



سنجش عمل کرد انسان در برابر چت بات در اراییه پاسخ به پرسش های مخاطبان سازمانی در افغانستان

شفیع الله شهیر^۱، پوهنیار سید ابراهیم درویشیان^۲، پوهنوال جاویده احمدی^۳
^{۱،۲،۳} د پیاړمنت روابط عمومي، پوهنځي ارتباطات و ژورناليزم، پوهنتون کابل، کابل، افغانستان

ایمیل: Shafiullahshahir2000@gmail.com

چکیده

با توجه به رشد فن آوری های هوش مصنوعی و نیاز به بهبود خدمات مشتری، این مطالعه به تحلیل کارایی چت بات ها در مقایسه با انسان ها در تعامل با کاربران می پردازد. چت بات ها برای پاسخ دهی به پرسش های مخاطبان طراحی شده اند و می توانند هزینه ها را کاهش دهند؛ اما خطر شغل زدایی به ویژه در افغانستان نگرانی هایی را ایجاد کرده است. فرهنگ و شرایط اقتصادی این کشور نیز استفاده از چت بات ها را دشوارتر می کند. هدف این تحقیق مقایسه عمل کرد چت بات و انسان در پاسخ دهی به مخاطبان و بررسی امکان جایگزینی چت بات ها به جای انسان است. برای رسیدن به این هدف، روش کیفی - توصیفی با طرح مقایسه یی به کار برده شده است. یافته ها نشان می دهند که چت بات ها در برخی موارد عملکرد بهتری دارند؛ اما در موضوعات احساسی کارایی کمتری از خود نشان می دهند. این مطالعه می تواند به سازمان ها کمک کند تا تصمیم های بهتری در زمینه استفاده از فن آوری های نوین اتخاذ کنند و چالش های احتمالی را شناسایی نمایند.

واژه های کلیدی: تعامل انسانی؛ چت بات؛ خدمات مشتری؛ شغل زدایی؛ فرهنگ مردم؛ فن آوری هوش مصنوعی

Analyzing Human Performance Against Chatbots in Providing Responses to Organizational Queries in Afghanistan

Shafiullah Shahir¹, Sayeed Ebrahim Darwishean², Jawida Ahmadi³

^{1,2,3}Department of Public Relations, Faculty of Communication & Journalism, Kabul University, Kabul, Afghanistan

Email: Shafiullahshahir2000@gmail.com

Abstract

In light of the increasing advancements in artificial intelligence technologies and the imperative for enhanced customer service, this investigation critically assesses the efficacy of chatbots in comparison to human representatives in user interactions. Chatbots are engineered to address audience inquiries and possess the potential to mitigate operational costs; nevertheless, the apprehension regarding job displacement, particularly within the context of Afghanistan, has engendered significant concerns. The low rate of education and lack of public awareness in the country further complicate the implementation of chatbots. The objective of this inquiry is to compare the performance of chatbots and human agents in engaging with audiences and to scrutinize the feasibility of substituting human labor with chatbot technology. To accomplish this objective, a descriptive-qualitative methodology with a comparative framework has been adopted. The results suggest that while chatbots exhibit superior performance in certain scenarios, they demonstrate diminished efficacy in matters requiring emotional intelligence. This research can assist organizations in making informed decisions pertaining to the adoption of novel technologies and in recognizing potential obstacles.

Keywords: Human interaction; Chatbot; Customer service; Job displacement; Culture; Artificial intelligence technology

ارجاع: شهیر، ش.، درویشیان، س. و احمدی، ج. (۱۴۰۳). سنجش عمل کرد انسان در برابر چت بات در اراییه پاسخ به پرسش های مخاطبان سازمانی در افغانستان. ژورنال علمی - تحقيقي علوم اجتماعي - پوهنتون کابل ۱۷-۳۰.

<https://doi.org/10.62810/jss.v7i4.82>

مقدمه

در دنیای امروز، استفاده از چت‌بات‌ها به عنوان یک ابزار ارتباطی محبوب در سازمان‌ها رو به افزایش است. این تکنالوژی جدید امکان ارتباط سریع و مؤثر با مخاطبان را فراهم می‌کند. با این حال، انسان‌ها هم‌چنان نقش بسیار مهمی در ارتباطات سازمانی دارند و توانایی ارائه پاسخ‌های منطقی و انسانی را دارا هستند (اسمیت، ۲۰۲۰). مشغولیت انسان‌های قرن ۲۱ به مراتب بیشتر از دوره‌های گذشته است. انسان‌ها به دنبال سهولت در امور کاری و زندگی خود، هم‌واره در تلاش برای ایجاد ماشین‌های ساده و تکنالوژی‌های پیشرفته بوده و هستند (جونز، ۲۰۱۹).

ورود هوش مصنوعی به عنوان یکی از بالاترین دست‌آوردهای بشر تا به امروز، توجه بسیاری را جلب کرده است (براون، ۲۰۲۱). تکنالوژی چت‌بات، که از اجزای اصلی هوش مصنوعی است، با کارکرد بالایی که در دنیای کسب‌وکار و حتی دولت‌داری دارد، به عنوان یک محقق من را به بررسی عمل‌کرد این تکنالوژی در افغانستان ترغیب کرد. در این کشور که هنوز دولت‌داری دیجیتالی به‌طور کامل نهادینه نشده و سازمان‌های خصوصی و دولتی از تکنالوژی‌های ساده برای پیش‌برد امور کاری خود استفاده می‌کنند، مقایسه عمل‌کرد چت‌بات‌ها با انسان‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (۸صص، ۱۳۹۸).

