جامعة قاصدي مرباح- ورقلة -

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، الطور الثاني

الميدان: علوم اقتصادية، وعلوم التسيير وعلوم تجارية

الشعبة: علوم التسيير

التخصص: إدارة الأعمال

من اعداد الطالبتين:

قط حفصة / ذكار نجاة

بعنـــــوان :

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات

دراسة ميدانية لعينة من العاملين في مؤسسة سيترام - ورقلة -

نوقشت وأجيزت بتاريخ :...../...../2020

أمام اللجنة المكونة من السادة:

د/ (أستاذ، جامعة ورقلة) رئيسا

د / بلطرش حورية (أستاذ محاضر، جامعة ورقلة) مشرفا ومقررا

د/ (أستاذ محاضر، جامعة ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية: 2019 -2020

جامعة قاصدي مرباح- ورقلة –

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، الطور الثاني

الميدان: علوم اقتصادية، وعلوم التسيير وعلوم تجارية

الشعبة: علوم التسيير

التخصص: إدارة الأعمال

من اعداد الطالبتين:

قط حفصة / ذكار نجاة

بعنـــوان :

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات

دراسة ميدانية لعينة من العاملين في مؤسسة سيترام – ورقلة –

نوقشت وأجيزت بتاريخ :...../...../2020

أمام اللجنة المكونة من السادة :

د/ (أستاذ، جامعة ورقلة) رئيسا

د / بلطرش حورية (أستاذ محاضر، جامعة ورقلة) مشرفا ومقررا

د/ (أستاذ محاضر، جامعة ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية: 2019 -2020

الإهـــــداء

الحمد لله وبالله نستعين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا مُحَمَّد وأصحابه التابعين

لولا فضل الله تعالى الذي منا علينا بكرمه وسيرنا ووفقنا لما وصلنا لما إليه الآن

أهدي ثمرة جهدي إلى نبع الحنان إلى من سهرت الليالي إلى خير أنيس ومعين في الحياة أمي وأبي حفظكما الله

إلى القلوب الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي إخوتي وأخواتي

إلى أصحاب القلب الطيب أهلي وأقاربي إلى كل الأحباب

إلى رفيقة دربي نجاة

إلى من زرعوا في قلبي السعادة أصدقائي وصديقاتي

إلى من بوجودهم أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها، إلى من تذوقت معهم لذة الحياة

إلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد.

حفصة

الاهـــــداء

أحمد الله عز وجل على منه وكرمه والذي بنعمته تتم الصالحات والذي بقدرته أتممت هذا العمل الذي أهدي ثمرته :

إلى النسيم الذي لامس روحي وسرى إلى أناملي فجادت بهذه الكلمات

والدي العزيزان أطال الله عمرهما

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي إخوتي أخواتي

إلى أصدقائي وصديقاتي وكل من ساندني من قريب أو من بعيد..

إلى أختي وزميلتي في هذا العمل حفصة، أدام الله ودنا

وأرجو أن يكون عملي هذا ينبوعا يستقي منه الكثير من الناس ومشكاة يستنير بها ألوف السائرين في الظلام

إلى من لم تسعهم مذكرتي ووسعتهم ذاكرتي

إلى كل من ذكرهم قلبي ونسيهم قلمي

نجـاة

شكـــر وتقديـــــر

بعد أن من الله علينا بإنجاز هذا العمل، فإننا نتوجه إليه سبحانه وتعالى أولا واخرا بجميع ألوان الحمد والشكر على فضله وكرمه الذي غمرنا به فوفقنا إلى مانحن فيه راجين منه دوام نعمه وكرمه، وانطلاقا من قوله ﷺ :"من لا يشكر الناس لا يشكر الله "،فإننا نتقدم بالشكر والتقدير والعرفان إلى الأستاذة المشرفة " بلطرش حورية "، على إشرافها على هذه المذكرة وعلى الجهد الكبير الذي بذلته معنا، وعلى نصائحها القيمة التي مهدت لنا الطريق لإتمام هذه الدراسة، فلها منا فائق التقدير والاحترام، كما نتوجه في هذا المقام بالشكر الخاص لأساتذتنا الذين رافقونا طيلة المشوار الدراسي ولم يبخلوا في تقديم يد العون لنا.

وندين بالشكر أيضا إلى كل عمال مؤسسة سيترام، الذين ساعدونا من خلال تقديم جميع التسهيلات ومختلف التوضيحات والمعلومات المقدمة من طرفهم لا نجاز هذا البحث.

وفي الختام نشكر كل من ساعدنا وساهم في هذا العمل سواء من قريب أو بعيد حتى ولو بكلمة طيبة أو ابتسامة عطرة.

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة لدى مؤسسة سيترام _ورقلة_، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي كما وتم الاعتماد على الاستبيان والمقابلة والملاحظة كأدوات لجمع البيانات من أفراد العينة والتي بلغ تعدادها (33) موظفا، وتم استخدام الرزمة الإحصائية (SPSS) لتحليل بيانات الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أبرزها:

-تتبنى مؤسسة سيترام تكنولوجيا معلومات واتصال حديثة ومتطورة.

_تقدم المؤسسة خدمات ذات جودة عالية.

_تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها دور كبير في تقديم خدمات ذات جودة عالية في مؤسسة سيترام.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، جودة الخدمة، شبكات، برمجيات، قاعدة البيانات، مورد بشري، أجهزة ومعدات

Summay

The study aims to research the role of TIC in improving the quality of service at the sertram_Ouargla Foundation and has identified ICT in its five dimensions (human resource, hardware and equipment, databases, software, Networks), to achieve the objectives of the study, the descriptive approach was adopted and the questionnaire and observable were used as tools for collecting data from sample individuals, which numbered 33 singles, and the statistical stack (SPSS) was used to analyze the survey data.the study found a series of findings, notably:

–the sertram organization embraces state-of-the-art information and communication technology.

_the organization provides high-quality services.

_Information and Communication technologies (ICT) has a significant role to play in providing high-quality services in the Sertram enterprise.

Keywords: Information and communication technology, quality of service, networks, software, database, human resource, hardware and equipment.

Keywords: Information and communication technology, quality, service quality, organization, client, networks

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات	رقم الصفحة
الإهداء	**I**
الشكر والعرفان	**II**
ملخص الدراسة	**III**
فهرس المحتويات	**IV**
قائمة الجداول	**VII**
قائمة الأشكال والملاحق	**VII**
مقدمة	أ
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة	
تمهيد	08
المبحث الأول: الأدبيات النظرية لجودة الخدمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال	09
المطلب الأول: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة	20-09
المطلب الثاني: الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال	32-21
المطلب الثالث: انعكاسات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة الخدمة	38-32
المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية لجودة الخدمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال	39
المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة	45-39
المطلب الثاني: مقارنة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية	45
المطلب الثالث: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة	46-45
خلاصة الفصل	47
الفصل الثاني: دراسة ميدانية لمساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة خدمات مؤسسة سيترام ورقلة	
تمهيد	49
المبحث الأول: الطريقة والأدوات والعينة	50

المطلب الأول: المجتمع والعينة	52-50
المطلب الثاني: الأساليب والأدوات	54-52
المبحث الثاني: النتائج والمناقشات	55
المطلب الأول: عرض النتائج	73-55
المطلب الثاني: مناقشة النتائج	75-74
خلاصة الفصل	76
الخاتمة	78-79
قائمة المراجع	86-81
الملاحق	87

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01-01	نوايا إعادة الشراء عند وجود الشكوى	14
01-02	عدد الاستمارات الموزعة والمسترجعة	51
02-02	توزيع درجات الموافقة لمقياس (LIKER)	53
03-02	نتائج ألفا كرونباخ	54
04_02	متوسط إجابات الموظفين حول بعد المورد البشري	58
05_02	متوسط إجابات الموظفين حول بعد الأجهزة والمعدات	60
06_02	متوسط إجابات الموظفين حول بعد قاعدة البيانات	61
07_02	متوسط إجابات الموظفين حول بعد البرمجيات	63
08_02	متوسط إجابات الموظفين حول بعد الشبكات	65
09-02	متوسط إجابات الموظفين حول محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال	66
10_02	متوسط إجابات الموظفين حول محور جودة الخدمة	68
11_02	تحليل العلاقة بين المتغيرين(معامل الارتباط بيرسون)	70
12_02	العلاقة بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة	71
13_ 02	تحليل اختبار T-TEST لدراسة فروق متغير الجنس	72
14_02	تحليل التباين الأحادي لدراسة فروق متغير السن	72
15_02	تحليل التباين الأحادي لدراسة فروق متغير المستوى التعليمي	73
16_02	تحليل التباين الأحادي لدراسة فروق متغير الأقسام	73

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01-01	مفهوم جودة الخدمة	10
02-01	نموذج تحليل الفجوات	16
03-01	أبعاد جودة الخدمة	19
04-01	أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال	28
01-02	توزيع الموظفين حسب متغير الجنس	55
02-02	توزيع الموظفين حسب متغير السن	56
03_02	توزيع الموظفين حسب متغير المستوى التعليمي	56
04_02	توزيع الموظفين حسب متغير الأقسام	57
05_02	**(SCADA)**	63

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
1	الهيكل التنظيمي	88
2	دليل المقابلات	89
3	استمارة الاستبيان	92-90

مقدمـــة

يشهد عالم إدارة المنظمات واقتصاد المال والأعمال تطورا ونموا سريعا جدا غير مسبوق، حيث يتطور مفهوم الميزة التنافسية سعيا من المنظمات لجعلها ميزة دائمة مستديمة تصمد أمام التنافسية العالمية الشرسة جدا، حيث أصبحت تقوم بالأساس على المعرفة والتطور التكنولوجي التي تضمن تقديم منتجات متميزة وفقا لما يتصوره العميل.

تسعى المنظمات لتحقيق ولاء العملاء وضمان رضاهم الدائم من خلال العمل بشكل مستمر ودائم ومتواصل في تقديم خدمات ذات جودة عالمية، ولتحقيق ذلك تعمل منظمات الأعمال على تظافر العديد من العوامل الداخلية والخارجية في نسق متمايز جدا يعكس رؤية المنظمات واستراتيجياتها، حيث تعتبر تكنولوجيات المعلومات من أبرز العوامل الداعمة لتحقيق جودة الخدمات وتفعيل أثرها على المنظمات.

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال المحرك الأساسي للمنظمات العالمية وأساس التميز، لهذا تسعى الحكومات جاهدة لتوفير البنى التحتية الملائمة لاستغلال تكنولوجيات المعلومات والاتصال وتوفير كل الدعم والتشجيع لاستغلال المنظمات له وتفعيل دورها في الاقتصاد الوطني والرفع من مستوى تنافسية الاقتصاد الوطني وتنافسية المنظمات.

ولم تكن بيئة الأعمال الجزائرية في منأى عن كل هذه التطورات في جانب المعلومات، فقلد حرصت الدولة الجزائرية على تطوير البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وعيا منها بأهمية مواكبة مؤسسات الدولة والمؤسسات الخاصة لكل المستجدات العالمية وتماشيا مع اقتصاد المعرفة وسعيا منها للنهوض بأداء المنظمات والاقتصاد الوطني ككل وخاصة القطاعات الاستراتيجية، ومن أبرز القطاعات الحساسة والمؤثرة هي قطاع النقل والمواصلات الذي يشهد نموا كبيرا وسرعة في مواكبة التطورات التكنولوجية والمعرفية العالمية، لذلك سعت اغلب الشركات الوطنية للنقل بكل أنواعها لتحديث وسائل النقل وتوسيع شبكات الطرقات الوطنية وإدخال التكنولوجيا الحديثة والعمل على بناء شبكات قوية وسرعة انتقال المعلومات، خاصة بعد تكامل الجهود في القطاع العام والخاص على مستوى النقل البري.

كما تولي الدولة اهتماما كبيرا لتحسين خدمات النقل خصوصا داخل المدن الكبرى وذلك بالاعتماد على النقل الحضري المصادق للبيئة والتي أهمها الترامواي والميترو والتليفريك وتطوير السكك الحديدية وكهربتها، حيث تعتبر مؤسسة سيترام الجزائر من أبرز المؤسسات في قطاع النقل في الجزائر، حيث تسعى لتقديم خدمات ذات

جودة عالية، كما تسعى جاهدا لتفعيل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال بها، ومن خلال ما سبق نطرح الإشكالية التالية:

إلى أي مدى تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة لدى مؤسسة ستترام؟

وللإجابة على الإشكالية المطروحة سابقا نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

_ ما مستوى تبني مؤسسة سيترام لتكنولوجيا المعلومات والاتصال؟

_ ما هي المرتكزات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في مؤسسة ستترام؟

-هل تقدم مؤسسة سيترام خدمات ذات جودة؟

_ هل تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة في مؤسسة سيترام؟

-أي من المرتكزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال أكثر مساهمة في تحسين جودة الخدمات في مؤسسة ستترام؟

فرضيات الدراسة:

وكإجابات مبدئية للأسئلة المطروحة وضعنا مجموعة من الفرضيات التي سنحاول من خلال دراستنا التحقق من مدى صحتها أو خطئها وهي كما يلي:

H1: تتبنى مؤسسة سيترام تكنولوجيا معلومات واتصال حديثة ومتطورة .

H2: تقدم مؤسسة سيترام خدمات ذات جودة عالية .

H3: تعتبر كل من البرمجيات وكفاءة المورد البشري أهم المرتكزات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في مؤسسة ستترام.

H4 : تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المقدمة في مؤسسة سيترام .

H5: يعتبر المورد البشري أكثر مرتكزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال مساهمة في تحسين جودة خدمات مؤسسة سيترام.

مبررات اختيار الموضوع: إن الأسباب الدافعة لاختيارنا للموضوع محل البحث من غيره تتمثل في:

- تعاظم دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأنظمة المعلومات الذي رسخ منظومة قيم جديدة مما دعا للاستفادة منها وتوظيفها بالشكل المناسب.
- التحولات الاستراتيجية في توجيهات المؤسسات نحو الاهتمام بالجوانب التكنولوجية المختلفة
- زيادة حدّة المنافسة بين المؤسسات.
- الاهتمام بالمواضيع الحديثة والرغبة في البحث والاطلاع على هكذا مواضيع.
- الشعور بأهمية هذه المواضيع خاصة مع التوجهات الحديثة التي يشهدها عصرنا الحالي.
- تزايد الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التأثير على مختلف جوانب تسيير المؤسسة.

أهداف الدراسة و أهميتها:

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى توضيح جملة من النقاط نوجزها فيما يلي:

- ✓ الوقوف على الأهمية البالغة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الخدمية وفي المؤسسة محل الدراسة مؤسسة سيترام.
- ✓ تحليل مستوى تبني تكنولوجيا معلومات واتصال حديثة ومتطورة وفعالة في مؤسسة سيترام.
- ✓ تقييم أسس تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مؤسسة سيترام.
- ✓ التعرف على خدمات مؤسسة سيترام والوقوف على مدى جودتها .
- ✓ معرفة مدى اعتماد مؤسسة سيترام على الجودة في تقديم خدماتها .
- ✓ معرفة مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المقدمة في مؤسسة سيترام.
- ✓ تحليل أكثر العناصر المكونة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال مساهمة في جودة خدمات مؤسسة سيترام.

أهمية الدراسة: تمثلت أهمية دراستنا في:

- تنبع أهمية الدراسة من الأهمية التي تحظى بها تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الوقت الحاضر وما تحققه من قوة وتفوق للمؤسسات الرائدة.
- أصبح التنافس العالمي يمس كل المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والإدارية، نظرا للانتشار السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ،وعليه أصبح مهم جدا تركيز المؤسسات اليوم على تحسين جودة خدماتها لضمان بقائها في الأسواق.
- ضرورة تغيير الأساليب الإدارية التقليدية في المؤسسات لضمان بقائها واستمراريتها .
- حداثة الموضوع كونه يربط بين متغيرات ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن، وبالنظر إلى المزايا العديدة التي يمنحها التطبيق الجيد لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال مسايرة وتتبع المؤسسة للتطورات التكنولوجية .
- يعتبر هذا الموضوع إضافة جديدة، ومساهمة في إثراء المجال المعرفي وتدعيم للباحثين والمهتمين للقيام بدراسات جديدة في مثل هذه المواضيع.

حدود الدراسة: تمثلت حدود الدراسة في:

1.الحدود المكانية: وقع الاختيار في دراسة الحالة على مؤسسة سيترام وحدة ورقلة و التابعة لمؤسسة سيترام الجزائر، والتي تتبنى تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

2.الحدود الزمنية: تبنت مؤسسة سيترام تكنولوجيا المعلومات والاتصال منذ نشأتها إلي يومنا هذا. أما بخصوص فترة التربص كانت من 24 فيفري الى 24 مارس، وبسبب أزمة كورونا امتدت من 1 الى 5 سبتمبر 2020.

3.الحدود النظرية: اقتصرت الحدود النظرية للدراسة على العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وفقا لآراء كل من بيير موسو وجاك شامبو وكريستيان بريت، وتحسين الجودة وفقا لنظريات ادوارد دومنيك او فليب كوتلر.

منهج الدراسة:

نظرا لطبيعة الدراسة والأهداف المسطرة في الكشف عن دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة ،يعد المنهج الوصفي هو الأنسب لدراسة الموضوع وحل الإشكالية، إذ يهتم هذا المنهج بتشخيص ظاهرة

معينة وكشف كافة جوانبها من أجل التعبير عنها كميا وكيفيا،كما اعتمدنا على منهج جزئي من المنهج الوصفي وهو دراسة الحالة وذلك في دراسة مؤسسة سيترام _ورقلة_، وكذلك على منهج تحليل علاقات الروابط في دراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة، وقد تم الاعتماد على الاستبيان والمقابلة والملاحظة كأدوات لجمع البيانات أما المعالجة الإحصائية للبيانات فكانت باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

صعوبات الدراسة: تمثلت أهم الصعوبات فيما يلي:

- صعوبة حصر المفاهيم الخاصة بالموضوع نظراً لأن الموضوع واسع.
- الصعوبة التي تلقيناها في الدراسة التطبيقية بسبب الأزمة الصحية جائحة فيروس كورونا.
- كثرة المراجع الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال والذي أدى إلى صعوبة ضبط المصطلحات التي تساعدنا في إنجاز بحثنا.
- صعوبة في الاتصال بالمؤسسة لتوزيع استمارة الاستبيان.

هيكل الدراسة:

للإجابة على الإشكالية محل الدراسة و التأكد من صحة الفرضيات، قمنا بتقسيم هذا البحث إلى فصلين، يحتويان على:

فيما يخص الفصل الأول خصصناه للأدبيات النظرية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة، حيث قمنا بتقسيمه إلى مبحثين تناول المبحث الأول مفاهيم أساسية حول جودة الخدمة من خلال طرح أهم مفاهيمها وأهميتها وكذا مراحل تحقيقها من طرف المؤسسة وطرق قياسها، كما تم فيه أيضا تناول تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال مجموعة من التعاريف، التطور التاريخي، أهمية وأهداف تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومكوناتها وكذا آثار استخدامها. أما المبحث الثاني خصصناه لطرح الدراسات السابقة التي تناولت موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة ، وذلك باستخراج أهم أوجه التشابه والاختلاف بينها وكذا توضيح مجال الاستفادة منها.

أما فيما يخص الفصل الثاني قمنا بالعرض التطبيقي للمؤسسة محل الدراسة، من خلال تقديمها وتقييم تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة فيها وذلك بالاعتماد على النتائج الإحصائية.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة

تمهيـــــد

يشهد العالم اليوم تحديات كبيرة ومتنوعة، ترتب عنها تطور وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال وانتعاش في المجال الاقتصادي، هذا ما ساهم في نمو المنافسة العالمية في مجال السلع والخدمات والأفكار وانتقال الاقتصاد من الاهتمام بالتصنيع إلى الاهتمام بالخدمات والمعرفة كما وتعاظم دور القطاعات الخدمية.

كل هذا خلق مزيدا من الضغوط وأفرز كثيرا من التحديات أمام المؤسسات من أجل مواجهتها، وهذا ما دفعها إلى تبني الاستراتيجيات والمداخل الحديثة التي تهتم بالجودة و الاستفادة القصوى من معطيات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتدريب الكفاءات البشرية على استخدام هذه الوسائل والاستغلال الأمثل لها لتقديم خدمات أكثر جودة.

ما جعلنا نسلط الضوء في هذا الفصل حول الخلفية النظرية والتطبيقية لجودة الخدمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال ،وفق التقسيم الآتي:

المبحث الأول : الأدبيات النظرية لجودة الخدمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية لجودة الخدمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المبحـــث الأول: الأدبيات النظرية لجودة الخدمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال

في هذا المبحث نستهل البداية في المطلب الأول بتقديم مختلف المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة وأهم مراحل تحقيقها في المؤسسة، كما تطرقنا في المطلب الثاني لنبذة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأشكال استخدامها في المؤسسة وأبعادها، أما المطلب الثالث فتناولنا فيه العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة.

المطلب الأول: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة

أولا: أساسيات حول جودة الخدمة

مفهوم الجودة:

ترجع الأدبيات اللغوية لمفهوم الجودة (Quality) إلى الكلمة اللاتينية (Qualitas) التي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة صلابته، وقديما كانت تعني الدقة والإتقان[1].

أما اصطلاحا، فقد تعددت تعاريف الجودة التي أوردها المنظرون في علوم التسيير، نذكر من بينهم ما يلي:

_ عرف Deming الجودة بأنها "تحقيق احتياجات المستفيد حاضرا ومستقبلا[2] .

_عرف Juran الجودة على أنها "مدى ملائمة المنتج للاستعمال"[3] .أي المعيار الأساسي للحكم على جودة المنتج هو القدرة على تقديم أفضل أداء وأصدق صفات.

مفهوم الخدمة: هناك العديد من التعاريف نذكر منها:

عرفها Christiane Demoulin على أنها «تصّرف أو مجموعة من التصرفات التي تتم في زمن محدود ومكان معّين من خلال وسائل مادية وبشرية لمنفعة معّينة. أو مجموعة من الأفراد بالاعتماد على الإجراءات وسلوكيات منظمة ».[4]

عرَّف PH.kotler الخدمة بأنّها "كلّ نشاط أو إجراء يُمكن لطرف أنْ يقدِّمه لطرف آخر، يكون أساساً غير ملموس، لا ينتج عنه تملك لأيّ شيء".[5]

مفهوم جودة الخدمة: تعددت التعاريف نذكر أهمها:

- عرف (Parasuraman, Zeithaml Berry, 1985) جودة الخدمة بأنها: "مقارنة أداء الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة".

---

[1]- ابن منظور ، معجم لسان العرب ،ط1 ، مطبعة المبرية ،مصر،1300هـ .ص110.

[2]– طلال بن عايد الأحمدي، **إدارة الرعاية الصحية**، مكتبة الملك فهد الوطنية،الرياض 2004 ،، ص 126.

[3]– محفوظ أحمد جودة، **إدارة الجودة الشاملة، مفاهيم وتطبيقات**،ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن , ص 19.

[44] -Dumoulin et Jean-Paul ,"**Entreprise de service"** 2em tirage, les éditions d organisations , Paris, 1998 ,p20.

[5]– هاني حامد الضمور ، **تسويق الخدمات** ، ط 3 ،دار وائل للنشر ، عمان ، 2005 ، ص18

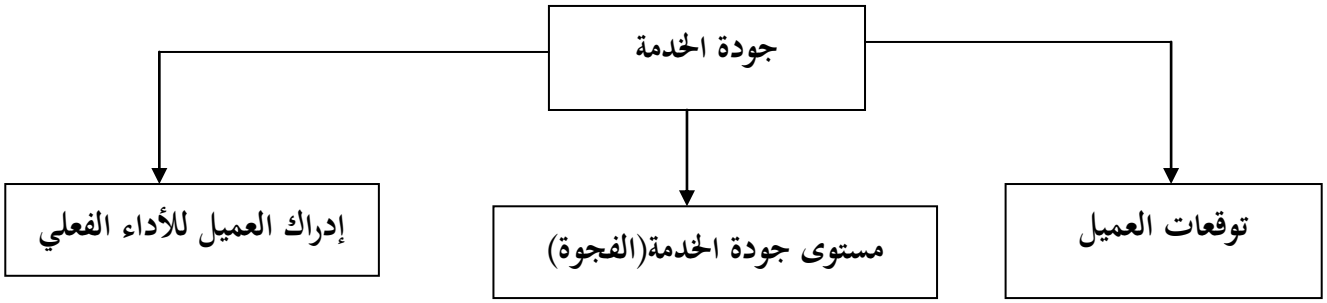
- بينما عرفت جودة الخدمة من قبل (Edwardsson, 1998)؛كدرجة إمكانية مقابلة توقعات العملاء وتحديد حاجاتهم ورغباتهم.[1]

- يقصد بجودة الخدمة نوعية الخدمات المقدمة والمتوقعة والمدركة التي تمثل المحدد الرئيسي لرضا المنتفع أو عدم رضاه.[2]

ومما سبق يمكن القول أن جودة الخدمة تعتبر مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة لتقابل توقعات العملاء. وأن الجودة التي يدركها العميل للخدمة هي الفرق بين توقعات العميل لأبعاد الجودة وبين الأداء الفعلي، الذي يعكس مدى توافر هذه الأبعاد بالفعل.

والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل(01-01): مفهوم جودة الخدمة



المصدر: قاسم نايف علوان المحياوي ،**إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو،9001 :2000**،ط1،دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.ص90.

إن جودة الخدمة تتوقف بالأساس على مدى التوافق بين ما يرغب فيه العميل وما يحصل عليه فعليا. فتوقعات العميل للخدمة إذا تطابقت مع ما يقوم مقدمي الخدمة بإنجازه وتقديمه فإنه حتما ستكون هناك جودة خدمة، تؤدي إلى حصول الرضا لكلا الطرفين وكذا استمرار الاتصال والعلاقة بينهما.

[1]- بن طاطة عتيقة، **أثر نظام المعلومات على تحسين جودة الخدمات البنكية ،دراسة ميدانية في البنوك الجزائرية** ،مجلة الاقتصاد والمالية العدد02، ،جامعة معسكر _الجزائر_، 2018 ، ص 237.

4- واعر وسيلة " **دور الحكومة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات الحكومية**" حالة وزارة الداخلية و الجماعات المحلية، الملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة بقطاع الخدمات ،جامعة جامعة الحاج لخضر باتنة _ الجزائر-2012/2011.ص11.

