



جمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر اكايمي

ميدان: علوم اقتصادية وعلوم تجارية وعلوم التسيير

شعبة: علوم التسيير

تخصص: ادارة اعمال

تحت عنوان:

دور الرقمنة في تحسين جودة خدمات البريد دراسة ميدانية ببيد الجزائر وكالة ورقلة

من إعداد:

عديلة ضياء الدين

عوام مسعود

نوقشت و أجزيت بتاريخ: 2023/06/18

أمام اللجنة المتكونة من السادة:

(أستاذ- جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

(أستاذ محاضر"ب" - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا

(أستاذ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

أ/مخرمش عبلة

أ/ محسن زبيدة

أ/ الخنوس عبد الهادي

الموسم الجامعي: 2022 / 2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِهْدَاء

أهدي هذا العمل إلى حكمتي وعلمي ..

إلى من أحمل اسمه بكل فخر إلى

أبي العزيز رحمه الله

إلى أمي .. أطال الله بقاءها وألبسها

ثوب الصحة والعافية إلى من أثروني على أنفسهم ..

من علموني الحياة وأظهروا لي ما هو أجمل من الحياة ..

إخوتي

وإلى من كان جنبي طوال المسيرة الدراسية

وإلى زملائي في دفعتي إدارة الأعمال

2023-2022

عديلة ضياء الدين

إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى
وأهله ومن وفى أما بعد:

الحمد لله الذي وفقنا لتتميم هذه الخطوة في
مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح
بفضله تعالى

مهداة إلى الوالدين الكريمين
وإلى كل العائلة الكريمة التي ساندتني
وإلى كل من كان لهم أثر على حياتي
وإلى زملائي في دفعتي إدارة الأعمال

2023-2022

عواء مسعود

الشكر والتقدير

قبل كل شيء، نشكر الله عز و جل و نحمده الذي رزقنا من العلم ما لم نكن نعلم ووهبنا من القوة و الصبر ما نحتاجه للوصول إلى هذا المستوى و إتمام دراستنا و عملنا المتواضع هذا نفعنا الله به و إياكم كما نتقدم بالشكر الجزيل للأستاذة المشرفة الدكتورة "محسن زوييدة" على التوجيهات و الملاحظات القيمة التي لم تبخل بها علينا، كما نشكرها على حسن تواجدها كما نتقدم بالشكر الجزيل لجميع عمال مؤسسة بريد الجزائر ورقلة.

كما نتقدم أيضا بالشكر الجزيل لجميع أساتذة كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير خاصة قسم علوم التسيير. و كل الذين ساعدونا و قدموا لنا يد المساعدة سواء من قريب أو بعيد

المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى فهم واقع الرقمنة في المؤسسات العامة والوقوف مساهمة الرقمنة في تحسين جودة الخدمات البريدية في الجزائر، في الجزء النظري من الدراسة ، تمت مناقشة مفهوم الرقمنة واتجاه الإدارة الإلكترونية ، ثم تحسين جودة الخدمة من خلال الرقمنة، أما التطبيقي فقد أجريت الدراسة على عينة من عملاء بريد الجزائر بولاية ورقلة. أخذنا عينة من 100 شخصًا ، و تم استخدام برنامج الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS في استخراج النتائج، نستنتج من هذه الدراسة أن هناك اتجاهًا للبريد الجزائري لرقمنة أنشطته ، ومساهمة الرقمنة في رفع كفاءة منتسبي شركة البريد الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: رقمنة، خدمة، جودة، بريد الجزائر، بريد ورقلة.

Abstract

This study aims to understand the reality of digitization in public institutions and to determine the contribution of digitization to improving the quality of postal services in Algeria. In the theoretical part of the study, the concept of digitization and the direction of electronic management were discussed, then improving the quality of service through digitization. As for the applied study, it was conducted on a sample of Algiers Postal customers in the state of Ouargla. We took a sample of 110 people, and the statistical package for social sciences SPSS program was used to extract the results. We conclude from this study that there is a tendency for the Algerian Post to digitize its activities, and the contribution of digitization to raising the efficiency of the employees of the Algerian Post Company.

Keywords: digitization, service, quality, Algeria Post, Poste de Ouargla.

قائمة المحتويات

I	الاهداء
II	الاهداء
III	الشكر
IV	ملخص
V	قائمة المحتويات
VI	قائمة الجداول
VII	قائمة الاشكال
VIII	قائمة الملاحق
أ	مقدمة عامة
الفصل الاول: تحسين جودة الخدمة في ظل الرقمنة	
01	تمهيد
02	المبحث الأول : الرقمنة والتوجه نحو الإدارة الإلكترونية
02	المطلب الأول: مفهوم الرقمنة وأسباب التحول الرقمي
03	المطلب الثاني: ماهية الإدارة الإلكترونية ومتطلبات التحول إليها
08	المبحث الثاني : تحسين جودة الخدمة في ظل الرقمنة
08	المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمة
13	المطلب الثاني: تحسين جودة الخدمة
21	المبحث الثالث: مرجعية الدراسات
21	المطلب الاول:الدراسات العلمية السابقة
23	المطلب الثاني : موقع دراستنا من الدراسات السابقة
26	خلاصة الفصل
الفصل الثاني : دور الرقمنة في تحسين خدمات بريد الجزائر وكالة ورقلة	
28	المبحث الأول : تقديم مؤسسة بريد الجزائر وكالة ورقلة
28	المطلب الأول : نشأة مؤسسة بريد الجزائر وكالة ورقلة وهيكلها التنظيمي
32	المطلب الثاني: الخدمات الرقمية لبريد الجزائروكالة ورقلة - باستخدام تقنية المقابلة-

36	المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية
36	المطلب الأول: تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة
38	المطلب الثاني : الأدوات والأساليب الإحصائية المستخدمة
40	المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة الميدانية؛ تحليلها ومناقشتها
40	المطلب الاول: دراسة خصائص العينة من حيث البيانات الشخصية
42	المطلب الثاني: تحليل فقرات الاستبيان
51	خلاصة الفصل
52	الخاتمة
54	قائمة المراجع
58	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
الفصل الثاني : دراسة تطبيقية حول دور الرقمنة في بريد الجزائر وكالة ورقلة		
01	عدد الاستبيانات الموزعة والمستردة والمستبعدة والصالحة للدراسة	38
02	معامل ألفا كرونباخ العام للدراسة Cronbach's alpha	39
03	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	40'
04	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن	41
05	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	41
06	تحليل فقرات المحور الثاني	42
07	تحليل فقرات المحور الثالث	45
08	نتائج تطبيق اختبار T- test للعينة الواحدة على فقرات المحور الثاني	49
09	نتائج تطبيق اختبار T- test للعينة الواحدة على فقرات المحور الثالث	49
10	نتائج حساب معامل ارتباط بيرسون Pearson لاختبار الفرضية الثالثة	50

قائمة الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
الفصل الاول: تحسين جودة الخدمة في ظل الرقمنة		
12	زهرة الخدمة	01
الفصل الثاني : دراسة تطبيقية حول دور الرقمنة في بريد الجزائر وكالة ورقلة		
29	شعار مؤسسة بريد الجزائر	02
32	الهيكل التنظيمي للمؤسسة (مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر وكالة ورقلة)	03
35	خدمة الاشعار عبر الرسائل القصير	04
35	خدمة برقيتك	05
36	خدمة بريدي موب	06
36	خدمة تتبع البعثات	07
37	خدمة حوالتك	08
40	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	09
41	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن	10
41	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	11

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	الاستبيان
02	صدق الاستبيان
03	معامل الارتباط لبيرسون
04	اختبار T -test
05	تحليل الخصائص الشخصية لعينة الدراسة
06	معامل ألفا كرونباخ العام للدراسة Cronbach's alpha
07	المقابلة الشخصية مع ال السيد العمري رضا، رئيس مكتب المصالح النقدية ببريد الجزائر بورقلة
08	قائمة الأساتذة المحكمين

المقدمة

توطئة :