میتال و هم‌کاران (۲۰۱۶) تحقیقی را تحت عنوان «مطالعه‌ی مقایسه‌ای از چت‌بات‌های جابروکی روز و چت‌بات آلیس با انسان» انجام داده است. در این تحقیق، از روش توصیفی با طرح مقایسه‌ای استفاده شده است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که چت‌بات‌ها نمی‌توانند به‌طور کامل جای‌گزین انسان در سازمان‌ها شوند.

زوتا و هم‌کاران (۲۰۲۳) تحقیقی را تحت عنوان «نقش چت‌بات‌ها در منابع بشری» انجام داده است. در این تحقیق از روش مقایسه‌ای توصیفی استفاده شده و نتیجه‌ی این تحقیق نشان می‌دهد که چت‌بات‌ها در تحلیل معیارهای کارمندان با توجه به سندها و شاهدها می‌توانند در استخدام کارمندان دقت کنند.

اکبری (۱۴۰۱) تحقیق دیگری را به عنوان «چت‌بات هوشمند» انجام داده است. این تحقیق به منبع‌های موجود در کتاب‌خانه پرداخته و نتیجه‌گیری کرده است که چت‌بات، بهترین تکنالوژی برای کسب و کار است و به‌عنوان یک دست‌یار مؤثر برای همه شناخته می‌شود.

رهاکو (۲۰۲۳) تحقیقی را تحت عنوان «آیا تمام پاسخ‌های ربات چت GPT درست است» انجام داده است. این تحقیق به رویکرد تحلیلی پرداخته و نتیجه‌ی آن نشان می‌دهد که مزیت‌های این تکنالوژی

بیشتر از کاستی‌های آن است و پاسخ‌های آن بر اساس اطلاعاتی است که انسان‌ها در اختیار این تکنالوژی قرار می‌دهند.

ژنگ و هم‌کاران (۲۰۲۴) مقاله‌ای را تحت عنوان «ابراز احساسات توسط چت‌بات‌های هوش مصنوعی برای بهبود رضایت مشتری» منتشر کرده است. در این تحقیق که به شیوه‌ی آزمون فرضیه انجام شده، نتیجه‌گیری شده است که ابراز احساس نگرانی چت‌بات‌ها می‌تواند رضایت مشتری را از طریق کاهش نقض انتظارات بهبود بخشد. به خصوص، شبیه انسان بودن آواتارهای چت‌بات و نوع رابطه بین مشتریان و چت‌بات‌ها می‌تواند رابطه‌ی منفی بین ابراز احساس و نقض انتظار را تعدیل کند.

ایسنا (۱۴۰۲) تحقیقی را تحت عنوان «پاسخ‌های حیرت‌آور چت‌بات در مورد تسخیر جهان و تسلط بر انسان» انجام داده است. روش به کار گرفته شده در این تحقیق توصیفی است و نتیجه‌ی آن نشان می‌دهد که از میان سه چت‌بات بینگ چت، چت‌جی‌پی‌تی و بار، چت‌بات بار رویای تسلط بر جهان را دارد و برنامه‌ای نیز برای این هدف طراحی کرده است.

ایروتایم (۲۰۲۳) تحقیقی را زیر عنوان «چت‌بات‌های هوش مصنوعی از انسان پیشی می‌گیرند» انجام داده است. این تحقیق بیان می‌کند که طبق مطالعه‌ی انجام شده، چت‌بات‌های هوش مصنوعی مدل LLM ممکن است در کارهای خلاقانه از انسان پیشی بگیرند. این یافته‌ها نشان می‌دهند که چت‌بات‌ها اکنون می‌توانند ایده‌های خلاقانه را حداقل به اندازه یک انسان معمولی تولید کنند.

هوانگ و هم‌کاران (۲۰۲۴) تحقیقی را تحت عنوان «آیا خدمات مشتریان چت‌بات می‌تواند با عامل‌های خدمات انسانی در رضایت مشتریان مطابقت داشته باشد» انجام داده است. نتیجه‌ی حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که تحلیل‌گران تکنالوژی اعلام می‌کنند که چت‌بات‌ها به سرعت در حال تبدیل شدن به یک جزو مهم تکنالوژی در استراتژی سلف‌سرویس سازمان‌های خدماتی هستند. با این حال، بررسی‌های صنعتی نشان می‌دهد که مصرف‌کنندگان عموماً خدمات ارائه شده توسط نمایندگان انسانی را ترجیح می‌دهند. در مقایسه با خدمات معادل ارائه شده توسط یک ربات چت، شرکت‌کنندگان تحقیق رضایت بیشتری از خدمات مشتری انسانی گزارش کردند.

کرگاراوات (۲۰۲۴) در تحقیقی زیر عنوان «ربات‌های چت هوش مصنوعی در مقابل عامل‌های انسانی» بیان می‌کند که تحقیق‌های اخیر نشان می‌دهند که بین مشتریان در مورد استفاده از چت‌بات‌ها در مقابل کمک‌های انسانی اختلاف نظر وجود دارد. چت‌بات‌ها در مورد خدمات فوری اندکی ترجیح داده می‌شوند و با فاصله کمی ۵۱ درصد از عامل‌های انسانی پیشی می‌گیرند. با این حال، مطالعه نشان

می‌دهند که مصرف‌کنندگان معمولن نسبت به تعامل با عامل‌های انسانی اعتماد کمتری به خدمات ربات چت دارند.