أهمية جودة الخدمة : لجودة الخدمة أهمية كبيرة لأنها تعتبر أهم مداخل تحقيق الميزة التنافسية وتعتبر هدفا استراتيجيا تسعى المؤسسات لتحقيقه، من خلال تحسينها لخدماتها المقدمة والذي يؤدي لتحقيق رضا العملاء. كما تبرز أهميتها من خلال ما يأتي:

_ تحقيق رضا العميل من خلال الفهم الجيد لرغباته؛

_ ازدياد المنافسة، وذلك لزيادة عدد المؤسسات الخدمية وبالتالي وجب على المؤسسة الاعتماد على جودة الخدمة مما يكسبها ميزة تنافسية و يضمن لها البقاء والاستمرارية[1]؛

_تقليل المنتجات المرفوضة، وذلك بترجمة ادراكات العملاء إلى مواصفات جودة تساعد على تقديم خدمة ذات جودة وخالية من الأخطاء؛

_تساعد جودة الخدمة على تحسين المنتجات المقدمة؛

_ الاستخدام الجيد للموارد وبالتالي تقليل التكاليف عموما؛

_ تساهم جودة الخدمة في رفع الحصة السوقية وذلك عن طريق الاهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة حتى تتمكن المؤسسة من المحافظة على العملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.[2]

وعليه فإن أهمية جودة الخدمة تتبلور حول الفهم الجيد لحاجات ورغبات العميل بالدرجة الأولى ،وبالتالي تحقيق الجودة عن طريق تقديم منتجات تتوافق مع رغباته لكسب رضاه وولائه مما يكسب المؤسسة ميزة تنافسية ويضمن لها البقاء والاستمرارية.

ثانيا: مراحل تحقيق جودة الخدمة

هناك العديد من الأساليب التسييرية والتي نذكر أبرزها وأكثر شمولا لكل الأساليب الضمنية وهي[3]:

1. **وجود تعهد أو التزام حول جودة الخدمة:** لتحقيق الفعالية والنجاح في برامج جودة الخدمة أو العناية بالعملاء تتطلب إحداث تغيير جذري في ثقافة المؤسسة، بدءا من الإدارة العليا إلى المستويات التنفيذية ويتطلب ذلك توافر أنماط قيادية فعالة يتوافر فيها:

_ رؤية واضحة لأهداف النشاط والمؤسسة؛

---

[1]- مراد موسى عبد الجبوري ،**متطلبات حوكمة تقنية المعلومات ودورها في تحسين جودة الخدمات: دراسة حالة في المديرية العامة لإنتاج الطاقة الكهربائية، صلاح الدين** ،المجلة العربية للإدارة، مج 36 ،1 العراق، يونيو(حزيران) 2016،ص ص 132.133

[2]- بوعنان نور الدين، **جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيكدة** ،مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص :علوم التسيير ،جامعة محمد بوضياف _المسيلة _الجزائر 2007/2006ص66.

[3]- فليسي ليندة ، **واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز –دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة أمحمد بوقرة "بومرداس"–** مذكرة ماجستير غير منشورة،بومرداس،الجزائر2012/2011 ص 54 55.

_ الإيمان بالتميز والقدرة على تحقيقه؛

_ الحماس والولاء؛

حيث تمثل القيادة الفعالة حجر الأساس في نجاح برامج جودة الخدمة.

2. **تنمية ثقافة تنظيمية تدعم الجودة:** حتى تحقق المؤسسة التميز في الخدمة يتطلب أن تصبح الجودة شعارا يؤمن به جميع العاملين ويسعون إلى التطبيق العملي له، وهو ما يعكس وجود ثقافة تنظيمية قوية تتوفر على درجة عالية من الاعتمادية وخلو الممارسات من الأخطاء وتوليد الاتجاه نحو شعار " أداء الخدمة على الوجه الصحيح من أول مرة".

3. **استقطاب أفضل الكفاءات وتنمية فرق الجودة** :إن استقطاب أفضل الكفاءات يساعد المؤسسة على وضع معايير وبرامج تحسين جودة الخدمة ،وحل ثلث مشكلات الجودة التي تنحصر في ضعف مهارات مقدمي الخدمة وافتقادهم للرغبة في العمل. وكذلك على المؤسسة تنمية فرق الجودة عن طريق :تنمية روح التعاون بين العاملين بدل من التنافس وشعورهم أيضا بالمسؤولية تجاه بعضهم البعض، وكذلك إحساسهم بالانتماء للمؤسسة. [1]

4. **تحديد حاجات العملاء** : وذلك بالاستخدام المستمر للدراسات والبحوث مما يساعد المؤسسة على تجميع المعلومات وفهم توقعات العملاء للخدمة وتقييم الأداء الفعلي لها، حيث تمثل عملية التعرف على دور الخدمة وأبعادها والتعرف على توقعات العملاء وتساعد البحوث والدراسات المنظمة بصفة عامة في :

_ معرفة ووضع معايير جودة الخدمة؛

_ تقييم الأداء الفعلي للخدمة بالمقارنة مع المنافسين.

5. **إثارة انتباه العملاء وخلق الرغبة لديهم** : إن عملية جذب العملاء وخلق الرغبة لديهم تعتمد على المهارات التي يبديها مقدم الخدمة، فهي تعتبر بمثابة مثير يؤدي إلى إيقاظ الرغبة لدى العملاء من أجل الحصول على الخدمة التي يريدونها ويكمن جوهر هذه المهارات في [2]:

_ الاستعداد النفسي والذهني لمقابلة العملاء؛

_حسن المظهر وحسن التعامل كالترحيب والابتسامة؛

---

[1]- سلطان كريمة، **طرق تحسين جودة المنتوج الصناعي وأثرها في تخفيض التكاليف دراسة حالة المؤسسة الوطنية للعصير والمصبرات Sijico وحدة رمضان جمال** ،مذكرة ماجستير غير منشورة تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسة، سكيكدة ،الجزائر 2007/2006.ص50.

[2]- حضير كاظم محمود، **إدارة الجودة**، ط1 ،إدارة ا لمسيرة للنشر والتوزيع و الطباعة .عمان، 2002 ،ص217

_إظهار الروح الايجابية نحو العملاء بغض النظر عن الجنس، العمر، المظهر...؛

_الدقة التامة في عرض الخدمة بالتركيز على خصائصها ووفرتها؛

_الاستعداد التام للإجابة على استفسارات العميل بكل موضوعية ودقة؛

_التركيز على أن المؤسسة تبدأ بالعميل وتنتهي به في توفير الخدمة.

6. **إقناع وتعليم العميل عن الخدمة** : إن عملية إقناع العميل تتطلب إقناع العاملين بالدرجة الأولى بالنظر إليهم على أنهم عملاء داخليين وإلى وظائفهم بأنها منتجات داخلية، وبالتالي بيع تلك الوظائف للعاملين وإقناعهم بها مما يؤدي إلى تحقيق الرضا بين العاملين، و بالتالي عملية إقناع العميل الخارجي تتطلب من مقدم الخدمة العديد من الجهود السلوكية القادرة على خلق قناعة لدى العملاء عند تقديم الخدمات، وكذلك معالجة الاعتراضات التي يبديها العميل عند الشراء عن طريق :

_الاستماع للعميل وإظهار الاهتمام به وتدوين ملاحظاته؛

_تعريفه بوقت وكيفية استخدام الخدمة ، وتعليمه بانجاز بعض الخدمات بنفسه لتجنب مخاوفه من استعمالها؛

_التقليل من عملية النفي المباشر مع الاعتماد عليه في الحالات التي لا مفر من اللجوء إليه، وفي استحالة التعامل مع العميل يجب إنهاء المقابلة بشكل لبق [1].

7. **تحليل شكاوي العملاء وسرعة التصدي لها** : تعتبر عملية تحليل شكاوي العملاء أداة رئيسية للتعرف على أداءهم ومدى رضاهم على مستويات الخدمة المقدمة. وغالبا ما يكشف هذا التحليل بعض الجوانب الهامة مثل المعايير التي يستخدمها العملاء للحكم على جودة الخدمة ونواحي الضعف في الأداء وتوقعات التحسن، ومن ثم توفير قاعدة من المعلومات التي تفيد في رسم السياسات التي تساعد على تحسين الجودة.

وفي دراسة أجريت عام 1988في بعض المنظمات الخدمية عن أسلوب التعامل مع الشكوى واحتمالات إعادة الشراء. وكانت نتائجها كما يلي :

[1]- فليسي ليندة ،مرجع سابق ،ص 53.

الجدول(01-01): نوايا إعادة الشراء عند وجود الشكوى

أسلوب التعامل مع الشكوى	احتمال إعادة الشراء
وجود شكوى لم يتم الإفصاح عنها	%9
تقييم شكوى لكنها لم تحل	%19
حل شكوى بالأساليب العادية	%54
حل الشكوى بسرعة	%83

المصدر: عبد العزيز أبو نبعة ،تسويق الخدمات المتخصصة ،الوراق للنشر والتوزيع،ط1،الأردن،2005،ص28

وبالتالي كلما زادت سرعة التصدي لشكاوي العملاء كلما زاد احتمال إعادة الشراء.

إن تحقيق جودة الخدمة هدف تسعى أي مؤسسة خدماتية للوصول إليه، لذا تحرص العديد من المؤسسات على تطوير وتحقيق مستوى عالي من الجودة بإتباع مجموعة من المراحل: كتنمية ثقافة تنظيمية تدعم الجودة وتنمية مهارات مقدمي الخدمة وتدعيم فرق الجودة للاستعداد التام لتلبية رغبات العميل بدقة وإظهار الاهتمام به ،وذلك من خلال تحليل شكاويه وسرعة التصدي لها والتركيز على أن المؤسسة تبدأ بالعميل وتنتهي به في توفير الخدمة. ومنه نستنتج أن هذه المراحل متكاملة فيما بينها فلا يمكن الانتقال إلى مرحلة دون المرور بسابقتها ،فمدخلات مرحلة هي مخرجات المرحلة التي سبقتها.

ثالثا: طرق قياس جودة الخدمة وصعوباتها

1-1أهمية قياس جودة الخدمة: تتيح عملية قياس جودة الخدمات في المؤسسات العديد من المزايا لعلى من أهمها:

_ معرفة الأفراد ذوي معدلات الأداء المرتفع وذوي الأداء المنخفض وذلك ليتسنى للمنظمة مكافأة المتميز أو دفع الآخرين لتحسين أدائهم؛

_ معرفة ما يحتاجه العملاء وإذا كانت الإجراءات المتخذة من طرف المنظمة مناسبة لهم أم لا؛

_إن قياس الأداء الفعلي وفق معيار محدد سلفا يساعد في تقييم جودة الخدمة ،والتعرف على الأسباب التي تحول دون الوصول إلى هذا المعيار في حالة نقص النتائج المحققة فعلا عن النتائج المرجوة وبناءا على ذلك يتم اتخاذ قرارات التغيير أو التطوير اللازمة لتحسين الموارد المتاحة وتحقيق لأقصى عائد للخدمات بأقل تكاليف.

1-2طرق قياس جودة الخدمة :أجمع المختصين حول وجود طريقتين لقياس جودة الخدمة، تمثلت في طرق قياس مباشرة وأخرى غير مباشرة.

- **طرق القياس المباشرة:**

- **الملاحظة المباشرة:** يعتمد هذا الأسلوب على قيام الإدارة بعملية قياس جودة الخدمة عن طريق الاحتكاك المباشرة بالعملاء وملاحظة ردود أفعالهم ،وكذا ملاحظة أداء مقدمي الخدمة أثناء عملهم ومثال على ذلك : توجيه أسئلة مباشرة للعملاء عن مدى رضاهم عن مستوى الخدمة عموما.

- **الاستقصاء:** وبموجب هذه الوسيلة تأخذ عينة محددة تمثل جميع أفراد المجتمع ويتم اختيارها إما بطريقة عشوائية أو قصدية. حيث توزع على أفرادها استمارة الاستقصاء وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة حول الموضوع المراد معرفة أداء هذه الفئة فيه، وتعد هذه الأسئلة بطريقة واضحة حتى يسهل على الأفراد الإجابة عليها، ومن ثم تقوم أجهزة متخصصة بتبويب الإجابات وتحليل المعطيات للحصول على النتائج وتسييرها وعليها تأخذ الإجراءات المناسبة[1].

- **طرق القياس غير المباشرة:**

- **مقياس تحليل الفجوات:**

يستند هذا المقياس على تحديد توقعات العملاء لمستوى الخدمة وإدراكا تهم للخدمة المقدمة بالفعل، ومن ثم تحديد الفجوة بين هذه التوقعات والإدراكات. وعليه فإن التحدث عن هذا المقياس يجعلنا نشير لمفهومين أساسيين في جودة الخدمة:

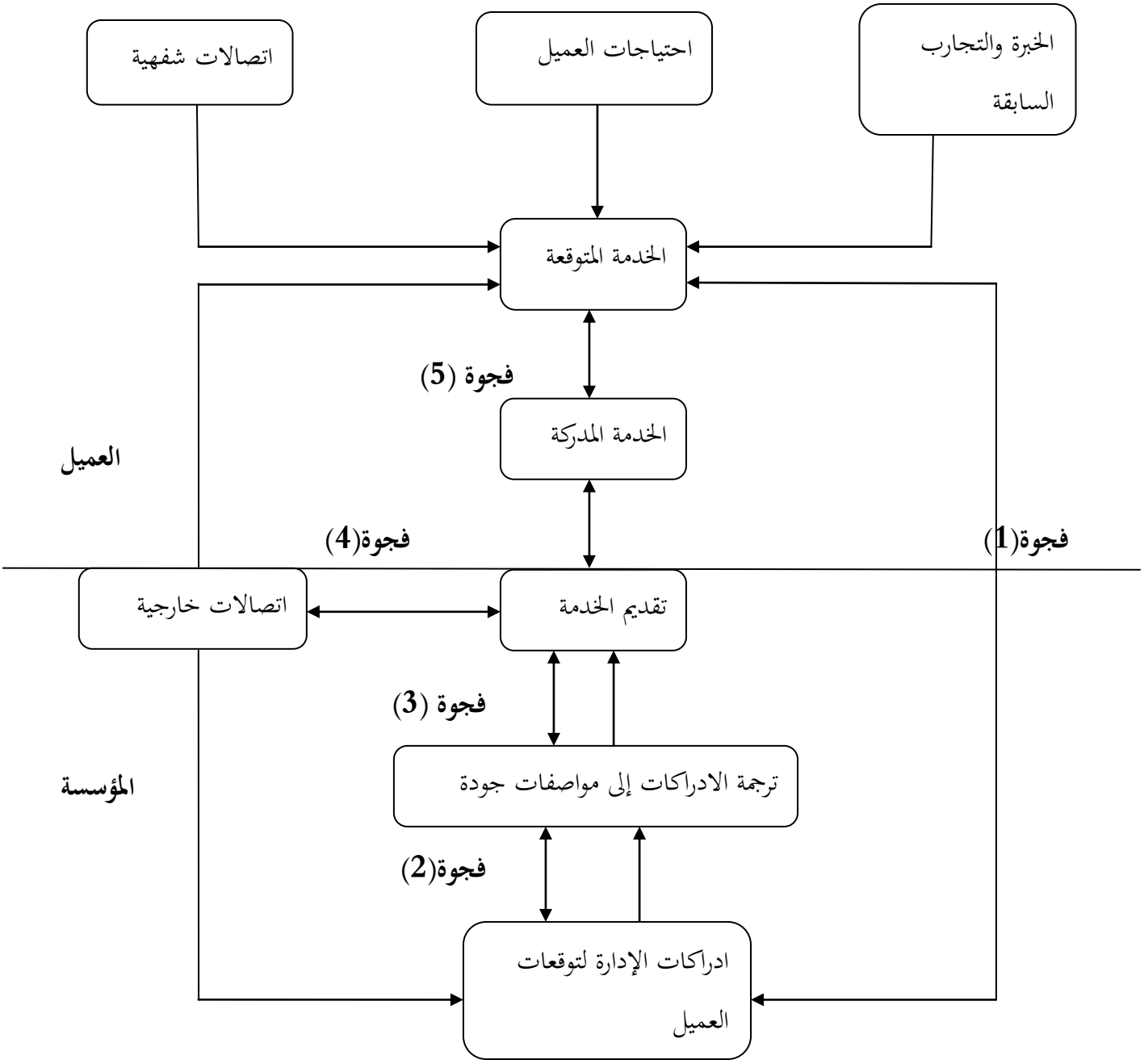
_ **توقعات العميل:** تتمثل فيما يتوقعه العميل من الخدمة المقدمة.

_ **إدراكات العميل:** تمثل الخدمة كما قدمت له فعليا.

والشكل الموالي يوضح نموذج تحليل الفجوات:

[1] – أوغيدني هدى ،**اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة دراسة ميدانية بالمؤسسة المينائية E.P.S بسكيكدة**، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة باجي مختار – عنابة ،الجزائر 2009/2008ص 110.109

الشكل (01-02):نموذج تحليل الفجوات



La sourse**:** Philip kotler et Bernard Dubois**, Marketing management**, 12 édition (Person éducation, paris 2006) p47.

أما الفجوات التي يمكن أن تستخلص من هذا النموذج ،فتتمثل فيما يلي :

❖ **الفجوة الأولى:** وتنتج عن الاختلاف بين ما يرغب به العملاء وما تعتقد المؤسسة أنه رغبة العملاء، وفي حالة وجود فجوة سلبية، فإن هذا يشير إلى عجز المؤسسة عن معرفة وتفهم حاجيات ورغبات العملاء ،ويرجع ذلك لقلة بحوث التسويق أو الترجمة غير الصحيحة لنتائج دراسات السوق[1].

❖ **الفجوة الثانية:** وتنتج عن الاختلاف بين ما تعتقد المؤسسة أنها رغبة العميل وبين ما تقوم المؤسسة بأدائه فعليا، وفي حالة وجود فجوة سلبية، فهذا يعني أنه بالرغم من إدراك المؤسسة لتوقعات العملاء فإنه لم يتم ترجمة هذه التوقعات إلى مواصفات محددة فعلية في الخدمة المقدمة للعملاء. ويرجع السبب في ذلك لعدم مقدرة الإدارة على تبني فلسفة الجودة في الخدمة.

❖ **الفجوة الثالثة:** تظهر بسبب الاختلاف بين المواصفات المحددة للجودة وبين مستوى الأداء الفعلي، وفي حالة وجود فجوة سلبية، فهذا يعني أن هناك اختلاف بين مواصفات الخدمة المقدمة للعملاء وبين ما تدركه المؤسسة، وذلك بسبب تدني مستوى الأداء والمهارات الخاصة بمقدمي الخدمات أو عدم وجود الدافعية عندهم لتقديم الخدمة وفق المواصفات المخططة.

❖ **الفجوة الرابعة:** وتنتج عن الاختلاف بين أداء الخدمة وما يتم الترويج عنه بخصوص الخدمة ،وفي حالة وجود فجوة سلبية، فهذا يشير إلى وجود خلل في المصداقية والثقة في المؤسسة، وذلك بسبب استخدامها حملات إعلانية مضللة تعمل على إعطاء وعود للعملاء أكبر مما يمكن للمؤسسة تقديمه. لذلك على المؤسسات خلق توقعات واقعية لدى العملاء.

❖ **الفجوة الخامسة:** وتمثل الفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، وتكون هذه الفجوة إما ايجابية أو سلبية حسب انطباعات العملاء عن مدى رضاهم عن الخدمة المقدمة أم لا.

وبالتالي فعندما تكون أي فجوة من الفجوات السابقة كبيرة فإن الخدمة غالبا ما تكون ذات جودة منخفضة ورديئة والعكس صحيح. إذا كلما تقلص وانكمش حجم الفجوات فإن جودة الخدمة بدأت في التحسن.

[1]- نذير بباز، **تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون في قطاع الاتصالات – دراسة حالة عينة زبائن– موبيليس–** مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر غير منشورة ،جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ،الجزائر 2018/2017 ص29.

مقياس الأداء الفعلي للخدمة :

يرتكز هذا المقياس على رفض فكرة وجود فجوة في تقييم جودة الخدمة، حيث نجد أنه يركز على تقييم العميل للأداء الفعلي للخدمة دون مراعاة توقعات العميل لجودة الخدمة، باعتبارها صعبة الفهم وصعبة القياس في الواقع العملي.[1]

يتميز هذا المقياس بالبساطة والسهولة في الاستخدام، فكل ما يتطلبه من العميل هو تقييم جودة الخدمة على مقياس ليكارت (الثلاثي، الخماسي...) .وعلى الرغم من هذا إلا أنه لم يسلم من الانتقادات ويتمثل أهمها في:

_ إهماله توقعات العملاء في قياس مستوى جودة الخدمة.

_ عجزه على مساعدة المؤسسة في معرفة نقاط القوة والضعف على مستوى جودة الخدمة المقدمة والتي تعود لعدة جوانب وليس إدراكات العميل فقط.

وعليه لا تكاد تخلو أي طريقة من طرق قياس جودة الخدمة من الانتقادات والعيوب. إلا أن أفضل الطرق المستخدمة هي نموذج تحليل الفجوات لأن هذا الأخير يحدد الفجوة بين توقعات العملاء وادراكاتهم الفعلية وهو التطبيق الأدق لجودة الخدمة، كذلك يعتمد على طبيعة الفجوات المرتبطة بتصميم الخدمة وتسويقها وتقديمها.

1-3 صعوبات قياس جودة الخدمة :تواجه المؤسسات الخدمية صعوبة في قياس جودة خدماتها وذلك يرجع لعدة أسباب منها:

_ إن الخدمات في مضمونها غير ملموسة لا يستطيع طالب الخدمة أن يعرف طبيعتها إلا بعد اقتناءها [2]؛

_ مشاركة العملاء في إنتاج الخدمة كخدمة الصحة والتعليم، وغالبا ما نجد بعض الخدمات في أمس الحاجة إلى معلومات دقيقة من العملاء لمعرفة احتياجاتهم بدقة وعدم وعي بعض العملاء يتطلب توفر مهارات لدى مقدمي الخدمة لفهم احتياجاتهم؛

_صعوبة إيجاد مقياس ثابت لقياس جودة الخدمة سواء كانت خدمات لفترة محدودة (خدمات قانونية)،أو خدمات لمدى الحياة (التعليم، الصحة)؛

_ صعوبة تسيير الخدمة لحظة طلبها من الزبون؛

---

[1]- بن أحسن ناصر الدين ،**مكانة الجودة في المؤسسة الخدمية دراسة حالة :مؤسسة خدمية جزائرية**،مذكرة ماجستير غير منشورة ،جامعة العقيد الحاج لخضر –باتنة– الجزائر2009/2008ص84.

[2]- فليسي ليندة، مرجع سابق،ص60.

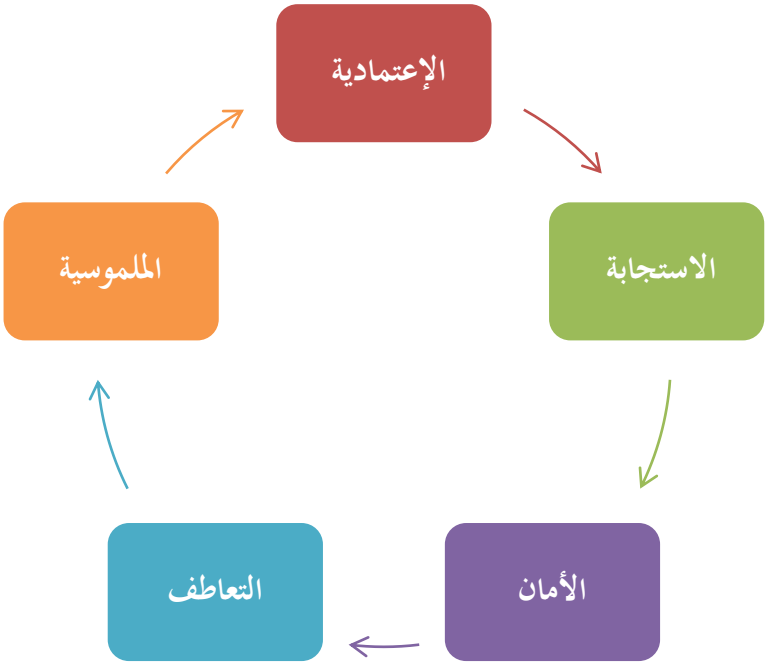
ـ صعوبة توافر الثقة المتبادلة بين المجهز والزبون[1].

وعليه فإن أهم صعوبات قياس جودة الخدمة ترجع إلى طبيعتها الغير ملموسة وعدم الفهم الجيد لرغبات العميل ،وذلك يعود لاختلاف أذواق ورغبات الأفراد مما يصعب على المؤسسة توفير الخدمة التي تتوافق مع احتياجاته ،كما أنه لا يمكن معرفة خصائص الخدمة إلا بعد اقتنائها وبالتالي نجد بعض العملاء لا يملكون جرأة اقتناء الخدمة لأول مرة.

رابعا: أبعاد أو مكونات جودة الخدمة

توصل مجموعة الباحثين إلى أبعاد رئيسية لجودة الخدمة، والشكل الموالي يوضح هاته الأبعاد:

الشكل(01-03): أبعاد جودة الخدمة



المصدر: من إعداد الطالبتان استنادا إلى المراجع السابقة

[1] – شكيكن زهرة و حوموناش حنان ،**دراسة جودة الخدمة الصحية في المؤسسة العمومية الاستشفائية –دراسة حالة المؤسسة الاستشفائية بسيدي بوعبيدة– مذكرة ماستر غير منشورة ، جامعة خميس مليانة،الجزائر،2015/2016**،ص13.

1.**الاعتمادية:** تشير إلى قدرة مزود الخدمة على إنجاز أو أداء الخدمة الموعود بها بشكل دقيق، فالعميل يتطلع إلى مزود الخدمة بأن يقدم له خدمة دقيقة من حيث الوقت والإنجاز، تماما مثلما تم وعده بذلك[1].

2.**الاستجابة:** ويتضمن هذا البعد أربعة جوانب ،تقيس اهتمام المؤسسة بإعلام عملائها بوقت تأدية الخدمة و حرص موظفيها على تقديم الخدمات الفورية لهم ،والرغبة الدائمة لموظفيها في إعانتهم وعدم انشغال الموظفين عن الاستجابة الفورية لطلباتهم[2].

3.**الأمان (الثقة):**خلق وكسب الثقة، حيث تعد الثقة بشكل عام عنصرا أساسيا ومهما للعلاقات التبادلية الناجحة، فهي تمثل الرغبة والاستعداد واعتماد الطرف الأخر في تبادل تجاري معين يضع فيه العميل ثقته الدائمة[3].

4.**التعاطف:** ويقصد بالتعاطف الرعاية والاهتمام الفردي الذي تبديه المؤسسة تجاه العملاء، من خلال الموظفين فيها وقدرة الموظفين على إظهار اللباقة والاحترام لطالبي الخدمة، وفي هذا البعد يتم التركيز أيضا على قياس ملائمة الجو العام داخل المؤسسة لاحتياجات المستفيدين بالنسبة(لساعات العمل)[4].

5.**الملموسية:** غالبا ما يتم تقييم جودة الخدمة من قبل الزبون في ضوء مظهر التسهيلات المادية مثل :

(المعدات و الأجهزة و الأفراد...)

من خلال ما سبق نلاحظ أن الجودة ما هي إلا محصلة لمجموعة من الأبعاد الاستراتيجية، وحتى تقدم المؤسسات خدمة تتوافق مع رغبات العملاء لابد من الاعتماد على هاته الأبعاد (الاعتمادية، الأمان ،الاستجابة، التعاطف، الملموسية) لأنها المؤشر الرئيسي التي يعتمد عليه العملاء في الحكم على جودة الخدمة المقدمة. من خلال قدرتها على الوفاء بالوعد في الأجل المحدد بالأداء المطلوب، كذلك استقبال العميل بحسن المظهر ولباقة، وتقديم تسهيلات مادية، وإظهار الاهتمام به من خلال الفهم الجيد لحاجاته وسرعة في تنفيذ المعاملات لكسب ثقة ورضا العميل للوصول إلى ولائه.

