



استخدام التطبيقات الرقمية في أنشطة خدمة العملاء بشركات المياه في مصر
(دراسة تطبيقية)

إعداد

ريم نبيل حمزه محمود

أ.م.د السيد السعيد عبد الوهاب

أستاذ العلاقات العامة المساعد ووكيل كلية الإعلام _ جامعة المنوفية

د. هدي إبراهيم الدسوقي

مدرس العلاقات العامة والإعلان قسم الاعلام كلية الآداب _ جامعة المنصورة

المستخلص:

- تتحدد ملامح هذه الدراسة في محاولة التعرف على مدى استخدام التطبيقات الرقمية في أنشطة خدمة العملاء بشركات المياه في مصر و اتجاهات الجمهور نحوها و تتحد المشكلة في تساؤل رئيس و هو الى اى مدى يتم استخدام التطبيقات الرقمية في الخدمات المقدمة للمواطنين من قبل شركات المياه في مصر ؟ و كيف تتم ادارة تلك التطبيقات الرقمية وفق منظومة الكترونية ؟ و ما رؤية الجمهور و اتجاهاته لمدى اهمية تلك التطبيقات ؟
- استندت الباحثة الى نظرية الاتصال الحوارى و تهدف الدراسة الى رصد و تحليل و تقويم دور التطبيقات الرقمية داخل شركات المياه في تطوير خدمة العملاء و اتجاهات الجمهور نحوها و اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاعلامى و تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية و تكونت عينه الدراسة من (٤٠٠) مفردة من الجمهور العام المتفاعل مع خدمات شركة المياه و من يستجيب لها عبر التطبيقات الرقمية و اوضحت الدراسة بعض المصطلحات و هي (خدمة العملاء - خدمة العملاء الرقمية - التقنيات الرقمية الحكومية - جودة الخدمة - التحول الرقمية).

من اهم نتائج الدراسة :-

- المبحوثين بصفه عامه يميلون الى استخدام الموقع الالكترونى و صفحه الفيسبوك لشركات المياه فى مصر معا لمتابعه الاخبار عن الشركة .
 - اثبت ان معدل استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية للشركات المياه فى مصر فى المرتبة الاولى الاستعمال بشكل شهري و المرتبة الثانية بشكل نصف شهري و المرتبة الثالثة بشكل اسبوعى و الرابعه بشكل يومى .
- الكلمات الإفتتاحية:** (خدمة العملاء - خدمة العملاء الرقمية - التقنيات الرقمية الحكومية - جودة الخدمة - التحول الرقمية).



مقدمة

تحت انغماس هذا العصر في الهواتف الذكية و التقنيات الرقمية و ما تحظى به من شعبية جماهيرية اصبح الوصول الى الخدمات و المعلومات بصورة فورية غير متوقفه على زمان او مكان ضرورة حتميه لا بد منها ، اودي هذا الامر الى اللجوء الى ابتكار تطبيقات رقمية فعالة تدعم حاجات العملاء لاجراء الخدمات و الاستفسارات و المعاملات المختلفه بسهولة و يسر في وقت قياسي .

فلم يعد الامر بعد الآن مقتصر على المستخدمين او المستفيدين فقط بل اصبح المفهوم بحدود اكبر ليشمل الشركات و المؤسسات لتسهيل المعاملات فيها و التقليل من ضغط العمل و التكس و منها ايضا يستطيع العاملون التواصل مع العملاء بسهولة و يسير و تستطيع ايضا من خلال تقنيات التواصل الجديدة بناء صورة ذهنية ايجابية عن الشركة او المؤسسة و اساليب العمل فيها و تنفيذ الخدمات بها بطريقة اكثر تطوراً و احترافية و ايضا توطيد العلاقات مع العملاء .

و تساهم اقسام العلاقات العامة في الشركات و المؤسسات في وضع الاسس و القواعد السليمه للتطبيقات الخاصه بالشركات فيقوم المخصصون فيها بأدارة العلاقات بين العملاء مبني على نهج ادارة التفاعل للشركة مع العملاء الحاليين و المستقبليين و ذلك بأستخدام اساليب تقنيه مثل تحليل البيانات لتحسين و تقديم افضل خدمة ممكنه مع العميل .

اما عن اسلوب التعامل مع العملاء فهو علم يدرس و فن للتعامل و فهم خصائصهم و احتياجاتهم ، فتؤسس الشركات و المؤسسات بناء على هذه الخصائص و الاحتياجات ، فيكون هناك نوعان من التطبيقات الرقمية مجوده بالفعل في المؤسسات ، النوع الاول يكون خاص بالموظفين غير مطروح للجمهور لتسيير اتجاه الخدمات و التأكد من حسن سير اداء الخدمه المطروحة و تخزين عليها جميع بيانات العملاء بالكامل فتيسر ايضا تقديم الخدمة و تعمل ايضا على ربط فروع الشركة ببعضها البعض و ارتباطها بالمركز الرئيسي ، النوع الثاني يكون خاص بالجمهور يختار من العميل الخدمة المراده و يبضع خطوات بسيطه يتم اداء الخدمة .

و مع الاخذ في الاعتبار عامل الوقت و السرعة و المجهود اتجهت شركة مياه الشرب الى استخدام التطبيقات و البرامج الرقمية لتسهيل و توفير الخدمات للعملاء و ذلك ضمن منظومة التحول الرقمي الحكومي للشركات (مصر رقمية) وذلك ايماناً من وزارة الاتصالات بدور التكنولوجيا و المعلومات و الاتصالات في تطوير القطاع العام من اجل تحقيق التقدم و تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين ، فتسعى الوزارة الى اتاحة المزيد من الخدمات بأقل تكلفة ممكن للعملاء.



الدراسات السابقة :-

يشتمل هذا المحور على الدراسات السابقة ذات رؤية تحليلية نقدية ، يتم فيها الامام بمفاهيم الدراسة وتعريفاتها الاجرائية والنظرية .

الدراسات السابقة : رؤية تحليلية نقدية :-

ومن هنا تقوم الباحثة بعرض المحاور في عناصر محددة الا وهي الموضوعات التي تناولها الباحثون في الدراسة الى جانب الاطار المنهجي والاطار النظري واهم النتائج التي احتوت عليها الدراسة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية وسوف يتم عرض جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة لتحديد الاطر المنهجية و نظرية وتطبيقية .

المحور الاول : دراسات حول التطبيقات الرقمية في المؤسسات :-

جاءت دراسة التطبيقات الرقمية كأكثر التي سعت الباحثة للأطلاع عليها ، فأظهرت الدراسات تنوع كبير بين المناهج المستخدمة و النظريات والادوات المستخدمة ، وسوف نعرض هذا التنوع في اسلوب نقدي تحليلي يعرض جميع الجوانب .

فهناك بعض الدراسات تناولت التطبيقات الرقمية الحكومية سواء كانت تبعا لمؤسسة عاملة خدمية في الدولة او تبعا لوزارة ما سواء خارجية ام داخلية : و منها دراسة (محمد معاينة ٢٠٢١^١) حول اثر استخدام تطبيقات الحكومة الالكترونية على القدرات الابداعية لموظفي المؤسسات الحكومية ، و دراسة (ساجدة الرواشدة ٢٠٢١^٢) التي كان محتواها عن اثر التطبيقات الحكومية الالكترونية على جودة الخدمات الحكومية من وجهة نظر العاملين في وزارة العدل ، و دراسة (مصطفى محمد ٢٠٢٠^٣) و التي تناولت بدورها فاعلية استخدام وزارة الخارجية العراقية للتطبيقات الرقمية في التواصل مع العراقيين في الخارج من وجهة نظر الجالية العراقية في الاردن ، و دراسة (خالد الجواد ٢٠١٨^٤) التي جاءت حول استخدام الجمهور في الامارات للتطبيقات الحكومية على الهواتف الذكية :دراسة حالة دبي .