تحقیق‌های مختلف نشان می‌دهند که چت‌بات‌ها به‌عنوان ابزارهای مؤثر در سازمان‌ها و منبع انسانی شناخته می‌شوند؛ اما نمی‌توانند به‌طور کامل جای‌گزین انسان‌ها شوند. به‌ویژه، چت‌بات‌ها در مورد خاصی مانند تحلیل معیارهای کارمندان و بهبود رضایت مشتریان می‌توانند نقش مفیدی ایفا کنند؛ اما در عین حال، مصرف‌کنندگان هنوز به خدمات انسانی اعتماد بیشتری دارند و در بسیاری از موردها، خدمات ارائه شده توسط نمایندگان انسانی را ترجیح می‌دهند.

با وجود پیشرفت‌های چت‌بات‌ها و توانایی‌های آن‌ها برای انجام وظیفه‌ی خاص، تحقیق‌ها به‌طور جامع به مقایسه عمل‌کرد چت‌بات‌ها و انسان‌ها در زمینه‌های مختلف و به‌ویژه در شرایط خاص سازمانی پرداخته‌اند. در نتیجه، نیاز به تحقیق بیشتری در خصوص بررسی دقیق‌تر تفاوت‌ها و کاستی‌های عمل-کرد چت‌بات‌ها نسبت به انسان‌ها وجود دارد.

تکنالوژی چت‌بات عمدتاً یا اغلب در سازمان‌ها برای برقراری ارتباط با مخاطبان به کار می‌رود و در این زمینه کارایی خوبی دارد. پیش‌بینی‌ها درباره افزایش استفاده از چت‌بات به جای انسان در سازمان‌ها موضوعی داغ است که در این تحقیق به آن پرداخته می‌شود. با توجه به نرخ پایین سواد، آگاهی پایین عمومی و نظام بوروکراتیک در سازمان‌های افغانستان، این پرسش‌ها مطرح می‌شود: آیا چت‌بات می‌تواند جای‌گزین انسان شود؟ چه برتری‌ها و چه ضعف‌هایی نسبت به انسان دارد؟ و چالش‌های پیش روی سازمان‌ها برای پیاده‌سازی چت‌بات چیست. این‌ها از جمله موردها و پرسش‌هایی هستند که در این تحقیق به آن‌ها پرداخته شده است تا پاسخ یابد.

یافتن پاسخ به سوال‌های یاد شده، محقق را کمک می‌کند به هدف مشخص ساختن کارایی چت‌بات یا گپ‌بات در سازمان‌ها و عمل‌کرد انسان در سازمان‌ها و مقایسه‌کردن عمل‌کرد چت‌بات و انسان در ارابه پاسخ به پرسش‌های مخاطبان سازمانی در افغانستان برسد.

بیان مسأله

گارتتر (۲۰۱۹) پیش‌بینی کرده است که هوش مصنوعی در دو سال آینده به سرمایه اصلی تجربه‌ی مشتریان تبدیل خواهد شد؛ به‌طوری که ۴۷٪ از سازمان‌ها به استفاده از چت‌بات‌ها برای پشتیبانی مشتریان روی خواهند آورد و ۴۰٪ از شرکت‌ها دست‌یارهای مجازی را استخدام خواهند کرد. پیشرفت

چت‌بات‌ها در دو دهه اخیر، چه در سازمان‌ها و چه خارج از آن‌ها، چشم‌گیر بوده است. با این حال، اعتماد به چت‌بات‌ها در سازمان‌ها نسبت به انسان‌ها نیازمند بررسی دقیق‌تری است.

چت‌بات یک برنامه‌ی تکنالوژیکی مبتنی بر هوش مصنوعی است که با شبیه‌سازی (گپ) میان انسان‌ها بستری را برای ارتباط انسان با ماشین (تکنالوژی) فراهم می‌کند. این ارتباط به گونه‌ای است که کاربر پاسخ پرسش‌هایش را با یک زبان کاملن شبیه به انسان دریافت می‌کند و برخلاف سایر سرویس‌های پشتیبانی آفلاین محدودیتی برای سوال‌ها تعریف نشده است (آداماپولو و موسیادس ۲۰۲۰).

چت‌بات‌ها یا گپ‌بات‌ها یک پدیده‌ی نوظهور است که در برخی سازمان‌ها در کشورهای مختلف برای پاسخ‌گویی مخاطبان استفاده می‌شود. این پدیده می‌تواند مزیت‌ها و کاستی‌های زیادی داشته باشد که مورد بحث این تحقیق نیست. این تحقیق در صدد این است تا دریابد که آیا انسان بهتر به سوال‌ها مخاطبان پاسخ می‌دهد یا چت‌بات‌ها این کار را موثرتر انجام می‌دهد. یافتن پاسخ به این سوال، کمک می‌کند تا دریافته شود که آیا چت‌بات می‌تواند در سازمان‌های افغانستان جای‌گزین انسان‌ها در بخش خدمات مشتریان شود یا خیر.

بنابراین، این موضوع نیازمند تحقیق منسجم و سازمان‌یافته‌ای است تا تفاوت‌های عمل‌کرد انسان و چت‌بات برای جواب دادن به سوال‌های مخاطبان روشن شود. با درک درست از این تفاوت‌ها، مدیران سازمان‌ها می‌توانند تصمیم‌های آگاهانه‌ی در راستای استفاده از چت‌بات‌ها اتخاذ کنند و در صورت نیاز، آن‌ها را به عنوان جای‌گزینی برای انسان‌ها در نظر بگیرند. این امر می‌تواند بهبودهای قابل توجهی برای سازمان‌ها و مخاطبان‌شان به همراه داشته باشد.