---

[1] – مصعب مشقق، **دور الموقع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات التعليمية من منظور طلبة كلية العلوم الاقتصادية جامعة محمد بوضياف المسيلة**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر غير منشورة في علوم التسيير، المسيلة،الجزائر،2018/2017.ص24.

[2] – بوزيان حسان، **أثر جودة الخدمة على رضا الزبون دراسة حالة بمؤسسة اتصالات الجزائر بمدينة العلمة**، مجلة رؤى الاقتصادية ،العدد السادس، جامعة قسنطينة2،الجزائر2014.ص65.

[3] – محمد خثير ، أسماء مرابحي، **العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون في المؤسسة** ، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال –المجلد03–العدد04، خميس مليانة،الجزائر2017 ،ص32.

[4] – سامر قاسم، **أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية دراسة ميدانية على فروع المصرف التجاري السوري باللاذقية** ،مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية–سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (37)العدد(2) سوريا،2015 ص118.

المطلب الثاني: الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

سنحاول في هذا المطلب توضيح مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال، من خلال الإحاطة بكل جوانبه التاريخية و المفاهيمية وخصائصها ومكوناتها وكذا أهم آثارها.

أولا : مدخل إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال

1) نبذة عن تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

يعد العالم الذي نعيش فيه رهين التغير و التطور السريع، مما يعجزنا عن رصد التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال بشكل دقيق، و لكن الأمر المسلم به هو أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال إنما هي ثمرة تطورات عبر الزمن يمكن اختصارها فيما يلي[1]:

- **مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الأولى**: منذ حوالي 3600 قبل الميلاد، تم اختراع الكتابة و مختلف وسائط حفظ المعلومات، فاستطاع السومريون الكتابة على الطين اللين مما أنتج إنهاء عهد المعلومات الشفهية التي تندثر بمجرد وفاة الإنسان، أو ضعف قدراته الذهنية .
- **مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الثانية** :عصر ظهور الطباعة إذ يعد الألماني" **غوتنبرغ** " بطل هذه الفترة في القرن 16 والفاعل الأساسي في نشر المعلومات والاتصالات، وذلك بكثرة مطبوعاته و نشرها من جهة، وظهور عصر التنوير من جهة أخرى، ما أعطى لأوروبا حق الأسبقية في التقدم على العالم بثلاث قرون.
- **مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الثالثة** : لقد كان اكتشاف التلغراف 1937 ردة فعل حتمية لنظم الاتصال، بغية توفير فعالية أكبر في تبادل المعلومات وذلك إبان ظهور الثورة الصناعية، ثم اكتشف "**جراهم بل**" الهاتف من خلال قوة وسرعة التيار الكهربائي في نقل الصوت عبر الأسلاك النحاسية، وتوالت الاختراعات في مجال الاتصال كجهاز الفوتوغراف في القرن التاسع عشر عن طريق **T. Edison**،وظهر على التوالي القرص المسطح بفضل **Berliger** واكتشاف**Marconi**
- **مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الرابعة** :تميزت باختراع الحاسوب وتطور مراحل أجياله المختلفة، وما له من أثر ايجابي على حركة تدفق المعلومات عبر وسائل اتصال التي لها صلة بالحواسيب.
- **مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الخامسة** :والتي بدأت من النصف الثاني من ق 20 حتى يومنا هذا

[1] – طوهري فاطمة، **أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية –دراسة حالة شركة إنتاج الكهرباء بتيارت–** مذكرة ماجستير غير منشورة ،جامعة وهران،الجزائر،2015/2014،ص ص 11 12.

،وهي تعتمد بالدرجة الأولى على اكتساح الأقمار الصناعية وشبكات الألياف الصوتية ذات السرعة الفائقة في عالم المعلومات في نقل الأنباء، البيانات، الصور. كنتيجة حتمية للترابط الهائل بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة وتكنولوجيات الاتصال المختلفة وخير برهان على ذلك استخدام الانترنت كأداة تختصر العالم بأسره في حروف ثلاث(www).

وهنا يمكننا القول أن كل مرحلة من المراحل السابقة تعد تمهيد لتربة مرحلة مواكبة لها، وبالرغم من أنها تجربة اجتاحت مدة زمنية معتبرة إلا أنها ومضة عين لما حققته تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومازالت تحققه كوننا نعيش أسرى لواقع متغير مبني على التوقعات والاحتمالات ، وهذا ما يفسر وجود تباين كبير في تحديد المفهوم الدقيق لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، الأمر الذي أدى إلى وجود العديد من وجهات النظر التي تبين مفهومها وسوف نعرض بعض التعاريف التي رأينا أنها الأكثر تعبيرا عنها ،مرورا بمفاهيم عامة حول كل من التكنولوجيا و المعلومات والاتصال .

أ) **مفهوم التكنولوجيا:** تعتبر التكنولوجيا من أحدث الأدوات للمنظمات و الإدارات بل حتى الحكومات و أصبح مفهومها مرتبط بتطور و تقدم المجتمعات، فهي تعتبر الأداة الأكثر مساهمة و بطريقة مباشرة في بناء مجتمع جديد ينطوي على أساليب وتقنيات جديدة.

– **تعريفها:** حيث تنقسم كلمة تكنولوجيا إلى قسمين "تكنيك" والذي معناه" **الطريق** "أو" الوسيلة "و"لوجي" التي تعني" **العلم**"، ويكون معنى الكلمة كلها "**علم الوسيلة** "والذي بها يستطيع الإنسان أن يبلغ مراده.

كما تعرف أنها: "التطبيق العملي للاكتشافات العلمية والاختراعات وخاصة في مجال الصناعة التي يتمخض عنها البحث العلمي".[1]

ب) تعريف المعلومات:" المعلومات هي البيانات التي تم إعدادها لتصبح في شكل أكثر نفعا للفرد مستقبلها والتي لها قيمة محركة في الاستخدام الحالي أو المتوقع أو في القرارات التي تم اتخاذها[2] ."

ج) تعريف الاتصال: تناولت الكثير من الدراسات موضوع الاتصال منذ ظهور هذا المصطلح إلى الآن ،وسنحاول الآن تقديم أهم التعاريف التي أحاطت بمفهوم الاتصال:

---

[1] – حورية بلعويدات، **استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق GRTG–قسنطينة–** مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2008/2007، ص19.

[2] – بوحسان سارة كنزة،**الآثار الفعلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطبيقات تسيير الموارد البشرية في المؤسسة دراسة حالة مؤسستي «nedjma»و «mobilis»قسنطينة**، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة منتوري، الجزائر، 2012/2011 ،ص9.

حيث يرجع أصل كلمة" اتصال communication إلى الكلمة اللاتينية communis أي " مشترك أو عام"، وعليه فإن الاتصال عملية تتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكرة أو سلوك .

ويعرف الاتصال اصطلاحا على أنه :" نقل الأفكار والمشاعر والمعلومات والتأثيرات".

كما يعرف بأنه" عملية مستمرة تتضمن قيام أحد الأطراف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى رسالة شفوية أو مكتوبة تتنقل من خلال وسيلة اتصال إلى الطرف الأخر".[1]

تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة ما هي إلا مجموعة التكنولوجيا المترابطة والمتصلة فيما بينها، ترتكز عادة على الحاسوب و لها قدرة هائلة على رقمنة و معالجة، من ثم تناول و تحويل المعطيات بكميات غير محدودة و بطرق متنوعة[2].

-كما تعرف بأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تشير إلى جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل الكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات[3] .

وهي "عبارة عن تلك الأدوات التي تستخدم لبناء نظم المعلومات، التي تساعد الإدارة على استخدام المعلومات لدعم احتياجاتها في مجال اتخاذ القرارات والعمليات التشغيلية في المؤسسة، وتتضمن تكنولوجيا المعلومات البرامج التقنية

والبرامج الجاهزة وقواعد البيانات، وشبكات الربط بين العديد من الحواسيب وعناصر أخرى ذات علاقة.[4]

ومن خلال التعاريف السابقة يتبين لنا أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي مجموعة من الأدوات التقنية الحديثة والمتطورة، تعمل على جمع وتخزين ومعالجة المعلومات واسترجاعها وإيصالها باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة.

---

[1]- مفتاح محمد ديات ، **معجم مصطلحات نظم وتكنولوجيا الاتصال** ، الدار الدولية للنشر ، القاهرة ، مصر ، 1995 ، ص35

[2] -Bekkali Meriem , **comment améliorer la gestion des ressources humaines à travers l'intégration des nouvelles technologies de l'information et de la communication, cas de l'Office National Des Aéroports** , Note principale non publiée,maroc.2003.P37

[3]**–** معالي فهمي حيضر، **نظم المعلومات– مدخل لتحقيق الميزة التنافسية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر،2002 ، ص253.

[4]- نعورة بوبكر ، **دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحسين جودة خدمة التعليم العالي**، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية ،العدد التاسع، جامعة الوادي، 2016،ص261.

2) خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال: وتتمثل فيما يلي:

- **اللامركزية:** هذي الخاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال. فالإنترنت تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة في العالم أن تعطل الانترنت.
- **قابلية التوصيل:** بمعنى إمكانية الربط بين أجهزة الاتصال المختلفة الصنع، وبغض النظر عن الشركة أو البلد المنتج لتلك الأجهزة[1].
- **قابلية التحرك:** أي يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته من أي مكان عن طريق وسائل متعددة منها؛ الهاتف النقال، الحاسب الآلي النقال...
- **اللاتلازمية:** أي استقبال الرسالة في الوقت الذي يناسب المستخدم، فأطراف عملية الاتصال غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.[2]
- **قابلية التحويل:** بمعنى إمكانية نقل المعلومات من وسيط لآخر كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مقروءة أو مطبوعة.
- **تقليص الوقت:** تمكنت تكنولوجيا المعلومات والاتصال من اقتصار الوقت والمكان، وخير دليل على ذلك شبكة الانترنت التي تسمح لأي أحد بالحصول على المعلومات التي يريدها في أي وقت كان بغض النظر عن موقعه الجغرافي.

وعليه فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال ترتكز على العولمة، التي بدورها تفعل هذه التكنولوجيات لأنها تستعمل فضاء أكبر في أي مكان في العالم، كما سمحت لها لا مركزيتها بازدهارها في البيئة العالمية خاصة في التبادل التجاري الذي يسمح بتجاوز مشكل الزمن والمكان.

3)أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

تكمن أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال فيما يلي[3]:

- مساهمتها الجادة لتعزيز عناصر الميزة التنافسية للمؤسسات، إذ تتوسع الأعمال وتنخفض التكاليف وتحقق عوائد وموارد جديدة للمنظمة؛

---

[1]- قرمي فريدة، **أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الجودة الشاملة (دراسة حالة جامعة قاصدي مرباح ورقلة)** مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة،الجزائر،2014/2013،ص5.

[2]- خوصة يوسف ، **واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مذكرة ماستر غير منشورة ،جامعة مستغانم ،الجزائر، 2018/2017ص6.

[3]- هناء عبداوي، **مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية – دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس –** رسالة دكتوراه غير منشورة ،جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2016/2015 ،ص79.

- تحسين سرعة الاستجابة للعملاء والتحسن المستمر للجودة وتكوين القاعدة التقنية لبناء نظام إدارة المعرفة في المؤسسة؛
- تساهم في التنمية الاقتصادية فهي تسمح للناس بالوصول إلى المعلومات والمعرفة الموجودة في أي مكان بالعالم في نفس اللحظة تقريبا؛
- تمكين الأفراد والمجتمعات والبلدان من تحسين مستوى معيشتهم؛
- المساهمة في تخفيض التكاليف والجهد والوقت؛
- إجراء مختلف عمليات الشراء والبيع عن طريق التجارة الإلكترونية، كذلك التعلم عن بعد، وفك العزلة عن المناطق الريفية.

ومن خلال ما سبق يمكننا القول أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور هام في تعزيز التنمية البشرية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية. وذلك لأنها تحظى بانتشار واسع تتخطى بذلك الحدود الجغرافية والزمنية لتصل إلى أي نقطة من العالم، لهذا يجب الاهتمام بها وتطويرها مع تدريب وتعليم الأفراد على استعمالها بشكل فعال وكفؤ.

4) أهداف تكنولوجيا المعلومات والاتصال: تعددت أهدافها ونذكر منها:

- ✓ خفض تكاليف الإنتاج؛
- ✓ زيادة سرعة الاتصال وكفاءته وخفض تكاليف؛
- ✓ توفير المعلومات الدقيقة والمتجددة وذلك قصد اتخاذ القرارات الصائبة؛
- ✓ تبسيط إجراءات وعمليات المؤسسة وجعلها أكثر وضوحا و فعالية؛
- ✓ تعزيز أمن المعلومات؛
- ✓ إمكانية التشغيل على قواعد بيانات مختلفة، أو نظم تشغيل، أو أجهزة متنوعة؛
- ✓ سرعة تطوير النظام؛
- ✓ القدرة على التغيير والتعديلات اللازم ؛
- ✓ تحقيق الشفافية في العمل و تقليل الوقوع في الأخطاء؛
- ✓ قدرة تحمل أعمال إضافية، أو أعمال جديدة؛

- ✓ استغلال الوقت بطريقة أفضل و حسن استغلال الموارد و المخزون.[1]

وعليه فإن أبرز أهدافها، تخفيض التكاليف الذي يعتبر من أهم الفوائد التي تسعى إليها المؤسسات ،وذلك عن طريق استخدامها الحاسبات الآلية لتسهيل وتسريع العمليات الإدارية. وكذا الحصول على مزايا تنافسية من خلال تنمية عمليات الإبداع والابتكار بتصميمها لبرامج وتطبيقات جديدة.

ثانيا: دوافع و استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

1/دوافع تكنولوجيا المعلومات والاتصال :توجد عدة عوامل تدفع المؤسسة لإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال نذكر منها:

- ✓ تقديم خدمات للعميل بأحسن طريقة من حيث السرعة والسهولة؛[2]
- ✓ نشر كل المعلومات التي تخص المؤسسة والتي يريد العميل معرفتها من منتجات وخدمات وأسعار...؛
- ✓ جلب فئة جديدة من العملاء الذين هم على اتصال بالأنترنت؛
- ✓ انفتاح المؤسسة على الأسواق المحلية، الإقليمية، دولية؛
- ✓ السعي نحو الإبداع والتنمية وخلق منتجات جديدة وتحقيق ميزة تنافسية؛[3]
- ✓ تحقيق الانسجام والتفاعل الإيجابي بين أفراد المؤسسة من جهة وبين المؤسسة ومختلف المتعاملين من جهة أخرى.

وعليه فإن من أهم العوامل التي تدفع المؤسسة لإدخالها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال هي مواكبة التطورات الحاصلة في الآونة الأخيرة في ساحات الأعمال، وذلك سعيا منها للإبداع والتنمية وخلق منتجات جديدة لتحقيق الميزة التنافسية.

2/ استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال : وتنقسم إلى استخدام داخلي وآخر خارجي

أ/الاستخدام الداخلي: ويشمل الآتي:

- ❖ جمع المعلومات المتعلقة بالمؤسسة تعريفها ، نشاطها، هيكلها، أهدافها، خدماتها ...؛
- ❖ وضع دليل للعاملين يمكنهم من التعرف على الوظائف ترقيات، عقوبات، عطل ...؛

---

[1]- سارة دزيري، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل إدارة العلاقة مع الزبون**، دراسة حالة مؤسسة Ooredoo _ وكالة أم البواقي- مذكرة ماستر غير منشورة ، جامعة أم البواقي ،الجزائر، 2017/2016 ص10.

[2]- سحنون خالد، **تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك دراسة حالة : مقارنة بين البنوك الجزائرية و البنوك الفرنسية** ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ،جامعة أبو بكر بلقايد_تلمسان،الجزئر،2016/2015.ص46.

[3] – قوراري منذر، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، دراسة حالة: مؤسسة قديلة بسكرة ، مذكرة ماستر غير منشورة ، جامعة بسكرة،الجزائر،2017/2016، ص35.

- ربط كل أجزاء المؤسسة ببعضها البعض حتى وإن كانت متباعدة جغرافيا؛
- الانتقال السهل والسريع للمعلومات داخل المؤسسة؛
- الاستعمال الإلكتروني للدوام (التسجيل اليومي لحضور العاملين)[1].

ب/ الاستخدام الخارجي: يشمل ما يلي:

- نشر إعلانات وإشهار لمنتجات وخدمات المؤسسة لجلب أكبر عدد من العملاء؛
- سرعة الاتصال مع أشخاص خارج المؤسسة من خلال البريد الالكتروني؛
- الاطلاع الدائم على سوق العمالة من أجل اختبار واختيار متطلباتها من الموظفين؛
- معرفة أي تغيير أو تطور في السوق كدخول منافسين جدد[2]؛
- اختبار سوق منتجاتها وخدماتها، ومدى رضا العملاء عنها مما يفيدها في وضع مخططاتها المستقبلية.

ومن خلال ما سبق نلاحظ أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات أصبح ضرورة حتمية، وذلك لتسهيل عملية جمع وانتقال المعلومات داخل وخارج المؤسسة بشكل سريع. ومنه نستنتج أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لم ينحصر على الجانب الداخلي للمؤسسة بل شمل محيطها الخارجي ،وذلك من أجل البقاء على الاطلاع الدائم على المستجدات الحاصلة فيه.

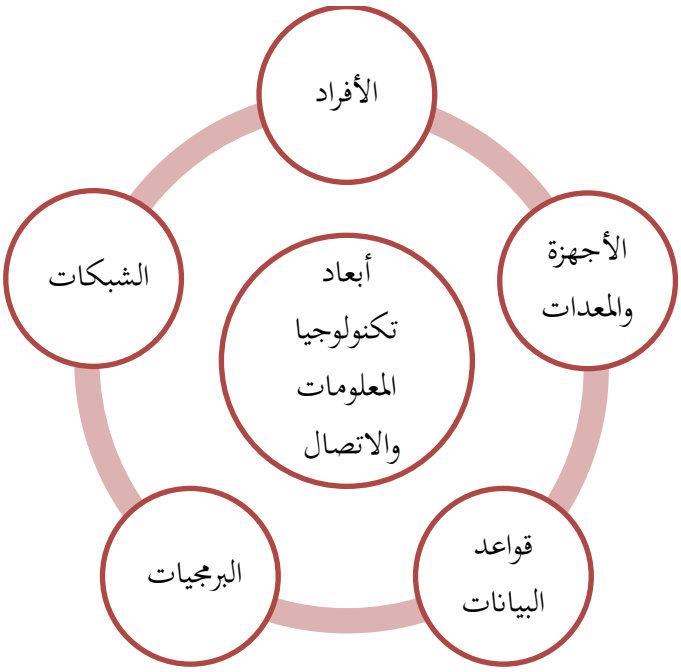
ثالثا: مكونات وآثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

1) **مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال**: تتكون تكنولوجيا المعلومات والاتصال من مجموعة عناصر مترابطة فيما بينها يكمل أحدها الآخر، حيث تساعد على تحقيق أهداف المؤسسة، والشكل الموالي يوضح هاته المكونات:

[1]- بوعلي فريدة ،فوضيل حكيمة، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي بالمؤسسة**، مذكرة ماستر غير منشورة ،جامعة البويرة،الجزائر،2014/2013،ص54.

[2]- المرجع نفسه،ص55.

الشكل(01-04): أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال



المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على المراجع السابقة

1-المورد البشري(الأفراد): يعتبر أهم عنصر في المؤسسة فهو المسؤول عن تشغيل وإدارة نظام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ويمكن تصنيف المورد البشري إلى[1]:

_ المتخصصون :يطلق عليهم برأس المال الفكري في النظام، فهم المسؤولون عن تصميم النظام كذلك تشغيل الأجهزة وصيانتها والذين يمتلكون قدرات عالية في تقنيات الاتصالات.

_ الإداريون: وهم الأفراد المشاركون في إدارة النظام، يطلق عليهم مستخدمي النظام من محاسبين، ورجال بيع ،مهندسين، مدراء...إلخ

2-الأجهزة والمعدات (Hardware): تعرف أيضا بالمكونات المادية الصلبة أو الأجهزة الملموسة من الحاسوب، وقد كانت الأجهزة أو المكونات المادية في بداية ظهور الحوسبة في العالم الجزء الأساس والأهم والأكثر كلفة، وكانت تأخذ حيزا كبيرا من المكان لكثرتها وتعدد أجزائها وكبر أحجامها، على عكس ما هو موجود حاليا أصبحت قليلة الكلفة وصغيرة الحجم وسهلة الاستعمال، يمكن نقلها وحملها من مكان لآخر ولا تحتاج إلى مواصفات مكانية أو سعة هائلة لنصبها وحفظها[2].

[1]- سحنون خالد، مرجع سابق،ص44.

[2]- ميهوب سماح، **أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية – حالة نشاط البنك عن بعد**– أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة قسنطينة ،الجزائر،2014/2013،ص5.

3–قواعد البيانات: هي تلك البيانات الخام التي يتم تسجيلها وتخزينها بشكل عشوائي، ولا يصبح لها معنى ولا فائدة إلا بعد تحويلها إلى معلومات ومن ثم تخزينها على أجهزة خاصة.

4– البرمجيات (Software): يعتبر هذا العنصر من مركبات تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمثابة الروح في الجسد، والذي يجعل من العتاد التكنولوجي عديم النفع بدونه، فالبرمجيات ما هي إلا مجمل الأوامر والتعليمات والضوابط التي توجه الحاسب الآلي في عمليات قبول أو رفض البيانات وتشغيلها. فهي تعتبر لغة الحوار بين الإنسان والحاسوب، فمن خلالها يستطيع مستخدم الحاسوب أن يخبره ماذا يريد أن يفعل وبواسطتها أيضا يعرض الحاسوب ما توصل إليه من نتائج.[1]

5– الشبكات: هي محصلة ما أفرزته الاتصالات عن بعد، لما لها من فعالية وسرعة في نقل البيانات والمعلومات بين المستفيدين منها، مما يمكنهم من المشاركة في عملية اتخاذ القرار وإدارة العمليات وموارد المؤسسات بصورة أكثر فعالية ،حيث تصنف الشبكات إلى صنفين:

1/حسب المنطقة الجغرافية التي تقوم بتغطيتها:

أ. **شبكات النطاق المحدودة محليا(LAN):** وتتمثل في تلك الشبكات التي تغطي مساحات محلية صغيرة،كالتي تربط بين الحاسبات داخل مؤسسة واحدة، حيث تنتمي هذه الحاسبات إلى منطقة جغرافية صغيرة وهي أبسط أشكال الشبكات[2].

ب. **شبكات النطاق المتوسط (MAN):** ويربط هذا النوع من الشبكات مجموعة مباني المؤسسة، والتي قد تتواجد في منطقتين أو منطقة جغرافية محددة، تمتد إلى حوالي 80KM.وتعتبر هذه الشبكة أكبر من الشبكة المحلية LAN و أصغر من الشبكة الواسعة WAN، وعادة تربط بين مجموعة شبكات ذات نطاق محدود مع بعضها البعض لتكوين هذه الشبكة.

ج. **شبكات النطاق الواسعة (WAN):**تتمثل في تلك الشبكات التي تغطي منطقة جغرافية واسعة، وتكون تحت إدارة واحدة وبالتالي فإن هذه النوعية من الشبكات تعتمد على قنوات الاتصال اللاسلكية أو غير المحدودة كالأقمار الصناعية والموجات القصيرة [3].

---

[1]– نادية مرواني، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الربط والتنسيق بين وظائف الإدارة دراسة حالة مؤسسة بروليبوس لإنتاج الزيوت عين مليلة** ، مذكرة ماستر غير منشورة ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ،الجزائر ، 2013/2012،ص45.

[2]– شادلي شوقي ،**أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر)**، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،الجزائر،2008/2007 ،ص15.

[3]–نوال هلو، **دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية ،دراسة حالة البنك الوطني الجزائري أم البواقي وكالة–316–**، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي –أم البواقي– الجزائر. 2013/2012، ص30.

2/ حسب شبكات الأعمال:

أ. **شبكة الانترانت(Intranet)**: هي شبكة داخلية محلية تربط مجموعة موظفي المؤسسة نفسها من أجل تسهيل الاتصال، وتسيير عملهم من خلال المتصفح حيث تمنح الانترانت واجهة موحدة على سطح الكمبيوتر لكل المستخدمين. وهي وسيلة سهلة لتقاسم ومشاركة المعلومات داخل المؤسسة. ومن بين مزاياها نجد:

- الدخول برقم سري للمستخدمين فقط ويتم حظر كل من لا ينتم للمؤسسة؛
- الحصول على المعلومات في الوقت الحقيقي لها
- رفع كفاءة الاتصال واتخاذ القرار.

ب. شبكة الانترنت(Internet): هي شبكة دولية واسعة النطاق غير خاضعة لأي تحكم مركزي بداخلها مجموعة شبكات حاسبات آلية خاصة وعامة منتشرة في جميع أنحاء العالم. ومن بين مزاياها[1]:

- يمكن لأي شخص الوصول إليها، ويمكن استخدامها في العديد من المجالات.
- خدماتها المختلفة مثل :النقل والبحث والبريد الإلكتروني ...إلخ

ج. شبكة الاكسترانت(Extranet): هي ثمرة التزاوج بين الانترانت والانترنت، وتعتبر همزة وصل بين المؤسسة ومحيطها الخارجي من شركاء ومتعاملين، حيث تؤمن لهم تبادل المعلومات والمشاركة فيها دون المساس بخصوصية الانترانت المحلية لكل شركة . ومن بين مزاياها نجد:

- تخفيض التكاليف من خلال سرعة تدفق المعلومات ونقلها.
- تسهل العمليات الإدارية والتعامل مع العملاء والموردين في الشركات[2].

وفق ما سبق يتضح لنا أن مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال تشبه الجسد الواحد في تكامله، فهي تتكون من الأجهزة و المعدات الأساسية والثانوية وقواعد البيانات التي تحتوي على مجموعة البيانات الخام والتي لا يمكن تحويلها إلى معلومات مفيدة إلا باستخدام البرمجيات التي تعتبر لغة الحوار بين الإنسان والحاسوب، في حين تقوم الشبكات بنقل هاته المعلومات بسرعة وفعالية بين المستفيدين منها .

ومنه يمكن القول أن :كل مكون من مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ذو فعالية ضمن إطاره المحدد ،وأن التكامل بينها يؤدي إلى تحقيق الأهداف المرجوة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على أكمل وجه. لكن لا يمكن تجاهل الدور الفعال لمكون البرمجيات وأكبر مثال على ذلك، انتقال السيادة من شق

---

[1]- عبد الرحمن سوالمية ، **استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة و انعكاساتها على نمط الحياة في المجتمع الريفي– دراسة ميدانية بقرية بسكارة بلدية القيقبة–** مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 21، الجزائر، ديسمبر2015،ص 191.