الاطر النظرية و المنهجية المستخدمة بالدراسات السابقة :-

هي تشمل الجوانب النظرية و المنهجية و مجالات التطبيق العملي بالدراسات و سوف نعرضها كالتالي:-

^١ - محمد زيد عبد الله المعاينة ، اثر استخدام تطبيقات الحكومة الالكترونية على القدرات الابداعية لموظفي

المؤسسات الحكومية في الاردن ،رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا ، جامعة مؤتة ، الاردن ، ٢٠٢١ .

^٢ - ساجدة جميل محمد الرواشدة ، التي كان محتواها عن اثر التطبيقات الحكومية الالكترونية على جودة الخدمات الحكومية من وجهة نظر العاملين في وزارة العدل ،رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا ، جامعة مؤتة ، الاردن ، ٢٠٢١ .

^٣ -مصطفى مصلح محمد محمد ، فاعلية استخدام وزارة الخارجية العراقية للتطبيقات الرقمية في التواصل مع العراقيين في الخارج : دراسة ميدانية من وجهة نظر الجالية العراقية في الاردن، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الاوسط ، الاردن، ٢٠٢٠.

^٤ - خالد احمد عبد الجواد ، استخدامات الجمهور في الامارات للتطبيقات الحكومية على الهواتف الذكية : دراسة حالة دبي ، رسالة ماجستير، كلية الاعلام ، قسم الاذاعة و التلفزيون ، جامعة القاهرة ، ٢٠١٨ .



الاطر المنهجية :-

لاقت اغلب الدراسات التي قدمها الباحثين مستخدمة المنهج الوصفي بينما تميزت بعض الدراسات بالجمع بين المنهج الوصفي التحليلي كدراسة (محمد بكير ٢٠٢٢) ودراسة (محمد المعايطه ٢٠٢١) ودراسة (ساجدة الرواشدة ٢٠٢١) و ايضا المنهج الوصفي المسحي كدراسة (مصطفى محمد ٢٠٢٠) ، بينما جاءت دراسات مستخدمة المنهج المسحي سواء بشقيه الوصفي و التحليلي او بشقة التحليلي فقط كدراسة (خالد عبد الجواد ٢٠١٨) و (الصادق سنة ٢٠١٧) و (Charles chidieberekwari ٢٠١٧) ، بينما اعتمدت دراستين على المنهج النوعي و هو منهج مناسب لتفسير وجهات النظر كدراسة (سالم الكندي ٢٠٢٠) ودراسة (نورة الجبلاني ٢٠٢٠) ، وتميزت دراسة (سعيد الراشد ٢٠١٩) بأستخدامها منهج الدراسات التحليلية .

المحور الثاني : الدراسات التي تناولت موضوع خدمة العملاء و سياسات الجمهور .

هي دراسات التي تناولت موضوع خدمة العملاء و تتبنى اتجاهاتها الحديثة نحو المنظومات الرقمية في المؤسسات ، و ذلك تبعا لاتجاه الدول الى تحول منظومتها الى منظومات رقمية الكترونية لتحسين الخدمات المقدمة للعملاء .

- تناولت عدة دراسات الخدمات التكنولوجية و اثرها على جودة الخدمات المقدمة ومنها دراسة (طارق عموش ٢٠٢٢^١) و التي تناولت اثر جودة الخدمات الالكترونية على ولاء العملاء لشركات الاتصالات الخلوية في الاردن ، و ذلك على مستوى الخدمات الالكترونية بأبعادها (المصادقية ، سهولة الاستخدام ، الكفاءة ، ... الخ)، ودراسة (موفق العباينه ٢٠٢٢^٢) و التي تناولت اثر جودة الخدمة على الاحتفاظ بالزبائن في مشاريع النقل الذكي للركاب في الاردن ، ودراسة (لؤي النوباني ٢٠٢٢^٣) و التي تتناول اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في جودة الخدمة لدائرة الجمارك الاردنية من وجهة نظر شركات التخليص الجمركي ، ودراسة (شيماء ابو ضيف ٢٠٢٠^٤) بدراستها التطبيقية حول استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة بوكالات العلاقات العامة و انعكاسها على جودة الخدمات المقدمة للعملاء.

الاطر النظرية ولا الهجانيه المستخدمه في الدراسات السابقة:-

وسوف تشمل الجوانب النظرية و المنهجية ومجالات التطبيق العلمي بالدراسات وسوف نعرضها كالتالي ، الاطر المنهجية :-

- لاقت اغلب الدراسات التي قدمها الباحثين مستخدمه المنهج الوصفي التحليلي مثل دراسته (موفق العباينه ٢٠٢٢) و(طارق العموش ٢٠٢٢) و(حسين البكار ٢٠٢٢) و(خالد قمر

^١ طارق موسى ابراهيم العموش ، حول اثر جودة الخدمات الالكترونية على ولاء العملاء لشركات الاتصالات الخلوية في الاردن، رسالة ماجستير جامعة آل البيت ، كلية الاعمال ، الاردن ، ٢٠٢٢.

^٢ موفق محمد على محمد العباينه ، اثر جودة الخدمة على الاحتفاظ بالزبائن في مشاريع النقل الذكي للركاب في الاردن، رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا ، جامعه البلقاء التطبيقية ، الاردن ، ٢٠٢٢.

^٣ لؤي جلال عبد المجيد النوباني ، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في جودة الخدمة لدائرة الجمارك الاردنية من وجهة نظر شركات التخليص الجمركي، رسالة ماجستير ، كلية الاعمال ، جامعه ال البيت ، الاردن ، ٢٠٢٢ .

^٤ شيماء صفوت ابو ضيف ، استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة بوكالات العلاقات العامة و انعكاسها على جودة الخدمات المقدمة للعملاء (دراسة تطبيقية مقارنة) ، رسالة ماجستير ، كلية الآداب ، جامعة المنيا ، ٢٠٢٠.



٢٠٢٢) وهناك بعض الدراسات التي اعتمدت على المنهج المسحي ومنها دراسه (فادي الفقهاء ٢٠٢١) و (لؤي النوباني ٢٠٢٢) ودراسته (شيماء ابو ضيف ٢٠٢٠) واعتمدت فيها ايضا على المقارنه المنهجيه بينما تميزت الدراسه (تمارا المرافي ٢٠٢٠) على المنهج النوعي.

ثالثا اهم النتائج الدراسات السابقه بما يفيد الدراسه الراهنه :-

- اشارت النتائج الى اهميه التطبيقات الرقيه وكونها سهلت من مهنة خدمه العملاء وساعدت في كسب عملاء جدد للشركات وحولت العميل من التكسد امام الشركات الى انهاء الخدمات من المنزل وغيرت من الصور الذهنيه لمؤسسه.
- وظهر قبول التطبيقات الرقيه الالكترونيه وتقبل العميل لا نماطها المختلفه مثال سهوله الاستخدام المدركه والاستفاده المدركه والنوايا السلوكيه والاستخدام الفعلي كما ثبت في دراسه (محمد بكير ٢٠٢٢) و عوامل اخرى للتاثير الايجابي على التطبيقات الرقيه وهي توقع الجهد والابتكار والنيه السلوكيه، و انعدام الامن علي توقع الجهد والتاثير الاجتماعي وتسهيل الظروف، وايضا الامن المدرك والدعم الحكومي وذلك ساعد في الدرايه وفهم العوامل لتقبل البرامج المزوده بالذكاء الاصطناعي عبر المحمول سواء كانت برامج ماليه او خدميه كما اثبتت في دراسه (نورة جيلاني ٢٠٢٠).
- اثبتت الدراسات ان اتجاه العملاء الى استخدام التطبيقات الحكوميه الرقيه لانها تساعد على المساهمه في توفير قدر كبير من الجهد على مستخدميه وذلك ضمن الدوافع النفعيه التي تحقق للجمهور وايضا يعتمدون على الصفحات الرسميه للحكوميه والوزارات على مواقع التواصل الاجتماعي و يتفاعلون معها بالاعجاب والمشاركه والتعليقات للسؤال والاستفسار عن الخدمات او التاكيد من المعلومات وايضا اثبت ان هناك علاقه ايجابيه بين استخدام التطبيقات الرقيه الحكوميه والقدرات الابداعيه في المؤسسات الحكوميه وايضا ان عوامل جوده التصاميم والخصوصيه والكفاءه في التطبيقات الرقيه الحكوميه لها اثر في تحقيق الجوده الحكوميه، ومن اهم متطلبات نجاح الحكومه الالكترونيه: هي مدى توافر مكونات التقنيه وهيكل التصاميم في العمليات الاساسيه ومواجهه في التطور التكنولوجي والتحول الرقمي و اثبت هذه النقاط في الدراسات التاليه (خالد عبد الجواد ٢٠١٨) و (مصطفى محمد ٢٠٢٠) و (محمد المعطيه ٢٠٢١) و (ساجده الرواشد ٢٠٢١) و (محمد شحاته ٢٠٢٠).