سوال‌های تحقیق

۱. به کارگیری چت‌بات به جای انسان، چه مزیت‌های در پاسخ‌گویی به پرسش‌های مخاطبان سازمانی در افغانستان می‌تواند داشته باشد؟
۲. به کارگیری چت‌بات به جای انسان، چه کاستی‌های در پاسخ‌گویی به پرسش‌های مخاطبان سازمانی در افغانستان می‌تواند داشته باشد؟
۳. با توجه به وضعیت اقتصادی و نرخ پایین سواد، آیا می‌توان چت‌بات‌ها را جای‌گزین انسان در بخش خدمات مشتریان سازمان‌های داخلی افغانستان کرد؟

روش تحقیق

این تحقیق از نوع توصیفی است که هدف آن توصیف و تحلیل عمل‌کرد چت‌بات‌ها در مقایسه به انسان‌ها برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های مخاطبان سازمانی در افغانستان می‌باشد. چون تحقیق توصیفی

شامل مجموعه‌ای از روش‌هاست که به شناخت بیشتر شرایط موجود و یاری رساندن به فرآیند تصمیم‌گیری کمک می‌کند (فرشچی، ۲۰۲۲). این تحقیق نیز می‌خواهد زمینه‌ی تصمیم‌گیری آگاهانه برای استفاده از تکنالوژی‌های هوش مصنوعی در سازمان‌های کشور را فراهم کند.

برای جمع‌آوری داده‌ها، از ادبیات موجود در زمینه‌ی استفاده از هوش مصنوعی و مقایسه‌ی آن به عمل‌کرد انسان‌ها برای تعامل با کاربران و مشتریان سازمان‌ها استفاده شده است. در این بخش، از کتاب‌ها و مقاله‌های علمی معتبر و هم‌چنین تحقیق‌های پیشین در زمینه مورد نظر بهره‌گیری شده است تا زمینه برای فهم موضوع در مقدمه فراهم شود. از سوی هم این منبع‌ها به محقق کمک می‌کنند تا پایه‌های نظری تحقیق را مستحکم کند و به درک بهتری از موضوع دست یابد.

هم‌چنان، از گروه متمرکز برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. در این بخش، از فوکس‌گروپ به عنوان یک روش کیفی استفاده شده است. فوکس‌گروپ یک روش بحث و تبادل نظر است که در آن اعضای گروه به‌طور هدفمند انتخاب می‌شوند. در این تحقیق، ۸ نفر از استادان پوهنخی ارتباطات و ژرونا لیزم به شیوه‌ی هدف‌مند به این گروه دعوت شدند. هر یک از اعضا به سوال‌های مطرح شده پاسخ داده و نظرهای خود را آزادانه بیان کردند. این روش به محقق کمک می‌کند تا نظرها و احساس‌ها عمیق‌تری را از اعضای گروه استخراج کند و به درک بهتری از مساله‌های مرتبط با موضوع تحقیق دست یابد (رضائیان، ۱۳۹۸).

گروه متمرکز در تحقیق در چهار مرحله انجام داده شد که شامل مرحله‌ی برنامه‌ریزی، انتخاب اعضای گروه، برگزاری جلسه و تحلیل داده‌ها می‌شود. در مرحله‌ی برنامه‌ریزی، هدف تحقیق و سوال‌های کلیدی مشخص شد و در بخش مربوط ارائه شده است. در گام انتخاب اعضای گروه: اعضا با ویژگی‌های مشابه از جامعه هدف معمولن بین ۶ تا ۱۰ نفر انتخاب می‌شوند (رضائیان، ۱۳۹۸) که در این تحقیق به تعداد ۸ استاد با ویژگی مشترک داشتن دانش در زمینه‌ی ارتباطات و تکنالوژی هوش مصنوعی انتخاب شدند. در مرحله‌ی مدیریت و برگزاری جلسات، گروه متمرکز یا فوکس‌گروپ به‌طور عملی دایر شد و هریک از اشتراک‌کنندگان، به سوال‌های طرح شده پاسخ دادند. در مجموع به تعداد ۱۰ مشاورت با دو تن از استادان با تجربه و مسلکی برای فوکس‌گروپ طرح شده بود. و در مرحله‌ی اخیر، داده‌ها گردآوری شده تحلیل شد. روش تحلیل داده‌ها با استفاده از تکنیک تحلیل مضمون انجام شد که در آن الگوها و مضمون‌ها مشترک شناسایی شد. چون این روش به تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی کمک می‌کند و به محقق این امکان را می‌دهد که مضمون‌های مشترک و الگوهای معنایی را شناسایی کند. محقق داده‌ها را به دقت بررسی کرده و ایده‌ها و الگوهای تکراری را استخراج می‌کند (عابدی و همکاران، ۱۳۹۰).

برای تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مضمون، از روش شش مرحله‌ای براون و کلارک استفاده شد که شامل ۱- آشنایی با متن، ۲- کدگذاری، ۳- تولید مضمون‌ها، ۴- بررسی مضمون‌ها، ۵- تعریف و نام‌گذاری مضمون‌ها و ۶- نگارش می‌شود. فرآیند شش مرحله‌ی تحلیل مضمون اولین بار توسط براون و کلارک در تحقیق‌های روان‌شناسی توسعه یافت. تحلیل مضمون در واقع نوعی روش انعطاف‌پذیر در تحقیق کیفی است که می‌تواند با گونه‌های مختلف تحقیق تطبیق داده شود (آکادمی پژوهش، ۱۴۰۲).

از طریق اجرای این تحقیق توصیفی و استفاده از روش‌های مذکور، می‌توان به شناخت عمیق‌تری از شرایط موجود دست یافت و به فرآیند تصمیم‌گیری یاری رساند. نتیجه‌ی حاصل از جلسه‌های فوکس‌گروپ می‌تواند به محقق کمک‌کنند تا دریابد تا چه میزان به مسیر درست در تحقیق خود حرکت کرده است (فرشچی، ۲۰۲۲). به‌طور کلی، این تحقیق با هدف فراهم کردن اطلاعات کیفی و عمیق در خصوص موضوع مورد بررسی انجام شده و نتیجه‌ی آن می‌تواند به درک بهتر نیازها و احساس اشتراک‌کنندگان کمک کند.