[2]–نسيمة ضيف الله، **استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثره على تحسين جودة العملية التعليمية :دراسة عينة من الجامعات الجزائرية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة ،جامعة الحاج لخضر– باتنة ،الجزائر،2017/2016ص 112 113.

العتاد إلى شق البرمجيات، وهذا بانزواء شركة " IBM "رائدة قافلة العتاد، لتبرز شركة " Microsoft " رائدة البرمجيات ،و بهذا تبوء العنصر الذهني موقعه على قمة منظومة تكنولوجيا المعلومات، مبرهنا على ارتقاء الفكر عن المادة ،فعلى الرغم من حجم التطورات الكبيرة في العناصر والمكونات السابق ذكرها إلا أن للمورد البشري أهمية كبيرة وذلك كونه المخترع والمبتكر لكل مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ولهذا يعتبر المورد الاكثر ندرة وتميزا وهو ايضا المسؤول عن إدارة وتشغيل وتطوير المكونات الأخرى لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وذلك لأن هذا المورد لا يمكن تقليده أو الحصول عليه كبقية الموارد الأخرى وعليه يعتبر مورد استراتيجي تسعى لامتلاكه جميع المؤسسات التي تسعى للتفوق والنجاح.

2)آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال: أما عن آثارها فقد أحدث أثرا كبيرا على المؤسسات وهو كالآتي:

أولا: الآثار الإيجابية: وتتمثل فيما يلي[1]:

- تنمية وتطوير قدرات الأفراد وذلك من خلال اكتساب المعلومات المناسبة وأخذ أفضل القرارات ؛
- تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير المنتجات والسلع وكذا تطوير خطوط وعمليات الإنتاج؛
- تخفيض تكاليف التنقل والإقامة وذلك يعود إلى قلة الاتصالات المباشرة لوجود شبكة اتصال وسيطية بين الشركات[2]؛
- التأثير على عمليات التسويق وذلك لقيام المستهلك بتفحص السلع ومختلف مواصفاتها وأسعارها عن طريق الانترنت بسرعة فائقة وتكلفة قليلة؛
- التأثير على إنتاجية المؤسسة.

ثانيا: الآثار السلبية: وهي كالتالي:

- التطور التقني الهائل في أجهزة الكمبيوتر يساعد في عملية تبييض الأوراق النقدية وهذا يمثل تهديدا؛
- تجعل العلاقة بين العاملين أقل إنسانية[3]؛
- تسمح للمنظمات بجمع معلومات تفصيلية عن الأفراد وبذلك قد تتجاوز خصوصياتهم وحرياتهم الفردية؛

[1] - فرح علي جاسم ،"**تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية**"،دراسة تحليلية على بعض المصارف الخاصة العراقية في بغداد. العراق ،ص35.

[2]- بن سترة أمال، **دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين تسيير المصارف(دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري – وكالة ثنية الحد432)**، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة الجيلالي بونعامة،الجزائر،2016/2015،ص20.

[3]- مرابط مراد، **أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية –دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة–** مذكرة ماستر غير منشورة ،جامعة محمد خيضر بسكرة ،الجزائر ، 2015/2014،ص16.

- إضافة إلى أن إدخال تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات عن طريق استعمال تجهيزات وبرمجيات أكثر تعقيدا وتطورا من التجهيزات المستعملة سابقا، يجعل هذه المؤسسات بحاجة إلى عمالة أعلى خبرة وتعلما كما تحتاج إلى تدريب مستمر لهذه القوى العاملة يتناسب مع تطور التجهيزات والبرمجيات.

من خلال ما تم ذكره تظهر لنا مختلف الآثار المترتبة عن تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث استطاعت هاته الأخيرة أن تندمج في مختلف المجالات سواء على مستوى الأفراد والحكومات والمؤسسات ،فساهمت في رفع مستوى الأداء وكذا الاستخدام المثل للطاقات البشرية مع تقليص الإجراءات الإدارية وتنظيمها تنظيما دقيقا.مع ذلك لا يمكننا غض البصر عن التأثير السلبي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال فقد أدت لنقص العلاقات الإنسانية بين العاملين، والبحث الدائم عن موارد ذات خبرة وكفاءة بسبب التطور والتعقيد السريعان للتجهيزات والبرمجيات المستعملة في المؤسسة.

المطلب الثالث: انعكاسات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة الخدمة

أولا: أثرها على تقديم مزيج تسويقي فعال

1الخدمة : بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال أصبح تصميم الخدمات يتم بطريقة إلكترونية بعيدا عن الأساليب التقليدية، وذلك باستخدام العديد من البرمجيات الحاسوبية، كما تساهم أيضا في تحسين أساليب تقديم الخدمات باستخدام الحاسوب أو أساليب مختلفة، مثل المصنع الافتراضي والطب الاتصالي أو عند بعد من خلال مختلف الشبكات، حيث أصبح من السهل على الزبون تلقي الخدمات دون تدخل البشر أو أي اتصال مادي مع مزود الخدمة .

2 التسعير : لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور كبير في هيكلة الأسعار وذلك من خلال[1] :

ـ ربط التسعير بالسوق المستهدف والمكانة التنافسية والخدمة؛

ـ تقدير الطلب على الخدمات وبالتالي تحديد الأسعار المناسبة؛

ـ التحكم بالتغيرات السعرية المفاجئة واتخاذ قرارات فورية بشأنها ؛

ـ بفضل التقنيات المتطورة عبر الانترنت أصبح بإمكان المشتري استخدام هذه التقنيات للبحث عن الأسعار المتوفرة عبر الانترنت.

[1]- مقران حسيبة، **دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير إستراتيجية التسعير دراسة حالة :مؤسسة موبيليس**، مذكرة ماستر غير منشورة ،جامعة المسيلة ،الجزائر 2015/2014،ص53.

3 التوزيع : أسهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقليص دور الوسطاء التقليديين، لدرجة أن عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال أصبح يسمى بعصر عدم التوسط وظهور مصطلح جديد يعرف باسم القنوات الإلكترونية كبديل عن القنوات التقليدية. ومن أبرز هذه القنوات ما يلي :

- **قناة الكتالوجات** : حيث يمكن للمتسوق أن يتصفح الكتالوجات الالكترونية عبر الانترنت، بحيث توفر له هذه الكتالوجات تفاصيل دقيقة عن مختلف المنتجات مثل : الأسعار، كيفية الحصول عليها ... ويستطيع المتسوق الاتصال هاتفيا وتحديد طلباته مجانا .
- **قناة المصنع المباشر** :وذلك لزيارة المتسوق لصفحة الويب الخاصة بشركة ما وطلب خدماته منها.
- **قناة الوسيط الالكترونية**: يلعب الوسيط الالكتروني دورا هاما في تخفيض الأسعار وزيادة رفاهة العميل ،وذلك لقيام المتسوق بتصفح صفحات الويب الخاصة لأكثر من شركة ومقارنتها مع مختلف العلامات التجارية المتوفرة لتحديد أماكن شراء المنتجات بأفضل الأسعار .

من خلال ما سبق نستنتج أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور كبير في تقريب المسافة بين العميل والمنتج. فبفضل الانترنت أصبح بإمكانه الحصول على خدماته بطريقة إلكترونية دون أي اتصال مادي مع مزود الخدمة، كما ساهمت في توفير بعض التقنيات التي تساعده في البحث عن السعر المناسب له، بالإضافة إلى توسيع شبكات التوزيع مما يسهل على العميل الحصول على المنتج بأقل تكلفة وذلك باختصار الوقت والجهد .

4 الترويج : هو أكثر عناصر المزيج التسويقي تأثرا بتكنولوجيا المعلومات والاتصال لدرجة أصبح اسمه التسويق المباشر الذي يولد سلسلة من الاتصالات والاستجابات مع العملاء. حيث تقوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمهام أساسية وحيوية لدعم وتفعيل عناصر المزيج الترويجي التقليدي مثل الإعلان، الدعاية، البيع الشخصي، وتنشيط المبيعات لدرجة أنها باتت تحدث تغيرا جوهريا في اتجاهات وآليات ووسائل الترويج الجديدة التي تقع ضمن التسويق المباشر ما يلي[1]:

- إعلان البيع المباشر؛
- إعلان الاستجابة المباشرة؛
- إعلان عبر الأجهزة النقالة؛

[1]- فتيحة قايم و صبيحي آمنة، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة الفندقية دراسة حالة "فندق لافالي" _الشلف_** مذكرة ماستر غير منشورة ،جامعة مستغانم،الجزائر،2017/2016،ص93

_الاتصالات التسويقية التفاعلية التي مكنت المشاركين من إجراء محادثات فائقة السرعة ومباشرة مع المروجين.

وعليه يعتبر الترويج من أكثر عناصر المزيج التسويقي تأثرا بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، إذ ساهمت هاته الأخيرة في حدوث تغييرا جوهريا في وسائل الترويج حيث ظهر ما يسمى بالاتصالات التسويقية المباشرة ،وأصبح التفاعل يتم بشكل مباشر مع المروجين بفضل الانترنت مما أدى إلى توسيع دائرة الترويج أمام العالم بأكمله حيث أصبح موجها إلى جماهير عالمية .

5 البيئة المادية : أحدثت تكنولوجيا المعلومات والاتصال تغيرا نوعي كبيرا في عناصر البيئة المادية وتمثل في :

_ تحول البيئة المادية المكونة من المباني والمكاتب إلى بيئة افتراضية مؤلفة من عتاد وحاسوب وبرمجيات وشبكات.

_ ظهور الوسائط المتعددة حيث أصبح هناك بعض الخدمات تقدم بالكامل من خلال البيئة الافتراضية.

_ ظهور تقنيات الواقع الافتراضي وهي عبارة عن تقنيات تجسد الواقع بشكل مصطنع من خلال استخدام الصور ،الصوت ... فالمؤتمرات واللقاءات وجلسات النقاش وغيرها تتم عبر شبكات مختلفة في الوقت الحقيقي عبر قارات العالم.[1]

6 الناس : يتكون هذا العنصر من:

-مزودي الخدمة؛

-متلقي الخدمة؛

-العلاقات التفاعلية بين مزودي ومتلقي الخدمة؛

-العلاقات مع متلقي الخدمة أنفسهم.

و قد أثرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مزودي الخدمة حيث أصبح بإمكان هذا الأخير استبداله بالأجهزة والمعدات والبرمجيات. أما بخصوص متلقي الخدمة فقد أصبح اتصالهم مع مزودي الخدمة يتم عبر البرمجيات والأجهزة والمعدات، مما قلص من احتمالات اللقاءات الشخصية المباشرة أو التأخر في الاستجابة و قد انعكس ذلك على العلاقات التفاعلية بين مزودي الخدمة ومتلقيها، التي أصبحت تتم على مدار الساعة وبدون توقف. أما العلاقات بين متلقي الخدمة فقد اتسع نطاقها وصارت تتم على مستوى العالم من خلال حلقات النقاش الإلكترونية وغرف المحادثة والشبكات على اختلاف أنواعها [2].

[1]- بن أحسن ناصر الدين، مرجع سابق،ص75.

[2]- المرجع نفسه،ص74.

من خلال ما سبق نلاحظ أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال قلصت من حجم التعامل البشري "لم يعد هناك حاجة لمزود خدمة من بني البشر"، فالمعدات والشبكات أصبحت وحدها كفيلة للقيام بهذا العمل، كما ساهمت في تخفيض تكاليف الوقت والجهد من خلال التقليص من حجم اللقاءات الشخصية المباشرة واتساع دائرة العلاقة التفاعلية بين مزود ومتلقي الخدمة، حيث أصبحت تتم على مدار الساعة في أي مكان في العالم.

7 عمليات الخدمة: بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال أصبحت عملية توصيل أو تسليم الخدمة تتم بطريقة إلكترونية عبر تقنيات الاتصال الحديثة بدلا من الاتصال الشخصي المباشر. فبفضل تكنولوجيا الانترنت ظهر مصطلح الخدمة الالكترونية والتي تعني الاتصال والتواصل مع الزبائن والاستجابة لطلباتهم يتم عبر الشبكات في الوقت الحقيقي.

ومنه نستنتج أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال قلصت من استخدام الطريقة التقليدية لتلقي الخدمة، وفتحت المجال أمام الطريقة الحديثة المتمثلة في الخدمة الالكترونية التي تعتبر شكل من أشكال الخدمة الذاتية الذي يتطلب قيام الزبون بخدمة نفسه بنفسه، حيث يتم الحصول على الخدمة عن طريق التفاعل الآلي والمتبادل بين طالب الخدمة ومقدمها من خلال التكنولوجيا.

من خلال ما سبق نلاحظ أن التسويق الإلكتروني يعتبر من أهم التقنيات الجديدة التي جاءت نتيجة لإفرازات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التي فرضت نفسها بقوة في الدخول إلى مجال عمل المؤسسات، حيث يتوزع تأثيرها على عناصر المزيج التسويقي الخدمي في :

أن تصميم الخدمة أصبح يتم بطريقة الكترونية، وذلك باستخدام البرامج الحاسوبية وتوفير تقنيات حديثة ومتطورة على منصات الانترنت، تمكن العملاء من الحصول على معلومات فورية بخصوص كل من سعرها وتوزيعها والإعلان عنها من خلال القضاء على المسافات بين المنتج والعميل وزيادة العلاقة التفاعلية بينهما التي تمكن العميل من التحكم في عملية الشراء وتعاظم قدرته على التفاوض مع المنتجين لحصوله على المنتج بأقل جهد وتكلفة. كما يظهر تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على العنصر البشري في استخدام هذا الأخير أدوات وتقنيات جديدة للقيام بوظيفته من بينها؛ الشبكات، البريد الالكتروني، الهاتف ..... التي تمكنه من الاستجابة السريعة للخدمة في أي وقت وفي أي مكان من العالم عن طريق التفاعل الآلي بين مقدم ومتلقي الخدمة. الأمر الذي أدى إلى تحول البيئة المادية إلى بيئة افتراضية أساسها البرمجيات والشبكات والأجهزة حيث أصبحت أغلب الخدمات تقدم من خلالها.

ثانيا: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إنتاجية الخدمة وعرضها

1- **إنتاجية الخدمة** : وهذا من خلال ثلاث طرق[1]:

أ/ **تكنولوجيا الأجهزة:** تعني إحلال الآلات محل العنصر البشري مثل: غسيل السيارات أوتوماتيكي، أجهزة تصوير ذاتية...إلخ

ب/تكنولوجيا البرامج: تعني إحلال أنظمة البرامج المعدة محل الخدمات اليدوية.

ج/ **خليط بين النوعين السابقين:** حيث يتم إدخال برامج مخصصة على الأجهزة لزيادة الفعالية والسرعة في عملية إنتاج الخدمة مثل: تصليح السيارات إلكترونيا...

2- **عرض الخدمة:** يتضمن عرض الخدمة مجموعة من الخدمات يطلق عليها بحزمة الخدمة. وتنقسم هذه الأخيرة إلى نوعين: خدمات أساسية وخدمات داعمة وقسم الباحثون في التسويق، الخدمات الداعمة إلى ثمانية مجموعات وهي:

1) **المعلومات:** في عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال أصبحت المعلومات تقدم بشكل إلكتروني من خلال وسائل متعددة مثل: الهاتف، الفاكس، الأكشاك الإلكترونية، الانترنت...إلخ

2) **استلام الطلبيات:** فتقديم الطلبيات بشكل شخصي أو عبر الهاتف أو البريد أو الفاكس هي أساليب مازالت تستخدم على نطاق واسع، وبالاستفادة من التطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال أصبح بالإمكان تقديم الطلبيات عبر نظم الهواتف المؤتمنة المرتبطة بالحواسيب والشبكات وهي إحدى الخيارات المتاحة اليوم، فمؤسسات الطيران تشجع العملاء على التحقق من جداول السفر و القيام بإجراءات الحجز بأنفسهم[2].

3)الضيافة، حماية ممتلكات العملاء والاستثناءات: تتمثل الضيافة في حسن استقبال وجعل زيارات الزبائن أكثر متعة وراحة، والاهتمام بتلبية حاجاتهم ورغباتهم، وكذلك حماية ممتلكاتهم عن طريق تعقب الطرود أو أي ممتلكات أخرى، أما الاستثناءات تتضمن الطلبات الخاصة وإرسال الشكاوى وحلها عن طريق البريد الالكتروني .

4)إعداد الفواتير والدفع: يتمثل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملية إعداد الفواتير، في أن عملية إعدادها يتم بشكل إلكتروني مما يجعلها واضحة ومرتبة بشكل يوضح كيفية حساب مفرداتها للوصول إلى المبلغ الإجمالي وبصورة يفهمها الزبون بسهولة. أما عملية الدفع فكذلك أصبحت تتم بطريقة إلكترونية من خلال بطاقات الدفع الإلكترونية وقارئ هذه البطاقات.

---

[1]-سميرة كرامة، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر بتقرت**، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،الجزائر 2011/2010،ص77

[2]-قايم فتيحة و صبيحي آمنة ،مرجع سابق،ص97.

من خلال ما سبق نلاحظ أن الخدمة تتألف من الجوهر وخدمات تكميلية لهذا الجوهر، وقد تم تجسيد هذه الخدمات على شكل زهرة مؤلفة من جوهر تحيط به ثمانية أوراق. وفي عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال أصبح الجوهر (الخدمة الأساسية) يصمم بطريقة الكترونية عن طريق التفاعل الآلي بين البرامج والمعدات والشبكات لزيادة الفعالية والسرعة في عملية إنتاج الخدمة. أما بخصوص الخدمات التكميلية التي تعتمد أساسا على المعلومات أصبحت المواقع الشبكية اليوم توفر ثروة هائلة من المعلومات التي يحتاجها العميل عن المؤسسة والخدمة المقدمة. بالإضافة إلى استخدام هذه المواقع في تقديم الطلبيات الذي لقي شعبية ورواجا كبيرا في صفوف العملاء باختلاف أصنافهم، كما تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في حل مشاكلهم بسرعة. أما على مستوى إعداد الفواتير والدفع فعلى سبيل المثال هناك بعض المؤسسات الفندقية تقوم بعرض الفواتير على شاشات التلفزيون الداخلي أو على الشبكات لتمكين العملاء من الاطلاع عليها والتحقق منها. أما عملية الدفع أصبحت تتم عن طريق بطاقات الائتمان وقارئ البطاقات اللاسلكي مما يوفر الجهد والوقت لكل من مقدم ومتلقي الخدمة.

ثالثا: استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية العلاقة مع الزبون

لقد أصبحت مسألة التوجه بالعميل من المحاور الكبرى لاستراتيجيات الكثير من المؤسسات الرائدة، فالعمل على إرضاء الزبون وتنمية ولائه للمؤسسة يشكل أولوية كبرى لجميع المؤسسات.

كما يعرف مفهوم إدارة العلاقة مع الزبون بأنها مجموعة الأنشطة التي تهدف إلى الكسب والحفاظ على زبائن المؤسسة ويشمل هذا المفهوم تسيير العمليات التسويقية المساعدة في البيع، خدمة الزبائن، مراكز الاتصال، مكتب طلب المساعدة[1].

ونظرا لطبيعة العلاقة بين المؤسسة وزبائنها على الإنترنت، فقد أوجدت المؤسسات نظاما لتسيير هذه العلاقة على الإنترنت، وذلك لأن أدوات تسير هذه العلاقة تختلف على شبكة الإنترنت، وتتطلب مهارات خاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال. حيث أصبح مفهوم إدارة العلاقة مع الزبون عبر الانترنت "مجموعة الأدوات المتوفرة على الإنترنت، والتي تمكن من تسيير العلاقة مع زبائن المؤسسة مثل شخصنة المواقع الإلكترونية، عمليات تنمية الولاء، دعم الزبائن عبر الويب، الاتصال عبر البريد الإلكتروني و غيرها.

ويظهر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم العلاقة مع الزبون فيما يلي:

[1]- بن بوزيد شهرزاد، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة _ دراسة حالة الشركة ذ م م للخدمات العامة و التجارة آل دوداح**_ مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير غير منشورة، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس،الجزائر،2012/2011.ص131.

_ استخدام شبكة الإنترنت في الاتصال الفوري بين الزبون وممثل خدمة الزبائن، بما يضمن حل مشاكله ومعالجة شكواه بنفس السرعة والاهتمام الشخصي الذي تتيحه المكالمات الهاتفية.

_ تقنيات التجارة الإلكترونية حيث تستطيع المؤسسة تقديم منتجاتها عبر شبكة الإنترنت بسرعة ودقة متناهيتين.

_ كما تستخدم الإنترنت في مكافأة أفضل زبائن المؤسسة، من خلال إعطائهم معلومات عن أسعار عروض خاصة لمنتجاتها وتقديم خصومات فردية بحسب نمط الشراء السابق للزبون وتفضيلاته من خلال شبكات المستندات التابعة للزبائن.

_ تقنيات الدفع الذكية مثل الشبكات الإلكترونية والبطاقات الذكية، التي تعزز خيارات الدفع بالنسبة للزبائن والتجار، و بما يحقق ربحية أكبر و يمكن للمؤسسات المالية أن تعزز علاقتها مع التجار و الحفاظ عليهم من خلال تقديم قيمة دائمة تتمثل في مساعدتهم على استخدام التجارة الإلكترونية[1].

وبناءا على ما سبق نجد أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور كبير في تدعيم وتفعيل إدارة العلاقة مع الزبون، مما يؤدي إلى توفير الوقت والجهد في خدمة الزبائن من خلال التواصل مع المؤسسة عن طريق البريد الالكتروني وفتح المجال للتخاطب معهم بشكل مباشر، مما يزيد من قدرة المؤسسة على الاستجابة السريعة لاحتياجات ورغبات عملائها، كذلك ساهمت في تعزيز خيارات الدفع الالكتروني بما يناسب العميل مثل البطاقات الذكية، الشبكات ...الخ. الأمر الذي يؤدي بدوره إلى تحقيق التخصيص للعميل حيث يقوم مقدم الخدمة بالاهتمام الشخصي بالمتلقي بتقديم شرح مفصل عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة مما يعزز من تحسين علاقته بالمؤسسة وكسب ولائه.

[1]-سميرة كرامة، المرجع نفسه،ص81.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية لجودة الخدمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال

سنحاول في هذا الجزء من الدراسة إبراز أهم الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع، سواء كانت دراسات عربية أو أجنبية خلال فترات مختلفة، والهدف من ذلك عرض أهم النتائج المتحصل عليها وكذا المناهج والأساليب التحليلية المستخدمة ليتم بعد ذلك مقارنتها مع الدراسة الحالية ، من أجل معرفة موقعها بين الدراسات السابقة.

المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة

بنيت دراستنا على نتائج دراسات سابقة عالجت تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين جودة الخدمات ،بناءا على ذلك تم اختيار الدراسات السابقة التالية:

أولا : دراسات باللغة العربية

1.دراسة مراد مرابط "**اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية** " دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية _ وكالة ميلة _ مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة مُحَّد خيضر _ بسكرة _ 2015/2014 .

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال ليس على جودة الخدمة فقط وإنما على طبيعة هذه الخدمات في حد ذاتها فقد ساعدت على ظهور الخدمات المصرفية. ومنه تم طرح الإشكالية التالية :

_ ما مدى تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية ؟

يتكون مجتمع الدراسة من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية اختيرت منه عينة بطريقة عشوائية قدرت ب 45 عميلا للوكالة. تم الاعتماد على المنهج الوصفي ومنهج تحليل المضمون، وأسلوب دراسة حالة. والمقابلة والاستبيان كأدوات لجمع البيانات، وللمعالجة تم استخدام البرنامج الاحصائي SPSS .

النتائج :

_أتاحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تقديم الخدمات المصرفية من خلال منافذ توزيعية جديدة مثل : الموزعات الآلية، الموقع الالكتروني للمصرف الذي يسمح للعملاء التواصل مع المصرف24/24ساعة و7/7أيام وتتمثل هذه الخدمات في الاطلاع على الرصيد وإرسال الشكاوي والمقترحات. وبالرغم من ذلك إلا أنه يواجه مشاكل في عدم جاهزية البنية التحتية.

_ أوضحت النتائج أن البنك يقدم خدمات ذات جودة متوسطة بمختلف أبعادها(الاستجابة، الاعتمادية، الأمان/الثقة، الوصول) .

_ هناك علاقة بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المقدمة من طرف البنك وتظهر هاته العلاقة في الأبعاد (الاعتمادية، الاستجابة، الوصول /الموقع الجمالي) ماعدا بعد(الأمان/الثقة) وذلك راجع لعدم ثقة العملاء في الخدمات الإلكترونية المقدمة عبر الصرافات الآلية.

2.دراسة سميرة كرامة " **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة** " دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر _ تقرت _ مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة2011\ 2010.

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة، وكذلك التعرف على أهم التكنولوجيات المستخدمة في المؤسسة للارتقاء بخدماتها المقدمة ومدى رضا العملاء بهذه التكنولوجيات. ومن هذا الصدد تم طرح الإشكالية التالية :

- **ما مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة ؟**

يتكون مجتمع الدراسة من عملاء وعمال البريد، أما بخصوص العينة تمثلت في 99 عامل و 99 عميل. ولاختبار العينة تم الاعتماد على المنهج الوصفي وأسلوب دراسة حالة كما تم استخدام مجموعة من الأدوات: المسح المكتبي ،الاستبيان، الملاحظة لجمع البيانات. وللمعالجة تم استخدام برنامج SPSS و Excel لرسم الأشكال.

النتائج :

_ أظهرت النتائج أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة في مؤسسة بريد الجزائر من انترنت وبريد إلكتروني في تطور مستمر الأمر الذي يؤدي إلى انخفاض في نسبة الأخطاء في تقديم الخدمات.

_ تعد الخدمات المقدمة من طرف بريد الجزائر ذات جودة متوسطة وذلك حسب أبعادها الخمسة.

_ تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقديم خدمات ذات جودة في بريد الجزائر لكنها ذات مستوى متوسط. ويرجع ذلك إلى عدم استقطاب اليد العاملة المؤهلة والمتخصصة وكذلك عدم اهتمام المؤسسة بعنصر التدريب على استخدام هذه التكنولوجيات وعدم استيعاب العملاء لهذه التكنولوجيات.

3. دراسة صبيحي آمنة و قايم فتيحة **"دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة الفندقية"** ،دراسة حالة فندق لافالي –الشلف– مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم 2017/2016.

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة الفندقية. ومنه تم طرح الإشكالية :

_ ما مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة الفندقية في فندق لافالي الشلف ؟

يتمثل مجتمع الدراسة في عملاء فندق لافالي، أما بخصوص العينة اختيرت بصفة مباشرة (قصدية) بلغ عددها 12 فردا، وبهدف الإجابة على الإشكالية المطروحة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي. والمقابلة والملاحظة كأدوات لجمع البيانات.

النتائج :

_ يستخدم فندق لافالي تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل مقبول وذلك باستخدامه الهاتف والموقع الإلكتروني للتواصل مع الزبائن، وبالرغم من ذلك يفتقر الفندق للإطارات والموظفين المهيئين على كيفية استخدام التكنولوجيات الجديدة.