شهد العالم تطورا سريعا في المجال التكنولوجي ، حيث أدى بالدول إلى مواكبة هذا التطور التكنولوجي و مسايرته ، خاصة ما يتعلق باستخدام التقنيات التكنولوجية الجديدة و برامج المعلوماتية و وسائل الاتصال الحديثة و مواكبة تطوراتها و محاولة إقحامها واستخدامها في مختلف قطاعات الدولة لتسهيل العمليات المختلفة و تطوير الأداء و زيادة الكفاءة والفعالية في تقديم مختلف الخدمات المرفقية لفائدة المواطنين و الهيئات المختلفة بأقل تكلفة و أقل جهد ممكن و إيصال الخدمات للمواطن أينما كان بسرعة و بجودة عالية. هذا التحول التكنولوجي السريع و المتواصل تغلغل في أوساط المجتمعات بقوة و من بين هذه المجتمعات و المجتمع الجزائري ، حيث أصبح ملما بالتكنولوجيا هذا الأمر تولدت احتياجات جديدة للمواطنين في مجالا معيشته، هذا أوجب إعادة النظر و الدراسة لأعمال و خدمات الادارة العمومية و تكييفها مع هذه التطورات لملائمتها مع احتياجات المواطنين و الامام بجميع مراحل هذا التطور و مواكبته لتحقيق جودة المرفق العام ولتحقيق ذلك تم اتخاذ الاجراءات اللازمة بقصد تطوير خدمة المرفق العام لتحسين استخدام هذه التكنولوجيا و الخروج من النظام الكلاسيكي في تسييره و الذي يعتمد على المعالجة اليدوية للملفات الادارية و كثرة الوثائق المكونة للملفات، هذا الأسلوب كان له الأثر السلبي على مصداقية العلاقة بين الادارة و المواطن في مرحلة سابقة.

فبدأت مرحلة التسيير الرقمي الجديد و عصرنه القطاعات العمومية المختلفة بالاعتماد على شبكة الأنترنت و التحول من المعالجة الكلاسيكية للملفات الادارية إلى المعالجة الإلكترونية و من هنا حاولت المؤسسات العمومية في الجزائر تبني مفهوم الرقمنة لتحسين أدائها فاهتمت بالتوجه نحو تقديم خدمات الكترونية، ومن هذا المنطلق وفي اطار تحسين جودة الخدمة حظي مفهوم الرقمنة باهتمام خاص من طرف مصلحة البريد بورقلة ؛ حيث بذلت جهودا في سبيل تحسين الخدمات البريدية وتقريبها من المواطن فاستحدثت العديد من الخدمات البريدية الالكترونية.

الإشكالية:

تبعاً للاهمية البالغة للرقمنة والآثار الناتجة عن تطبيقها في المؤسسات الخدمية تظهر معالم الإشكالية التي تعالجها في التساؤل الجوهري التالي:

- ما هو دور الرقمنة في تحسين جودة خدمات البريد في الجزائر؟

وعلى ضوء الاشكالية المطروحة بررت مجموعة من التساؤلات الفرعية تساعد على الإلمام بمجثيات التساؤل الرئيسي المطروح تتمثل فيما يلي:

- ✓ هل تساهم الرقمنة في توفير الوقت، الجهد، التكلفة و السرعة في الانجاز في بريد الجزائر في وكالة ورقلة؟
- ✓ هل تساهم تكنولوجيا في الرفع من كفاءة الموظف في بريد الجزائر في وكالة ورقلة ؟
- ✓ هل للرقمنة تأثير على تحسين جودة الخدمات في بريد الجزائر في وكالة ورقلة ؟

فرضيات الدراسة:

انطلاقا من الاشكالية والتساؤلات الفرعية السابقة نضع جملة من الفرضيات كأجوبة أولية لها تتمثل الفرضيات في:

- ✓ ساهمت الرقمنة في توفير الوقت، الجهد، التكلفة و السرعة في الانجاز في بريد الجزائر وكالة ورقلة؛

- ✓ ساهمت تكنولوجيا في الرفع من كفاءة الموظف في بريد الجزائر وكالة ورقلة؛
- ✓ تساهم الرقمنة من خلال دراسة الحالة في تحسين جودة خدمات البريد في وكالة ورقلة؛
- ✓ فيما تتمثل الرقمنة في خدمات البريد وكيف تساهم في تحسين جودة الخدمات في وكالة ورقلة.

أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى :

- معرفة دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة من طرف مديرية بريد ورقلة بهدف تطوير خدماتها وتقريب الإدارة من المواطن؛
- التعرف على كل من الإدارة الالكترونية والخدمة وخصائص وأهمية كل واحدة على حدى؛
- تحديد المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة ونماذج تقييمها وأساليب تحسينها؛
- التوصل إلى بعض النتائج والاقتراحات التي من الممكن أن تساهم في جودة خدمات البريد.

أسباب اختيار الموضوع:

يعود اختيار الموضوع إلى دوافع ذاتية وأخرى موضوعية:

- الذاتية: الرغبة والميول للبحث العلمي نتيجة كثرة تداول الأهمية المرجوة من الرقمنة إلى جانب أن وظيفتنا تقتضي التعرف على أكمل وجه على الخدمة وتحليل دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة.
- الموضوعية: حداثة الموضوع، ونقص أدبياته جعل التفكير منصب حول مناقشته ووضعه كمرجعية اضافية، إلى جانب قيمة الموضوع في الوقت الراهن الذي يصبوا إلى تحسين جودة الخدمة ومحاولة تقرب الإدارة من المواطن.

الحدود المكانية: الدراسة الميدانية كانت على مستوى ولاية ورقلة.

الحدود الزمانية: قسمت الدراسة حسب الأدوات المعتمد عليها جمع البيانات التالية:

- ✓ اجراء مقابلة مع السيد العمري رضا، رئيس مكتب المصالح النقدية بريد الجزائر مصلحة ورقلة، يوم 28\03\2023 .
- ✓ توزيع استمارات الاستبيان على العملاء وجمعها في الفترة الممتدة من 04\04\2023 و تم جمعهم في يوم 24\04\2023 .

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أن موضوع الرقمنة يحتل مكانة كبيرة و يكتسي اهتماما خاصا لاسيما عصرنا هذا و القائم على التطور التكنولوجي الدائم في جميع مناحي الحياة فالانتقال من العصري التقليدي ذات الأنظمة البطيئة و الروتينية إلى عصر السرعة والتكنولوجيا جعل الكل يهتم بالرقمنة و كيفية استخدامها و الاستفادة منها بأكبر قدر ممكن. فأهمية دراستنا تكمن أهمية علمية تتعلق بالجانب الأكاديمي العلمي، و بالجانب العملي الذي يهتم بتطبيق الجانب السابق ميدانيا .

منهج الدراسة :

من أجل الإلمام بجوانب الموضوع ولتحقيق أهداف البحث، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لملاءمته لهذا النوع من الدراسات، ويتجلى ذلك من خلال التطرق لمختلف المفاهيم التي تتعلق بموضوع الرقمنة وجودة الخدمة، إلى جانب ذلك تم اعتماده في الدراسة التطبيقية، ذلك من خلال جمع البيانات والمعلومات باستعمال استبيان الموجهة لعمال مؤسسة بريد الجزائر بولاية ورقلة، وتحليلها باستخدام برنامج SPSS بغية استخلاص النتائج.

الفصل الأول :

تحسين جودة الخدمة في ظل
الرقمنة

تمهيد :

تحتل الخدمات باهتمام خاص من قبل المؤسسات والزبائن على حد سواء، كما يلاحظ أن الأهمية الممنوحة لقطاع الخدمات قد تزايدت خاصة أنها أصبحت تمثل واحدة من أهم القطاعات المساهمة في الناتج القومي، إضافة إلى ذلك بعد مستوى جودة الخدمة عاملا رئيسيا للتميز بالنسبة للمؤسسات سواء الخاصة أو العمومية، وبالتالي أصبح من الضرورة توجيه مزيد من الاهتمام والبحث عن سبل لتطوير وتحسين جودة هذه الخدمات.

وقد أخذ مفهوم تحسين جودة الخدمات حيزا واسعا من الاهتمام في السنوات الأخيرة، فضلا عن كونه مطلبيا شعبيا مرافقا للتطورات والحركية التي يعرفها المجتمع، ويتجلى ذلك من خلال استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومختلف الوسائل الإلكترونية الحديثة في تحسين طرق تقديم الخدمات وجعلها أقرب إلى المواطن.