یافته‌های تحقیق

جدول ۱: آرایه داده‌ها به روش تحلیل مضمون

مضمون	مفهوم	کدهای اولیه
	سرعت پاسخ دهی چت‌بات نسبت انسان برای مخاطبان یکی از مزایای چت‌بات است.	سرعت چت‌بات
سرعت و کارایی چت‌بات‌ها در پاسخ‌گویی به مخاطبان	تکنالوژی چت‌بات قادر است در یک زمان به سوالات متفاوت چندین مخاطب پاسخ دهد	پاسخ‌گویی هم‌زمان برای چندین مخاطب
	در یک مقطع زمانی قادر است با چندین مخاطب ارتباط برقرار کند	پوشش وسیع مخاطبان
	در یک مقطع زمانی به چندین سوال مختلف به شکل جداگانه به مخاطبان جداگانه پاسخ گوید	چت‌بات فراگیرتر است
	خستگی ناپذیری چت‌بات نسبت به انسان یکی دیگر از برتری‌های تکنالوژی است.	فعالیت ۷/۲۴
مزایای چت‌بات‌ها در ارتباطات سازمانی	طراحی هوش مصنوعی که منبع چت‌بات نیز است توسط شده که از ۹۵ فیصد انسان‌ها باهوش است. بنابراین این چت‌بات از اکثر انسان‌ها کرده کارکرد موثر دارد.	کارکرد موثر نسبت به اکثر انسان‌ها
	به صفت یک تکنالوژی به تنها چیزی که نیاز دارد اطلاعات و برق یا سرور است و بس.	خستگی ناپذیری چت‌بات

<p>چت‌بات‌ها معمولاً از تکنولوژی‌های پیشرفته و الگوریتم‌های پیچیده‌ای برای پردازش داده‌ها، یادگیری ماشین و تعامل با کاربران استفاده می‌کنند.</p>	<p>تخنیکی تر بودن چت‌بات</p>	
<p>چت‌بات‌ها سازمان‌ها در امر تامین ارتباط کمک کرده و ارتباط موثرتر در محدوده‌ی خود برقرار می‌کنند.</p>	<p>کمک در ارتباطات سازمانی</p>	
<p>چت‌بات‌ها می‌تواند هم‌کار خوب با انسان باشد تا این‌که جای‌گزین انسان شود.</p>	<p>همکاری با انسان‌ها</p>	
<p>چت‌بات می‌تواند در بسیاری موردها مانند گردآوری و تحلیل داده‌ها انسان‌ها را یاری رساند و شریک شود.</p>	<p>مشارکت میان چت‌بات و انسان</p>	
<p>همکاری و مشارکت چت‌بات‌ها با انسان‌ها در ارائه خدمات</p>	<p>چت‌بات‌ها در موردهای چون یادگیری ماشینی، زبان طبیعی، تحلیل داده‌ها نسبت به انسان بهتر عمل می‌کند. چت‌بات‌ها در هر زمان و مکان زمینه‌ی تامین ارتباط با مخاطبان سازمانی را فراهم می‌کند.</p>	<p>در مواردی چت‌بات نسبت به انسان کارایی بهتر دارد سهولت استفاده</p>
<p>در هر اتاق چت‌بات جداگانه با مخاطبان جدا جدا ارتباط برقرار می‌کند</p>	<p>ارتباط مستقیم و جدا با هر مخاطب</p>	
<p>این مشکل ممکن است در آینده‌ها حل شود. با زبان رسمی بلدیت دارد، ولی لهجه یا گویش‌های محلی را درک نمی‌کند.</p>	<p>عدم درک گویش محلی</p>	
<p>برخی مواردی از طرف چت‌بات افشا شود که حریم خصوصی را نقض کند و حساسیت موضوع اصلاً به چت‌بات معلوم نشود</p>	<p>خطر نقض حریم خصوصی</p>	
<p>چالش‌ها و محدودیت‌های چت‌بات‌ها در تعاملات انسانی</p>	<p>نداشتن درک درست از جهان واقعی باعث می‌شود که ارتباط درست برقرار نشود</p>	<p>ضعف ارتباط با جهان واقعی</p>
<p>متمایز کردن فرهنگ‌ها و سنت‌ها برای چت‌بات اصلاً مهم نیست و کار چت‌بات متمرکز است روی پرسش مخاطب و نفع سازمان</p>	<p>نداشتن تفکیک درست میان فرهنگ‌ها</p>	
<p>فقط پاسخ می‌دهد و بحث نمی‌کند یعنی قادر به بحث کردن نیست.</p>	<p>نداشتن خلاقیت و قضاوت مسایل پیچیده</p>	