_تبين أن فندق لافالي يولي اهتمام بعملائه من خلال اللباقة في تقديم الخدمات الفندقية، وكذا تخصيص اتصال مباشر معهم لمعرفة رغباتهم وخاصة في الفترة الصيفية، كما يوفر لهم خدمة الموقع الإلكتروني لطرح انشغالاتهم هذا ما جعل من خدماته ذات جودة مقبولة عموما.

_توجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تحسين جودة الخدمة الفندقية في فندق لافالي.

4.دراسة نوال هلو "**دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية** "دراسة حالة البنك الوطني الجزائري أم البواقي–وكالة 316– مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي 2013/2012.

تهدف هذه الدراسة لإعطاء صورة عن مختلف التغييرات التي لحق بالعمل المصرفي خاصة بعد التطورات التي شهدتها تكنولوجيا الإعلام، كما تهدف إلى التعرف على مختلف التأثيرات التي تنتج عن التوجهات الحديثة للخدمة المصرفية في كل من البنك والخدمة في حد ذاتها. وبناءا على هذا تم طرح الإشكالية التالية:

- ما مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية؟.

وللإجابة على الإشكالية المطروحة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي واستخدام أسلوب دراسة الحالة.

النتائج :

_ تعتمد الوكالة في تقديم خدماتها على أجهزة حديثة مثل الصراف الآلي والذي يقوم بعمليات السحب والدفع عن طريق البطاقة البنكية. كما وأنها تستخدم موقعها على الانترنت لإعلام عملائها بكل ما يحتاجونه.

_ تقدم الوكالة خدمات ذات جودة مقبولة وبمختلف أبعادها(الاعتمادية، الاستجابة، الثقة، التعاطف، الملموسية).

_ تكنولوجيا المعلومات تؤثر إيجابا على تطوير الخدمة المصرفية، وذلك من خلال اعتماد وسيلة الصراف الآلي والذي يجنب الحشود المنتظرين في الطوابير. وكذلك تعزيز قدرات الأشخاص العاملين بالوكالة من خلال بعثات تعليمية وتطبيقية للتحسين في جودة الخدمة المقدمة.

5. ضيف الله نسيمة "**استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثره على تحسين جودة العملية التعليمية** "دراسة عينة من الجامعات الجزائرية أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة،2017/2016.

إن الهدف الرئيسي لهذه الدراسة يتجلى في معرفة اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة العملية التعليمية بعناصرها المختلفة من جهة، ومن جهة أخرى معرفة معيقات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحائلة دون استخدامها الفعال. وكانت إشكالية الدراسة كما يلي:

- ما هو تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة العملية التعليمية في الجامعات الجزائرية؟

وبهدف الإجابة على الإشكالية تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاستنباطي وكذا المنهج الكمي وتم استخدام الاستبيان والمقابلة كأدوات لجمع البيانات وبرنامج SPSS 22 و Minitab16 لتحليل النتائج.

النتائج :

_ضعف البنية التكنولوجية في مؤسسات التعليم العالي التي تعتبر معيق في وتيرة استخدامها في العملية التعليمية تمثلت المعيقات في: معيقات مادية تمثلت في قلة الحواسيب والداداتشو، بشرية تمثلت في قلة المتخصصين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، إدارية تمثلت في قلة تشجيع الإدارة على استخدام هذه التكنولوجيات.

_ أكدت الدراسة وجود مستوى مقبول في جودة الخدمة التعليمية في جميع مجالاتها المدروسة(عملية التدريس والمقرر الدراسي، الطلاب والأساتذة، الإدارة) في الجامعات الجزائرية.

_ أثبتت الدراسة وجود علاقة قوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمة سواء في المقرر الدراسي أو العملية التدريسية أو إدارة الكلية.

ثانيا: الدراسات الأجنبية

1. . فرح علي جسام "**تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية**" دراسة تحليلية على بعض المصارف الخاصة العراقية في بغداد، مجلة دنانير، العدد الثامن، بدون ذكر السنة.

سعت صاحبة البحث إلى إبراز الأدوار الرئيسية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في تعزيز جودة الخدمة المصرفية ،حيث دارت مشكلة البحث في قياس وتشخيص استخدامات تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية.

أما مجتمع الدراسة فتألف من المصارف الخاصة العاملة في العراق والتي بلغ عددها 42 مصرف، وقد تم اختيار عشرة مصارف منها وقد اختيرت عينة عددها 115من المديرين ورؤساء الأقسام والمستشارين.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي أسلوبا في معالجة المعلومات، واستخدمت الإستبانة كأسلوب لجمع البيانات لآراء أفراد العينة.

توصلت الدراسة لبعض النتائج وهي:

- تبين أن المصارف الخاصة لم يستخدموا تكنولوجيا المعلومات بما يكفي ويرجع ذلك للمورد البشري من مدراء ومستشارين ورؤساء أقسام .
- تبين من خلال الدراسة أن مستوى جودة الخدمة في عينة المصارف المدروسة كان مستوى متوسط عموما على أبعادها(الاستجابة، الاعتمادية، الملموسية، تقمص الدور) .
- أظهرت النتائج أن استخدام تكنولوجيا المعلومات في المصارف الخاصة أثر بشكل مقبول في بعدي جودة الخدمة(الاستجابة، الاعتمادية) وبمستوى منخفض على بعدي(تقمص الدور، الملموسية).

2. Bouhouili M'barka**,** article **,Le rôle des technologies de l'information et de la communication dans l'amélioration des systèmes qualité des services hospitaliers** " un test d'audit dans le cas de l'hôpital Hassan II d'Agadir," maroc.

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير نظام الجودة في مجال المستشفى. وكذلك معرفة المشاكل التي يواجهها الموظفين مع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المستشفى. ومنه تم طرح الإشكالية:

_ ما مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير نظام الجودة في المستشفى؟

تكون مجتمع الدراسة م أطباء وممرضين و مسؤولي المستشفى الحسن الثاني أكادير، بلغت عينة الدراسة 34 شخص من بينهم 12 طبيبا و13ممرض و9مسؤولين في المستشفى. وقد تم الاعتماد على المنهج الاستقصائي وتم استخدام المقابلة والاستبيان كأدوات لجمع البيانات.

النتائج:

_ لدى المستشفى وسائل تكنولوجية كبيرة نسبيا (الهواتف، أجهزة الكومبيوتر، طابعات) لكنها لم تستغل بشكل صحيح والسبب يعود لقلة التدريب على تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذلك مقاومة التغيير التي يثبتها بعض المسؤولين.

_ أظهرت النتائج أن مستوى جودة الخدمة في المستشفى كان متوسط وذلك من خلال أسلوب العمال اللبق وتعاطفهم مع المرضى.

_ أثبتت النتائج أن وجود تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المستشفى يسهل على الموظفين الوصول إلى البيانات وتقليل عبء العمل، وتمكين التواصل الجيد بين المكاتب وإدارة أفضل للوقت، وبالتالي تحسين جودة الخدمة للمريض.

3. Kennedy Ntabo Otiso **, Improving the Quality of Customer Service through ICT Use in the Kenya Power and Lighting Company**, Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences, The number 3/5, , 2012 Kenya**.**

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة خدمة العملاء في شركة الطاقة والإنارة في كينيا، ومنه كانت الإشكالية المطروحة_ ما مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة خدمة العملاء ؟

تمثل مجتمع الدراسة في820 عميل اختيرت منه عينة قدرت ب 410 عميل، وبهدف الإجابة على الإشكالية المطروحة تم الاعتماد على المنهج الوصفي والاستبيان والمقابلة والملاحظة الشخصية كأدوات لجمع البيانات ولتحليل البيانات تم ااستخدام برنامجSPSS

النتائج المتحصل عليها:

_ تبين من خلال النتائج أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في شركة الطاقة والإنارة الكينية انحصر على أجهزة الكمبيوتر وشبكة الانترنت، مع وجود مشكل عدم توفر اليد العاملة المؤهلة وكذا نقص الموارد المالية المخصصة لعملية التدريب.

_ تقدم شركة الطاقة والإنارة الكينية خدمات ذات جودة بمستوى مقبول وظهر أثرها في الأبعاد (التعاطف والاعتمادية والاستجابة).

_ تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقديم خدمات ذات جودة مما أدى إلى رضا عملاء شركة KPLC

المطلب الثاني: مقارنة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية

من خلال اطلاعنا على الدراسات آنفة الذكر تم التوصل إلى:

_ **حسب الهدف** : تشابهت الدراسة الحالية مع مختلف الدراسات السابقة في الأهداف وأسباب البحث فجميعها تصب في تحليل العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة.

_ **حسب أداة الدراسة:** تشابهت الدراسة الحالية مع أغلب الدراسات السابقة في أداة جمع البيانات وتمثلت في دراسة الحالة، المقابلة والاستبيان والملاحظة الشخصية.

_ **طرق تحليل البيانات:** اعتمدت الدراسة الحالية والدراسات السابقة على برنامج SPSSباستثناء دراسة" نسيمة ضيف الله" اعتمدت على SPSS وبرنامجMinitab16

_ **منهج الدراسة:** تشابهت الدراسة مع أغلب الدراسات السابقة في المنهج الوصفي التحليلي .

_ **حسب بيئة الدراسة:** أجريت الدراسة الحالية في نفس بيئة الدراسات السابقة حيث كانت في الجزائر باستثناء دراسة "بوحويلي مباركة وآخرون" كانت في المغرب، ودراسة "فرح علي جاسم "التي كانت في العراق، ودراسة "كيندي وآخرون" أجريت في كينيا.

_ **حسب مجال الدراسة:** مقارنة بالدراسات السابقة تعتبر هذه الدراسة الوحيدة التي تناولت قطاع النقل والمواصلات أما دراسة "مرابط مراد، نوال هلو، فرح علي جاسم" عالجت دراساتهم القطاع المصرفي، ونسيمة ضيف الله كانت في قطاع التعليم، ودراسة صبيحي آمنة كانت في مجال الخدمة الفندقية، أما دراسة بوحويلي مباركة أجريت في القطاع الصحي.

المطلب الثالث: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

تميزت الدراسة الحالية في كونها الدراسة الوحيدة التي عالجت دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة في قطاع النقل والمواصلات وذلك في حدود اطلاعنا .

يتمثل مجال الاستفادة من الدراسات السابقة في :

- ساهمت الدراسات السابقة في إثراء الإطار النظري للدراسة الحالية.
- ساعدت في تكوين تصور شامل لموضوع الدراسة الأمر الذي ساهم في صياغة مشكلات وفروض الدراسة .

- ساهمت وبشكل كبير في تصميم استمارة الاستبيان، من خلال الجانب النظري و استبانات الدراسات السابقة.
- المساعدة في الاطلاع على الأساليب الإحصائية المستخدمة في هذه الدراسات وتحديد الأساليب المناسبة لمعالجة صحة فرضيات الدراسة الحالية.

خلاصـــــة الفصـــــل

بعدما تطرقنا في هذا الفصل للأدبيات النظرية والتطبيقية لكل من جودة الخدمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، توصلنا إلى أن التطور السريع في وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأشكالها المختلفة جعلت عملية نقل وتبادل المعلومات والبيانات والخبرات من أي مكان في العالم إلى مكان آخر عملية سهلة وتتم بسرعة وفعالية ،حيث أصبحت هاته الأخيرة وسيلة هامة لتخفيض التكاليف وزيادة السرعة في المعالجة وتحسين جودة الخدمات المقدمة فانعكس أثرها على إنتاجية الخدمة وعرضها من خلال تكنولوجيا الأجهزة وتكنولوجيا البرامج فأصبحت الخدمة تقدم بطريقة إلكترونية بعيدا عن الأساليب التقليدية.

ومن خلال ما سبق وما تم التعرف عليه في الفصل السابق. نطرح التساؤل:_ هل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تحسين جودة الخدمة في مؤسسة سيترام _ورقلة_ ؟ هذا ما سوف نتطرق إليه في الفصل الموالي.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لمساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمات في مؤسسة سيترام

تمهيـــــد

بعد تناولنا في الفصل السابق الإطار النظري والتطبيقي لمتغيرات الدراسة المتمثلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة. سيتم في هذا الفصل الإجابة على تساؤلات البحث من خلال تحليل محاور الاستبيان المعتمد عليه في الدراسة كأداة لجمع البيانات، ومن ثم دراستها وتحليلها وتفسيرها مستعينين في ذلك ببرنامج SPSS وتفسير النتائج في إطار اختبار فرضيات الدراسة والخروج بجملة من الاقتراحات والتوصيات.

وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: الطريقة والأدوات.

المبحث الثاني: النتائج والمناقشات.

المبحـــث الأول: الطريقـــة والأدوات

يتناول هذا المبحث وصفا للإجراءات التي تم إتباعها في تنفيذ الدراسة، ومن ذلك التعريف بمنهج الدراسة ومصادر جمع المعلومات ووصف لمجتمع الدراسة وعينتها، وطريقة إعداد أداة الدراسة (الاستبيان) والتأكد من صدقها وثباتها وبيان إجراءات الدراسة، والمعالجات الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل البيانات.

المطلب الأول: المجتمع والعينة

أولا– مجتمع الدراسة: دراسة مؤسسة سيترام–ورقلة–

سنعرض لمحة عن شركة سيترام باعتبارها من شركات النقل الرائدة في الجزائر، سنتناول أولا تقديم للمؤسسة، ثم نتطرق إلى أهدافها وهيكلها التنظيمي وأيضا رسالة ورؤية المؤسسة المستقبلية.

أولا /تقديم المؤسسة:

جاءت سيترام نتيجة اتفاقية بين مؤسسة مترو الجزائر(EMA)والهيئة المستقلة للنقل في باريس(RATP)

سيترام هي الشركة المكلفة باستغلال وصيانة الترامواي في الجزائر منذ 2012حيث تقوم باستغلال كل من ترامواي الجزائر العاصمة، قسنطينة، وهران، سيدي بلعباس، ورقلة وسطيف مقرها في الجزائر العاصمة .

سيترام وحدة ورقلة:

في 20مارس2018 دخل ترامواي ورقلة حيز الخدمة ويعد أول خط ترام صحراوي مصمم لتحمل الظروف الجوية القاسية ،يربط ترام ورقلة بين محطتي سيد روحو وشنين قدور عبر المدينة الجديدة وصولا إلى المجمع التجاري، مما يجعله خط مواصلات مركزي داخل المدينة.

ويعتبر الترامواي مكسب هام لولاية ورقلة لأنه مكن السكان من استعمال وسيلة نقل حديثة وعصرية زد على ذلك أنها صديقة للبيئة ومن شأنها أن تساهم في تعزيز حركية الأشخاص. ويشار إلى أن المرحلة الأولى من مشروع ترامواي ورقلة تكفل بها مجمع "روفر" الإسباني والتي تمثلت في انجاز المنشآت والبناء، أما المرحلة الثانية فتولتها شركة "ألستوم " الفرنسية والتي تختص في صناعة وصيانة عربات الترامواي والسكك الحديدية. وقد كلف انجاز ترامواي ورقلة ما يقدر ب 40مليار دج ويعمل به ما لا يقل عن 450عامل.

أهداف المؤسسة : تتمثل أهداف مؤسسة سيترام في:

_ إعطاء لمسة عصرية لمدينة ورقلة؛

_ مساعدة المواطنين على التكيف مع وسائل النقل الجديدة وترسيخها في عادات سفرهم؛

_توجيه الموارد البشرية نحو تطوير مهاراتهم وذلك بنقل خبرة RATP لعمال سيترام؛

_ نقل الجزائر نحو نمط جديد من النقل الحضري في متناول الجميع؛

_ توفير خدمة نقل عالية الجودة والأمان والراحة والانتظام والنظافة.

وعليه نلاحظ أن أهداف المؤسسة أهداف استراتيجية وقابلة للقياس وجميعها تصب على الاهتمام بالعميل وتلبية احتياجاته.

رؤية مؤسسة سيترام: اكتساب مكانة والريادة في مجال النقل في إفريقيا والعالم.

رسالة المؤسسة: تقديم خدمة ذات جودة للمسافرين **"هم سادة على متن الترامواي"**.

نلاحظ أن رسالة المؤسسة هي رسالة قوية ومؤثرة فعلا على رضا العملاء على الخدمة المقدمة.

الهيكل التنظيمي:

قدمنا عرضا تفصيليا للهيكل التنظيمي لمؤسسة سترام في الملحق رقم (01)، والذي من خلال قراءته وتحليله استنتجنا ما يلي:

هيكل تنظيمي وظيفي أي حسب وظائف المؤسسة ويعتمد على درجة أهمية كل وظيفة في قربها من المستوى الأول أي الإدارة العليا، كما يتميز بأنه أقسامي أي تفرع كل وظيفة إلى أقسام جزئية لتقسيم مهام العمل وتسهيل انجازها وسرعة في نقل المعلومات، باستخدام وسائل اتصال حديثة كالبريد الالكتروني ...، مما يساعد في عملية اتخاذ القرار.

ثانيا/عينة الدراسة:

إن اختيار العينة المناسبة للبحث من العناصر الأساسية والمهمة في بداية العمل الميداني، وبناءا على أهداف الدراسة تم تحديد عينة من موظفي المؤسسة محل الدراسة، وقد تكون مجتمع الدراسة من كل موظفي مؤسسة سيترام _ورقلة_ وقد تم توزيع 40 استبانة، والجدول أدناه يوضح ذلك:

الجدول رقم(02-01):عدد الاستمارات الموزعة والمسترجعة

عدد الاستمارات الموزعة	عدد الاستمارات المسترجعة	عدد الاستمارات الغير مسترجعة	عدد الاستمارات الملغية	عدد الاستمارات الصالحة للتحليل
40	33	07	00	33

المصدر: بناءا على العمل الميداني للطالبتين

ثالثا/ مصادر جمع البيانات ومنهج الدراسة:

1. مصادر الحصول على البيانات

تمثلت أهم مصادر الحصول على البيانات فيما يلي :

- **مصادر أولية:** لمعالجة الجانب الميداني للدراسة تم جمع البيانات الأولية من خلال الاستبيان كأداة رئيسية للدراسة ،وصممت خصيصا لهذا الغرض ووزعت على عمال المؤسسة، كذلك تم الاعتماد على المقابلة مع رؤساء بعض المصالح في المؤسسة ومجموعة من الموظفين.
- **مصادر ثانوية** : حيث اتجهت دراستنا في معالجة الإطار النظري، إلى مصادر ثانوية والتي تتمثل في الكتب، المقالات ،التظاهرات العلمية والأبحاث والدراسات السابقة، التي تناولت موضوع الدراسة.

2. منهج الدراسة

للوصول إلى الهدف والإجابة على تساؤلات البحث اعتمدنا على المنهج الوصفي لضبط مختلف المفاهيم كمفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال، جودة الخدمة وغيرها من المفاهيم، وذلك اعتمادا على جمع المعلومات المتوفرة في المراجع والدراسات السابقة. كما استعملنا المنهج التحليلي لتحليل جوانب ومضمون مختلف المفاهيم الواردة في البحث، وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية باستخدام الاستبيان ومن ثم تحليل وتفسير نتائجه.

المطلب الثاني: الأساليب والأدوات

1. أدوات الدراسة:

- **المقابلة:** كون المقابلة من أهم الأدوات المستعملة في جمع البيانات وأكثرها استخداما، فقد اعتمدنا عليها لجمع البيانات الأولية التي تعرفنا من خلالها على طريقة سير العمل بالمؤسسة محل الدراسة، ومختلف المصالح الموجودة بها، وقد تم إجراء مجموعة من المقابلات المباشرة مع مديري كل من مصلحة خدمة الزبائن ومصلحة أنظمة المعلومات والتذاكر ومجموعة من الموظفين ولكنها لم تكن كافية بسبب جائحة كورونا وظروف الحجر الصحي وتوقف المؤسسة عن العمل لفترة . **(أنظر الملحق رقم:02)**
- **الملاحظة:** وقد أفادتنا الملاحظة في الاطلاع على بعض المعلومات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الأدوات الأخرى، كطريقة عمل بعض المعدات والبرامج .
- **الاستبيان:** يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الشائعة الاستعمال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث وقد استخدمنا أسلوب الاستبيان كأداة

رئيسية في البحث فحاولنا ربط الاستمارة بإشكالية وفروض الدراسة، كما وتم الأخذ بعين الاعتبار في تصميمه الدقة والقواعد اللازمة لصياغة أسئلته، واعتمدنا في الاستبانة مقياس ليكارت الثلاثي (غير موافق، محايد، موافق) **(أنظر الملحق رقم03)**

وتم تقسيم استمارة الاستبيان كما يلي:

_ **الجزء الأول** :يحتوي على البيانات الشخصية من (الجنس، السن، المستوى الدراسي، الأقسام).

_ **الجزء الثاني**: خاص بموضوع الدراسة، والذي بدوره مقسم إلى محورين :

المحور الأول :والذي يقيس المتغير المستقل تحت عنوان تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والمكون من(25) عبارة. والذي قسم للأبعاد التالية :

I. **المورد البشري(الأفراد)**:يشمل الفقرات (1 ـ 5).

II. **الأجهزة والمعدات**: ويشمل الفقرات (6 ـ 10).

III. **قاعدة البيانات**: ويشمل الفقرات التالية (11 ـ 14).

IV. **البرمجيات**: ويشمل الفقرات (15-20).

V. **الشبكات**: ويشمل الفقرات(21-25).

المحور الثاني :يقيس المتغير التابع بعنوان جودة الخدمة، والمكون من(15) فقرات.

الجدول رقم (02-02): توزيع درجات الموافقة لمقياس(LIKERT)

	غير موافق	محايد	موافق
الدرجة	1	2	3
مجال المتوسط	من 1 إلى1.66	من 1.67 إلى 2.33	من 2.34 إلى 3

المصدر: وليد الفرا، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج SPSS، الندوة العلمية للشباب2010،ص7.

2. صدق أداة الدراسة: يقصد بها مدى تناسق فقرات الاستبيان مع متغيرات الدراسة التي تعمل على قياسها وأن مضمونها يتفق مع الغرض الذي صممت من أجله وللتحقق من صدق محتوى أداة البحث تم مراجعتها مع المشرف ،وعرضها على هيئة من المحكمين الأكاديميين والمتخصصين لإبداء رأيهم فيه من خلال عدد العبارات وشموليتها وتناسب محتواها من حيث الصياغة اللغوية، أو أي ملاحظات أخرى يرونها مناسبة، وقد تم التأكد من صدق الاستبيان ظاهريا، والأخذ بآ راءهم بتعديل وإعادة صياغة بعض العبارات.

3. ثبات أداة الدراسة: لقد تم حساب معامل الثبات إحصائيا باستعمال معامل **ألفا كرونباخ (Alpha_Cronbach)** .للتأكد من درجة ثبات الاستبيان كما هو موضح في الجدول التالي :

الجدول(02-03):نتائج ألفا كرونباخ

المتغيرات	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرونباخ
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	25	0.83
جودة الخدمة	15	0.79
الإجمالي	40	0.86

المصدر : من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من خلال الجدول (02-03) أن معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة قدرت بالنسبة لمحور تكنولوجيا المعلومات والاتصال 83 %، وبلغ محور جودة الخدمة 79 %،أما الإجمالي بلغ 86 %، وتعتبر كل النسب المحصل عليها جيدة للثبات وهي أكبر من60 %وهذا ما يشير إلى إمكانية ثبات النتائج في حالة إعادة تطبيق الاستبيان مرة أخرى.

4. **الأساليب الإحصائية المستخدمة:** تمت عملية تبويب وتحليل البيانات المتحصل عليها من الاستمارات عن طريق تحويل البيانات الوصفية إلى بيانات كمية، وذلك بترميز الإجابات وتفريغها في جداول أعدت لذلك، ومن ثم إدخالها في الحاسوب على برامج SPSS 20، وتم استخدام في تحليل النتائج أدوات إحصائية مثل:

_**الإحصاء الوصفي**: التكرارات والنسب المئوية، الانحراف المعيار، المتوسط الحسابي.

_**الإحصاء الاستدلالي**: ألفا كرونباخ، علاقات الارتباط.

المبحـــث الثـــاني: النتائج والمناقشات

سنحاول خلال هذا المبحث عرض أهم النتائج التي توصلنا لها فيما يخص الخصائص الشخصية للعاملين وكذا متوسط اجاباتهم حول كل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة، والدور الذي تلعبه في تعزيز جودة الخدمات، كما سنقوم بمناقشة نتائجنا الحالية مع نتائج الدراسات السابقة أخذها بالتحليل والتفسير.

المطلب الأول: عرض النتائج

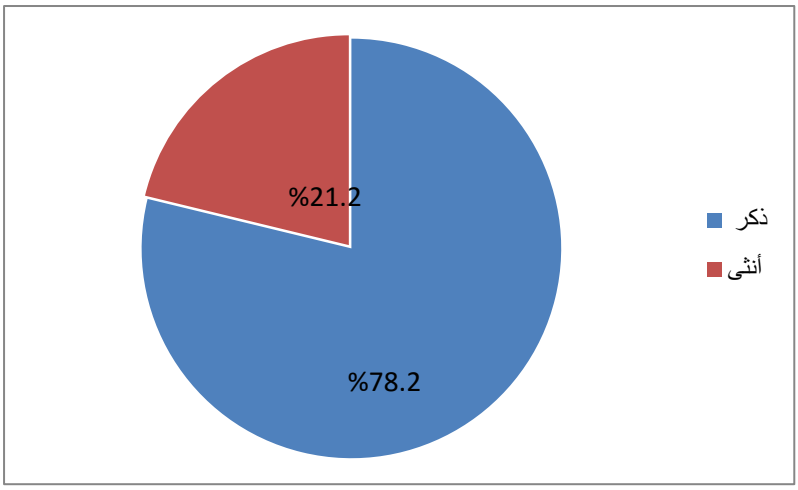
سنقوم خلال هذا المطلب بعرض نتائج المقابلة وتحليل نتائج استمارة الاستبيان وتقييم جودة الخدمة المقدمة في مؤسسة سيترام وكذا دراسة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

أولا :عرض النتائج الإحصائية حول البيانات الشخصية للموظفين

نحاول عرض إحصائيات لمعلومات الشخصية للموظفين من حيث الجنس، السن، المستوى التعليمي، القسم.