رابعا : اوجه استفادة الباحثة من عرض الدراسات السابقه :-

- بعد استعراض الباحثة للدراسات السابقه التي لها علاقة مباشره او غير مباشره بموضوع الدراسة استطاعت الباحثة تحديد مشكله الدراسة و التعمق فيها تحديد اهدافها و اهميتها و استطاعت من خلالها صياغة الفروض و التساؤلات الدراسة بشكل علمي لتحديد اهداف محددة و تحديد الاطر النظرية ايضا و ادوات جمع البيانات و استكشفت الباحثة عدم وجود دراسة تعرض بشكل مباشر استخدامات التطبيقات الرقيه في أنشطة خدمة العملاء لشركة المياه .
- تتبنى الدراسة الراهنه مفهوم "التطبيقات الرقيه" وفقا لما مقدمه الباحثون، وتتبنى الدراسة الراهنه مدخل " مصداقيه المصدر" وفقا لما تم عرضه من الدراسات السابقه ، بحيث تنطلق هذه الدراسه من اطار نظري لنظريه "الاتصال الحواري" فهي تتماشى مع طلبات الدراسه الراهنه واحتياجاتها.

**مشكلة الدراسة :-**

تعد استراتيجية مصر للتحويل الرقمي ثورة حقيقية في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ولم يعد بإمكان أي دولة تتطلع إلى الإنجاز والتطوير، بهدف تحقيق التنمية المستدامة على كافة الأصعدة، أن تحقق ذلك دون أن يكون هذا القطاع أحد ركائزها الأساسية .

وقد بدأت وزارة الاتصالات عملها منذ عام ١٩٩٩، لتطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الوطني. وتسعى الوزارة جاهدة لتحقيق الاقتصاد الرقمي من خلال استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتوفير الرخاء والحرية والعدالة الاجتماعية للجميع وتتمثل مهمتها في تمكين تطوير مجتمع قائم على المعرفة، واقتصاد رقمي قوي يعتمد على النفاذ المنصف إلى المعرفة بأسعار معقولة، والتمتع بالحقوق الرقمية، إلى جانب تطوير صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الوطنية التنافسية والإبداعية .

وتشمل هذه الأهداف تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتعزيز الشمول الرقمي، وتحقيق الشمول المالي، وتعزيز بناء القدرات وتشجيع الابتكار، ومحاربة الفساد، وضمان الأمن المعلوماتي، وتعزيز مكانة مصر على المستويين الإقليمي والدولي.

ومن ثم تتحدد مشكلة الدراسة في:-

تساؤل رئيس هو إلى أي مدى يتم استخدام التطبيقات الرقمية في الخدمات المقدمة للمواطنين من قبل شركات المياه في مصر؟ وكيف تتم إدارة تلك التطبيقات الرقمية وفق منظومة إلكترونية؟ وما رؤية الجمهور و اتجاهاته لمدي أهمية تلك التطبيقات؟

اهمية الدراسة :-**١- الاهمية الموضوعية :-**

- تستمد اهمية الموضوع من الاهمية الكبيرة للتطبيقات الرقمية بشكلها العام قبل شكلها الخاص المتناول في الدراسة ، فالتطبيقات الرقمية صورة من صور تطور العصر في وسائل التواصل و الاتصال .
- لا تستطيع اي شركة الان تفادي وجود تطبيقات رقمية لها خاصة مع ازدياد اعداد العملاء و استخدام الانترنت بشكل دائم ، فوجود التطبيقات الرقمية الان ضرورة في اي شركة لتسهيل تحقيق الاهداف للمؤسسة ، ومن هنا تأتي الاهمية للدراسة في محاولة عرض كيفية تسخير التطبيقات الرقمية في انشطه خدمة العملاء و اتجاهات الجمهور نحوها للعينه محل الدراسة .
- دراسة أطر نظرية حديثة في التطبيقات الرقمية وخدمة العملاء ومن ثم تحاول الباحثة الاستفادة من الدراسات السابقة و الأطر المعرفيه التي قدمت حول التطبيقات الرقمية و خدمة العملاء مما يثري هذا المجال بموضوعات نظرية حديثة .



٢- الأهمية العلمية :-

- بسبب حداثة الموضوع و قلة الدراسات التي تناولته فسوف تضيف الدراسة مجال جديد للنقاش حول التطبيقات الرقمية بالشركات الحكومية و ما يتعلق بها من ايجابيات و سلبيات ، و تأتي أهمية هذه الدراسة من واقع التحول الرقمي المتجه له البلاد فستكون اضافته جديده للمجالات العلمية فسوف تساعدنا على كشف اتجاهات الجمهور نحو التطبيقات الرقمية و ايضا كيفية ادارة هذه التطبيقات .

أهداف الدراسة :-

يتجسد الهدف الرئيس في رصد وتحليل وتقويم دور التطبيقات الرقمية داخل شركات المياه في تطوير خدمة العملاء و اتجاهات الجمهور نحوها .

ويتفرع من هذا الهدف الرئيس عدة اهداف فرعية :-

- ١- رصد انواع التطبيقات الرقمية المستخدمة في خدمة العملاء بشركات المياه .
- ٢- رصد الجوانب السلبية و الايجابية في العمل بتلك التطبيقات الرقمية .
- ٣- رصد اهم الخدمات التي يسعى التطبيق الى تقديمه للعملاء .
- ٤- معرفة اتجاهات الجمهور نحو تلك التطبيقات الرقمية .
- ٥- معرفة دوافع الجمهور لاستخدام التطبيقات الرقمية .
- ٦- معرفة مدى تلبية التطبيقات الرقمية في شركات المياه لرغبات المواطنين .

تساؤلات الدراسة :-

- ١- ما نوعية التطبيقات الرقمية المستخدمة في شركات المياه ؟
- ٢- كيفية استخدام الجمهور للتطبيقات الرقمية بشركات المياه ؟
- ٣- إلى أي مدى تلبي التطبيقات الرقمية متطلبات الجمهور ؟
- ٤- ما اهم الخدمات التي يسعى التطبيق إلى تقديمها للجمهور ؟
- ٥- ما معدل استخدام التطبيقات الرقمية من قبل جمهور عملاء شركات المياه في مصر ؟

الاطار النظري :-

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاتصال الحواري ، تعد نظرية الاتصال الحواري الجانب المطور للنموذج الرابع من نماذج جرونج لانها تدعم ان العلاقات العامة لا تحقق الا اذا وصلت المنظمة الى مستوى الاتصال المتمائل والمفتوح في اتجاهين ، وتحقيق التآلق في بيئتها الخارجية و تتيح للمنظمة و الجمهور على حد سواء بتبادل الآراء و المقترحات فهي تقوم على مصلحة الطرفين ، و بذلك تكون النظرية ملائمة لموضوع الدراسة^١ .

^١ Micheal I-kent and Maureen taylor, buiding relationships through the world - wide , public relation reviews , vol.24, no.3,p325.