چت‌بات ممکن جای‌گزین متخصصات ارتباطات و روابط عمومی شود و ممکن کارمندان زیادی شغل خود را از دست دهند.	شغل زدایی
بسیاری از مخاطبانی سازمانی در افغانستان از امتیاز تحصیل برخوردار نیستند و نمی‌توانند از تکنالوژی استفاده کنند.	محروم بودن یک قشر-جامعه از تحصیل
چالش‌های دسترسی و آگاهی درباره چت‌بات‌ها در جامعه	در بیشترین نقاط کشور مردم دسترسی به انترنت و تکنالوژی‌های لازم که مجرای ارتباطی مخاطب با چت‌بات است را ندارند
تکنولوژی و سیستم در جامعه افغانستان یک چیز تازه است و هنوز برای اکثریت مردم ناشناخته است.	پوشش وسیع در کشور ندارد عدم آگاهی کافی از چت‌بات در میان مردم
دولت داری الکترونیک هنوز در کشور پیاده نشده و مردم نابلد هستند.	چالش سیستم بوروکراتیک
تحول در شیوه‌های ارزیابی	توزیع پرسش‌نامه، نصب صندوق شکایات و یا جلسات حضوری از روش‌های معمول در ارزیابی به شیوه قدیمی است.
ستاره دادن، کامنت گرفتن یا پرسیدن بعضی سوال‌ها توسط چت‌بات و گرفتن فیدبک میتود جدید برای ارزیابی است.	شیوه جدید ارزیابی

جدول ۱ نشان می‌دهد که از میان ۲۶ کد به تعداد ۶ مضمون به روش شش مرحله‌ی بروان کلارک استخراج شده است که شامل چت‌بات‌ها سرعت بالای در ارائه پاسخ به پرسش‌های مخاطبان دارد؛ چت‌بات می‌تواند ۲۴ ساعت در هفته آماده پاسخ‌گویی باشد؛ در حال حاضر، چت‌بات‌ها می‌تواند هم‌کار خوب برای انسان باشد؛ اما نمی‌تواند کاملن جای‌گزین انسان گردد؛ چت‌بات‌ها گویش‌های محلی را درک کرده نمی‌تواند و ارزش‌های فرهنگی را نمی‌شناسد و در پیوند به چت‌بات‌ها آگاهی لازم در جامعه وجود ندارد می‌شود. هریک از مضمون‌ها در زیر فشرده توضیح داده شده است:

سرعت و کارایی چت‌بات‌ها در پاسخ‌گویی به مخاطبان: چت‌بات‌ها به دلیل توانایی در پاسخ‌گویی هم‌زمان به چندین مخاطب و پوشش وسیع‌تر، به ابزاری فراگیر و کارآمد برای تعامل با کاربران تبدیل شده‌اند. این ویژگی‌ها باعث می‌شود که چت‌بات‌ها بتوانند به‌طور مؤثر نیازهای مختلف مخاطبان را در زمان‌های متفاوت پاسخ دهند.

مزایای چت‌بات‌ها در ارتباطات سازمانی: چت‌بات‌ها با فعالیت ۲۴ ساعته و ۷ روز هفته، کارکردی مؤثرتر نسبت به اکثر انسان‌ها دارند و به دلیل عدم خستگی، می‌توانند به‌طور مداوم و بدون وقفه به

نیازهای کاربران پاسخ دهند. این ویژگی‌ها به چت‌بات‌ها این امکان را می‌دهد که در بهبود ارتباطات سازمانی و ارائه خدمات به مخاطبان، نقشی کلیدی ایفا کنند.

هم‌کاری و مشارکت چت‌بات‌ها با انسان‌ها در ارائه خدمات: چت‌بات‌ها با قابلیت هم‌کاری و مشارکت با انسان‌ها، در بسیاری از موارد به‌ویژه در تجارب خاص، کارایی بهتری نسبت به انسان‌ها دارند. سهولت استفاده و امکان برقراری ارتباط مستقیم و جداگانه با هر مخاطب، از ویژگی‌های کلیدی چت‌بات‌هاست که به بهبود کیفیت خدمات و تجربه کاربری کمک می‌کند.

چالش‌ها و محدودیت‌های چت‌بات‌ها در تعاملات انسانی: چت‌بات‌ها با چالش‌هایی مانند عدم درک گویش محلی و ضعف در ارتباط با واقعیت‌های فرهنگی مواجه هستند. این محدودیت‌ها می‌تواند به نقض حریم خصوصی و عدم توانایی در قضاوت مساله‌های پیچیده منجر شود. هم‌چنین، نبود خلاقیت و تفکیک صحیح میان فرهنگ‌ها، به نگرانی‌هایی از جمله شغل‌زدایی و اثرهای منفی بر روی بازار کار دامن می‌زند.

چالش‌های دسترسی و آگاهی درباره چت‌بات‌ها در جامعه: نرخ پایین سواد در کشور و عدم آگاهی کافی مشتریان درباره چت‌بات‌ها، به عنوان چالش‌های عمده‌ای شناخته می‌شوند که مانع از پوشش وسیع و مؤثر این تکنالوژی در کشور می‌شوند. هم‌چنین، وجود سیستم بوروکراتیک و پیچیده می‌تواند این مشکل‌ها و محدودیت‌ها بیشتر کند.

تحول در شیوه‌های ارزیابی: تغییر از شیوه کلاسیک ارزیابی به شیوه‌های جدید، نشان‌دهنده تلاش برای بهبود کیفیت و دقت در فرآیندهای ارزیابی است. این تحول می‌تواند به ارائه نتیجه‌های دقیق‌تر و مؤثرتر کمک کند و نیازهای متغیر و پیچیده‌تر جامعه را بهتر پاسخ دهد.

بحث و مناقشه

یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهند که چت‌بات‌ها به دلیل توانایی در پاسخ‌گویی هم‌زمان به چندین مخاطب و پوشش وسیع‌تر، به ابزاری کارآمد تبدیل شده‌اند. این موضوع با نتیجه‌ی تحقیق گروه مهندسی کمپیوتر انستیتوت مهندسی و تکنالوژی ایندوره هند (۲۰۱۶) هم‌خوانی دارد، که به محدودیت‌های چت‌بات‌ها در جای‌گزینی کامل انسان‌ها اشاره می‌کند. در حالی که چت‌بات‌ها کارایی بالایی دارند؛ اما هنوز نمی‌توانند به‌طور کامل نیازهای انسانی را برآورده کنند.