الجنس: الشكل الموالي يوضح توزيع الموظفين حسب متغير الجنس

الشكل (02-01): توزيع الموظفين حسب الجنس

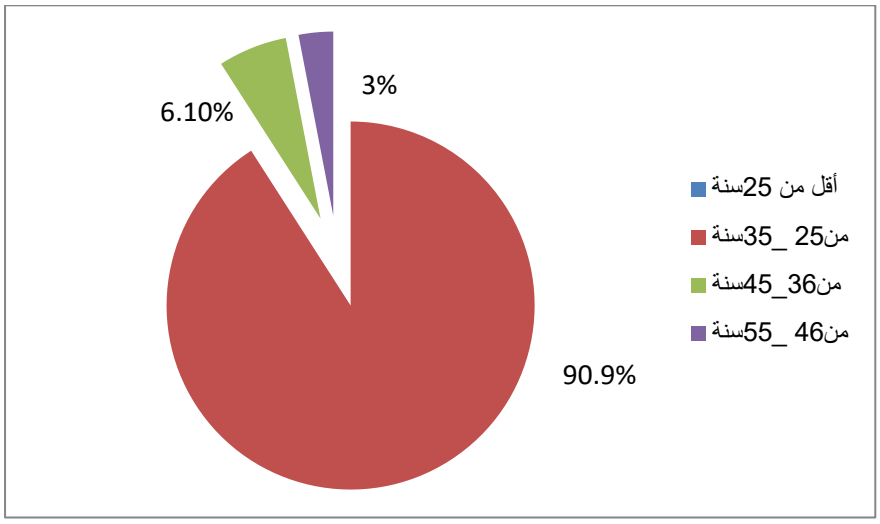


المصدر: من إعداد الطالبتان اعتمادا على برنامج Excel وSPSS

يتبين من الشكل (02-01) أن نسبة الذكور في العينة بلغت78.2% بينما بلغت نسبة21.2% وهي نسبة قليلة مقارنة بالذكور، ويعود ذلك لسياسة المؤسسة في توظيفها لنسبة الذكور أكثر من الاناث بسبب بعض الأنشطة التي تتطلب بنية جسدية قوية وقدرة على التحمل والعمل لفترات متأخرة أحيانا كموظفي المراقبة والصيانة ... الخ

ثانيا: السن: الشكل الموالي يوضح توزيع الموظفين حسب متغير السن

الشكل(02-02) : توزيع الموظفين حسب السن

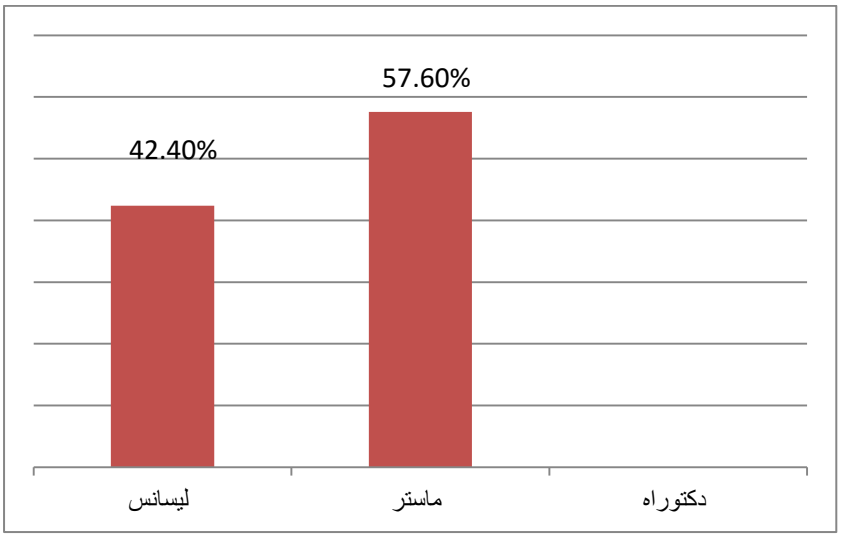


المصدر: من اعداد الطالبتان اعتمادا على برنامج Excel وSPSS

ومن خلال الشكل(02-02) نلاحظ ان العينة تتوزع حسب السن كالتالي : حيث نجد نسبة 90.9% من أفراد العينة تتراوح أعمارهم (25 الى 35) وهي أكبر نسبة وذلك راجع لسياسة المؤسسة لاستقطابها للفئة الشبابية وخاصة أن المؤسسة مازالت مؤسسة ناشئة في بداية حياتها، في حين تبقى الفئات العمرية (36الى 45) و (46 الى 55) بنسب متقاربة جدا وهي على التوالي 6.1% و3%. وذلك لكون المؤسسة حديثة النشأة وتركيزها أكثر على الفئة الشبابية. أما الفئة العمرية أقل من 25 كانت منعدمة.

ثالثا: المستوى التعليمي: الشكل الموالي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

الشكل(02-03) :توزيع الموظفين حسب متغير المستوى التعليمي

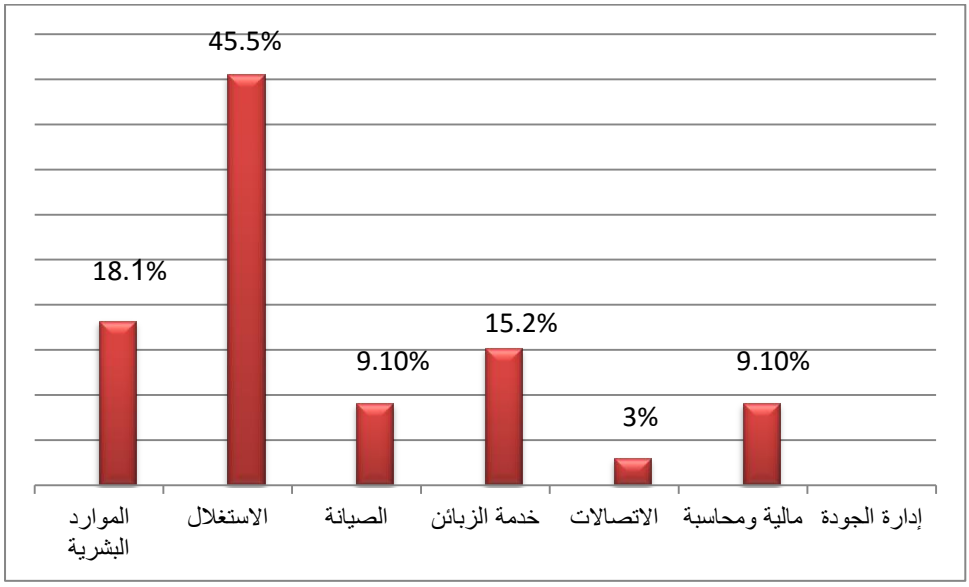


المصدر: من اعداد الطالبتان اعتمادا على برنامج Excel وSPSS

يتبين من الشكل أعلاه أن أفراد العينة المدروسة جميعهم خريجي الجامعة وذلك لأن المؤسسة تولي أهمية كبيرة للمستوى الدراسي في عملية التوظيف، بالإضافة اننا استهدفنا الموظفين الإداريين، فكانت النسبة الأعلى لمستوى الماستر بـــ 57.6% يليها مستوى ليسانس بـــ42.4%.

رابعا: أقسام: الشكل الموالي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الأقسام في المؤسسة

الشكل(02-04) :توزيع عينة الدراسة حسب متغير الأقسام



المصدر: من اعداد الطالبتان اعتمادا على برنامج Excel و SPSS

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن العينة تتوزع حسب الأقسام كما يلي: حيث بلغت نسبة قسم الاستغلال 45.5%، يليها قسم الموارد البشرية بنسبة 18.1% ،ثم قسم خدمة الزبائن بنسبة 15.2%، ثم قسم كل من المالية والمحاسبة والصيانة بنفس النسبة 9.10%، واخيرا قسم الاتصالات بسبة 3% .

ويرجع هذا التباين بين الأقسام الى عدم توفر جميع العمال أثناء توزيع الاستبيان بسبب الظروف الصحية التي مرت بها البلاد وظروف الحجر الصحي.

ثانيا: تقييم تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مؤسسة سيترام _ورقلة_:

قمنا بدراسة هذا المتغير من خلال مجموعة من المقابلات وكانت نتائجها كما يلي:

فيما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة، تتبنى مؤسسة سيترام تكنولوجيا معلومات واتصال وتعتمد على العناصر التالية:

1.المورد البشري: يعتبر المورد البشري في مؤسسة سيترام كفؤ ومؤهل وذلك لاستقطابها ذوي الاختصاص، فنجد في مصلحة محل الدراسة مثلا ؛موظفي متخصصين في إعلام آلي صناعي ذوي خبرة كافية.

كما ان الموظفين يخضعون لدورات تدريبية وتكوينية فور توظيفهم كل حسب اختصاصه، أما مدة التدريب فتتراوح من 7 أيام إلى 21 يوم كأقصى حد. وفيما يخص مجالات التدريب فيتم تدريبهم على قيادة القاطرة وإشارات المرور وموجات الراديو، جدار الحماية كذلك تدريب على البرامج المستخدمة[1].

وعليه افترضنا أن مؤسسة سيترام تعتمد في تبنيها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على كفاءة المورد البشري، وللتأكد من صحة الفرضية كانت إجابات العاملين حول الاستبيان كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (02-04): متوسط إجابات الموظفين حول بعد المورد البشري

عبارات المقياس	المتوسط	الانحراف المعياري	الملاحظة	الترتيب
1_ تستقطب المؤسسة مختصين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	2,454	0,869	مرتفع	5
2_تقوم المؤسسة بتقديم دورات تدريبية وتكوينية لموظفيها لمساعدتهم على استخدام التقنيات المستحدثة والمتطورة	2,757	0,560	مرتفع	4
3_يسهل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملية اتخاذ القرار	2,909	0,291	مرتفع	2
4_استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يحقق مرونة في العمل ويخفف الضغوطات	2,969	0,174	مرتفع	1
5_ استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يسهل العلاقات الإدارية ويولد الانسجام بين الموظفين	2,818	0,527	مرتفع	3
المتوسط الإجمالي للفقرات	2.781	0.484	مرتفع	_____

المصدر: من إعداد الطالبتان بناءا على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول (02-04)يتضح لنا أن المتوسط الحسابي العام لبعد المورد البشري بلغ(2.781)، وبانحراف معياري(0.484) وهو يقع في المجال الموافق، كما تشير قيم الانحراف المعياري إلى نسبة الوثوق بقيم المتوسط الحسابي ،وهذا يعني أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساعد المورد البشري على أداء مهامه في مؤسسة سيترام وهذا ما تؤكده العبارة رقم (4) وقدر متوسطها الحسابي(2.969) وبانحراف معياري(0.527)،كما أن استخدام

[1]السيد جرباوي عماد .، رئيس مصلحة نظام المعلومات والتذاكر ، مقابلة حول مكونات تكنولوجيا المعلومات في شركة سيترام/ يوم الأربعاء/26/فيفري 2020

تكنولوجيا المعلومات والاتصال يسهل عملية اتخاذ القرارات والعلاقات الإدارية ويولد الانسجام بين الموظفين وهذا ما توضحه كل من العبارات(3،5) بمتوسط حسابي (2.909) و(2.818) وانحراف معياري (0.291)،(0.527)على التوالي، كما تقوم المؤسسة باستقطاب ذوي الكفاءة في مجال التكنولوجيا وتحرص على تقديم دورات تكوينية لموظفيها لتعليمهم على الأجهزة الحديثة وهذا ما أوضحته العبارتين(1،2) بمتوسطين حسابيين(2.757)و(2.454).وانحراف معياري(0.560) ،(0.869) على التوالي.

ومنه نستنتج أن مؤسسة سيترام تعتمد في تبنيها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على كفاءة المورد البشري وتسعى دوما للرفع منها.

2.المعدات والأجهزة: حسب نتائج المقابلة فقد تكونت المعدات والأجهزة المستخدمة في المؤسسة فيما يلي:

- **أجهزة الكمبيوتر:** تحتوي مؤسسة سيترام على37 حاسوب مكتبي من نوع HP ذات شاشات عرض مسطحة كذلك تحتوي على36 حاسوب شخصي من نفس النوع أيضا.
- **الطابعات:** تمتلك المؤسسة عدد كافي من الطابعات البالغ عددها 6طابعات بحجم كبير من نوع Canon و 5 طابعات من الحجم الصغير من نفس النوع وهي جميعها مربوطة بشبكة Wi-Fi مما يسهل للموظف القيام بمهامه .
- **الهاتف الأرضي:** المؤسسة مجهزة بالهاتف الأرضي حيث أنه في كل مصلحة نجد بها هاتف في حين أن بعض المصالح تحتوي على هاتفين.
- **الهاتف المحمول:** لدى كل عمال المؤسسة هاتف محمول صغير الحجم يمكنهم استخدامه داخل المؤسسة في اطار العمل فقط .
- **الهاتف اللاسلكي** : نجده عند عمال مكافحة الغش وعمال الأمن على طول خط السكة .

أما بخصوص الأجهزة والمعدات المتعلقة بالتذاكر، نجد:

- **آلة طبع التذاكر(MCMM):** يوجد بالمؤسسة 6 آلات كل واحدة منها مربوطة بحاسوب تحتوي كل آلة على آلة صغيرة تسمى IMC هي المسؤولة عن طباعة الرقم التسلسلي في التذكرة من الجهة الخلفية، يتكون هذا الرقم من رمز خاص والتاريخ الذي طبعت فيه ورقم الدالة.

أما MCMM ما هي إلا آلة حافظة لآلة الطبع والتذاكر، حيث يتم استيراد التذاكر من اسبانيا

- **آلة المصادقة:** وهو قارئ التذاكر نجده في القاطرة حيث أن كل قاطرة تحتوي على 10الات للمصادقة.

- **البائع الإلكتروني للتذاكر(الموزع الآلي)**:نجده في كل محطة حيث يقوم ببيع التذاكر بطريقة إلكترونية كما أنه يحتوي على عدة لغات وذلك لتسهيل عملية الشراء للعميل.
- **الخزينة الذكية** : نجدها في كل كشك لبيع التذاكر بمجرد دخول الموظف يقوم بإدخال اسم المستخدم والرمز يفتح صندوق النقود
- **قارئ البطاقات** : نجده في كل كشك حيث يحتوي على شريحة مرقمنة بمجرد وضع بطاقة الاشتراك فوقه يقوم بقراءة كل معلومات البطاقة ويقوم بتعبئتها كل حسب اشتراكه شهري، أسبوعي، كلاسيك .. الخ
- **جهاز مراقبة بطاقات الاشتراك** : نجده عند عمال مكافحة الغش يقوم بمراقبة بطاقات الإشراك بمجرد وضعه على البطاقة يقوم بقراءة معلومات البطاقة كمدة انتهاء صلاحيتها مثلا

من خلال ما سبق **افترضنا أن مؤسسة سيترام تعتمد في تبنيها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطور الأجهزة والمعدات المستخدم**، وللتأكد من صحة الفرضية سنعالج إجابات العمال حول الأجهزة والمعدات كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول(02-05):متوسط إجابات الموظفين حول الأجهزة والمعدات

عبارات المقياس	المتوسط	الانحراف المعياري	الملاحظة	الترتيب
6_تمتلك المؤسسة عدد كافي من الأجهزة والحواسيب المتطورة	2,606	0,747	مرتفع	3
7_تمتلك المؤسسة وسائل اتصال حديثة	2,787	0,484	مرتفع	2
8_الأجهزة والمعدات المستخدمة تساهم في عملية اتخاذ القرار	2,606	0,609	مرتفع	4
9_تتوفر المؤسسة على أجهزة ومعدات تساعدها على انجاز معاملاتها بسرعة وبدقة	2,787	0,484	مرتفع	2
10_تتناسب الأجهزة والمعدات مع طبيعة عمل المؤسسة	2,878	0,331	مرتفع	1
المتوسط الإجمالي للفقرات	2.732	0.531	مرتفع	————

المصدر: من إعداد الباحثين بناءا على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول (02-05)يتضح لنا أن المتوسط الحسابي العام لبعد الأجهزة والمعدات بلغ(2.732)،وبانحراف معياري(0.531)وهو يقع في المجال الموافق، كما تشير قيم الانحراف المعياري إلى نسبة الوثوق بقيم المتوسط الحسابي المكونة لهذا البعد، وهذا يعني أن مؤسسة سيترام تعتمد في عملها على تطور الأجهزة والمعدات المستخدمة ويعود بالأساس لتناسب الاجهزة والمعدات مع طبيعة عمل المؤسسة وهو ما تفسره الفقرة (10) بمتوسط حسابي(2.732)وانحراف معياري(0.531)،كما تتوفر على تجهيزات ووسائل اتصال حديثة

تساعدها على انجاز معاملاتها بالسرعة والدقة المطلوبة وهذا ما توضحه العبارتين (9،7)بمتوسط حسابي(2.787)وانحراف معياري(0.484)، وامتلاكها لعدد كافي من الأجهزة والحواسيب يساعدها على اتخاذ القرارات بسرعة وهذا ما توضحه العبارتين (6، 8)بمتوسط حسابي(2.606)وانحراف معياري(0.747) ,(0.609) على التوالي.

وعليه نستنتج أن مؤسسة سيترام تعتمد في تبنيها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطور الأجهزة والمعدات المستخدمة.

3. **قاعدة البيانات:** حسب نتائج المقابلة وجدنا أن المؤسسة تمتلك قاعدة بيانات تحوي كم هائل من البيانات والمعلومات حول المتعاملين معها من زبائن وموردين...إلخ، كما تعمل المؤسسة على حمايتها من خلال استخدام بريد إلكتروني خاص لتداول المعلومات فيه كما يتم تغيير كلمة المرور شهريا، كما تعتمد أيضا لحماية المعلومات على مضاد فيروساتSophosendpoint وجدار الحماية وتحتفظ بنسخ احتياطية لبياناتها، يومية، أسبوعية، شهرية .

وعليه افترضنا أن المؤسسة تملك قاعدة بيانات حديثة وقوية.

وللتأكد من صحة الفرضية كانت إجابات العمال كما يوضحه الجدول أدناه:

الجدول(02-06): متوسط الإجابات العمال حول بعد قاعدة البيانات

عبارات المقياس	المتوسط	الانحراف المعياري	الملاحظة	الترتيب
11_تتوفر المؤسسة على قاعدة بيانات ضخمة	2,363	0,699	مرتفع	4
12_تسهل تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة عملية الوصول إلى قواعد البيانات عند الحاجة	2,575	0,613	مرتفع	2
13_تشجع المؤسسة المعالجة الالكترونية للبيانات	2,606	0,555	مرتفع	1
14_توفر المؤسسة أنظمة متطورة لحماية قاعدة البيانات	2,575	0,501	مرتفع	3
المتوسط الإجمالي للفقرات	2.529	0.592	مرتفع	_____

المصدر: من إعداد الطالبتان بناءا على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول (02-06) يتضح لنا أن المتوسط الحسابي العام لبعد قاعدة البيانات بلغ(2.529)،وبانحراف معياري(0.592)وهو يقع في المجال الموافق، وتشير قيم الانحراف المعياري إلى نسبة الوثوق بقيم المتوسط الحسابي المكونة لهذا البعد، وهذا يعني أن مؤسسة سيترام تمتلك قاعدة بيانات حديثة وقوية، حيث يعود لأن قاعدة البيانات في مؤسسة سيترام تشجع على المعالجة الالكترونية للبيانات وهذا ما توضحه العبارة (13) بمتوسط حسابي (2.606) وانحراف معياري(0.555)، وكذلك لسهولة الوصول لقواعد البيانات وهذا توضحه العبارة

(12) بمتوسط حسابي(2.575)وانحراف معياري(0.613)،كما تقوم المؤسسة بحماية قاعدة البيانات الخاصة بها باستخدام أنظمة متطورة ،لأنها تحوي بيانات المؤسسة الأم والزبائن...وهذا ماتوضحه العبارتين (14)بمتوسط حسابي (2.575)وانحراف معياري (0.699)و(11) بمتوسط حسابي(2.363) وانحراف معياري(0.501).

ومما سبق نستنتج أن مؤسسة سيترام تمتلك قاعدة بيانات حديثة وقوية.

4. البرمجيات: حسب نتائج المقابلة نجد ان المؤسسة تعتمد على عدة برامج من بينها:

Office2013، e-mail، PowerPoint،Excel،Word

بالإضافة إلى هذه البرامج نجد:

_ **الإدارة الإلكترونية للملفات(GED)**:حيث حصلت المؤسسة في ديسمبر الماضي على شهادة الإيزو في الإدارة الإلكترونية للملفات، والمقصود بها أرشفة كل وثائق المؤسسة بطريقة الكترونية

_ إدارة الصيانة بواسطة الحاسوبGestion de maintenance assistée par ordinateur**(GMAO)**

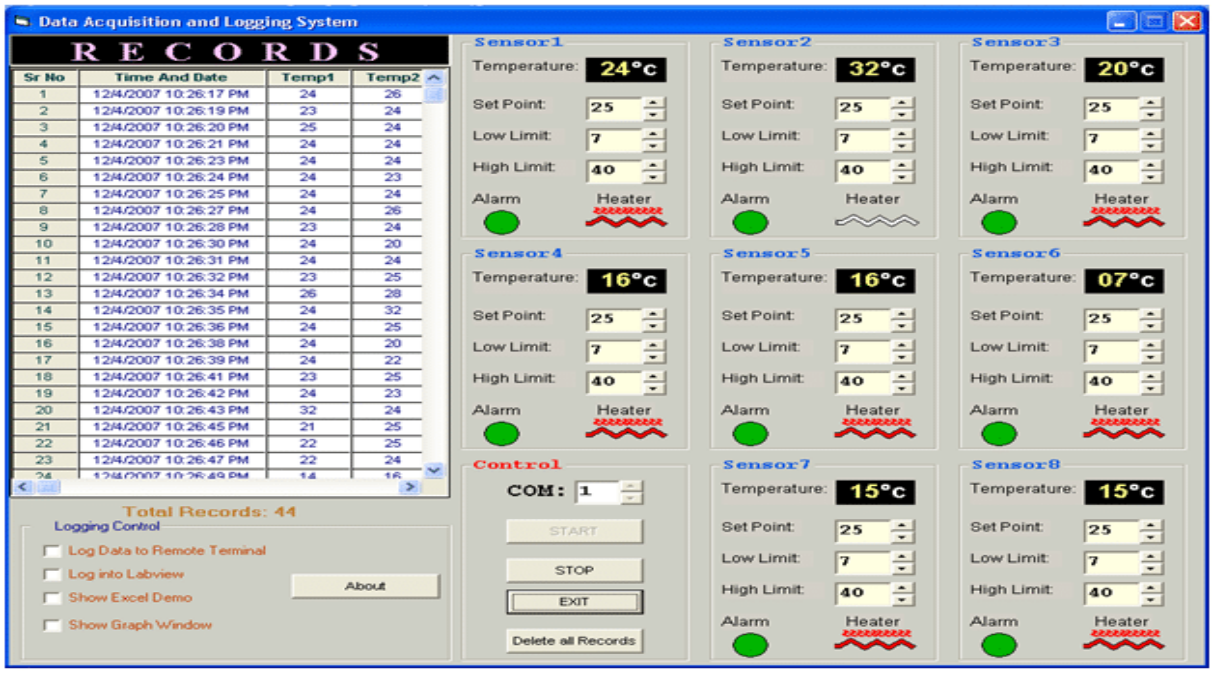
: هو عبارة عن حزم برمجية تعمل على أجهزة الحاسبات الآلية ومهمتها تنظيم الصيانة، تستعمله المؤسسة في قسم الصيانة ويساعدها على تخزين بياناتها وحفظها.

_ Solutions de gestion d'entreprise**(SAGE)** :برنامج يساعد الإدارة على إعداد الفواتير وعروض الأسعار وكشوف الرواتب، حيث تعتمد المؤسسة على هذا البرنامج في قسم الموارد البشرية وقسم المالية والمحاسبة.

_Système de contrôle et d'acquisition de donnée **(SCADA):**هو نظام جمع ومراقبة البيانات والتحكم بها، يستخدم بشكل كبير في قطاع الطاقة والنقل. حيث يتألف هذا النظام من مجموعة من العناصر من برمجيات وأجهزة والتي تسمح للمؤسسة بالتعامل المباشر مع الأجهزة والحساسات والمستشعرات الخاصة بالتراموای وذلك باستخدام أنظمة تشغيل حاسوبية كما يقوم بتسجيل الأحداث وحفظها[1].

[1]السيد حاتم حروز , نائب رئيس مصلحة نظام المعلومات والتذاكر, مقابلة حول البرمجيات المستخدمة في المؤسسة يوم 02 مارس 2020

الشكل رقم (02_ 05: (SCADA)



_ VSphère: هو برنامج من برامج الحوسبة السحابية والبنية التحتية يتيح للمؤسسة إدارة جميع الأجهزة من وحدة تحكم واحدة.

وعليه نفترض أن مؤسسة سيترام تعتمد في تبنيها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على حداثة برمجياتها، وللتأكد من مدى صحة هذه الفرضية سنعالج اجابات العمال حول البرمجيات في الجدول التالي:

الجدول(02-07):متوسط إجابات الموظفين حول البرمجيات

عبارات المقياس	المتوسط	الانحراف المعياري	الملاحظة	الترتيب
15_تتوفر المؤسسة على برمجيات حديثة ومتطورة	2.484	0.755	مرتفع	5
16_تتناسب البرمجيات المستخدمة في المؤسسة مع كل نشاطاتها	2.757	0.501	مرتفع	3
17_تساعد البرمجيات في حل المشكلات بحسب احتياجات المؤسسة	2.787	0.415	مرتفع	2
18_تسرع البرمجيات من أداء العمليات وكل النشاطات في المؤسسة	2.818	0.464	مرتفع	1
19_تتصف البرمجيات المستخدمة بتوفير إرشادات وتقديم معلومات توضيحية	2.484	0.667	مرتفع	4
20- تمتاز البرمجيات بأنظمة حماية آلية ومتطورة	2.484	0.667	مرتفع	4
المتوسط الإجمالي للفقرات	2.763	0.578	مرتفع	ـــــ

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول يتضح لنا أن المتوسط الحسابي العام لبعد البرمجيات بلغ (2.763) بانحراف معياري (0.578) وهو يقع في المجال الموافق ،وتشير قيم الانحراف المعياري إلى نسبة الوثوق بقيم المتوسط الحسابي المكونة لهذا البعد، وهدا يعني أن مؤسسة سيترام تعتمد على البرمجيات في أداء مهامها، وذلك يعود إلى أن البرمجيات تسهل وتسرع من أداء عمليات ونشاطات المؤسسة وهذا ما توضحه الفقرة رقم (18) بمتوسط حسابي (2.818) وانحراف معياري (0.464)، وكذلك مساهمة البرمجيات في حل مشكلات المؤسسة حسب احتياجاتها وهذا ما تفسره الفقرة رقم (17) بمتوسط حسابي (2.787) وانحراف معياري (0.415)، وملائمة البرمجيات مع نشاطات المؤسسة هذا ما توضحه الفقرة رقم (16) بمتوسط حسابي (2.757) وانحراف معياري (0.501)، وتوفرها على برمجيات حديثة ومتطورة هذا ما توضحه الفقرة رقم (15) بمتوسط حسابي (2.484) وانحراف معياري (0.755)،كما تمتاز بأنظمة حماية الية ومتطورة هذا ما توضحه الفقرة رقم (20) بمتوسط حسابي (2.484) وانحراف معياري (0.667)، وكما تحتوي هده البرمجيات على ارشادات ومعلومات توضيحية هذا ما تفسره الفقرة رقم (19) بمتوسط حسابي (2.484) وانحراف معياري (0.677) .