وستتطرق في هذا الفصل إلى "تحسين جودة الخدمة في ظل الرقمنة" من خلال ثلاثة محثين:

✓ المبحث الأول: الرقمنة و التوجه نحو الادارة الالكترونية.

✓ المبحث الثاني: تحسين جودة الخدمة في ظل الرقمنة.

المبحث الأول: الرقمنة والتوجه نحو الإدارة الإلكترونية المطلب الأول: مفهوم الرقمنة وأسباب التحول الرقمي

أولاً: مفهوم الرقمنة:

الرقمنة هي عملية استنساخ تمكن من تحويل شيء مادي إلى سلسلة من الأرقام بغرض تمثيله في الملفات مقروءة بواسطة الحاسوب، وهي كل عملية يتم توجيهها بتحويل المعطيات إلى رموز ثنائية مفهومة من طرف الحاسوب باستخدام آلات المسغ، وعموماً يمكن القول أن الرقمنة هي عملية تحويل من الشكل المادي التناظري إلى الشكل لا مادي.¹

كما عرفتها الموسوعة مصطلحات المكتبات والمعلومات والحسابات المرقمنة على أنها عملية خلق صورة تمثل الوثيقة أو الصورة الأصلية عن طريق تحويل الضوء المنعكس أو المنبعث منها إلى إشارات رقمية يمكن تخزينها أو بثها.

حيث أعطى م دوو.ج. هوجز dowg hadyes تعريف آخر تم تبيينه من جانب المكتبة الوطنية الكندية ويعتبر فيه الرقمنة إجراءات تحويل المحتوى الفكري المتاح على وسيط التخزين فيزيائي تقليدي مثل المقالات، الدوريات والمخطوطات وغيرها إلى شغل رقمي.

الرقمنة هي العملية التي يتم عن طريقها تحويل المعلومات من الشكل التقليدي الحالي إلى شكل رقمي سواء كانت هذه المعلومات صور، أو بيانات نصية أو ملف صوتي، أو شكل آخر.²

كما قيل عن الرقمنة على أنها تملك القدرة لجعل العالم بين بدرة وأن المعرفة ستكون في متناول طلبها بمجرد الضغط على زر ليس غلا، كما تسمح لمستخدميها بالتنقل من موقع لآخر دون عناء، وأن قدرة التقنين إعادة الإنتاج.

كما قال عنها Harton على أنها استناد التكنولوجيا والمعلومات للحاسوب من أجل إنشاء خبرات التعلم أما مانك Mank فيعرفها بأنها ذلك الشكل الذي يستخدمه وسائط متعددة والشبكات المعلومات والاتصال (انترنت) في التدريس.

نستخلص من التعاريف السابقة ان الرقمنة هي عملية استنساخ تقوم بتحويل كائن مادي إلى سلسلة من الأرقام لتمثيلها في ملف يمكن قراءته بواسطة الكمبيوتر ، ويقال بالعامية أن الرقمنة هي عملية تحويل من الشكل المادي للنظير إلى الشكل غير المادي.

ثانياً : أسباب التحول الرقمي:

إن التحول إلى الرقمنة الإدارية ليس دربا من دروب الرفاهية وإنما حتمية تفرضها التغيرات العالمية فكرة التكامل والمشاركة وتوظيف المعلومات أصبحت أحد المحددات لنجاح أي مؤسسة وقد فرض التقدم العلمي والتقني والمطالبة المستمرة برفع جودة المخرجات وضمن سلامة العمليات كلها من الأمور التي دعت إلى التوجه الإداري نحو الرقمنة الإدارية، ويمكن ذكر عدة أسباب أدت إلى تحول الالكتروني في النقاط التالية:

- الاجراءات والعمليات المعقدة وأثرها على زيادة تكلفة الأعمال؛
- ضرورة توحيد البيانات على مستوى المؤسسة؛³

¹ تركي لمياء، الإدارية ودورها في تطور العلاقات العامة داخل المؤسسة الجامعية، رسالة ماجستير منشورة، على الإعلام والاتصال، إتصال وعلاقات عامة جامعة ميلة، 2019-2018، ص22

² نصر الله بوحيدة، أثر استخدام الرقمنة في الرفع من درجة التحصيل الدراسي طالب مجلة الحكمة للدراسات الثانوية مجلد5، العدد ان 2017.ص81

³ تركي لمياء، المرجع السابق، ص23

- ازدياد تقدم التكنولوجيا والثورة المصرفية المرتبطة به؛
- تعاظم دور شبكات المعلومات والذي أدى إلى ترسيخ قيم جديدة.

ثالثا : فوائد الرقمنة:

- بتطبيق المؤسسات للرقمنة يكسبها مجموعة من الفوائد، ومن أهمها:
- إتاحة الدخول إلى المعلومات بصورة واسعة ومعقدة بأصولها وفروعها؛
 - سهولة وسرعة تحصيل المعرفة والمعلومات؛
 - الحصول على المعلومات والصوت والصورة؛
 - نقص تكاليف الحصول على المعلومات.

رابعا : أهداف الرقمنة:

- تسعى الرقمنة لتحقيق أهداف منها:
- إتاحة مصادر المعلومات التقليدية على نطاق واسع كما يلي:
 - ✓ إتاحتها على مدار 24 ساعة؛
 - ✓ إتاحتها دون تقييد بالمواقع الجغرافية؛
 - ✓ تحتوي على وسائط متعددة.

المطلب الثاني: ماهية الإدارة الإلكترونية ومتطلبات التحول إليها

أولا: مفهوم الإدارة الإلكترونية:

إن التطور والتغيير سنة كونية تسري على جميع موجودات الحياة على ظهر كوكب الأرض الذي كانت كلمة (تاريخ)، فيه معدلا موضوعيا لتراكم من التطورات والتغيرات التي اعترت على تفاصيل الحياة السياسية والاجتماعية والجغرافية والجيولوجية.¹ ولا يمكن بحال من الأحوال تصور أن الإدارة استثناء من هذا التغيير، فالحياة البشرية عرفت مفهوم الإدارة في أبسط صوره عبر محاولات الإنسان الجماعية للتكيف مع الطبيعة وإدارة حياته بين مخاطرها وكثافتها العملاقة التي كانت تتفوق عليه حجما وقوة، لكن عقل الإنسان كان دائما يمثل نقطة الارتكاز الرئيسية في تعاملاته كلها الأم لصالحه أخيرا، وأصبحت له السيطرة الكاملة على مخلوقات الكوكب.

ومع مرور الزمن تطورت غدارة الإنسان البدائية لشؤون حياته على الأرض إلى أن أصبحت الإدارة أحد علوم العصر الحديث، فظهرت الأنظمة التقليدية البيروقراطية سالفة الذكر في علم الإدارة، وحقق الإنسان عبر هذه الأنظمة كثيرا من الإنجازات، وأرسى في ظلها من دعائم الفكر الإداري للعامة، لكن الإنسان الكائن المفكر الذي لا حدود لطموحه ظل يمارس انتفاضاته على كل

1 حشيه محمد الحسن، " الإدارة الإلكترونية، الوراق للنشر والتوزيع، عمان 2011، ص37\38

قديم، تلك الانتفاضات والثورات التي قام بها الإنسان على أكثر من جهة تنمية، منها: الثورات الزراعية، والثورة الصناعية، شملت أيضا الاتصالات، فكانت الثورة المعلوماتية التي أعقبت اختراع الحاسوب الآلي ثم ظهور شبكة الحاسوب، ثم الشبكات المحلية، ثم شبكة الانترنت العالمية¹، من لفت انتباه علماء الإدارة إلى ظهور أداة جديدة يمكن أن تدرسها المؤسسات والمنظمات الحكومية والأهلية وتحمل عليها بيناتها ومعلوماتها، ويتيح عمل تلك البيانات بسهولة وسرعة فائقة، ولا تكون مهمة تلك الآلة الجديدة التي ستقوم الإدارة بربط وحدات الإدارة وأقسامها بعضها ببعض، بل إن مهمتها ستتخطى ذلك إلى ربط الدائرة الإدارية في المؤسسة كلها شبكات الإدارة حول العالم، مما جعل علماء الإدارة يحملون بهذا اليوم تربط العالم فيه دائرة إدارية واحدة.