مزایای چت‌بات‌ها در فعالیت ۲۴ ساعته و عدم خستگی با یافته‌های تحقیق اخیر مانند تحقیق پوهنتون مطالعات اقتصادی رومانی (۲۰۲۳) که به دقت چت‌بات‌ها در استخدام کارمندان اشاره دارد، هم‌پوشانی دارد. این ویژگی‌ها به چت‌بات‌ها این امکان را می‌دهد که در بهبود ارتباطات سازمانی نقش کلیدی ایفا کنند؛ اما چالش‌هایی نیز در این زمینه وجود دارد که نیاز به توجهی بیشتر دارد.

یافته‌های تحقیق درباره کارایی چت‌بات‌ها در هم‌کاری با انسان‌ها و سهولت استفاده، با مطالعات اکبری (۱۴۰۱) هم‌خوانی دارد که چت‌بات‌ها را به‌عنوان دست‌یار مؤثر در کسب و کار معرفی کرده است. این هم‌کاری می‌تواند کیفیت خدمات و تجربه کاربری را بهبود بخشد.

چالش‌هایی مانند عدم درک گویش محلی و ضعف در ارتباط با فرهنگ‌ها، با نتیجه‌ی تحقیق رهاکو (۲۰۲۳) و سایر تحقیقات مرتبط هم‌راستا است. این محدودیت‌ها نه‌تنها به نقض حریم خصوصی منجر می‌شوند؛ بلکه می‌توانند بر اعتماد کاربران به چت‌بات‌ها تأثیر منفی بگذارند.

نرخ پایین سواد و عدم آگاهی کافی درباره چت‌بات‌ها، به‌عنوان چالشی عمده، با یافته‌های پژوهش‌های مختلف، به‌ویژه در زمینه پذیرش تکنالوژی، هم‌خوانی دارد. این مشکلات می‌توانند مانع از بهره‌برداری مؤثر از تکنالوژی‌های نوین شوند.

تغییر از شیوه کلاسیک به شیوه‌های جدید ارزیابی نشان‌دهنده تلاش برای بهبود کیفیت و دقت است. این تحول می‌تواند به نیازهای متغیر و پیچیده‌تر جامعه پاسخ دهد و با نتیجه‌ی تحقیق کارگزاروات (۲۰۲۴) که به اختلاف نظرها در استفاده از چت‌بات‌ها و کمک‌های انسانی اشاره دارد، ارتباط دارد.

از این مناقشه‌ی چنین می‌توان استنباط کرد که پذیرش گپ‌بات‌ها به جای انسان در بیشتر کشورها هنوز کاملن ممکن نیست. این درحالیست که چت‌بات‌ها کارایی و سرعت عمل بسیار قوی دارد. می‌تواند ۲۴ ساعت در هفته بدون خسته‌گی اطلاع‌رسانی کنند و به سوال‌های مخاطبان سازمان جواب دهند. موضوع‌ها احساسی و عاطفه‌ممن در حال حاضر یک چالش باشد؛ اما در آینده‌های نزدیک، گپ-بت‌ها به این مشکل نیز فایز خواهد آمد. وقتی همه‌چیز متحول می‌شود، بدون شک که ارتباطات سازمانی یا روابط عمومی نیز تحول می‌کند و این را می‌توان از این مباحثه استخراج کرد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تحقیق حاضر به بررسی مقایسه‌ی عملکرد چت‌بات و انسان در ارائه پاسخ به پرسش‌های مخاطبان یک سازمان در افغانستان پرداخته است. برای رسیدن به این هدف، از روش توصیفی - کیفی بهره گرفته شده است. هم‌چنان، برای دریافت اطلاعات، ضمن بررسی ادبیات موجود در کتاب‌ها و مقاله‌های علمی، از فوکس‌گروپ استفاده شده است. اطلاعات به‌دست آمده به روش تحلیل مضمون تجزیه و تحلیل شده‌اند.

نتیجه‌ی به‌دست آمده از تحقیق نشان می‌دهند که چت‌بات‌ها با وجود مزایای زیادی مانند سرعت، کاهش هزینه‌های سازمانی، کارکرد ۲۴ ساعته در هفت روز هفته و پوشش وسیع مخاطبان، کاستی‌های دارند که نمی‌توان نادیده گرفت. بر اساس این تحقیق، سازمان‌های افغانستان به‌طور کامل آماده پیاده‌سازی این تکنالوژی نیستند؛ چون نبود دولت‌داری الکترونیک، نبود آگاهی عمومی در میان مردم

از تکنالوژی‌های هوش مصنوعی و چت‌بات، نبود دسترسی عموم مردم به اینترنت و نظام بوروکراتیک در سازمان‌ها و نرخ پایین سواد در کشور، از جمله دلایل‌های نبود پذیرش کامل این تکنالوژی در سازمان‌های کشور می‌باشد.

