_2	...	...	...
Forced_SST_3	...	...	...
Attitude_Favorableunfavorable	.002	.002	...
Attitude_Negativepositive	.002	.002	...
Attitude_BadGood	.002	.002	...
PR_Performance_1	.003	...	...
PR_Performance_2	.003	...	...
PR_Performance_3	.003	...	...

اختبار فرضية المتغير المعدل تجربة العميل السابقة :

Estimates (Scenario1 - Default model)

Scalar Estimates (Scenario1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Scenario1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
R_Risk	<--- Forced_use	1.799	.287	6.259	***	
R_Risk	<--- interaction_exp	-.509	.100	-5.073	***	
Attitude	<--- Forced_use	-.373	.212	-1.759	.079	
Attitude	<--- R_Risk	-.714	<u>.095</u>	-7.550	***	
PR_Performance_3	<--- R_Risk	1.000				
PR_Performance_2	<--- R_Risk	1.124	.068	16.652	***	
PR_Performance_1	<--- R_Risk	.944	.064	14.737	***	
Attitude_BadGood	<--- Attitude	1.000				
Attitude_Negativepositive	<--- Attitude	1.006	.050	20.038	***	
Attitude_Favorableunfavorable	<--- Attitude	.989	.052	18.862	***	
Forced_SST_3	<--- Forced_use	1.000				
Forced_SST_2	<--- Forced_use	1.599	.201	7.941	***	
Forced_SST_1	<--- Forced_use	1.386	.186	7.473	***	

Standardized Regression Weights: (Scenario1 - Default model)

		Estimate
R_Risk	<--- Forced_use	.803
R_Risk	<--- interaction_exp	-.453
Attitude	<--- Forced_use	-.150
Attitude	<--- R_Risk	-.645
PR_Performance_3	<--- R_Risk	.883
PR_Performance_2	<--- R_Risk	.929
PR_Performance_1	<--- R_Risk	.869
Attitude_BadGood	<--- Attitude	.955
Attitude_Negativepositive	<--- Attitude	.908
Attitude_Favorableunfavorable	<--- Attitude	.890
Forced_SST_3	<--- Forced_use	.658
Forced_SST_2	<--- Forced_use	.825
Forced_SST_1	<--- Forced_use	.746

**Estimates (scenario2 - Default model)**

**Scalar Estimates (scenario2 - Default model)**

**Maximum Likelihood Estimates**

**Regression Weights: (scenario2 - Default model)**

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
R_Risk	<--- Forced_use	2.343	.561	4.174	***	
R_Risk	<--- interaction_exp	-.424	.188	-2.252	.024	
Attitude	<--- Forced_use	.215	.229	.937	.349	
Attitude	<--- R_Risk	-.663	.092	-7.172	***	
PR_Performance_3	<--- R_Risk	1.000				
PR_Performance_2	<--- R_Risk	1.108	.080	13.885	***	
PR_Performance_1	<--- R_Risk	1.115	.074	15.006	***	
Attitude_BadGood	<--- Attitude	1.000				
Attitude_Negativepositive	<--- Attitude	1.051	.082	12.843	***	
Attitude_Favorableunfavorable	<--- Attitude	.958	.078	12.268	***	
Forced_SST_3	<--- Forced_use	1.000				
Forced_SST_2	<--- Forced_use	1.386	.264	5.246	***	
Forced_SST_1	<--- Forced_use	1.832	.324	5.655	***	

**Standardized Regression Weights: (scenario2 - Default model)**

		Estimate
R_Risk	<--- Forced_use	.864
R_Risk	<--- interaction_exp	-.311
Attitude	<--- Forced_use	.093
Attitude	<--- R_Risk	-.782
PR_Performance_3	<--- R_Risk	.846
PR_Performance_2	<--- R_Risk	.881
PR_Performance_1	<--- R_Risk	.929
Attitude_BadGood	<--- Attitude	.854
Attitude_Negativepositive	<--- Attitude	.870
Attitude_Favorableunfavorable	<--- Attitude	.839
Forced_SST_3	<--- Forced_use	.473
Forced_SST_2	<--- Forced_use	.687
Forced_SST_1	<--- Forced_use	.866