ومنه نستنتج ان مؤسسة سيترام تعتمد في تبنيها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على حداثة برمجياتها

5.الشبكات: حسب نتائج المقابلة وجدنا أن :

بما أن مؤسسة سيترام نشاطها يعتمد على التكنولوجيا وتوجهها إلكتروني فلابد من توفر شبكات حتى يضمن سير عملها بالشكل المناسب، فنجد 3شبكات رئيسية:

1.الشبكة المحلية: يوجد بالمؤسسة شبكة محلية(LAN)،تربط بين الخادم وأجهزة الكمبيوتر مربوطة بواسطة خطوط اتصال(كوابل)،حيث تعتمد على ؛**شبكة متعددة الخدمات Réseau multi services(RMS):**هي آلية في شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي عالية الأداء تساعد المؤسسة على ربط الشبكات فيما بينها لتحميل ونقل اكبر قدر ممكن من البيانات، وهي خدمة توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر.

2.الانترنت:تشترك مؤسسة سيترام بالشبكة العالمية للإنترنت فائقة السرعة ADSL ومن أهم متطلبات الدخول إلى الإنترنت ومواقعها المعلوماتية، هو الحصول على الوسيلة المناسبة والقادرة على إيصالك دون عوائق أو مشكلات فنية .وتتطلب عملية الاتصال بالإنترنت ما يلي: أجهزة ومعدات كأجهزة الحاسوب و جهاز المودم وخط هاتف، كما تحتاج عملية الاتصال بالإنترنت كذلك إلى برامج للقيام بتلك العملية وتهيئة التوافقية بالبروتوكولات المتعارف عليها بين الحاسوب الشخصي وجهاز موفر الخدمة وشبكة الإنترنت ويكون ذلك

بالاشتراك بالأنترنت ويتم ذلك باختيار أحد مزودي الخدمة (مؤسسة اتصالات الجزائر) وتوقيع عقد حساب الاشتراك مع الشبكة.

3.الانترانت: تستخدم مؤسسة سيترام شبكة الانترانت ،حيث تهدف إلى بث المعلومات داخل المؤسسة وطلب المعلومات(عن طريق الوصول إلى قاعدة البيانات الخاصة بالمؤسسة)، الرسائل الإلكترونية بين المستخدمين من مختلف المستويات. كما توفر خدمة النظام التفاعلي حيث يقوم كل فرد بتقديم العمل (GROUP WARE)في الرسائل الإلكترونية ومجموعات التحاور.

كما تعتمد مؤسسة سيترام على شبكة VPN: هي شبكة افتراضية خاصة تسمح للمؤسسة بالتواصل مع المؤسسة الأم وتبادل المعلومات والبيانات فيما بينها دون تدخل أي طرف آخر لأنها سرية.

وعليه افترضنا أن مؤسسة سيترام تعتمد على الشبكات في أداء نشاطها، وللتأكد من صحة الفرضية نعالج إجابات العمال حول الشبكات في الجدول التالي:

الجدول(02-08):متوسط الإجابات العمال حول الشبكات

عبارات المقياس	المتوسط	الانحراف المعياري	الملاحظة	الترتيب
21_تساهم الشبكات في سرعة تبادل المعلومات الالكترونية في المؤسسة	2.939	0.242	مرتفع	1
22_تستخدم الشبكات في الربط والتنسيق بين أقسام المؤسسة	2.848	0.507	مرتفع	3
23_تتوفر المؤسسة على موقع الكتروني على شبكة الانترنت	2.545	0.794	مرتفع	5
24_يساعد الموقع الالكتروني العميل على معرفة خدمات المؤسسة بسهولة	2.575	0.708	مرتفع	4
25_تمتلك المؤسسة شبكات تساعدها في ضبط ومراقبة العمليات اليومية	2.909	0.291	مرتفع	2
المتوسط الإجمالي للفقرات	2.654	0.508	مرتفع	ـــــ

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات SPSS

من حلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي العام لبعد الشبكات بلغ (2.654) بانحراف معياري (0.508) وهو يقع في المجال الموافق، وتشير قيم الانحراف المعياري إلى نسبة الوثوق بقيم المتوسط الحسابي المكونة

لهذا البعد ،وهذا يعني أن مؤسسة سيترام تعتمد في نشاطها على الشبكات، وهذا يعود الى ان الشبكات تساعدها في تبادل المعلومات الالكترونية هذا تفسره الفقرة (1) بمتوسط حسابي (2.939) وانحراف معياري (0.242)، وامتلاكها لشبكات تساعدها في ضبط ومراقبة عملياتها اليومية وهذا ما توضحه الفقرة رقم (25) بمتوسط حسابي (2.909) وانحراف معياري (0.291)،كما تقوم بالربط والتنسيق بين مختلف أقسام المؤسسة هذا ما توضحه الفقرة (22) بمتوسط حسابي (2.848) وانحراف معياري (0.507)،كما تتوفر المؤسسة على موقع الكتروني يساعد العميل على معرفة الخدمات التي تقدمها المؤسسة وهذا ما تفسره الفقرتين (24) و(23) بمتوسط حسابي (2.575) ، (2.545) وانحراف معياري (0.708) ، (0.794) على التوالي .

وعليه نستنتج أن مؤسسة سيترام تعتمد على الشبكات في أداء نشاطها.

وعليه من خلال ما سبق حتى يمكننا تحليل وتقييم مدى تبني مؤسسة سيترام لتكنولوجيا معلومات واتصال متطورة وفعال سنقوم بعرض متوسط إجابات العمال حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث أننا افترضنا حسب نتائج المقابلة حول كل من المورد البشري، الشبكات، البرمجيات، قاعدة البيانات والأجهزة والمعدات **افترضنا ما يلي:**

تتبنى مؤسسة سيترام تكنولوجيا معلومات واتصال متطورة وفعالة.

وسوف نتأكد من صحة أو خطأ الفرضية وفقا لنتائج الجدول أدناه:

الجدول (02-09): متوسطات محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الملاحظة
المورد البشري	2.781	0.484	1	مرتفع
الأجهزة والمعدات	2.732	0.531	3	مرتفع
قاعدة البيانات	2.529	0.592	5	مرتفع
البرمجيات	2.763	0.578	2	مرتفع
الشبكات	2.654	0.508	4	مرتفع
المجموع	2.691	0.538	ــــ	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول نلاحظ أن المتوسط الحسابي العام لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بلغ (2.691) وانحراف معياري (0.538) وهو يقع في المجال الموافق، مما يعني أن مؤسسة سيترام تتبنى تكنولوجيا معلومات واتصال قوية وفعالة.

وعليه نستنتج مؤسسة سيترام تتبنى تكنولوجيا معلومات واتصال قوية وفعالة.

بناءا عليه نثبت صحة الفرضة الأولى التي تنص على "تبني مؤسسة سيترام لتكنولوجيا معلومات واتصال حديثة ومتطورة ".

ومن خلال الجدول أعلاه كذلك نلاحظ أن مؤسسة سيترام تعتمد وتتبنى كل مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلا أن أكثر المكونات الموجودة بشكل قوي وفعال تتمثل في بعد المورد البشري وبعد البرمجات بمتوسط حسابي (2.781) و(2.763) وانحراف معياري (0.484)و (0.578) على التوالي.

وعليه نستنتج أن أهم مرتكزات مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مؤسسة سيترام هما المورد البشري والبرمجيات.

ومنه نثبت صحة الفرضية الثالثة التي تنص على أن " البرمجيات وكفاءة المورد البشري أهم المرتكزات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في مؤسسة سيترام ".

ثانيا–تقييم الجودة في مؤسسة سيترام :

قمنا بدراسة هذا المتغير من خلال المقابلة وكانت نتائجها كما يلي [1]:

- تعتمد مؤسسة سيترام في تقديم خدماتها على جودة بدرجة عالية وذلك لحصولها على شهادة الايزو في الجودة 9001 في ديسمبر الماضي.
- كذلك توجيه مصلحة خاصة بالعميل ووضعها في مقدمة اهتماماتها وهي مصلحة إدارة العلاقة مع الزبون وتطويرها مؤخرا لتصبح مصلحة خدمة الزبائن، حيث تعالج هذه المصلحة كل ما يتعلق بالعميل من طلب معلومة، تنبيه، احتجاج، اقتراح، شكر، شكاوي، حاجات أخرى بمعنى كل ما يتعلق بخدمات ما بعد البيع.
- حيث يتم استقبال والرد على استفسارات وشكاوي العملاء عن طريق 3 وسائل هي :
- الهاتف تحت رقم 0560601627.
- البريد الالكتروني تحت عنوانwww.setram.dz

[1] السيد ذكار منير , رئيس مصلحة خدمة الزبائن , مقابلة حول نوع الخدمات المقدمة وجودتها , يوم 04 مارس 2020

- دفتر الشكاوي متواجد في كل كشك وأيضا في الوكالتين التجاريتين .

حيث يكون الرد أني في أغلب الأحيان إلا في بعض الحالات الاستثنائية يحتاج إلى وقت قصير كأقصى حد لرد 7 أيام.

كما يتم تقسيم الشكاوي كل حسب الجهة المختصة:

- الموزع الآلي له جهة مختصة لاستقبال والرد على الشكاوي المتعلقة به.
- الآلات المصادقة أيضا لها جهة مختصة .
- عمال مكافحة الغش (المراقبة) وكشك البيع ...وهكذا

ومن هنا يظهر اهتمام مؤسسة سيترام بالعميل وحرصها على تقديم خدماتها بجودة عالية بداية من حصولها على شهادة الايزو في الجودة إلى توجيه مصلحة خاصة بالعميل إلى الاهتمام بشكاويهم ومقترحاتهم وتوجيهها كل حسب جهته المختصة وذلك بهدف إرضاء العميل وكسب ولائه .

وعليه من خلال ما سبق افترضنا: تعتمد مؤسسة سيترام في تقديم خدماتها عل جودة عالية

وللتأكد من صحة ودقة هذه الفرضية قمنا بتوزيع الاستبيان وكانت الإجابات كما يلي :

الجدول(02-10):متوسط إجابات الموظفين حول محور جودة الخدمة

عبارات المقياس	المتوسط	الانحراف المعياري	الملاحظة	الترتيب
1_تهتم المؤسسة بمشاكل العملاء والإجابة على كل استفساراتهم	2.484	0.441	مرتفع	2
2_تحرص المؤسسة على تقديم خدماتها بشكل صحيح من المرة الأولى	2.818	0.391	مرتفع	3
3_تلتزم المؤسسة بتقديم خدماتها في الأوقات المحددة	2.848	0.441	مرتفع	2
4_يتميز الموظفين بالمرونة والبساطة في تقديم الخدمة	2.636	0.548	مرتفع	5
5_تقدم المؤسسة خدمات تتناسب مع متطلبات العميل	2.848	0.364	مرتفع	2
6_يتميز مقدموا الخدمة باستعدادهم الدائم لمساعدة العميل	2.818	0.464	مرتفع	3
7_تتعامل المؤسسة مع معلومات العميل بالسرية التامة	2.697	0.585	مرتفع	4
8_تهتم المؤسسة بحسن استقبال العملاء واحترامهم	2.818	0.527	مرتفع	3
9_لدى المؤسسة أساليب التعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة	2.818	0.527	مرتفع	3
10_ملائمة ساعات العمل لكل العملاء	2.636	0.548	مرتفع	5

11_وضع مصلحة خدمة الزبائن في مقدمة اهتماماتها	2.636	0.603	مرتفع	5
12_تتميز المؤسسة بسرعة الرد على شكاوي العملاء	2.636	0.548	مرتفع	5
13_تقوم المؤسسة بتقديم خدماتها بشكل سريع	2.636	0.488	مرتفع	5
14_ملائمة المظهر العام للمؤسسة يساعد الموظفين على أداء مهامهم	2.878	0.331	مرتفع	1
15_تتميز المؤسسة بموقع ملائم يسهل الوصول اليه	2.636	0.742	مرتفع	5
المتوسط الإجمالي للفقرات	2.747	0.503	مرتفع	---

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان المتوسط الحسابي العام لبعد جودة الخدمة مرتفع بلغ (2.747) بانحراف معياري (0.503) وهو يقع في المجال الموافق ،وتشير قيم الانحراف المعياري إلى نسبة الوثوق بقيم المتوسط الحسابي المكونة لهذا المتغير،وهذا يعني ان مؤسسة سيترام تقدم خدماتها بجودة عالية، وذلك يعود الى ملائمة المظهر العام للمؤسسة مما يساعد الموظفين على أداء مهامهم وهذا ما تفسره الفقرة رقم (14) بمتوسط حسابي (2.878) وانحراف معياري (0.331)، والتزام المؤسسة بتقديم خدماتها في الوقت المحدد هذا ما تفسره الفقرة رقم (3) بمتوسط حسابي (2.848) وانحراف معياري (0.441)، وكذا اهتمامها بمشاكل العملاء والإجابة على كل استفساراتهم في وقت قصير هذا ما توضحه الفقرة رقم (1) بمتوسط حسابي(2.484) وانحراف معياري (0.441)، وحسن استقبال العملاء واحترامهم هذا ما توضحه الفقرة رقم (8) بمتوسط حسابي (2.818) وانحراف معياري (0.527)، واعتمادها على اساليب خاصة للتعامل مع دوي الاحتياجات الخاصة وهذا ما تفسره الفقرة رقم (9) بمتوسط حسابي (2.818) وانحراف معياري (0.527)، وكذا الاستعداد الدائم لمساعدة العميل هدا ما توضحه الفقرة رقم (6) بمتوسط حسابي (2.818) وانحراف معياري (0.464)، وحرصها على تقديم خدماتها بشكل صحيح من المرة الاولى هذا ما توضحه الفقرة رقم (2) بمتوسط حسابي (2.818) وانحراف معياري (0.391)، واخذها بعين الاعتبار السرية التامة لمعلومات العميل هذا ما تفسره الفقرة رقم (7) بمتوسط حسابي (2.697) وانحراف معياري (0.585)،كما تتمز المؤسسة بموقع ملائم يسهل الوصول اليه توضحه الفقرة رقم (15) بمتوسط حسابي (2.636) وانحراف معياري (0.742)، وتوجيه مصلحة خاصة بالعميل ووضعها في مقدمة اهتماماتها هذا ما توضحه الفقرة رقم (11) بمتوسط حسابي (2.636) وانحراف معياري (0.603)، وتميزها بسرعة الرد على شكاوي العملاء توضحه الفقرة رقم (12) بمتوسط حسابي (2.636) وانحراف معياري (0.548)، وملائمة ساعات العمل لكل العملاء توضحه الفقرة رقم (10) بمتوسط حسابي (2.636) وانحراف

معياري (0.548)، وبساطة ومرونة الموظفين في تقديم الخدمة هذا ما توضحه الفقرة رقم (4) بمتوسط حسابي (2.636) وانحراف معياري (0.548)، وحرصها على تقديم خدماتها بشكل سريع هذا ما توضحه الفقرة رقم (13) بمتوسط حسابي (2.636) وانحراف معياري (0.488).

وعليه نستنتج أن مؤسسة سيترام تقدم خدمات ذات جودة عالية.

ومنه نثبت صحة الفرضية الثانية التي نصت على "تقدم مؤسسة سيترام خدمات ذات جودة عالية"

ثالثا: دراسة مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة في المؤسسة سيترام

والذي سوف يتم معالجته إحصائيا من تحليل العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة

1- اختبار العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة :

الجدول رقم (02-11): تحليل العلاقة بين المتغيرين (معامل الارتباط بيرسون)

الارتباط			
		تكنولوجيا المعلومات والاتصال	جودة الخدمة
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	Corrélation de Pearson	1	**518,**
	Sig. (bilatérale)		,002
	N	33	33
جودة الخدمة	Corrélation de Pearson	**,518**	1
	Sig. (bilatérale)	,002	
	N	33	33

المصدر: من إعداد الطالبتان اعتمادا على مخرجاتSPSS

من خلال الجدول نلاحظ معامل الارتباط بلغ (0.518) ومستوى الدلالة الاحصائية (sig-tailed=0.002) وهو أقل من (α=0.05) بناءا عليه يمكن القول أنه توجد علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة في مؤسسة سيترام.

وعليه نستنتج أن مستوى تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساهم في تحقيق جودة الخدمات في مؤسسة سيترام.

ومنه نثبت صحة الفرضية الرابعة التي تنص على " أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها دور كبير في جودة الخدمات المحققة في مؤسسة سيترام"

5- دراسة مساهمة أسس تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة خدمات مؤسسة سيترام:

سوف نعالجها من خلال دراسة الارتباط بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة خدمات، والتي تبينها في الجدول التالي:

الجدول رقم (02-12) :العلاقة بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة

جودة الخدمة	المورد البشري	الأجهزة والمعدات	قاعدة البيانات	البرمجيات	الشبكات
معامل الارتباط بيرسون مستوى الدلالة العينة	,319 ,070 33	,202 ,260 33	,417* ,016 33	,451** ,008 33	,433* ,012 33

المصدر: من اعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجاتSPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنه لا توجد علاقة ارتباط بين بعدي المورد البشري والأجهزة والمعدات وجودة الخدمة حيث بلغ معامل الارتباط للمورد البشري مع جودة الخدمة بلغ (0.319) ومستوى دلالة (0.070) ومعامل الارتباط للأجهزة والمعدات (0.202) ومستوى دلالة احصائية (0.260) وهما أكبر من (α=0.05) مما يعني ان كل من المورد البشري والأجهزة والمعدات لم يكن لها دور واضح في مستوى الجدوة المحقق في مؤسسة سيترام، حيث نفسر ذلك بأن المورد البشري في المؤسسة يستفيد من دورات تدريبية تأهله للتعامل بطريقة مرنة وسريعة مع المعدات والبرمجيات التي تقدم الخدمة ولكن لا تنميه وتطور مهاراته لجعله قادرا على خلق المعلومة داخليا وبالتالي الابتكار وتقديم ما يمكن أن يمز المؤسسة، أما الاجهزة والمعدات برغم تطورها وحداثتها فإن العمال يتعاملون مع الامتيازات التي تقدمها وهو ما يشير الى البرمجيات، بينما نجد وأما بالنسبة لبعد قاعدة البيانات والبرمجيات والشبكات توجد علاقة بينها وبين جودة الخدمة ولكن بدرجات متفاوتة، حيث تعتبر البرمجيات أكثر مساهمة في مستوى الجودة المحقق في المؤسسة ونفسر ذلك انها برمجيات متطورة وحاصلة على شهادة الإيزو في الإدارة الإلكترونية للملفات وسريعة ومرنة وسهلة التخزين والاسترجاع وهي تمثل جوهر تقديم الخدمة وبها ينعكس أهم مكونات جودة الخدمة خاصة الاعتمادية، الاستجابة والأمان، كما تساهم الشبكات كذلك في جودة الخدمة المحققة في المؤسسة بفعل اعتمادها على جميع أنواع الشبكات التي تضمن السرعة في الاستجابة والأمان، وتساهم أيضا قواعد البيانات في مستوى الجودة المقدمة وذلك لأنها تعتمد على قواعد ذات مساحات تخزين هائلة وتقوم بحمايتها باعتماد برمجيات متطورة.

ومنه نستنتج أن بعد البرمجيات أكثر مساهمة في تحسين جودة الخدمة في مؤسسة سيترام.

وبناءا عليه ننفي الفرضية الخامسة التي نصت على " **أن المورد البشري أكثر مرتكزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال مساهمة في تحسين جودة خدمات مؤسسة سيترام** ".

6. دراسة وتحليل اختلاف جودة خدمات مؤسسة سيترام باختلاف المتغيرات الشخصية للعاملين:

والتي نحاول معالجتها ودراستها من خلال اختبارات الفروقات الإحصائية، والتي نبينها في الجدول التالي:

1- بالنسبة لمتغير الجنس :

الجدول رقم(02-13):تحليل اختبار T-TEST لدراسة فروق متغير الجنس

	Sig	T	Ddl	Sig. (bilatérale)	Inférieure
Hypothèse de variances égales	0.159	-1,687	31	0.102	-6,57897
Hypothèse de variances inégales		-2,490	21.487	0.021	-5,46216

المصدر : من اعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول أعلاه تظهر نتيجة تحليل التباين لمتغير الجنس بناءا على قيمة Sig ، (Sig=0.102) وهو اكبر من (sig=0.05) ما يعني انه لا توجد فروقات في الجودة تعود للجنس

وعليه نستنتج أنه لا يوجد اختلاف بين الموظفين من ناحية الجنس سواءا كانوا ذكورا أو إناثا حول مستوى جودة الخدمة.

2- بالنسبة لمتغير السن :

الجدول رقم (02-14):تحليل التباين الأحادي لدراسة فروق متغير السن

ANOVA à 1 facteur					
جودة الخدمة					
	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	43,579	2	21,789	1,214	,311
Intra-groupes	538,300	30	17,943		
Total	581,879	32			

المصدر : من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول أعلاه تظهر نتيجة تحليل التباين لمتغير السن بناءا على قيمة Sig ، (Sig=0. 311) وهو اكبر من (sig=0.05) ما يعني انه لا توجد فروقات في الجودة تعود للسن.

ومنه نستنتج أنه لا يوجد اختلاف بين الموظفين من ناحية السن حول جودة الخدمة.

3- بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي:

الجدول رقم (02-15):تحليل التباين الأحادي لدراسة فروق متغير المستوى التعليمي

ANOVA à 1 facteur					
جودة الخدمة					
	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	32,364	1	32,364	1,826	,186
Intra-groupes	549,515	31	17,726		
Total	581,879	32			

المصدر : من اعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول أعلاه تظهر نتيجة تحليل التباين لمتغير المستوى التعليمي بناءا على قيمة Sig ، (Sig=0.186) وهو اكبر من (sig=0.05) ما يعني انه لا توجد فروقات في الجودة تعود للمستوى التعليمي .

ومنه نستنتج أنه لا يوجد اختلاف بين الموظفين من ناحية المستوى التعليمي في تحقيق درجة عالية من الجودة.

4- بالنسبة لمتغير القسم :

الجدول رقم (02-16):تحليل التباين الأحادي لدراسة فروق متغير القسم

ANOVA à 1 facteur					
جودة الخدمة					
	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	247,479	5	49,496	3,996	,008
Intra-groupes	334,400	27	12,385		
Total	581,879	32			

المصدر : من إعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول أعلاه تظهر نتيجة تحليل التباين لمتغير القسم بناءا على قيمة Sig ، (Sig=0.008) وهو اقل من (sig=0.05) ما يعني انه توجد فروقات في الجودة تعود لمتغير القسم .

ومنه نستنتج أنه يوجد اختلاف بين الموظفين من حيث القسم في التأثير على جودة الخدمة المحققة.

المطلب الثاني: مناقشة النتائج

سنحاول خلال هذا المطلب مناقشة النتائج المتحصل عليها ومقارنتها مع نتائج الدراسات السابقة، وعليه نعيد عرض مختصر لاهم النتائج والتي تمثلت في:

- تتبنى مؤسسة سيترام تكنولوجيا معلومات واتصال حديثة ومتطورة.
- تمتلك المؤسسة أجهزة ومعدات حديثة ومتطورة تتماشى مع نشاطها .
- تعتمد مؤسسة سيترام في تبينها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على كفاءة المورد البشري وحداثة البرمجيات.
- تمتلك قاعدة بيانات حديثة وقوية.
- أهم ركيزتين أساسيتين في تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مؤسسة سيترام هما العنصر البشري والبرمجيات.
- تقدم المؤسسة خدمات ذات جودة عالية.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها دور كبير في تقديم خدمات ذات جودة عالية في مؤسسة سيترام.
- أن جودة الخدمة في المؤسسة تعتمد بالأساس على حداثة البرمجيات .
- أن المورد البشري لا يؤثر في مستوى الجودة في مؤسسة سيترام.
- لا يوجد اختلاف في جودة الخدمة من حيث (الجنس، السن، المستوى التعليمي).
- يوجد اختلاف في جودة الخدمة من حيث القسم.

وعليه فإن هذه النتائج التي توصلنا لها تشابهت مع بعض الدراسات واختلفت مع دراسات أخرى، وذلك نظرا للعديد من الظروف والأسباب والتي نذكرها فيما يلي:

1- تتبنى مؤسسة سيترام تكنولوجيا معلومات واتصال حديثة ومتطورة :

اتفقت هذه النتيجة مع أغلب نتائج الدراسات السابقة وهي دراسة (مرابط مراد، وسميرة كرامة، صبيحي امنة، نوال هلو، مباركة حويلي، Kennedy Ntabo Otiso) ولكن تبقى درجة التبني متفاوتة والتكنولوجيات المستخدمة كانت محدودة اقتصرت على (الهاتف، حواسيب، شبكة الأنترنت). على عكس الدراسة الحالية فكانت التكنولوجيات المستخدمة فيها حديثة ومتطورة وذلك يعود لحداثة المؤسسة ونشاطها الذي يفرض عليها استخدام هذه التكنولوجيات، ولأنها مؤسسة وطنية بصناعة اجنبية، بينما المؤسسات في الدراسات السابقة قد يكون القطاع غير حساس لهذه التكنولوجيا، وهذا ما يفسر محدودية استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

واختلفت مع دراسة –نسيمة ضيف الله– التي تمثلت في ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وذلك لعدم تشجيع الادارة على استخدام هذه التكنولوجيات .

واختلفت أيضا مع دراسة –فرح علي جاسم– في عدم تبني المصارف الخاصة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بالشكل الكافي وذلك يرجع لعدم تشجيع المدراء والمستشارين وذلك يعود لملكية المؤسسة الخاصة قد تعتبر هذه التكنولوجيات تكلفة مالية عالية .

2– تقدم مؤسسة سيترام خدمات ذات جودة عالية :

اتفقت هذه النتيجة مع كل نتائج الدراسات السابقة وهي دراسة (مرابط مراد، سميرة كرامة، صبيحي امنة، نوال هلو، نسيمة ضيف الله، فرح علي جاسم، حويلي مباركة، Kennedy Ntabo Otiso .) ولكن درجة الجودة كانت متفاوتة بينهم بين جودة ذات توافق عالي مع توقعات العملاء، ودراسات أخرى تكون ذات توافق متوسط وذلك يرجع للملكية العمومية لهذا النوع من المؤسسات ما ترتب عنه نقص الابتكار والتطوير وغياب عنصر المنافسة، على عكس الدراسة الحالية درجة الجودة فيها كانت عالية جدا وذلك يرجع لطبيعتها المختلطة –وطنية اجنبية – التي ساهمت في نقل خبرة RATP لموظفي سيترام وتقديمها خدمة عصرية مصادقة للبيئة مما يعزز من حركية العملاء.

3– توجد علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة المقدمة في مؤسسة سيترام :

اتفقت هذه النتيجة مع نتائج جميع الدراسات السابقة على وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال ولكن درجة التأثير كانت بدرجات متفاوتة أيضا فمنها ماهو ذو توافق قوي واخرى ذات توافق بين المتوسط والضعيف، وذلك يرجع الى البيئة والقطاع الذي أجريت فيه الدراسة، فنجد مثلا في القطاع المصرفي دراسة كل من: (نوال هلو، سميرة كرامة، مراد مرابط، فرح علي جاسم) اتفقوا على وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة، وذلك التوجه نحو عمل مصرفي الكتروني ينعكس على تطوير الخدمات المصرفية وما ينجر عنه التقليل من التكاليف وذلك باستبدال العمليات التقليدية الى عمليات الكترونية مما يحقق ربح الوقت والجهد وتنافسية للمصارف.