تستند هذه الدراسة على نظرية الاتصال الحواري التي تحتوي على خمسة مبادئ الا و هي :-

- ١- تقديم معلومات مفيدة .
- ٢- تشجيع الزوار على العودة الى الموقع .
- ٣- الاحتفاظ بزوار الموقع .
- ٤- سهولة استخدام الموقع .
- ٥- رجوع الصدى الحواري .^١

و يمكن تبادل تلك المبادئ بالشرح على مدى تطبيق شركة المياه عبر تطبيقاتها الرقمية لمبادئ الاتصال الحواري في الاتصال بالجمهور كالتالي :-

١- تقديم معلومات مفيدة :-

● بالنسبة للعاملين :-
تقديم معلومات مفيدة تربط جميع الفروع بالفرع الرئيسي عن طريق شريط التنبيهات و شريط الاحوال وشريط المشروعات لبرنامج (cms)complaints management system) لاجبار العملاء بالاعطال و متابعتها معهم حتى الانتهاء منها .

● بالنسبة للعملاء :-

تقديم معلومات مهمة للعملاء عن طريق تطبيق ١٢٥ بأخبارهم عن معلومات تهمهم مثال اعمال الاحلال و التجديد التي سوف يتم العمل بها و المناطق التي حدثت بها اعطال مفاجئة و اتاحة ارقام للتواصل مع خدمة العملاء و الاستفسار و معرفة الانباء الخاصة بالفروع للشركة.

٢- تشجيع الزوار على العودة للموقع :-

● بالنسبة للعاملين :-

العمل على تطوير البرنامج باستمرار لتشخيص اكبر للأعطال و تصنيفها و سرعة حلها و اعطاء العاملين صلاحيات اكبر للبقاء على الاطلاع الدائم بأخر الاخبار ومحاولة التعامل معها بشكل فوري.

● بالنسبة للعملاء :-

اتاحة اليات في تطبيق ١٢٥ التي تسهل على العملاء التواصل مع المؤسسة و اجراء حوار معها سواء للاستفسارات او الشكاوي او متابعة كل ما هو جديد و ذلك لتشجيعهم على استخدام التطبيق .

٣- الاحتفاظ بزوار الموقع :-

● بالنسبة للعملاء :-

عن طريق محاولة اضافة تحديثات لزيادة جودة التطبيق باستمرار في متابعة و رفع الاخبار باستمرار و التنبيه بالمشاريع و الافتتاحات الجديدة الخاصة بمجال الشركة التي تهم المواطن و نشر مسابقات التوظيف المعلن عنها بالشركة .

٤- سهولة استخدام الموقع :-

● بالنسبة للعاملين :-

^١ - Micheal L Kent , Maureen Taylor , building dialogic relation ships through the world wide web, public relation review , volum 24 , issue 3 , Autumn 1998 , p



اعطاء العاملين دورات تدريبية باستمرار عن التحديثات الواقعة للبرنامج للتكيف معها و سهولة الاستعمال و بذلك تؤدي الى زيادة كفاءة العاملين بشكل ملحوظ لتقديم افضل خدمة عملاء .

• بالنسبة للعملاء :-

بسبب بساطة التصميم للتطبيق و وضوح الخطوات الى يجب اتباعها لأتمام عملية ما ، و اعطاء العملاء مساحة مناسبة لأرسال المقترحات للتطبيق او تبليغ الشكاوي او دفع الفاتورة الخاصة بالعميل بشكل الكتروني (online pay) و مميزات اخرى كثيرة .

٥- رجوع الصدى :-

• بالنسبة للعاملين :-

اخبار العاملين رؤسائهم عن مدى تحسن التطبيق بالتحديثات او العكس و عرض مقترحاتهم لتطوير البرنامج من وجهة نظر متمرسه فاعاملين هم مفتاح تطور البرامج.

• بالنسبة للعملاء :-

يقوم القسم المختص (قسم المتابعة) بمتابعة الشكاوى شخصيا مع العملاء بشكل يومي للتأكد من انتهاء مشكلته و سؤالة عن ما اذا كان هناك اقتراح من قبله لتحسين الخدمة المقدمة .

فروض الدراسة :-

١- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين للتطبيق الرقمي الحكومي و الموقع الالكتروني في الحصول على الخدمات وبين الاثار المعرفية والوجدانية والسلوكية .

٢- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المبحوثين لتطبيق ١٢٥ وبين تقييمهم للتطبيق من حيث الظهور التفاعل والبعد المالي والتكامل.

٣- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين درجة ثقة المبحوثين فى التطبيقات الرقمية لشركات المياه فى مصر و ابعاد نظرية الاتصال الحواري.

الاجراءات المنهجية

نوع الدراسة :-

تتمى هذه الدراسة للدراسات الوصفية التي تقوم بجمع معلومات كثيرة تؤدي إلى وصف الظاهرة بدقة من موقع الأحصائيات التي يجب ان تعكس الواقع الفعلي و ترصد و تصف طبيعة استخدام التطبيقات الرقمية و مدى اتجاهات الجمهور نحوها .

منهج الدراسة :-

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الأعلامي و هو من انسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفه عامة من خلال مجموعة من الإجراءات المنتظمة التي تحدد نوع البيانات و مصادرها وطرق الحصول عليها و تعتمد الباحثة على منهج المسح بشقه الميداني والتحليلي على النحو التالي:-

- مسح محتوى عينه من التطبيقات الرقمية التي توجه الجمهور بشكل او اخر .

- مسح عينه من الجمهور العام للتعرف على مدى اتجاهات الجمهور نحو استخدام التطبيقات الرقمية .

مجتمع الدراسة :-

مجتمع الدراسة هو الجمهور المصري المستخدم للتطبيقات الرقمية في شركات المياه .

عينة الدراسة :-



قامت الباحثة بأجراء دراسة استطلاعية استهدفت ما يلي : تحديد عينة الدراسة و الالمام بالتطبيقات الرقمية التي يستخدمها الجمهور على عينة من شركات المياه و تبين ان جميع شركات المياه في جمهورية مصر العربية التابعة للشركة القابضة لمياه الشرب والصرف الصحي يحكمها قانون ونظام واحد والأختلاف الوحيد يكون في أكواد التسمية للفروع بالنسبة للشركة القابضة .و توصلت الدراسة الاستطلاعية للنتائج التالية :-

ان اكثر التطبيقات الرقمية استخداما في شركة مياه الشرب والصرف الصحي بالغربية عينة الدراسة الاستطلاعية هي:-

- تطبيق ١٢٥ .

- تطبيق قرائتي .

- الي جانب خدمات الموقع الالكتروني.

عينة الدراسة الميدانية :-

عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور العام المتفاعل مع خدمات شركة مياه الشرب و من يستجيب لها عبر التطبيقات الرقمية.

ادوات جمع البيانات :-

١- صحيفة الاستبيان ويتم تطبيقها وفقا للأهداف الرئيسية للدراسة و محاورها .

٢- دليل المقابلة المتعمقة و يتم تطبيقه على عدد ٦ افراد من مسؤلي خدمة العملاء و التطبيقات الرقمية في شركات المياه .

حدود الدراسة :يتحدد البحث في الحدود التالية :-

- **الحدود الموضوعية :** استخدام التطبيقات الرقمية في أنشطة خدمة العملاء بشركات المياه في مصر و اتجاهات الجمهور نحوها .

- **الحدود المكانية :** تم تطبيق الدراسة على مجموعه من الجمهور العام المتفاعل مع خدمات شركة مياه الشرب و من يستجيب لها عبر التطبيقات الرقمية في محافظات القاهرة و الاسكندرية و الغربية .

- **الحدود البشرية :** الجمهور العام المتفاعل مع خدمات شركة مياه الشرب و من يستجيب لها عبر التطبيقات الرقمية .

- **الحدود الزمنية :** استقرت الباحثة على الفترة الزمنية الممتدة من مايو ٢٠٢٢ حتى نوفمبر ٢٠٢٢ و نهاية الدراسة الميدانية وميررات اختيار المدة الزمنية وفقا لاعتبارات كثيرة لعينه الدراسة لنظرا لتحكيم الرسالة من قبل متخصصين في المجال و لتطبيق الاستمارة على عدة محافظات ،مما يحقق اهداف الدراسة ويوفر اجابات كافية للتساؤلات المطروحة.

مصطلحات الدراسة :-

خدمة العملاء : هي توفير الخدمة للعملاء قبل واثناء وبعد الشراء وهو عبارة عن جميع التفاعلات بين العميل ومقدم المنتج في وقت البيع ، و تكون ذات اهمية كبيرة في عالم الاعمال اليوم فتكون سبب تفوق منظمة على اخرى^١.