وهناك من يرد بداية معرفة الإنسان أساليب الإدارة المتطورة إلى تاريخ أبعاد من تاريخ ظهور الحاسوب، ويرى هؤلاء أن ثمة المكتبية (office automation) قد سبق وجود الحاسوب بأكثر من عقدين من الزمن، فقد عرفت الإدارة بعض أنماط استخدام الآلات في ربط دوائرها، ومن تلك الآلات (الهاتف، والفاكس، والميكروفيلم... الخ).

حيث تشمل الإدارة الإلكترونية جميع مكونات الإدارة من تخطيط وتنفيذ وتقييم وتحفيز إلا أنها تتميز بقدرتها على تخليق المعرفة بصورة مستمرة وتوظيفها من أجل تحقيق الأهداف.²

وتبنى الإدارة الإلكترونية مفاهيم وأسس " الإدارة الإستراتيجية" من حيث وضوح الرؤية والرسالة الأساسية للمنظمة والتعامل الإيجابي مع المناخ الداخلي والخارجي، وتحديد الأهداف الإستراتيجية لاستثمار الفرص المثالية والتعامل مع التحديات والمخاطر في المناخ الخارجي، وتفعيل الموارد والإمكانات وتحديد قيود والمعوقات في المناخ الداخلي.

وتعتبر الحركية و"الديناميكية" والفورية " من أسس فلسفة الإدارة الإلكترونية حيث تقبل التغيير وتعامل مع المتغيرات فور حدوثها من جانب، كما تل على التنبؤ بالتغير وتعده، وفوق ذلك فإن الإدارة الإلكترونية تقوم على منع التغيير والسبق في التأثير على الأحداث، وتقوم الإدارة الإلكترونية على اسس الارتباط الإيجابي والمستمر بالسوق، واتخاذ متغيرات السوق نقطة الارتكاز ومعيار التقييم لكل ما تقوم به الإدارة من فعاليات وما تتخذه من قرارات.

كذلك تقوم فلسفة الإدارة الإلكترونية على تأكيد السعي إلى تمييز باعتباره المستوى الوحيد المقبول للأداء والإنجاز والمفهوم المتكامل الذي يجمع العناصر الأساسية لنجاح إداري متميز يحقق إنجازات ونتائج متميزة ويسمح للمنظمة بالتفوق على المنافسين والوصول إلى مراكز تنافسية متقدمة.

حيث عرفت الإدارة الإلكترونية استخدام الوسائل والتقنيات الإلكترونية بكل ما تقتضيه الممارسة أو التنظيم أو الإجراءات أو التجارة أو الإعلان.

ويمكن تقديم تعريف آخر للإدارة الإلكترونية انطلاقاً من محاولة التمييز وبينها وبين بعض المصطلحات المرادفة لها، مثل الحكومة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية، ويعرف أن الإدارة الإلكترونية باعتبارها منظومة متكاملة، وبنية وظيفية وتقنية مفتوحة، هي إطار يشمل كل مناطق الأعمال الإلكترونية للدلالة على الإدارة الإلكترونية للأعمال والحكومة الإلكترونية للدلالة على الإدارة الإلكترونية العامة أو الإدارة الإلكترونية لأعمال الحكومة الموجهة للمواطنين، أو الموجهة للأعمال أو الموجهة لمؤسسات فحوائز الحكومة مختلفة³.

1 بوجلال السعيد 2009، المهارات الإجتماعية وعلاقتها بالتفوق الدراسي لدى تلاميذ وتلاميذات المرحلة المتوسطة.ص100

2 نفس المرجع،ص102

3 دعاوي عبد الرحيم، قاسي خديجة، دور الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المحلية مؤشر للدراسات الاقتصادية المجلد1، جامعة بشار.ص107

وعليه فإن الإدارة الإلكترونية هي وسيلة لتحسين أداء الحكومة وكفاءتها ، وليست بديلاً عنها ، ولا يقصد بها إنهاء دورها. إنها إدارة غير ورقية حيث تستخدم الملفات الإلكترونية والأدلة والمذكرات والرسائل الإلكترونية. إنها إدارة بدون مساحة أو وقت لأنها تعمل بمرور الوقت. يعمل الذكاء على المعرفة ويقدمها للعاملين في مجال المعرفة. يقوم برقمنة معظم المهام التجارية والإدارية ومعالجتها إلكترونياً باستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات مثل معدات الوسائط المؤتمتة والإنترنت وما إلى ذلك.

هذه هي استراتيجيات الإدارة في عصر المعلومات ، تهدف إلى الاستخدام الأمثل لمصادر المعلومات المتاحة لتقديم خدمات أفضل للمواطنين والمؤسسات وعملائهم من خلال الموارد المادية والبشرية والمعنوية المتاحة في إطار إلكتروني. الوقت والمال والجهد وتحقيق الجودة والجودة المرغوبة التي تتطلبها الأهداف. كما أدى ظهور الإدارة الإلكترونية بصورة مصغرة، وبأساليب بسيطة أواخر عام 1995 بولاية فلوريدا الأمريكية في هيئة البريد المركزي، حيث عرفت الإدارة الإلكترونية على أنها "منهجية إدارية تقوم على الاستيعاب والاستخدام الواسع لتطبيقات المعلومات والاتصال في ممارسة الوظائف الأساسية للإدارة في منظمات عصر العولمة، وهي العملية الإدارية القائمة على إمكانيات المتميزة للإنترنت وشبكات الأعمال في تخطيط وتوجيه من أجل تحقيق أهداف المنظمة وقد جاء مفهوم الإدارة الإلكترونية من خلال عدة أبعاد قد تطورت على مستويات متعددة¹. ومن العوامل التي سهرت على تطبيق الإدارة الإلكترونية في بعض الدول :

- تسارع التقدم التكنولوجي والثورة المعرفية المرتبطة بها، حيث أدى ذلك إلى إظهار مزايا نسبية عديدة لتطبيقاتها العملية في مختلف مجالات الحياة الإنسانية؛
- توجيهات العولمة وتربط المجتمعات البشرية؛
- الاستجابة والتكيف مع متطلبات البيئة المحيطة، وانتشار مفهوم وأساليب الإدارة الإلكترونية وتطبيقه لاحتمالات العزلة في كثير من المنظمات والمجتمعات يحتم على كل دولة اللحاق بركب التطور تجنباً للتخلف عن مواكبة عصر السرعة والمعلوماتية.

ثانياً : نشأة الإدارة الإلكترونية

أدى التطور السريع لتقنية المعلومات والاتصالات إلى بروز نموذج ونمط جديد من الإدارة في ظل التنافس والتحديات المتزايد أمام الإدارات البيروقراطية، كي تحسن من مستوى أعمالها وجودة خدماتها، وهو ما اصطلح على تسميته بالإدارة الرقمية، أو الإدارة الحكومية الإلكترونية، أو الإدارة الإلكترونية.