یافته‌های این تحقیق نمی‌تواند یک حکم قاطع باشد؛ بلکه یک گامیست برای برداشتن قدم‌های بعدی تا زمینه‌های کارایی گپ‌بات‌ها را در افغانستان مورد بررسی و تحقیق قرار دهد. هم‌چنان نتیجه‌ی این تحقیق، زمینه را برای تصمیم‌گیری آگاهانه انتخاب انسان یا چت‌بات برای خدمات مشتریان میان سازمان‌ها و اداره‌های کشور فراهم می‌کند. با این تأکید که در زمینه تحقیق‌های بیشتری نیز انجام شود. تحقیق‌های بیشتر می‌توانند به بهبود عملکرد چت‌بات‌ها و افزایش پذیرش آن‌ها در جوامع کمک کنند. با این حال، چت‌بات‌ها می‌توانند به‌عنوان هم‌کاران مؤثر برای انسان‌ها در سازمان‌های کشور عمل کنند. به‌منظور افزایش پذیرش چت‌بات‌ها و بهبود عمل‌کرد آن‌ها، پیشنهاد می‌شود که:

۱. آموزش و آگاهی‌بخشی: برنامه‌های آموزشی برای افزایش آگاهی عمومی از تکنالوژی‌های هوش مصنوعی و چت‌بات در سطح سازمان‌ها و پوهنتون‌ها اجرا شود.
 ۲. زیرساخت‌های اینترنتی: سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اینترنتی به‌منظور دسترسی آسان‌تر عموم مردم به این تکنالوژی‌ها ضروری است.
 ۳. تحقیقات بیشتر: تحقیقات بیشتری در زمینه بررسی فرهنگ و تأثیرات اجتماعی و شغلی بر پذیرش چت‌بات‌ها در افغانستان انجام شود.
 ۴. توسعه دولت‌داری الکترونیک: تلاش برای تقویت دولت‌داری الکترونیک و کاهش بوروکراسی در سازمان‌ها می‌تواند به تسهیل پیاده‌سازی چت‌بات‌ها کمک کند.
- با در نظر گرفتن این پیشنهادها، می‌توان به بهبود بهره‌وری و کارایی سازمان‌ها در استفاده از چت‌بات‌ها دست یافت. هم‌چنان تحقیق‌ها بیشتر می‌تواند جنبه‌های مختلف عمل‌کرد گپ‌بات در مقایسه با انسان را برجسته کند و حتا می‌تواند یافته‌های این تحقیق را تایید یا رد کند.

منابع

- آداموپولو، ا.؛ موسیاد، س. (۲۰۲۰). مروری بر تکنالوژی چت‌بات. <https://www.bing.com/ck/a?>
- اسریران. (۱۴۰۳). هوش مصنوعی از پاسخ به چی سوالاتی ناتوان است؟
<https://www.asriran.com/fa/amp/news/891493>
- آکادمی پژوهش کیفی. (۱۴۰۲). تحلیل تم یا تحلیل مضمون چیست؟ - <https://qualitativestudies.com/theme-analysis>
- اکبری، ک. (۱۴۰۱). چت بات هوشمند. <https://www.karlancer.com/api/file/1679494527-ts68.pdf>
- ایروتایم. (۲۰۲۳). چت بات های هوش مصنوعی، از انسان پیشی می گیرند. <https://irottime.com/ai/3542-the-creativity-of-artificial-intelligence-chatbots-surpasses-humans/>
- ایسنا. (۱۴۰۲). پاسخ‌های حیرت‌آور ۳ چت‌بات درباره تسخیر جهان و تسلط بر انسان.
<https://www.isna.ir/news/1402012915473/>
- برند مات. (۱۳۹۷). گروه متمرکز یا Focus Group چیست؟ <https://maat.ir/blog>
- رضائیان، م. (۱۳۹۸). مقدمه‌ای بر پژوهش گروهی متمرکز. مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان، ۱۸(۱)، ۹۷-۱۰۴. SID. <https://sid.ir/paper/71232/fa>
- رهاکو. (۱۴۰۱). آیا تمام پاس‌نهای ربات چت GPT درست است؟ <https://rahaco.net/mag/pdf/gpt-chat.pdf>
- عابدی ج.، حسن، ت.، محمدسعید، ف.، ابوالحسن، و شیخ زاده، م. (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی. اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)، ۵(۲) (پیاپی ۱۰)، ۱۵۱-۱۹۸. SID. <https://sid.ir/paper/129816/fa>
- فرشچی، س. م. (۲۰۲۲). تحقیق توصیفی چیست. <https://spss-iran.ir/descriptive-research-type/amp>
- تورکان، ح. (۱۳۹۸). بوروکراسی افغانستان؛ نظام پر چالش اداری. ۸ صبح. <https://8am.media/fa/afghan-bureaucracy-administrative-challenges>
- Brown, A. (2021). *Artificial Intelligence: The Greatest Achievement of Humanity*. Tech Publishing.
- Huang, D.; Markovitch, D.G.; Stough, R.A. (2024). Can Chatbot Customer Service Match Human Service Agents on Customer Satisfaction: An Investigation in The Role of Trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 76, January 2024, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103600>
- Jones, M. (2019). *Technology and Human Endeavors*. London: Future Press.
- Kergaravat, C. (2024). *AI Chatbots Vs. Human Agents: The Customer Support Dilemma*. <https://www.maddyness.com/uk/2024/03/22/ai-chatbots-vs-human-agents-the-customer-support-dilemma/>
- Mittal, A.; Agrawal, A.; Chouksey, A.; Shriwas, R. and Agrawal, S. (2016). A Comparative Study of Chatbots and Humans. *International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering*, 5(3), p. 1055-1057, March 2016

- Smith, J. (2020). *The Role of Humans in Organizational Communication*. Boston; *Business Insights*.
- Zhang, J.; Chen, Q.; Lu, J.; Wang, X.; Liu, I.; Feng, Y. (2024). A Motional Expression by Artificial Intelligence Chatbots to Improve Customer Satisfaction: Underlying Mechanism and Boundary Conditions. *Tourism Management*, Volume 100, 2024, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104835>
- Zota, R.D.; Alexandru, C.I.; Alexandru, D.D. (2022). Human Resources Chatbots: A Comparison Study. *International Journal of Economic, Commerce, and Management*, 10(12), P. 305-315, December 2022