^١ - عامر عب الكريم ابو شحادة ، ادارة المكاتب و السكرتارية (ادارة الاعمال المكتبة) ، ابن النفيس للنشر و التوزيع ، ٢٠١٩ ، ص ١٤٦ .



خدمة العملاء الرقمية :عملية اضافة الدردشة الى مواقع الويب و تحويل منحه الاتصالات الهاتفية الخاصة بك الى volp (نقل الصوت عبر بروتوكول الانترنت)، و ايضا تمكين المزيد من العملاء لتبني مميزات الخدمة الذاتية الجديدة على الويب^١.

التقنيات الرقمية الحكومية :هي تكيف تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لتحسين حكومة القطاع العام و تقديم الخدمات وكذلك تلبية الاحتياجات المتطورة للمواطنين^٢.

جودة الخدمة :هي درجة التميز في الخدمة ، وهي تسعى التي تحقيق جودة خدمة اعلى لانها تؤدي الى ميزة تنافسية و نجاح تجاري^٣.

التحول الرقمي :اجراء تغييرات جذرية لنموذج العمل و الاجراءات و العمليات بحيث تعتمد اكثر على التكنولوجيا والتعامل غير المباشر من خلال العالم الافتراضي^٤.
نتائج الدراسة الميدانية :-

تناولت الباحثة في هذا الجزء النتائج التي اسفرت عنها الدراسة التطبيقية لعينه الجمهور العام المتفاعل مع خدمات شركة مياه الشرب و من يستجيب لها عبر التطبيقات الرقمية من محافظات مختلفة ،من خلال استمارة استبيان تم توزيعها على الاطفال المبحوثين .

جدول رقم (١) مدي متابعة المبحوثين للخدمات الجماهيرية عبر التطبيقات الرقمية وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع	المدي
%	ك	%	ك	%	ك		
٥٧,٥	٢٣٠	٥٣,٥	١٠٧	٦١,٥	١٢٣	بصورة متوسطة	
٣٢,٣	١٢٩	٣٤,٠	٦٨	٣٠,٥	٦١	بصورة كبيرة	
١٠,٣	٤١	١٢,٥	٢٥	٨,٠	١٦	بصورة ضعيفة	
١٠٠,٠	٤٠٠	١٠٠,٠	٢٠٠	١٠٠,٠	٢٠٠	الإجمالي	

قيمة كا^٢=٣,٤٦٨ درجة الحرية =٢ مستوي المعنوية=٠,١٧٧ الدلالة = غير دالة معامل التوافق=٠,٠٩٣

^١ Dan michaeli , Rick Delist , digital custmor service transformation customer experience for an on-screen world , for word by corrie carrigan cintact center practice leader at bain and co, willy , 2021 , p 6 .

^٢ Eliabeth Eppel and Barbara Allen , Digital Government : leadership , innovation and in tegration , Emerald Publish limited ,2020, p 234 .

^٣ MICHELLE (MY ONGJEE)YOO AND ALEC N-Dalton operation management in the hospitality industry , Emerald Publish Limited , 2021 , p 191 .

^٤ Fletcher, Gordon , and marie Griffiths , digital transformation during lockdown , international journal of information management ,2020 , p 55 .



يتضح من الجدول السابق: أن ٥٧,٥% من المبحوثين يتابعون الخدمات الجماهيرية عبر التطبيقات الرقمية (بصورة متوسطة)، بينما يتابعها ٣٢,٣% منهم (بصورة كبيرة)، في المقابل يتابعها ١٠,٣% منهم (بصورة ضعيفة).

وبحساب قيمة كآ بلغت (٣,٤٦٨) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) و مدي متابعة المبحوثين للخدمات الجماهيرية عبر التطبيقات الرقمية.

جدول رقم (٢) معدل استخدام المبحوثين للمواقع الالكترونية وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
بصورة متوسطة	١٣٣	٦٦,٥	١١٦	٥٨,٠	٢٤٩	٦٢,٣
بصورة كبيرة	٥١	٢٥,٥	٦١	٣٠,٥	١١٢	٢٨,٠
بصورة ضعيفة	١٦	٨,٠	٢٣	١١,٥	٣٩	٩,٨
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠,٠	٢٠٠	١٠٠,٠	٤٠٠	١٠٠,٠

قيمة كآ = ٣,٣١٠ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,١٩١ الدلالة = غير دالة معامل التوافق = ٠,٠٩١

يتضح من الجدول السابق: أن ٦٢,٣% من المبحوثين يستخدمون المواقع الالكترونية (بصورة متوسطة)، بينما يتابعها ٢٨% منهم (بصورة كبيرة)، في المقابل نجد أن ٩,٨% منهم يتابعها (بصورة ضعيفة).

وبحساب قيمة كآ بلغت (٣,٣١٠) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) و معدل استخدام المبحوثين للمواقع الالكترونية.



جدول رقم (٣) اكثر التطبيقات الرقمية التي يقوم المبحوثين باستخدامها بشكل عام في حياتهم للحصول على الخدمات وفقاً للنوع

الدلالة	المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع التطبيقات
			%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,٢٧ ٧	١,٠٨ ٧	٩٦,٥	٣٨ ٦	٩٥, ٥	١٩١	٩٧, ٥	١٩ ٥	تطبيقات رقمية خدمية
غير دالة	٠,٥٢ ٣	٠,٦٣ ٨	٨٩,٠	٣٥ ٦	٩٠, ٠	١٨٠	٨٨, ٠	١٧ ٦	تطبيقات رقمية للتواصل الاجتماعي
غير دالة	٠,١٠ ٠	١,٦٤ ٧	٨٧,٣	٣٤ ٩	٨٤, ٥	١٦٩	٩٠, ٠	١٨ ٠	تطبيقات رقمية شرائية
غير دالة	٠,٤٩ ٥	٠,٦٨ ٣	٧٤,٠	٢٩ ٦	٧٥, ٥	١٥١	٧٢, ٥	١٤ ٥	تطبيقات رقمية اخبارية
غير دالة	٠,٤٠ ٨	٠,٨٢ ٧	٦٣,٠	٢٥ ٢	٦١, ٠	١٢٢	٦٥, ٠	١٣ ٠	تطبيقات رقمية للألعاب والترفيه
			٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		جملة من سنلوا

يتضح من الجدول السابق: جاء (تطبيقات رقمية خدمية) في مقدمة اكثر التطبيقات الرقمية التي يقوم المبحوثين باستخدامها بشكل عام في حياتهم للحصول على الخدمات بنسبة ٩٦,٥%، ثم جاءت (تطبيقات رقمية للتواصل الاجتماعي) في المرتبة الثانية بنسبة ٨٩%، ثم جاءت (تطبيقات رقمية شرائية) في المرتبة الثالثة بنسبة ٨٧,٣%، وأخيراً جاءت (تطبيقات رقمية للألعاب والترفيه) بنسبة ٦٣%.