وبذلك فإن ظهور الإدارة الإلكترونية وانتشار شبكة الإنترنت² في حين ترى بعض الدراسات أن الاهتمام بالإدارة الإلكترونية، ظهر مع بداية اهتمام الحكومات وتوجهها نحو تحقيق شفافية التعامل، وتعميق استخدام التكنولوجيا الرقمية لخدمة أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.³

1 العواله عبدالحافظ، نوعية الإدارة والحكومة الإلكترونية مجلة ملك سعود العدد 15، ص216

2 ياسين سعد غالب، الإدارة الإلكترونية وآفاق تطبيقها العربية، المملكة العربية السعودية، معهد الإدارات العامة، 2005، ص3

3 دويدات بوعبدالله، البوابة الإلكترونية للصفقات العمومية نحو تمشين أفضل خدمة في اطار الادارة الالكترونية، مجلة المالية والأسواق، جامعة عبدالحميد ابن باديس، مستغانم، ص102

وبالتالي فالإدارة الإلكترونية هي أحد مفاهيم الثورة الرقمية التي تقودنا إلى عصر معرفة، كما أن طبيعة التحويلية القوية لهذه التكنولوجيا أحدث لها تأثير عميق على طريقة التي يتعامل بها الناس، ويعملون، ويتبادلون العلاقات الاجتماعية، ويتواطون في شتى بقاع العالم.¹

ومما سبق يمكن القول أن نشأة الإدارة الإلكترونية كمفهوم حديث هي نتاج تطور نوعي أفرزته الاتصال الحديثة، في ظل ثورة المعلومات، وازدياد الحاجة إلى توظيف التكنولوجيا الحديثة في إدارة علاقة المواطن والمؤسسات، وربط الإدارات العامة والوزارات عبر آليات التكنولوجيا، وبالتالي التحول الجذري في مفاهيم الإدارة التقليدية وتطويرها.²

ثالثاً : خصائص الإدارة الإلكترونية

تعد الإدارة الإلكترونية وجهاً آخر مغاير لوجه الإدارة التقليدية نظراً لسلامة أداؤها وإيقاعها السريع، وقد أصبحت أداة فعالة في أيدي الذين بادرو بتطبيق التقنية في دوائرهم الإدارية، وحلما يتطلع إليه الإداريون الذين لم يحظوا بالانتقال إلى الدائرة الإلكترونية، أو طبقوها جزئياً في بعض أنشطتهم ولم يبلغوا الدرجة الكافية لإطلاق إسم الإدارة الإلكترونية على تعاملاتهم. إن الأمل يجد الكثير من المراجعين وأصحاب المعاملات وأصحاب الأعمال والمستثمرين وكثيراً من مستوي الإدارات، إلى أن تختفي أثر الملفات الورقية التي تكتسب اللون الأصفر مع مرور الزمن، مما يشعر مراجعي تلك الدوائر الإدارية ومستوييها بخضوعهم لنظام قدم قدم أوراق، ويمكن اعراض بعض الخصائص الإدارية الإلكترونية في النقاط الآتية³:

أ- إن كثير من المقومات الإدارية والعقبات التي ترسخت وبقيت لسنوات على حواجز البيروقراطية يمكن أن تتلاشى وتصبح ماضياً بفعل التحول إلى أسلوب الإدارة الإلكترونية التي يتعطل قوانينها وظروف أعمالها الورقية إنجاز المعاملات، ففي ظل الإدارة الإلكترونية لن تجد تلك الأوراق التي يحتاج إنجازها إلى وقت طويل، ليس إنجازها فحسب، بل أيضاً نسخها أكثر من نسخة إذا استلزم الأمر، وحفظها وغرسها إلى الجهة التي تسببت في أمرها، ثم انتظار عودتها وإمكان تكرار ذلك مرات ومرات في حال وقوع خطأ ما، وربما بدء المشوار من جديد في حال ضياع تلك الأوراق، وهو أمر وارد والإحترار نسبة 100% مستحيل فضلاً أن يكون هذا بفعل فاعل في حال الأوراق المهمة التي قد تختفي بتوصية من قديم وجودها بمصالحهم، وهذه كلها أمور ليست من نبع الخيال يقدر مضاي واقع ومعاناة عاشتها المجتمعات البشرية طويلاً في ظل الإدارات التقليدية التي كانت تقف دائماً عاجزة عن تبديل شئ في هذا الواقع، وهي مشكلات أضحت في آلاء مكان الاحترار منها كلياً في ظل سيطر الإدارة الإلكترونية الفائقة وإرسالها وإستبدالها.⁴

ب- من خصائص الإدارة الإلكترونية أنها بالإمكان مراجعتها طوال ساعات اليوم في لا تقييد في عملها بزم من معين، فمواقع هذه الإدارة متاحة عبر الانترنت أو عبر أجهزتها المستثمرة في الشوارع، ووصلات شبكاتنا الداخلية أو وصلات شبكة الانترنت ليست في حاجة إلى مبان ضخمة لاستيعاب موظفيها ومكاتبها ودواليها الكثيرة المتضخمة في الملفات والأوراق، فقط مكان

1 مرجع سابق، ص102

2 نفس المرجع، ص103

3 حسين محمد حسن، الإدارة الإلكترونية الوراق للنشر والتوزيع عمان، ص75

4 نفس المرجع السابق، ص75-76-77

صغير محدود يكفي لاستيعاب بعض الأجهزة الحاسوبية ومتعلقاتها يصلح ليكون مقرأ لإدارة كبيرة كانت في الماضي يضيق لها مبنى ضخم يفوق مبناها لعشرات المرات، فضلا أن المراجع للإدارة الإلكترونية يجد نفسه أمام قوائم وخيارات إلكترونية وليس أمام موظفين ما حيث تقلص عدد الأفراد من منسوبي الإدارة بشكل كبير يحل الحاسوب محلهم، حيث يجب عن أسئلة المراجع وأيضا بتلقي منه معاملاته يسير عبر قائمة الخيارات والأوامر التي يتيحها مراجع الإدارة الإلكترونية.¹

ث- لا تقوم الإدارة الإلكترونية على مثل الهياكل التنظيمية، ولا تفرق التسلسل الوظيفي المعمول به في دوائر الإدارة التقليدية، فهي إدارة لا تقوم على ممارسات الأفراد من موظفيها وجهدهم اليدوي في إدارة معاملاتها بقدر ما تقوم على إدارة المعلومات التي تحتفظ بها في دوائرها حسب برامج معينة، ومن ضمن تلك البرامج ما يتيح إنجاز معاملاته عبر شاشاتها وأزرارها وتنميتها بدرجة أشبه بالتقليدية.

ث- والإدارة الإلكترونية تهتم بإدارة الملفات وليس تكديسها فوق بعضها على أرف أرشيف الإدارة، ولا ينفي هذا أن الإدارة الإلكترونية لا تحتفظ بالمعلومات والبيانات بل تضمن لها وسائل الحفظ الأمنية، لكن قلت الملفات في ظل الإدارة الإلكترونية تتحول الى معلومات تحتفظ بها الإدارة على شبكتها الإلكترونية حيث يتم استدعاؤها حيث يقوم صاحب تلك المعلومات في الملف السابق بطلب معاملاتها وبناء عليها يوافق البرامج على منح تلك المعاملة أو رفضها.

ج- في ظل عدم اعتماد الإدارة الإلكترونية على الحفظ الورقي للوثائق والملفات اعتمادها على تحميلها وحفظها إلكترونيا، فإن حفظ هذه الوثائق وأيضا تقيدها واسترجاعها يكون أمرا سهلا وسريعا ومتاحا بشكل دائم.

ح- لا تحتاج الإدارة الإلكترونية إلى الانتقال من أمكنتها وتكبد مشقة السفر، وخاصة إذا كان السفر بين دول، فبإمكان تلك الجهات الالتقاء إلكترونيا وفقد لقاءاتها ومحاصراتها ومؤتمراتها عبر قاعات إلكترونية، مما يشجع دائما على عقد مثل تلك المؤتمرات واللقاءات التي كثيرا ما تكون جهة العمل في حاجة غليها، وتحول دون تحقيقها تكلفة السفر وعناؤه، مما يضيع كثيرا من فرص الاحتكاك في حين يكون تبادل الخبرات واللقاءات والاحتكاك بين جهات العمل المختلفة حاقرا للتطور، حيث تتسم الإدارة الإلكترونية بجملة من السمات والخصائص يمكن إجمالها في الآتي:²

- ✓ إدارة ومتابعة الإدارات المختلفة للمؤسسة وكأنها وحدة مركزية؛
- ✓ تركيز على نقطة اتخاذ القرار في نقاط العمل الخاصة لها مع إعطاء كم أكبر في مراقبتها؛
- ✓ تجمع البيانات من مصادرها الأصلية بصورة موحدة؛
- ✓ توفير تكنولوجيا معلومات من قبل دعم وبناء ثقة مؤسسية إيجابية لدى كافة العاملين؛

1 رافت رضوان، الإدارة الإلكترونية الإدارة والتغيرات العالمية الجديدة، المنتدى الإداري الثاني للجمعية السعودية للإدارة، مركز المعلومات واتخاذ القرار، 2008. ص4

2 محمد الصبري، الإدارة الإلكترونية دار فكر جامعي. ص188

✓ السرعة والفعالية في تقديم خدمات بشكل يقضي على العراقيل البيروقراطية والتعقيدات الإدارية، كما أنها إدارة بدون ورق حيث يتبدل تعاون الورقي بالبريد الإلكتروني، والأرشيف الإلكتروني والرسائل الضوئية ونظم المثابة الآلية.