خلاصة الفصل

لقد كان هدف الدراسة في هذا الفصل وفحواه معرفة دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة فعلا، وتجسيد الطابع النظري على أرض الواقع من خلال هذه الدراسة على مؤسسة سيترام _ورقلة_

حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة وقد تم استعراض مجتمع وعينة بالإضافة إلى متغيرات الدراسة في الأخير مصادر جمع المعلومات وشرح النهج المتبع ثم قمنا باستعراض أدوات الدراسة و اندرج بصلبه جمع البيانات وأساليب المعالجة الإحصائية وصدق و ثبات الاستبيان، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه عرض ومناقشة النتائج المتحصل عليها من خلال تحليل الاستبيان وذلك قصد معرفة مدى تبني المؤسسة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال تحليل أبعادها (المورد البشري، الأجهزة والمعدات، قاعدة البيانات، البرمجيات ،الشبكات) ودورها في تحسين جودة الخدمة المقدمة لدى مؤسسة سيترام.

خـــاتمة

حاولنا خلال هذه الدراسة إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة لدى مؤسسة سيترام ورقلة، وذلك قصد الإجابة على الإشكالية المطروحة "ما مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المقدمة في مؤسسة سيترام؟" وكذلك الإجابة على الأسئلة الفرعية والفرضيات المطروحة سابقا، قمنا بتقسيم البحث إلى جزئين جزء نظري تناولنا فيه مفاهيم عامة حول متغيرات الدراسة ومعالجة الدراسات السابقة التي تطرقت لنفس الموضوع أما الجزء التطبيقي فتم فيه شرح مجتمع وعينة الدراسة وكذلك المنهجية المتبعة وطرق معالجة البيانات للتأكد من صحة الفرضيات أو عدمها. ومنه تم التحصل على النتائج التالية:

- **النتائج الميدانية للدراسة:** اعتمادا على الدراسة التطبيقية، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج حيث نلخصها في:
  - تمتلك مؤسسة سيترام أجهزة ومعدات متطورة تساعدها على أداء نشاطها.
  - يتميز المورد البشري بأنه كفؤ وفعال.
  - تمتلك مؤسسة سيترام برمجيات حديثة ومتطورة.
  - تتبنى مؤسسة سيترام تكنولوجيا معلومات واتصال حديثة ومتطورة.
  - تعتمد مؤسسة سيترام في تبينها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على كفاءة المورد البشري وحداثة البرمجيات.
  - تقدم المؤسسة خدمات ذات جودة عالية.
  - تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها دور كبير في تقديم خدمات بجودة عالية في مؤسسة سيترام.
  - تعتبر البرمجيات أكثر مساهمة في تحسن جودة الخدمات في مؤسسة سيترام.
- **اختبار فرضيات الدراسة:**

_ **الفرضية الأولى:** تم قبول الفرضية التي نصت على" **تتبنى مؤسسة سيترام تكنولوجيا معلومات واتصال حديثة ومتطورة**" .لأنه تبين من خلال المتوسط الحسابي العام الذي بلغ (2.691) درجة موافقة عالية للموظفين حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

_**الفرضية الثانية:** تم قبول الفرضية التي تنص على" **تقدم مؤسسة سيترام خدمات ذات جودة عالية** لأنه من خلال نتيجة المتوسط الحسابي لمحور جودة الخدمة بلغ(2.747) باتجاه مرتفع، ومنه تم قبول الفرضية.

_ **الفرضية الثالثة:** تم قبول الفرضية التي نصت على" **تعتبر كل من البرمجيات وكفاءة المورد البشري أهم المرتكزات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في مؤسسة سترام.**" لأنه تبين من خلال إجابات أفراد

العينة حول بعدي المورد البشري والبرمجيات، حيث بلغ المتوسط الحسابي لبعد المورد البشري(2.781) والبرمجيات(2.763) وهما بقيمة مرتفعة مقارنة ببقية أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

_ **الفرضية الرابعة:** تم قبول الفرضية التي تنص على" **تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المقدمة في مؤسسة سيترام**"،لأنه تبين من خلال نتائج تحليل العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة أن معامل الارتباط بلغ(0.002) وهو أقل من (sig=0.05)

_ **الفرضية الخامسة:** تم رفض الفرضية القائلة "**يعتبر المورد البشري أكثر مرتكزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال أكثر مساهمة في تحسين جودة خدمات مؤسسة سيترام**. "لأنه تبين من خلال نتائج تحليل العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة أن معامل الارتباط المورد البشري مع جودة الخدمة بلغ(0.70) وهو أكبر من (sig=0.05). وتبين أن بعد البرمجيات هو الأكثر مساهمة في تحسين جودة الخدمة .

- **الاقتراحات:** بعد دراسة وتحليل النتائج المتحصل عليها ،والتعرف على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المقدمة في مؤسسة سيترام ورقلة، نقترح عليها التوصيات التالية:

- يجب على المؤسسة أن تولي اهتماما أكثر بالمورد البشري لأنه المحرك الأساسي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- على المؤسسة أن تسعى دائما للتطوير المستمر لتكنولوجياتها لتحقيق أهدافها المسطرة .
- على المؤسسة الاهتمام أكثر برغبات عملائها وفتح افاق جديدة للتواصل معهم ومن ثم كسب رضاهم وبالتالي تحقيق ولائهم .

- **أفاق الدراسة:** بغية توسيع آفاق البحث العلمي في هذا المجال ،نقترح إمكانية المواصلة في ميادين أخرى تحت العناوين التالية:

- ✓ أثر استخدام البرمجيات في تطوير جودة الخدمة في مؤسسة سيترام.
- ✓ رأس المال الفكري ودوره في تحقيق جودة الخدمة.
- ✓ دور إدارة المعرفة في تحسين جودة الخدمة.
- ✓ مساهمة الشبكات تطوير جودة الخدمة في مؤسسة سيترام.
- ✓ إدارة الوقت وأثرها في تحسين جودة الخدمة في مؤسسة سيترام.

قـائمة المراجع والمصادر

أ. الكتب:

باللغة العربية:

1.ابن منظور، **معجم لسان العرب**، ط1،مطبعة المبرية، مصر 1300هـــ.

2.حضير كاظم محمود،**إدارةالجودة**،ط1،إدارة المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة .عمان، 2002 .

3.طلال بن عايد الأحمدي،**إدارة الرعاية الصحية**، مكتبة الملك فهد الوطنية،الرياض2004.

4.عبد العزيز أبو نبعة ،**تسويق الخدمات المتخصصة**،ط1،الوراق للنشر والتوزيع، الأردن،2005.

5.قاسم نايف علوان المحياوي،**إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو،9001 :2000**،ط1،دار الثقافة للنشر والتوزيع ،عمان الأردن.

6.محفوظ أحمد جودة،**إدارة الجودة الشاملة، مفاهيم وتطبيقات**،ط1،دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن.

7.معالي فهمي حيضر،**نظم المعلومات– مدخل لتحقيق الميزة التنافسية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر 2002.

8.مفتاح مُحَمَّد ديات،**معجم مصطلحات نظم وتكنولوجيا الاتصال** ،الدار الدولية للنشر القاهرة ،مصر،1995 .

9.هاني حامد الضمور،**تسويق الخدمات**،ط3دار وائل للنشر، عمان، 2005 .

ب. أطروحات دكتوراه:

10.خالد سحنون، **تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك دراسة حالة مقارنة بين البنوك الجزائرية والبنوك الفرنسية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة أبو بكر بلقايد _تلمسان_ الجزائر 2016/2015.

11.سماح ميهوب، **أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية – حالة نشاط البنك عن بعد–** أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة قسنطينة، الجزائر2014/2013.

12.نسيمة ضيف الله، **استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثره على تحسين جودة العملية التعليمية دراسة عينة من الجامعات الجزائرية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الحاج لخضر– باتنة الجزائر،2017/2016.

13.هناء عبداوي، **مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية – دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس–** رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة مُحَّد خيضر بسكرة ،الجزائر، 2016/2015.

ج. مذكرات ماجستير:

14. حورية بلعويدات، **استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق GRTG–قسنطينة–** مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر 2008/2007.

15. سارة كنزة بوحسان، **الآثار الفعلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطبيقات تسيير الموارد البشرية في المؤسسة دراسة حالة مؤسستي «nedjma» و «mobilis» قسنطينة**، مذكرة ماجستير غير منشورة،جامعة منتوري، الجزائر، 2012/2011.

16.شادلي شوقي، **أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر)**، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،الجزائر ،2008/2007 .

17. شهرزاد بن بوزيد ، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة _ دراسة حالة الشركة ذ م م للخدمات العامة و التجارة آل دوداح_** مذكرة ماجستير غير منشورة ،جامعة أمُحَّد بوقرة بومرداس،الجزائر،2012/2011.

18. فاطمة طوهري، **أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية – دراسة حالة شركة إنتاج الكهرباء بتيارت–** مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة وهران،الجزائر،2015/2014.

19. كريمة سلطان، **طرق تحسين جودة المنتوج الصناعي وأثرها في تخفيض التكاليف دراسة حالة المؤسسة الوطنية للعصير و المصبرات Sijico وحدة رمضان جمال**، مذكرة ماجستير غير منشورة، سكيكدة، الجزائر 2007/2006.

20. ليندة فليسي، **واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز – دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة أمُحَّد بوقرة "بومرداس"–** مذكرة ماجستير غير منشورة ،الجزائر2012/2011.

21. ناصر الدين بن أحسن، **مكانة الجودة في المؤسسة الخدمية دراسة حالة :مؤسسة خدمية جزائرية**،مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة العقيد الحاج لخضر –باتنة– الجزائر، 2009/2008.

22. نور الدين بوعنان، **جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيكدة** ،مذكرة ماجستير غير منشورة ،جامعة مُحَّد بوضياف _المسيلة_الجزائر 2007/2006.

23. هدى أوغيدني، **اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة دراسة ميدانية بالمؤسسة المينائية E.P.S بسكيكدة** ،مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة باجي مختار – عنابة،الجزائر 2009/2008 .

24 .أمال بن سترة، **دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين تسيير المصارف(دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري – وكالة ثنية الحد432)**، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة الجيلالي بونعامة،الجزائر2016/2015.

25.حسيبة مقران، **دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير إستراتيجية التسعير دراسة حالة :مؤسسة موبيليس** ،مذكرة ماستر غير منشورة،جامعة المسيلة ،الجزائر 2015/2014.

26.زهرة شكيكن وحنان حموماش ،**دراسة جودة الخدمة الصحية في المؤسسة العمومية الإستشفائية –دراسة حالة المؤسسة الإستشفائية بسيدي بوعبيدة–** مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة خميس مليانة،الجزائر،2016/2015.

27.سارة دزيري، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل إدارة العلاقة مع الزبون**، دراسة حالة مؤسسة Ooredoo _ وكالة أم البواقي– مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة أم البواقي، الجزائر 2017/2016 .

28.سميرة كرامة، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر بتقرت**، مذكرة ماستر غير منشورة ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،الجزائر 2017/2010.

29.فتيحة قايم و آمنة صبيحي، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة الفندقية دراسة حالة"فندق لافالي"_الشلف_** مذكرة ماستر غير منشورة ،جامعة مستغانم، الجزائر 2017/2016.

30.فريدة بوعلي، حكيمة فوضيل، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي بالمؤسسة**، مذكرة ماستر غير منشورة ،جامعة البويرة، الجزائر 2014/2013.

31.فريدة قرمي، **أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الجودة الشاملة (دراسة حالة جامعة قاصدي مرباح ورقلة)** مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة،الجزائر،2014/2013.

32. مراد مرابط، **أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية –دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة–** مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة مُحَّد خيضر بسكرة ،الجزائر 2015/2014.

33.مصعب مشقق، **دور الموقع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات التعليمية من منظور طلبة كلية العلوم الاقتصادية جامعة مُحَّد بوضياف المسيلة**، مذكرة ماستر غير منشورة،الجزائر،2018/2017.

34.منذر قوراري، **أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، دراسة حالة: مؤسسة قديلة بسكرة**، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة بسكرة، الجزائر 2017/2016.

35. نادية مرواني، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الربط والتنسيق بين وظائف الإدارة دراسة حالة مؤسسة بروليبوس لإنتاج الزيوت عين مليلة** مذكرة ماستر غير منشورة ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر 2013/2012.

36.نوال هلو، **دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية دراسة حالة البنك الوطني الجزائري أم البواقي وكالة–316–**مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي –أم البواقي– الجزائر2013/2012.

37. نذير بباز، **تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون في قطاع الاتصالات – دراسة حالة عينة زبائن– موبيليس–** مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،2018/2017 .

38.يوسف خوصة، **واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة مستغانم ،الجزائر،2018/2017.

المجلات:

39. بوبكر نعورة، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة خدمة التعليم العالي**، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد التاسع، جامعة الوادي، 2016.

40.حسان بوزيان، **أثر جودة الخدمة على رضا الزبون دراسة حالة بمؤسسة اتصالات الجزائر بمدينة العلمة** ،مجلة رؤى الاقتصادية ،العدد السادس، جامعة قسنطينة،2014.

41.سامر قاسم، **أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية دراسة ميدانية على فروع المصرف التجاري السوري باللاذقية**، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية–سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (37)العدد (2) 2015.

42.عبد الرحمن سوالمية، **استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة و انعكاساتها على نمط الحياة في المجتمع الريفي– دراسة ميدانية بقرية بسكارة بلدية القيقبة–** مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 21/ديسمبر2015.

43.عتيقة بن طاطة، **أثر نظام المعلومات على تحسين جودة الخدمات البنكية، دراسة ميدانية في البنوك الجزائرية** ،مجلة الاقتصاد والمالية العدد02،2018.

44.محمّد خثير، أسماء مرايمي، **العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون في المؤسسة**، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال –المجلد03–العدد04 خميس مليانة ،الجزائر 2017.

45.مراد موسى عبد الجبوري، **متطلبات حوكمة تقنية المعلومات ودورها في تحسين جودة الخدمات دراسة حالة في المديرية العامة لإنتاج الطاقة الكهربائية، صلاح الدين**، المجلة العربية للإدارة، مج 36، ع 1 يونيو(حزيران) 2016.

46. فرح علي جاسم، "**تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية**"،دراسة تحليلية على بعض المصارف الخاصة العراقية في بغداد، مجلة دنانير ،العدد الثامن، بدون ذكر السنة.

الملتقيات الدولية:

47. وسيلة واعر، " **دور الحكومة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات الحكومية**" حالة وزارة الداخلية والجماعات المحلية الملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة بقطاع الخدمات، جامعة الحاج لخضر باتنة – الجزائر– 2012/2011.

مقابلات شخصية:

48. جرباوي عماد، رئيس مصلحة نظام المعلومات والتذاكر، **مقابلة حول مكونات تكنولوجيا المعلومات** في شركة سيترام/ يوم الأربعاء/26/فيفري 2020.

49. حروز حاتم، نائب رئيس مصلحة نظام المعلومات والتذاكر، **مقابلة حول البرمجيات المستخدمة في المؤسسة** ،يوم 02 مارس 2020.

50. ذكار منير، رئيس مصلحة خدمة الزبائن، **مقابلة حول نوع الخدمات المقدمة وجودتها**، يوم 04 مارس 2020.

المراجع باللغة الأجنبية:

51. Dumoulin et Jean-Paul ,"**Entreprise de service"**2em tirage، les éditions d organisations , Paris , 1998 .

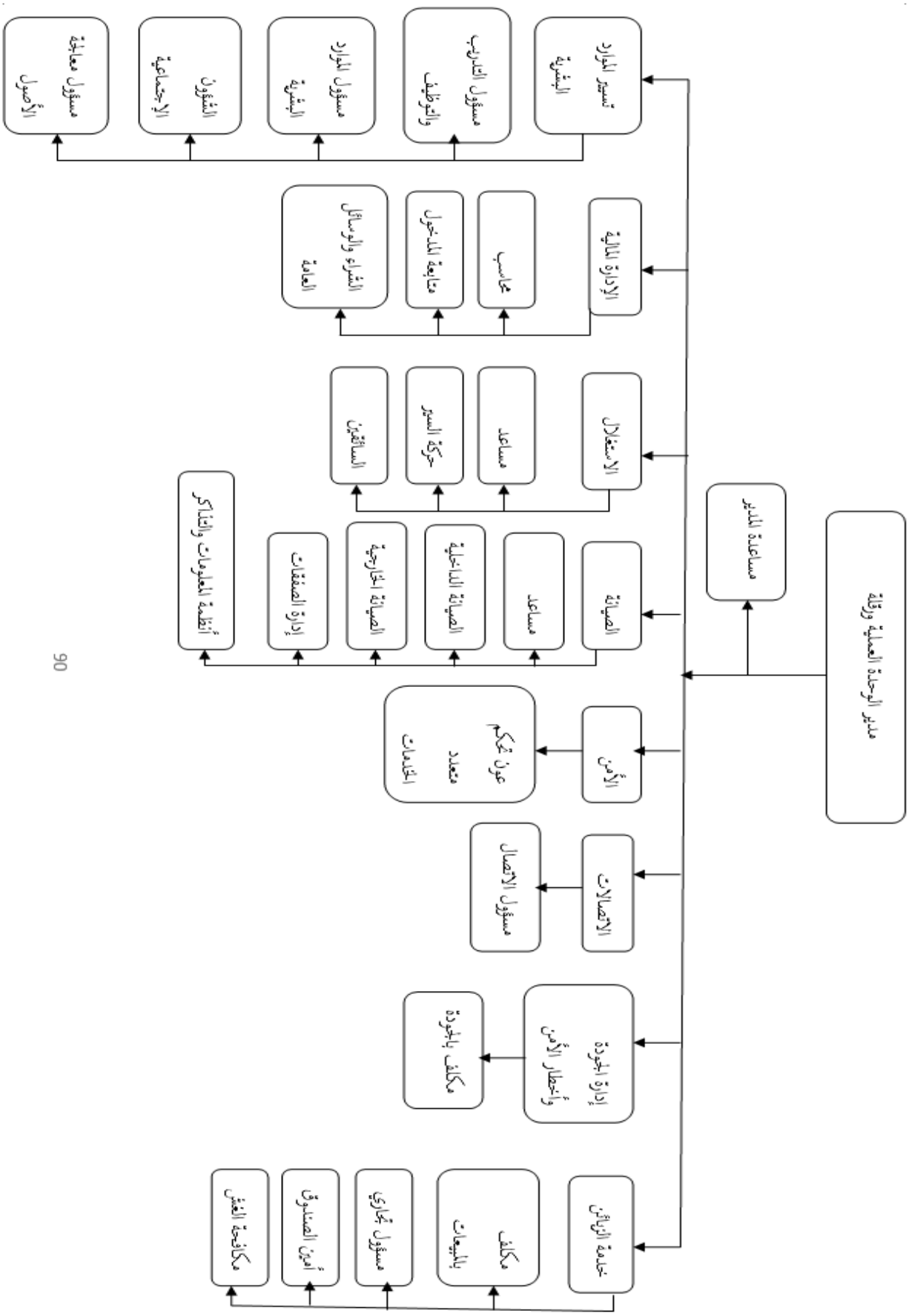
52. Philip kotler et Bernard Dubois**, Marketing management**, 12édition (Person 11.éducation, paris 2006) .

53. MeriemBekkali , **comment améliorer la gestion des ressources humaines à travers l'intégration des nouvelles technologies de l'information et de la communication, cas de l'Office National Des Aéroports** , Note principalenonpubliée, maroc2003 .

قـــائمة

الملاحق

الملحق رقم (1)


مدير الوحدة العملية ورقلة
مساعدة المدير
تسيير الموارد البشرية
مسؤول التدريب والتوظيف
مسؤول الموارد البشرية
الشؤون الإجتماعية
مسؤول معالجة الأصول
الإدارة المالية
محاسب
متابعة المدخول
الشراء والوسائل العامة
الاستغلال
مساعد
حركة السير
السائقين
الصيانة
مساعد
الصيانة الداخلية
الصيانة الخارجية
إدارة الصفقات
أنظمة المعلومات والتذاكر
الأمن
عون تحكم متعدد الخدمات
الاتصالات
مسؤول الاتصال
إدارة الجودة وأخطار الأمن
مكلف بالجودة
خدمة الزبائن
مكلف بالمبيعات
مسؤول تجاري
أمين الصندوق
مكافحة الغش

الملحق رقم(2)

دليـــل المقابلات

1/مصلحة TIC:

_ وصف العتاد المستخدم من أجهزة وبرامج وشبكات.....

_وصف الأفراد العاملين في المصلحة ومستواهم .وهل خضعوا للتدريب أم لا؟

_أهمية المصلحة بالنسبة للمؤسسة.

_ هل تمتلك المؤسسة حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي؟وما الفائدة منها إن وجدت؟

_هل عند المؤسسة تطبيق أو موقع يمكن للزبون استخدامه؟وما الفائدة منه؟

_ما هي فائدة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة المقدمة؟

_ كيف يتم التواصل مع المؤسسة الأم؟

2/مصلحة إدارة علاقة الزبائن:

_ما هي الخدمات المقدمة؟ هل هناك خدمات داعمة ؟ماهي؟

_أهمية المصلحة بالنسبة للمؤسسة وأهم وظائفها؟

_ علاقة المصلحة بالعميل ومدى اهتمامهم بالجودة؟

_هل يتم دراسة توقعات ورغبات العملاء؟

_عدد مقدمي الخدمات،فترات تقديمها،عدد الشكاوي،سرعة التصدي لها، عدد المقترحات وهل يتم أخذها بعين الاعتبار أم لا؟

_ شروط استقطاب مقدمي الخدمة؟ هل يخضعون للتدريب ؟ وكيف يتم ذلك؟

_في حالة وجود تطبيق خاص بالعميل ،فيما يتم استخدامه(العمليات)؟ما الفوائد المترتبة على استخدامه؟

_ما هي خطوات تحقيق الجودة في المؤسسة؟

_كيف يتم قياس جودة الخدمة في المؤسسة؟

_هل هناك بعض الخدمات تقدم بشكل إلكتروني؟ ما هي؟

الملحق رقم(3)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح _ورقلة_

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

استبانة بحـــث

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستبانة ،التي صممت في إطار البحث العلمي الذي نحن بصدده والخاص بإعداد مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر بعنوان "**دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة في مؤسسة سيترام _ورقلة_** "لذا نضع بين أيديكم هذا الاستبيان , ونأمل في تعاونكم معنا في الإلمام بجميع المعلومات المتعلقة بهذا الموضوع ونحيطكم علما أن نتائج هذا الاستبيان سوف تستعمل فقط لأغراض علمية ولن يتم الإطلاع عليها وسيتم تحويلها في صورة أرقام.

تقبلوا منا فائق الاحترام.

فالرجاء الإجابة عن الأسئلة الواردة في الصفحات الموالية ملتزمين بالتعليمات:

- وضع علامة (×) في الخانة التي تناسب اختيارك.

البيانـــات الشخصيـــة:

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

السن: أقل من 25 ☐ من 25 إلى 35 ☐ من 36 إلى45 ☐ من46 إلى 55 ☐

المستوى الدراسي : ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه ☐

الأقسام: إدارة الموارد البشرية ☐ الاستغلال ☐ الصيانة ☐ خدمة الزبائن ☐

المالية والمحاسبة ☐ Q MRS ☐ الاتصال ☐

العبارة	موافق	محايد	لا أوافق
محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال			
1. المورد البشري(الأفراد)			
1_ تستقطب المؤسسة مختصين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات			
2_تقوم المؤسسة بتقديم دورات تدريبية وتكوينية لموظفيها لمساعدتهم على استخدام التقنيات المستحدثة والمتطورة			
3_يسهل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملية اتخاذ القرار			
4_استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يحقق مرونة في العمل ويخفف الضغوطات			
5_ استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يسهل العلاقات الإدارية ويولد الانسجام بين الموظفين			
2.الأجهزة والمعدات			
6_تمتلك المؤسسة عدد كافي من الأجهزة والحواسيب المتطورة			
7_تمتلك المؤسسة وسائل اتصال حديثة			
8_الأجهزة والمعدات المستخدمة تساهم في عملية اتخاذ القرار			
9_تتوفر المؤسسة على أجهزة ومعدات تساعدها على انجاز معاملاتها بسرعة وبدقة			
10_تتناسب الأجهزة والمعدات مع طبيعة عمل المؤسسة			
3.قاعدة البيانات			
11_تتوفر المؤسسة على قاعدة بيانات ضخمة			
12_تسهل تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة عملية الوصول إلى قواعد البيانات عند الحاجة			
13_تشجع المؤسسة المعالجة الالكترونية للبيانات			
14_توفر المؤسسة أنظمة متطورة لحماية قاعدة البيانات			
4.البرمجيات			
15_تتوفر المؤسسة على برمجيات حديثة ومتطورة			
16_تتناسب البرمجيات المستخدمة في المؤسسة مع كل نشاطاتها			
17_تساعد البرمجيات في حل المشكلات بحسب احتياجات المؤسسة			
18_تسرع البرمجيات من أداء العمليات وكل النشاطات في المؤسسة			
19_تتصف البرمجيات المستخدمة بتوفير إرشادات وتقديم معلومات توضيحية			
20- تمتاز البرمجيات بأنظمة حماية آلية ومتطورة			

5.الشبكات			
21_تساهم الشبكات في سرعة تبادل المعلومات الالكترونية في المؤسسة			
22_تستخدم الشبكات في الربط والتنسيق بين أقسام المؤسسة			
23_تتوفر المؤسسة على موقع الكتروني على شبكة الانترنت			
24_يساعد الموقع الالكتروني العميل على معرفة خدمات المؤسسة بسهولة			
25_تمتلك المؤسسة شبكات تساعدها في ضبط ومراقبة العمليات اليومية			
محور جودة الخدمة			
1_تهتم المؤسسة بمشاكل العملاء والإجابة على كل استفساراتهم			
2_تحرص المؤسسة على تقديم خدماتها بشكل صحيح من المرة الأولى			
3_تلتزم المؤسسة بتقديم خدماتها في الأوقات المحددة			
4_يتميز الموظفين بالمرونة والبساطة في تقديم الخدمة			
5_تقدم المؤسسة خدمات تتناسب مع متطلبات العميل			
6_يتميز مقدموا الخدمة باستعدادهم الدائم لمساعدة العميل			
7_تتعامل المؤسسة مع معلومات العميل بالسرية التامة			
8_تهتم المؤسسة بحسن استقبال العملاء واحترامهم			
9_لدى المؤسسة أساليب التعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة			
10_ملائمة ساعات العمل لكل العملاء			
11_وضع مصلحة خدمة الزبائن في مقدمة اهتماماتها			
12_تتميز المؤسسة بسرعة الرد على شكاوي العملاء			
13_تقوم المؤسسة بتقديم خدماتها بشكل سريع			
14_ملائمة المظهر العام للمؤسسة يساعد الموظفين على أداء مهامهم			
15_تتميز المؤسسة بموقع ملائم يسهل الوصول اليه			

شكرا على مساعدتكم.