جدول رقم (٤) الاسباب التي تدفع المبحوثين لاستخدام التطبيقات الرقمية في الحصول على

الأسباب	الرأي	نادراً		أحياناً		دائماً		المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%			
سهولة الاستخدام و التصفح	٣٩	٩,٨	١٥	٣٨,٣	٢٠٨	٥٢,٠	٢,٤٢	٠,٦٦٣	٨٠,٧	
توفير معلومات كافية لتنفيذ الخدمات	٦٩	١٧,٣	١٧	٤٣,٣	١٥٨	٣٩,٥	٢,٢٢	٠,٧٢١	٧٤,٠	
السرعة في الحصول على الخدمة	٨٤	٢١,٠	١٤	٣٦,٨	١٦٩	٤٢,٣	٢,٢١	٠,٧٦٧	٧٣,٧	
وجود مجال لعرض المقترحات و الشكاوي	٨٩	٢٢,٣	١٤	٣٦,٥	١٦٥	٤١,٣	٢,١٩	٠,٧٧٥	٧٣,٠	
الحفاظ على سرية المعلومات الشخصية و المالية	٥٨	١٤,٥	٢٢	٥٦,٠	١١٨	٢٩,٥	٢,١٥	٠,٦٤٧	٧١,٧	
امكانية اجراء مكالمات سواء صوتية او فيديو	٩٠	٢٢,٥	١٧	٤٤,٠	١٣٤	٣٣,٥	٢,١١	٠,٧٤١	٧٠,٣	
وجود خدمة الدعم الفني	٩١	٢٢,٨	٢٠	٥١,٣	١٠٤	٢٦,٠	٢,٠٣	٠,٦٩٨	٦٧,٧	
الإجمالي	٤٠٠									

الخدمات بشكل عام

يتضح من الجدول السابق: الاسباب التي تدفع المبحوثين لاستخدام التطبيقات الرقمية في الحصول على الخدمات بشكل عام وقد جاء (سهولة الاستخدام و التصفح) في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨٠,٧، وجاءت (توفير معلومات كافية لتنفيذ الخدمات) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٤,٠، وجاءت (السرعة في الحصول على الخدمة) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٧٣,٧، وأخيراً جاءت (وجود خدمة الدعم الفني) بوزن نسبي ٦٧,٧.

تفسير الباحثة: ان سهولة استخدام التطبيقات الرقمية هو السبب الرئيسي الذي يدفع المبحوثين محل الدراسة لاستخدام التطبيقات الرقمية بسبب سرعه سير الوقت و العصر .

١ من ١ إلى ١,٦٦ نادراً -- من ١,٦٧ إلى ٢,٣٣ أحياناً -- من ٢,٣٤ إلى ٣ دائماً



جدول رقم (٥) المنصات التي يطالعها المبحوثين باستمرار وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٥٤,٥	٢١٨	٥٩,٠	١١٨	٥٠,٠	١٠٠	الاثتان معا
٣٩,٠	١٥٦	٣٣,٥	٦٧	٤٤,٥	٨٩	صفحة الشركة الرسمية على الفيسبوك
٦,٥	٢٦	٧,٥	١٥	٥,٥	١١	الموقع الإلكتروني الرسمي لشركة مياه الشرب
١٠٠,٠	٤٠٠	١٠٠,٠	٢٠٠	١٠٠,٠	٢٠٠	الإجمالي

قيمة كا^٢=٥,٢٠٤ درجة الحرية=٢ مستوى المعنوية=٠,٠٧٤ الدلالة = غير دالة معامل التوافق=٠,١١٣

يتضح من الجدول السابق: جاء مطالعة المبحوثين ل (صفحة الشركة الرسمية والموقع الإلكتروني معا) في مقدمة متابعتهم بنسبة ٥٤,٥%، بينما جاء مطالعتهم ل (صفحة الشركة الرسمية على الفيسبوك) بنسبة ٣٩,٠%، وأخيراً جاء (الموقع الإلكتروني الرسمي لشركة مياه الشرب) بنسبة ٦,٥%.

وبحساب قيمة كا^٢ بلغت (٥,٢٠٤) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) و المنصات التي يطالعها المبحوثين باستمرار .

جدول رقم (٦) معدل استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية الحكومية لشركات مياه الشرب وفقاً

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٥٧,٥	٢٣٠	٥٨,٠	١١٦	٥٧,٠	١١٤	شهري
٣٥,٣	١٤١	٣٥,٠	٧٠	٣٥,٥	٧١	نصف شهري
٥,٠	٢٠	٣,٥	٧	٦,٥	١٣	اسبوعي
٢,٣	٩	٣,٥	٧	١,٠	٢	يومي
١٠٠,٠	٤٠٠	١٠٠,٠	٢٠٠	١٠٠,٠	٢٠٠	الإجمالي

للنوع

قيمة كا^٢=٤,٦٠٢ درجة الحرية=٣ مستوى المعنوية=٠,٢٠٣ الدلالة = غير دالة معامل التوافق=٠,١٠٧

يتضح من الجدول السابق: أن ٥٧,٥% من المبحوثين يستخدمون التطبيقات الرقمية الحكومية لشركات مياه الشرب بشكل (شهري)، بينما يتابعها ٣٥,٣% منهم (نصف شهري)، في المقابل يتابعها ٢,٣% منهم بشكل (يومي).



وبحساب قيمة كا^٢ بلغت (٤,٦٠٢) عند درجة حرية = (٣)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (ذكور، إناث) و معدل استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية الحكومية لشركات مياه الشرب.

جدول رقم (٧) تأثيرات تعرض المبحوثين للتطبيق الرقمي الحكومي والموقع الالكتروني لشركات المياه الشرب

الوزن النسبي	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دائماً		أحياناً		لا		الرأي	التأثيرات
			%	ك	%	ك	%	ك		
معرفية										
٨٠,٠	٠,٧١٤	٢,٤٠	٥٣	٢١٢	٣٣,	١٣٤	١٣,	٥٤	التعرف على مستجدات المشروعات المقامه	
٧٥,٠	٠,٧٣٢	٢,٢٥	٤٢,	١٦٨	٤٠,	١٦٢	١٧,	٧٠	شرح و تفسير القرارات الجديدة	
٧٣,٧	٠,٧٤٧	٢,٢١	٤٠,	١٦٣	٣٩,	١٥٩	١٩,	٧٨	استفادات من تطورات الدفع الالكتروني	
٧٣,٣	٠,٦٥٨	٢,٢٠	٣٣,	١٣٥	٥٢,	٢١١	١٣,	٥٤	التعرف على القرارات الحكومة الجديدة	
٧٢,٠	٠,٧٠٢	٢,١٦	٣٣,	١٣٤	٤٨,	١٩٤	١٨,	٧٢	قدمت معلومات و فيديو هات عن كيفية استخدام التطبيق و الاستفادة منه	
وجدانية										
٧٤,٧	٠,٧٦٧	٢,٢٤	٤٤,	١٧٧	٣٥,	١٤٢	٢٠,	٨١	بث روح الطمأنينه لطريقة سير العمل داخل المنظمه	
٧٣,٣	٠,٧٤٨	٢,٢٠	٣٩,	١٥٩	٤٠,	١٦١	٢٠,	٨٠	التأثير الايجابي على العميل بسبب المشروعات الجديدة	
٧٢,٧	٠,٧٠٢	٢,١٨	٣٥,	١٤٠	٤٧,	١٩١	١٧,	٦٩	تحفيز الحوار مع الاهل و المعارف حول المشاريع و الاخبار المتعلقة بالشركة	
٧١,٣	٠,٧٢٠	٢,١٤	٣٤,	١٣٦	٤٦,	١٨٥	١٩,	٧٩	جعلتني اشعر بالرضا عن المجهود المبذول في المشاريع الجديدة	
سلوكية										
٧٢,٧	٠,٧٣٥	٢,١٨	٣٧,	١٥١	٤٢,	١٧١	١٩,	٧٨	مناقشة اخبار الشركة مع الدائرة المحبطة	
٧٢,٣	٠,٧١٥	٢,١٧	٣٥,	١٤١	٤٦,	١٨٥	١٨,	٧٤	طرح بعض المقترحات لتحسين أداء الخدمة	
٧٢,٠	٠,٧٨٩	٢,١٦	٤٠,	١٦٠	٣٥,	١٤٢	٢٤,	٩٨	اكتساب سلوكيات جديدة لترشيد استهلاك المياه بسبب حملة الحملات مثال حملة مشاركة التطبيقات الرقمية للشركة مع المقربين	
٧٠,٣	٠,٧٢٢	٢,١١	٣٢,	١٢٩	٤٦,	١٨٧	٢١,	٨٤	الإجمالي	
٤٠٠										

١ من ١ إلى ١,٦٦ نادراً -- من ١,٦٧ إلى ٢,٣٣ أحياناً -- من ٢,٣٤ إلى ٣ دائماً



يتضح من الجدول السابق: التأثيرات المعرفية لتعرض المبحوثين للتطبيق الرقمي الحكومي والموقع الإلكتروني لشركات المياه الشرب وقد جاء (التعرف على مستجدات المشروعات المقامه) في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨٠، وجاءت (شرح و تفسير القرارات الجديدة) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٥، وجاءت (استفادت من تطورات الدفع الإلكتروني) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٧٣,٧، وأخيراً جاءت (قدمت معلومات وفيديوهات عن كيفية استخدام التطبيق و الاستفادة منه) بوزن نسبي ٧٢.