رابعا : متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية

إن التحول إلى الإدارة الإلكترونية ليسا دربا من دروب الرفاهية وإنما حتمية تفرضها التغيرات العالمية، ففكرة التكامل والمشاركة وتوظيف المعلومات أصبحت أحد محددات النجاح لأية مؤسسة، وقد فرض التقدم العلمي والتقني والمطالبة المستمرة برفع جودت المعرفة وضمان سلامة العمليات كلها من الأمور التي دعت إلى التطور الإداري إلى الإدارة الإلكترونية. ويمثل عامل الوقت أحد أهم مجالات التنافسية بين مؤسسات فلم يعد من المقبول الآن التأخر في تنفيذ العمليات بدعوة التحسين والتجريد وذلك لارتباط الفرص المتاحة أمام المؤسسات بعنصر الوقت.

كما ان التحول إلى الإدارة يحتاج إلى عدة مراحل تتم العملية بشكل يحقق الأهداف الموجودة، وهي تتمكن كافة المنظمات والمؤسسات من الاستفادة القصوى من تقنية الحديث إضافة إلى اكتمال العناصر الآتية التي تبني عليها الإدارة الآتية :

أ- عتاد الحاسوب (Hard ware) ويتمثل العتاد في مكونات المادية للحاسوب ونظمه وشبكاته وملحقاته؛
ب- البرمجيات (Software) وهي تفي الشق الذهني من نظم وشبكات الحاسوب مثل برامج البريد الإلكتروني، قواعد بيانات، البرامج المحاسبية، نظم غدارة والشبكات، مترجمات لغات؛

ت- شبكة الاتصالات (communication network) هي الوصلات الإلكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي لشبكات الانترنت والإكسترنات internet Externat التي تمثل شبكة للمنظمة؛

ث- صناعة المعرفة (Knowledge orles) ويقع في قلب هذه المكونات، ويتكون من القيادات الرقمية digital leaders ifs والمدبرون والمحللون للموارد المعرفية ورأس المال الفكري في المنظمة.

المبحث الثاني : تحسين جودة الخدمة في ظل الرقمنة

المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمة

يستهلك الأشخاص في حياتهم اليومية أنواعا متعددة من الخدمات مثلما يستهلكون السلع لتلبية مختلف احتياجاتهم، وسنحاول في هذا المبحث تسليط الضوء على بعض التعاريف الخاصة بالخدمة وخصائصها مع تصنيفاتها المختلفة.

الفرع الأول: مفهوم الخدمة

سنتناول في هذا الفرع أبرز تعاريف الخدمة وأهم خصائصها.

أولا: تعريف الخدمة

عرفت جمعية التسويق الأمريكية الخدمات بأنها: "منتجات غير ملموسة، يتم تبادلها مباشرة من المنتج إلى المستعمل، ولا يتم نقلها أو خزنها وهي تقريبا تفتى بسرعة¹، فالخدمات في الغالب يصعب تحديدها أو معرفتها لأنها تظهر للوجود بنفس الوقت الذي يتم شراؤها واستهلاكها، فهي تتكون من عناصر غير ملموسة وغالبا ما تتضمن مشاركة الزبون، حيث لا يتم نقل ملكيتها وليس لها لقب أو صفة.

وعرفها فيليب كتلر (Philip Kotler) بأنها: "كل نشاط أو منفعة يمكن أن يقدمها طرف لآخر، وهي أساسا غير ملموسة ولا يمكن نقل ملكيتها، وإنتاجها يمكن أن يرتبط أحيانا بسلعة".

كما يمكن تعريف الخدمة بأنها: "عملية إنتاج منفعة غير ملموسة بالدرجة الأساس، إما بجد ذاتها أو كعنصر جوهري من منتج ملموس، حيث يتم من خلال أي شكل من أشكال التبادل إشباع حاجة أو رغبة مشخصة لدى العميل أو المستفيد². يمكن القول أن الخدمة هي شيء يمكن إدراكه وقابليته للتبادل تقدمه بعض الشركات أو المؤسسات من خلال تقديم خدمة أو اعتبار نفسها مؤسسة خدمية.

من خلال التعاريف السابقة، يمكن تعريف الخدمة على أنها نشاط أو منفعة غير ملموسة تهدف إلى تلبية احتياجات أو رغبات العميل أو المستفيد دون أن يؤدي ذلك إلى نقل الملكية. قد ترتبط الخدمات بمنتجات مادية ملموسة أو غير ملموسة.

ثانيا: خصائص الخدمة

تتميز الخدمة عن السلعة بعدد من الخصائص، أهمها³:

1- اللاملموسية: حيث أن الخدمة لا يمكن رؤيتها وتذوقها ولمسها قبل شرائها، فالمستهلك يعتمد في تقييم جودة الخدمة

والحكم عليها على العناصر المادية الملموسة المرتبطة بها.

2- التلازمية: فالخدمة لا يمكن فصلها عن مقدمها، فعملية إنتاجها واستهلاكها تحدث في آن واحد.

3- عدم التجانس: تتباين جودة الخدمة باختلاف مقدمها، المكان والوقت الذي يتم تقديمها فيه، حيث تتأثر جودة الخدمة

بمقدمها ومزاجه وطريقة تقديمه لها.

4- الفنانية: حيث لا يمكن تخزين الخدمة بهدف بيعها أو استخدامها لاحقا، مما يخلق ذلك بعض المشاكل أمام المؤسسة

الخدمية في حالات تذبذب الطلب.

5- عدم انتقال الملكية: إن عدم انتقال الملكة تمثل صفة واضحة تميز بين الإنتاج السلعي والخدمي، ذلك أن المستهلك له

فقط الحق في استعمال الخدمة لفترة معينة دون أن يمتلكها.

الفرع الثاني: تصنيف الخدمات

على الرغم من اختلاف الخدمات حسب نوع النشاط والمؤسسة، إلا أنها تشترك في بعض المميزات التي يمكن اعتبارها كنقاط

1 نظام موسى، سويدان، ابراهيم حداد شفيق، التسويق، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص 226 \ 227

2 فريد كورتل وآخرون، تسويق الخدمات الصحية، ط1، دار كنوز المعرفة العلمية، عمان، الأردن، 2010، ص 45 \ 46

3 Gary Armstrong, Philip Kotler, Principes de marketing, 10e édition, éducation, France, 2010, pp :215.216

تساعد على تصنيف الخدمات إلى مجموعات مختلفة، نذكر منها ما يلي: ¹

أولاً: التصنيف المبسط

يمكن تصنيف الخدمات وفق هذا الأسلوب كما يلي:

1- حسب نوع السوق

أ- خدمات استهلاكية: وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات شخصية صرفة، مثل الخدمات السياحية، خدمات النقل، والخدمات الصحية.

ب- خدمات المنشآت: وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات منشآت الأعمال، كما هو الحال في الاستشارات الإدارية، الخدمات المحاسبية، وصيانة المباني.

2- حسب كثافة قوة العمل

أ- خدمات تعتمد على قوة عمل كثيفة: ومن أمثلتها خدمات الحلاقة والتجميل، خدمات تربية ورعاية الأطفال، والخدمات التي يقدمها الطبيب.

ب- خدمات تعتمد على المستلزمات المادية: ومن أمثلتها خدمات الاتصال السلكية واللاسلكية، خدمات النقل، خدمات البيع الآلي، وخدمات غسل السيارات.

3- حسب درجة الاتصال بالمستفيد

أ- خدمات ذات اتصال شخصي عال: مثل خدمات الطبيب والمحامي وخدمات التأمين.

ب- خدمات ذات اتصال شخصي متوسط: مثل خدمات مطاعم الوجبات السريعة وخدمات المسرح.

ت- خدمات ذات اتصال شخصي منخفض: مثل خدمات الصراف الآلي ومواقف السيارات الآلية.

4- حسب الخبرة المطلوبة في أداء الخدمات

أ- خدمات مهنية: مثل خدمات الأطباء والمحامين والمستشارين وذوي المهارات البدنية والذهنية.