اختبار فرضية المتغير الحاجة إلى التفاعل :

Estimates (Scenario1 - Default model)

Scalar Estimates (Scenario1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Scenario1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
R_Risk	<--- Forced_use	1.606	.292	5.492	***	
R_Risk	<--- interaction_need	.319	.123	2.605	.009	
Attitude	<--- Forced_use	-.237	.210	-1.131	.258	
Attitude	<--- R_Risk	-.757	.096	-7.844	***	
PR_Performance_3	<--- R_Risk	1.000				
PR_Performance_2	<--- R_Risk	1.127	.069	16.411	***	
PR_Performance_1	<--- R_Risk	.949	.065	14.679	***	
Attitude_BadGood	<--- Attitude	1.000				
Attitude_Negativepositive	<--- Attitude	1.007	.050	20.036	***	
Attitude_Favorableunfavorable	<--- Attitude	.990	.052	18.857	***	
Forced_SST_3	<--- Forced_use	1.000				
Forced_SST_2	<--- Forced_use	1.611	.201	8.018	***	
Forced_SST_1	<--- Forced_use	1.351	.182	7.419	***	

Standardized Regression Weights: (Scenario1 - Default model)

		Estimate
R_Risk	<--- Forced_use	.725
R_Risk	<--- interaction_need	.258
Attitude	<--- Forced_use	-.097
Attitude	<--- R_Risk	-.681
PR_Performance_3	<--- R_Risk	.879
PR_Performance_2	<--- R_Risk	.928
PR_Performance_1	<--- R_Risk	.871
Attitude_BadGood	<--- Attitude	.955
Attitude_Negativepositive	<--- Attitude	.908
Attitude_Favorableunfavorable	<--- Attitude	.890
Forced_SST_3	<--- Forced_use	.664
Forced_SST_2	<--- Forced_use	.839
Forced_SST_1	<--- Forced_use	.733

**Estimates (scenario2 - Default model)**

**Scalar Estimates (scenario2 - Default model)**

**Maximum Likelihood Estimates**

**Regression Weights: (scenario2 - Default model)**

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
R_Risk	<--- Forced_use	1.769	.387	4.571	***	
R_Risk	<--- interaction_need	.032	.135	.239	.811	
Attitude	<--- Forced_use	.265	.243	1.091	.275	
Attitude	<--- R_Risk	-.675	.094	-7.193	***	
PR_Performance_3	<--- R_Risk	1.000				
PR_Performance_2	<--- R_Risk	1.107	.080	13.865	***	
PR_Performance_1	<--- R_Risk	1.115	.074	15.014	***	
Attitude_BadGood	<--- Attitude	1.000				
Attitude_Negativepositive	<--- Attitude	1.050	.082	12.854	***	
Attitude_Favorableunfavorable	<--- Attitude	.957	.078	12.276	***	
Forced_SST_3	<--- Forced_use	1.000				
Forced_SST_2	<--- Forced_use	1.385	.278	4.988	***	
Forced_SST_1	<--- Forced_use	1.915	.372	5.140	***	

**Standardized Regression Weights: (scenario2 - Default model)**

		Estimate
R_Risk	<--- Forced_use	.638
R_Risk	<--- interaction_need	.018
Attitude	<--- Forced_use	.113
Attitude	<--- R_Risk	-.796
PR_Performance_3	<--- R_Risk	.846
PR_Performance_2	<--- R_Risk	.880
PR_Performance_1	<--- R_Risk	.929
Attitude_BadGood	<--- Attitude	.854
Attitude_Negativepositive	<--- Attitude	.869
Attitude_Favorableunfavorable	<--- Attitude	.838
Forced_SST_3	<--- Forced_use	.462
Forced_SST_2	<--- Forced_use	.671
Forced_SST_1	<--- Forced_use	.885