يتضح من الجدول السابق: التأثيرات الوجدانية لتعرض المبحوثين للتطبيق الرقمي الحكومي والموقع الإلكتروني لشركات المياه الشرب وقد جاء (بث روح الطمأنينه لطريقة سير العمل داخل المنظومه) في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٧٤,٧، وجاءت (التأثير الايجابي على العميل بسبب المشروعات الجديدة) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٣,٣، وجاءت (تحفيز الحوار مع الاهل و المعارف حول المشاريع و الاخبار المتعلقة بالشركة) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٧٢,٧، وأخيراً جاءت (جعلتني اشعر بالرضا عن المجهود المبذول في المشاريع الجديدة) بوزن نسبي ٧١,٣.

يتضح من الجدول السابق: التأثيرات السلوكية لتعرض المبحوثين للتطبيق الرقمي الحكومي والموقع الإلكتروني لشركات المياه الشرب وقد جاء (مناقشة اخبار الشركة مع الدائرة المحيطة بي) في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٧٢,٧، وجاءت (طرح بعض المقترحات لتحسين أداء الخدمة) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٢,٣، وجاءت (اكتساب سلوكيات جديدة لترشيد استهلاك المياه بسبب حمله الحملات) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٧٢، وأخيراً جاءت (مشاركة التطبيقات الرقمية للشركة مع المقربين لي) بوزن نسبي ٧٠,٣.

جدول رقم (٨) مستوى رضی المبحوثين عن بعض الخدمات الرقمية لتطبيقات شركة مياه الشرب وخدماتها

التأثيرات	الرأي		غير راضي		راضي		راضي جدا		المتوسط الحسابي ^١	الإنحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
خدمة احسب فاتورتك على الموقع	٧٤	١٨،	١٥٥	٣٨،	١٧١	٤٢،	٢٢٤	٢،	٠،٧٤	٧٤،٧	
الخدمات المقدمة في تطبيق ١٢٥ وتطبيق قرائنم	٦٨	١٧،	٢٤٧	٦١،	٨٥	٢١،	٢،٠٤	٢،	٠،٦١	٦٨،٠	
مستوى الخدمات للمستفيدين و خدمة العملاء في تطبيق ١٢٥	٧٦	١٩،	٢٦٦	٦٦،	٥٨	١٤،	١،٩٦	١،	٠،٥٧	٦٥،٣	
اليه استقبال الشكوى و معالجتها في تطبيق ١٢٥ لشركات المياه	١٠٢	٢٥،	٢٢٣	٥٥،	٧٥	١٨،	١،٩٣	١،	٠،٦٦	٦٤،٣	
اليه استقبال قراءة العداد بشكل شهري وتسجيلها في تطبيق قرائنم	١٨٠	٤٥،	١٥٨	٣٩،	٦٢	١٥،	١،٧١	١،	٠،٧٢	٥٧،٠	
الإجمالي											
٤٠٠											

^١ من ١ إلى ١,٦٦ غير راضي -- من ١,٦٧ إلى ٢,٣٣ راضي -- من ٢,٣٤ إلى ٣ راضي جدا



يتضح من الجدول السابق: مستوى رضى المبحوثين عن بعض الخدمات الرقمية لتطبيقات شركة مياه الشرب وخدماتها وقد جاء (خدمة احسب فاتورتك على الموقع الالكتروني) في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٧٤,٧، وجاءت (الخدمات المقدمة في تطبيق ١٢٥ وتطبيق قرائتي) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٦٨، وجاءت (مستوى الخدمات للمستفيدين وخدمة العملاء في تطبيق ١٢٥) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٦٥,٣، وأخيراً جاءت (اليه استقبال قراءة العداد بشكل شهري وتسجيلها في تطبيق قرائتي) بوزن نسبي ٥٧.

جدول رقم (٩) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع استخدام المبحوثين للتطبيق الرقمي الحكومي والموقع الالكتروني في الحصول على الخدمات وبين الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للتعرض لشركات المياه

دوافع استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية في الحصول على الخدمات					المتغيرات
الدلالة	مستوى المعنوية	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
٠,٠٠١	٠,٠٠٠	متوسطة	طردية	**٠,٧٠٨	الآثار المعرفية
٠,٠٠١	٠,٠٠٠	متوسطة	طردية	**٠,٦٥٩	الآثار الوجدانية
٠,٠٠١	٠,٠٠٠	متوسطة	طردية	**٠,٦٣٤	الآثار السلوكية
٠,٠٠١	٠,٠٠٠	متوسطة	طردية	**٠,٧٠٩	إجمالي مقياس آثار التعرض

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استخدام المبحوثين للتطبيق الرقمي الحكومي والموقع الالكتروني في الحصول على الخدمات وبين الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للتعرض لشركات المياه ، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٧٠٩) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩,٩%.



جدول رقم (١٠) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في التطبيقات الرقمية لشركات مياه الشرب في مصر وبين أبعاد نظرية الاتصال الحواري

درجة ثقة المبحوثين في التطبيقات الرقمية لشركات مياه الشرب في مصر					المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى المعنوية	الدلالة	
**٠,٤٦٦	طردية	متوسطة	٠,٠٠٠	٠,٠٠١	تقديم معلومات مفيدة
**٠,٤٨٢	طردية	متوسطة	٠,٠٠٠	٠,٠٠١	تشجيع الزوار على العودة للتطبيق الرقمي وزيارة الموقع
**٠,٤٨٥	طردية	متوسطة	٠,٠٠٠	٠,٠٠١	الاحتفاظ بالزوار للتطبيق و الموقع
**٠,٤٦٧	طردية	متوسطة	٠,٠٠٠	٠,٠٠١	سهولة استخدام التطبيق و الموقع
**٠,٥٠٧	طردية	متوسطة	٠,٠٠٠	٠,٠٠١	رجع الصدى
**٠,٥٢٣	طردية	متوسطة	٠,٠٠٠	٠,٠٠١	إجمالي مقياس

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في التطبيقات الرقمية لشركات مياه الشرب في مصر وبين أبعاد نظرية الاتصال الحواري ، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٥٢٣) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩,٩%.

النتائج العامة للدراسة :-

- انه لا يوجد فرق بين الذكور و الاناث في استخدامهم للمواقع الالكترونية بصفه عامه .
- اقبال المبحوثين محل الدراسة على التطبيقات الخدمية لتسهيل المعاملات و الاجراءات لتوفير الوقت و الجهد .
- المبحوثين بصفه عامه يميلون الى استخدام الموقع الالكتروني و صفحه الفيسبوك لشركات المياه في مصر معا لمتابعه الاخبار عن الشركة .
- اثبت ان معدل استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية للشركات المياه في مصر في المرتبة الاولى الاستعمال بشكل شهري والمرتبة الثانية بشكل نصف شهري والمرتبه الثالثه بشكل اسبوعي و الرابعه بشكل يومي .



- تأثيرات التعرض للتطبيقات الرقمية لشركات المياه في مصر بالنسبة للتأثير المعرفي كانت التعرف على مستجدات المشروعات فى المرتبة الاولى تليها شرح و تفسير القرارات الجديدة .
- بالنسبة للتأثيرات الوجدانية تأتي فى المرتبه الاولى بث روح الطمأنينه لطريقة سير العمل داخل المنظومه و تليها التأثير الايجابي على العميل بسبب المشروعات الجديدة.
- بالنسبة للتأثيرات السلوكية تأتي فى المرتبة الاولى مناقشة اخبار الشركة مع الدائرة المحيطة به وفى المرتبه الثانية طرح بعض المقترحات لتحسين اداء الخدمه.
- اظهرت نتائج الدراسة ان مستوى الرضى الخاص بالمبحوثين محل الدراسة جاء فى المرتبه الاولى الى خدمة احسب فاتورتك على الموقع الالكتروني و فى المرتبة الثانية الخدمات المقدمة على تطبيق ١٢٥ وقراءتي و المرتبة الثالثة مستوى الخدمات المقدمة فى تطبيق ١٢٥ و اخيرا يأتي إليه استقبال قراءة العداد فى تطبيق قرائتي .
- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائيا بين دوافع استخدام المبحوثين للتطبيق الرقمي الحكومي والموقع الالكتروني في الحصول على الخدمات وبين الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للتعرض لشركات المياه.
- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائيا بين درجه ثقة المبحوثين في التطبيقات الرقمية لشركات مياه الشرب في مصر وبين أبعاد نظرية الاتصال الحواري.