ت- خدمات غير مهنية: مثل خدمات حراسة العمارات، فلاحه الحدائق وغيرها.

ثانياً : التصنيف المعمق

ويمكن تصنيف الخدمات وفق هذا الأسلوب كما يلي:

1- الخدمات القابلة للتسويق مقابل الخدمات غير القابلة للتسويق

يميز هذا التصنيف بين تلك الخدمات التي يمكن اعتبارها قابلة للتسويق وبين الخدمات التي تقتضي ضرورات وعوامل البيئة الاقتصادية والاجتماعية، وأن تكون منافعتها متأتية من آليات لا تعتمد على أساس السوق، ومن أمثلة هذه الأخيرة،

1. بشير العلاق، حميد الطائي، تسويق الخدمات، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، -2007 ص ص 46-56

الكثير من الخدمات الحكومية، كما أن هناك مجموعة من الخدمات التي تعتبرها بعض المجتمعات والثقافات غير قابلة للتسويق مثل خدمات رعاية الأطفال وتربيتهم، والطبخ والتنظيف.

2- الخدمات المقدمة للمستفيد النهائي مقابل تلك المقدمة للمشتري الصناعي

تقدم خدمات المستفيد النهائي للأشخاص الذين يستخدمون الخدمة لمعتهم أو فائدتهم الخاصة، حيث لا يترتب عنها أي منافع اقتصادية أخرى، أما خدمات المشتري الصناعي، فهي خدمات تقدم إلى منشآت الأعمال، حيث تقوم هذه المنشأة أو وحدة الأعمال باستخدامها لإنتاج شيء آخر ذي منفعة اقتصادية.

3- حسب الثقل النسبي لعنصر الخدمة في إجمالي عملية تقديم أو عرض المنتج

هناك ثلاثة أدوار رئيسية يمكن تشخيصها في هذا الصدد:

أ- توجد خدمة صرفة: عندما يكون هناك دليل ضعيف (أو لا دليل على الإطلاق) على وجود عناصر ملموسة في تركيبة الخدمة.

ب- توجد مجموعة أخرى من الخدمات مهمتها إضافة قيمة للسلعة الملموسة، ويحصل هذا عندما يقوم صانع السلعة بتعزيز جوهر سلعته الملموسة من خلال تقديم منافع خدمية ترافق السلعة الملموسة، مثل ضمانات ما بعد البيع.

ت- أما المجموعة الثالثة من الخدمات فهي تضيف قيمة جوهرية للسلعة، من خلال توفيرها في المجال الأول، هذه الخدمات تسهل عملية إيصال السلعة الملموسة من مكان إنتاجها إلى المكان الذي تكون مطلوبة فيه من قبل المستفيد.

4- حسب نمط تقديم الخدمة

يمكن التمييز بين جانبين اثنين من نمط تقديم الخدمة:

أ- إذا كان تقديم الخدمة يتم على أساس مستمر لكن ضمن سلسلة من العمليات المنفصلة: وهذا ينطبق على الخدمات غير المميزة (مثل خدمات التاكسي والمقاهي)، والخدمات المتخصصة عالية القيمة، والتي تشتري عند الحاجة لها (خدمات دفن الموتى مثلا).

ب- إذا كان تقديم الخدمة يتم بشكل عرضي أو في إطار علاقة مستمرة مابين مورد الخدمة والمستفيد، وتكون في الحالات التالية:

- عندما تكون عملية إنتاج/استهلاك الخدمة ممتدة على مدى زمني طويل (برنامج الرعاية الطبية)؛
- عندما لا يتم الانتفاع من الخدمة إلا بعد مرور فترة زمنية طويلة (العديد من الخدمات المالية)؛
- عندما يواجه المستفيد درجة عالية من المخاطرة المدركة.

5- حسب نمط الطلب

يمكن تصنيف الخدمات طبقا لنمط الطلب الزمني عليها، فلا يوجد إلا القليل من الخدمات التي يكون الطلب عليها ثابتا على مر الزمن، فالكثير من الخدمات يكون الطلب عليها متذبذبا ومتباينا، ويكون على مدى يومي أو أسبوعي أو موسمي أو دوري.

6- حسب أهمية الخدمة بالنسبة للمستفيد

بعض الخدمات تشتري بشكل دائم، وقد تكون هذه الخدمات واطئة القيمة، تستهلك بشكل سريع، وهي عادة ما تشتري بشكل نزوي دون دراسة أو تمحيص ويطلق عليها باسم الخدمات العرضية، وفي الطرف الآخر، نجد الخدمات التي تدوم طويلا ولا تشتري بشكل دوري، كما أنها لا تشتري إلا بعد دراسة متأنية مسبقة، ومن أمثلتها الرحلات السياحية المتكاملة.

الفرع الثالث: حزمة الخدمة

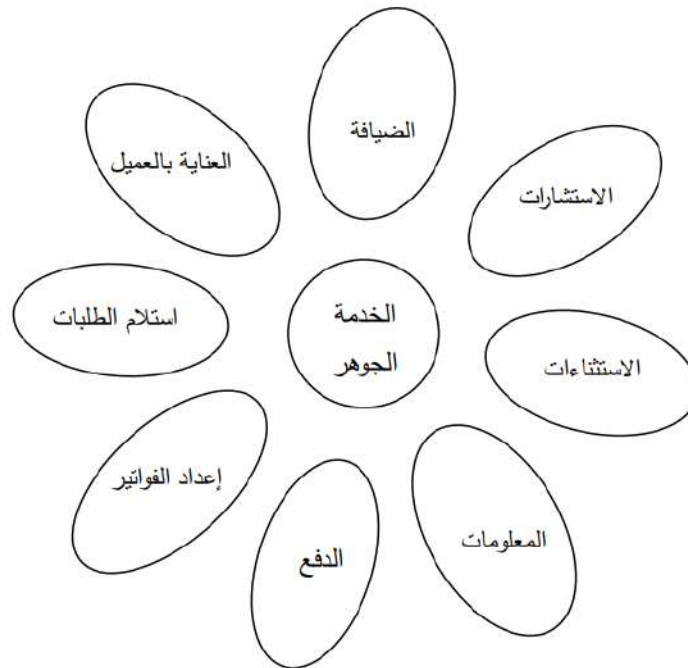
حزمة الخدمة هي نموذج يمثل الخدمة المتكاملة بالزهرة التي تتألف من قلب (جوهر) وأوراق محيطة بهذا القلب، ويرمز للقلب بالخدمة الجوهر، وللأوراق بالخدمات التكميلية الداعمة لهذا الجوهر.

الخدمة الجوهر: هي الأداء أو المنفعة الأساسية في الخدمة، والتي تشتري الخدمة من أجلها في المقام الأول ولا تشمل على الخدمات المرافقة.

الخدمات التكميلية: هي عبارة عن كافة الخدمات الداعمة للمنتج الجوهر والتي بدونها لا يمكن ضمان جودة الخدمة ورضا المستفيد. ويمكن التمييز بين الخدمة الجوهر والخدمات التكميلية وفق نموذج شوستاك (Shostack)، حيث شبهت الخدمة بدوائر متمركزة، تقع الخدمة الجوهر في مركزها وتدور حولها الخدمات التكميلية، حيث أن المجال الحقيقي لتطبيق هذا النموذج هو أن معظم الخدمات متشابهة في جوهرها.

وقد صنفها لوفلوك (Lovelock) في ثمان مجموعات هي: المعلومات، تقديم الاستشارة، استلام الطلبات، الضيافة، حماية ممتلكات العميل، الاستثناءات، إصدار الفواتير والدفع. ويمكن توضيح هذا التصنيف في الشكل التالي:

الشكل رقم (01): زهرة الخدمة



المصدر: هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، ط4، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص: 226.