توصيات الدراسة :-

التوصيات العلمية :-

- في ضوء نتائج الدراسة يمكن بلورة مجموعه من التوصيات العلمية على النحو التالي :-
- جميع تطبيقات شركات المياه فى مصر فى تطبيق واحد فقط سواء للخدمات او للشكاوي او لتسجيل القراءة حرصا على عدم تشتيت العميل .
 - عمل حملات ترويجية على جميع وسائل التواصل الاجتماعي و شاشات التلفزيون و ذلك سيعود بنتائج جيد للشركة فى توفير مجهود ووقت للتعامل المباشر مع العملاء و تقليل الزحام على مراكز خدمة العملاء .
 - تخصيص ادارة منفصلة للتعامل مع التطبيقات الرقمية و خدماتها .
 - اضافة خاصية الاعجاب بالاخبار و امكانية التعليق و المشاركة على منصات اخرى لزيادة التفاعل من قبل العملاء على التطبيق .
 - تفعيل خاصية حجز الاشعار عند نزول الاخبار فى التطبيق .
 - ارسال تنبيه لدى المستخدم عند حدوث اعطال مفاجاه و تنوية قبل الاعطال المجدولة.
 - تطوير عمليات التصفح فى التطبيقات ليصبح اكثر سلاسة .
 - اضافة خدمات جديدة تجذب العملاء لتحميل التطبيق مثال توفير عمال لخدمات التصليح المنزلية .



التوصيات العملية :-

- التأكيد على اهمية دراسة تكوين التطبيقات الرقمية واحتياجات العميل الفعلية الى توجيه الى استخدام تطبيق رقمي خاصة التطبيقات الخدمية .
- العمل بجدية فى تطوير التطبيقات الرقمية الحكومية لأنها المستقبل فى التحول الرقمي الذي تسير باتجاهه البلاد فى العصر الحالي .

بحوث مقترحة للباحثين فى مجال التطبيقات الرقمية :-

- ١- اجراء دراسة علمية تتناول دوافع المستخدمين تجاه التطبيقات الرقمية .
- ٢- اجراء دراسة علمية تتناول مراحل تطور التطبيقات الرقمية .



اهم المراجع :-

اولا : المراجع العربية

أ- رسائل علمية :

- ١- خالد احمد عبد الجواد ، استخدامات الجمهور في الامارات للتطبيقات الحكومية على الهواتف الذكية : دراسة حالة دبي ، رسالة ماجستير، كلية الأعلام ، قسم الاذاعة و التلفزيون ، جامعة القاهرة ، ٢٠١٨ .
- ٢- ساجدة جميل محمد الرواشدة ، التي كان محتواها عن اثر التطبيقات الحكومية الالكترونية على جودة الخدمات الحكومية من وجهة نظر العاملين في وزارة العدل، رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا ، جامعة مؤتة ، الاردن ، ٢٠٢١ .
- ٣- شيماء صفوت ابو ضيف ، استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة بوكالات العلاقات العامة و انعكاسها على جودة الخدمات المقدمة للعملاء (دراسة تطبيقية مقارنة) ، رسالة ماجستير ، كلية الآداب ، جامعة المنيا ، ٢٠٢٠ .
- ٤- طارق موسى ابراهيم العموش ، حول اثر جودة الخدمات الالكترونية على ولاء العملاء لشركات الاتصالات الخلوية في الاردن، رسالة ماجستير جامعة آل البيت ، كلية الاعمال ، الاردن ، ٢٠٢٢ .
- ٥- عامر عب الكريم ابو شحادة ، ادارة المكاتب و السكرتارية (ادارة الاعمال المكتبة) ، ابن النفيس للنشر و التوزيع ، ٢٠١٩ ، ص ١٤٦ .
- ٦- لؤي جلال عبد المجيد النوباني ، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في جودة الخدمة لدائرة الجمارك الاردنية من وجهة نظر شركات التخليص الجمركي، رسالة ماجستير ، كلية الاعمال ، جامعته ال البيت ، الاردن ، ٢٠٢٢ .
- ٧- محمد زيد عبد الله المعاينة ، اثر استخدام تطبيقات الحكومة الالكترونية على القدرات الابداعية لموظفي المؤسسات الحكومية في الاردن ، رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا ، جامعة مؤتة ، الاردن ، ٢٠٢١ .
- ٨- مصطفى مصلح محمد محمد ، فاعلية استخدام وزارة الخارجية العراقية للتطبيقات الرقمية في التواصل مع العراقيين في الخارج : دراسة ميدانية من وجهة نظر الجالية العراقية في الاردن، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الاوسط ، الاردن ، ٢٠٢٠ .
- ٩- موفق محمد علي محمد العباينه ، اثر جودة الخدمة على الاحتفاظ بالزبائن في مشاريع النقل الذكي للركاب في الاردن، رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا ، جامعته البلقاء التطبيقية ، الاردن ، ٢٠٢٢ .

ثانيا : المراجع الاجنبية

- 1- Dan michaeli , Rick Delist , digital customer service transformation customer experience for an on-screen world , for word by corrie Carrigan contact center practice leader at bain and co, willy , 2021 , p 6 .



- 2- Eliabeth Eppel and Barbara Allen , Digital Government : leadership , innovation and in tegration , Emerald Publish limited ,2020, p 234 .
- 3- Fletcher, Gordon , and marie Griffiths , digital transformation during lockdown , international journal of information management ,2020 , p 55 .
- 4- Micheal L Kent , Maureen Taylor , building dialogic relation ships through the world wide web, public relation review , volum 24 , issue 3 , Autumn 1998 , p 321:334
- 5- Micheal I-kent and Maureen taylor, buiding relationships through the world wide , public relation reviews , vol.24, no.3,p325.
- 6- MICHELLE (MY ONGJEE)YOO AND ALEC N-Dalton operation management in the hospitality industry , Emerald Publish Limited , 2021 , p 191 .

ثالثا: المواقع

<https://www.mcit.gov.eg/ar> -١



The Use of Digital Application in Customer Service Activities in Egyptian Water Companies

(An Applied Study)

By

Reem Nabil Hamza Mahmoud
Pro.Dr .Al -Sayed Al-Saeed Abd el –Wahhab

Assistant Professor of Public Relations and Vice Dean of the Faculty
of Information - Menoufia University

Pro.Dr.Hoda Ibrahim El –Desouki

Teacher of Public Relations and Advertising, Department of Media,
Faculty of Arts, Mansoura University

Abstract:

- The features of this study are determined in an attempt to determine the extent of the use of digital applications in the customer service activities of water companies in Egypt and the attitudes of the public towards them. The problem arises in the main question, which is to what extent are digital applications used in the services provided to citizens by water companies in Egypt? And how are those digital applications managed by an electronic system? And what is the audience's perspective on how important these apps are?
- The study consisted of 400 individuals from the general public who interact with the services of the water company and who respond to them via digital applications. The study showed some terms such as (customer service, digital customer service, government digital technologies, quality of service and digital transformation

The Study results

- 1- Respondents in general tend to use the website and Facebook page of water companies in Egypt together to follow the news about the company.
- 2- It was proved that the rate of use of respondents for digital applications of water companies in Egypt ranked first in use on



a monthly basis, second place on a bimonthly basis, third place on a weekly basis and the fourth place on a daily basis.

Key Words: (customer service- digital customer service- government digital technologies- quality of service - digital transformation).