- وفيما يلي استعراض لهذه المجموعات الثمانية كما وصفها لوفلوك:¹
- 1- **المعلومات:** لكي يحصل المستفيد على قيمة حقيقية من الخدمة المقدمة، فإنه يحتاج إلى معلومات عنها، فالمتفجعون الجدد أو المحتملون غالباً ما يكونون متعطين للمعلومات، حيث يريدون أن يعرفوا تلك الخدمات التي تلي احتياجاتهم ورغباتهم بالشكل الأمثل.
 - 2- **الاستشارات:** تقدم الاستشارات في الغالب بناء على طلب العملاء كاستجابة لاستفساراتهم أو كحل لمشاكلهم، فهي تستهدف التعرف على طلبات العميل ومشاكله واقتراح حلول لها، والاستشارة عبارة عن نصيحة فورية تقدم من قبل شخص خبير وذو معرفة.
 - 3- **استلام الطلبات:** عندما يكون العميل مستعداً للشراء، فإن الخدمة التكميلية التالية التي يلعبها مقدم الخدمة هي استسلام وقبول الطلبات والحجوزات.
 - 4- **الضيافة:** وتعكس حسن الاستقبال للعملاء الجدد والتحية والترحيب بالعملاء القدامى عند عودتهم إلى المؤسسة مرة أخرى، فهي خدمة تكميلية تخلق الانطباع الجيد عن المؤسسة ودرجة اهتمامها وتعاطفها مع عملائها.
 - 5- **حماية ممتلكات العميل:** وتشمل هذه الخدمة التكميلية على عناصر مثل خدمات إيداع الأشياء الثمينة أو الأصول أو الأموال، أو خدمات رعاية الأطفال خلال عملية تقديم الخدمة وغيرها.
 - 6- **الاستثناءات:** تتضمن الاستثناءات مجموعة من الخدمات المساعدة التي تقع خارج نطاق الخدمات الروتينية المتعارف عليها، ومن أشكالها:
 - ✓ طلبات خاصة: مثل حاجات الأطفال المعاقين؛
 - ✓ معالجة اتصالات خاصة: مثل الشكاوي والاقتراحات؛
 - ✓ حل المشاكل: حل الصعوبات الناتجة عن استخدام المنتج، الضمانات، والكفالات؛
 - ✓ المرتجعات: إعادة النقود، التعويض عن الخدمة غير الجيدة، تصليح مجاني للسلع غير السليمة.
 - 7- **إعداد الفواتير:** يتطلب إعداد الفواتير أن تكون دقيقة وصحيحة ومطابقة لقيمة الخدمة المقدمة، كما يجب إعدادها بالوقت والسرعة المطلوبين، أما عكس ذلك فسيؤدي إلى تدمير وسخط العملاء.
 - 8- **الدفع:** عادة ما يتوقع العملاء أن تكون عملية الدفع سهلة وميسرة، إن العنصر الرئيسي في عملية الدفع هو التأكد من أن العميل قد قام بدفع ما هو مستحق عليه في الوقت المحدد.

المطلب الثاني: تحسين جودة الخدمة

1 هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، ط4، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008 ص 227-235

تهدف المؤسسات الخدمية دوماً إلى تحسين الخدمات المقدمة بصفة مستمرة ومتواصلة لضمان تكيفها مع التغيرات والتطورات التي يعرفها محيطها ومع تطور حاجات الزبائن وتطلعاتهم.

الفرع الأول: مفهوم وأبعاد جودة الخدمة

أولاً: تعريف جودة الخدمة

سنحاول أن نعرض أولاً على مفهوم الجودة بصفة عامة، ثم إعطاء تعريف لجودة الخدمة.

1- تعريف الجودة

لغة، أصلها من الجود والجيد نقيض الرديء، أما الجودة اصطلاحاً، فهي كلمة مشتقة من الكلمة اليونانية Qualities ويقصد بها طبيعة الشيء ودرجة صلاحه.¹

ويمكن تعريف الجودة بأنها "مجموع الخصائص والميزات لمنتج أو خدمة، والتي لها القدرة على تلبية حاجات الزبون سواء الظاهرية أو الضمنية."²

وعرفت الجمعية الأمريكية والمنظمة الأوروبية لضبط الجودة بأنها "المجموع الكلي للمزايا والخصائص التي تؤثر في قدرة المنتج أو الخدمة على تلبية حاجات معينة."³

2- تعريف جودة الخدمة

يقصد بجودة الخدمة أنها "قياس لمدى تطابق مستوى الجودة المقدمة (الجودة الفعلية أو المدركة من قبل المستفيد) مع توقعات المستفيد (الجودة المتوقعة)."⁴

يمكن تعريف جودة الخدمة من منظور مقدم الخدمة ومن منظور المستفيد منها، فالجودة من منظور مقدم الخدمة هي مطابقة الخدمة للمعايير الموضوعية مسبقاً لهذه الخدمة، أما من منظور المستفيد فهي موافقة هذه الخدمة لاستخداماته واستعلاماته.⁵

ويمكن القول بأن جودة الخدمة ما هي إلا "قياس لمدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد، فتقدم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين."⁶

ب استخدام التعاريف السابقة، يمكن تعريف جودة الخدمة على أنها مجموعة من الخصائص التي يعتمد عليها الفرد لمعرفة أن الأداء الفعلي للخدمة يتوافق مع توقعاته.

ثانياً : أهمية جودة الخدمة

يمكننا الإشارة إلى أربعة أسباب أساسية أدت للاهتمام بجودة الخدمة ونوجزها فيما يلي:⁷

- 1 مهدي السمراني، إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الاتحادي والخدمي، ط1 . دار جرير، عمان، الاردن، 2007، ص27
- 2 Jean Marie Chatelet, Méthodes productique et qualité, Ellipses, France, 1996
- 3 سميرة هارون، كمال حوشين، دور الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة العمومية،" الملتقى العلمي الدولي حول جودة الخدمة العمومية في ظل الحكومة الإلكترونية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، يومي 29 و30 أكتوبر 2014، ص13
- 4 حميد الطائي، اخرون، الاسس العلمية للتسويق الحديث. دار البازوري للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2007، ص207
- 5 سوسن شاكر، محمد عواد الزسادات، إدارة الجودة الشاملة، ط1، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2007، ص16-17
- 6 بشير العلاق، حميد الطائي، مرجع سبق ذكره، ص257
- 7 مامون الدراكة، طارق الشبلي، الجودة في المنظمات الحديثة، ط1، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2002، ص194

- 1- نمو مجال الخدمة: إذ تزايدت أعداد المنظمات التجارية التي تقدم الخدمات أكثر من أي وقت مضى، فعلى سبيل المثال نصف شركات الأعمال التجارية الأمريكية يتعلق نشاطها بالخدمات، إضافة إلى أن نمو المنظمات المتصلة بالخدمات مازال مستمرا بالتوسع.
- 2- ازدياد المنافسة: إذ من المعلوم أن بقاء الشركات والمشاريع يعتمد في حصولها على التقدير الكافي من المنافسة، لذلك فإن توفر جودة الخدمة في منتجات هذه المشاريع والخدمات يوفر لها العديد من المزايا التنافسية.
- 3- الفهم الأكبر للعملاء: أن تتم معاملتهم بصورة جيدة حيث يكرهون التعامل مع المنظمات التي تركز فقط على الخدمة، فلا يكفي تقديم منتجات ذات جودة وسعر معقول دون توفر المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للعملاء.
- 4- المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة: أصبحت المنظمات تحرص في الوقت الحالي على ضرورة استمرار التعامل معها وتوسيع قاعدة عملائها، وهذا يعني أن المنظمات يجب أن لا تسعى فقط إلى اجتذاب زبائن وعملاء جدد، ولكن يجب عليها أيضا أن تحافظ على العملاء الحاليين، ومن هنا تظهر الأهمية القصوى للجودة من أجل ضمان ذلك.

ثالثا: أبعاد جودة الخدمة

- تشير معظم الدراسات أن هناك عدة معايير أساسية يحكم من خلالها الزبون على مدى جودة الخدمة، وتتمثل في مجملها في العناصر التالية:¹
- 1- الاعتمادية: وتعني القدرة على أداء الوعود بدقة، وهي نقطة حساسة تحدد جودة الخدمة، وتعني في الجمل تنفيذ الأنشطة بشكل دقيق يعتمد عليه، وأداء المهام بشكل صحيح من أول مرة، فالدراسات أثبتت أن الوعود أهم من جودة العمل بحد ذاته.
 - 2- الاستجابة: إن استعداد مقدمي الخدمة للمساعدة وتقديم خدمات موجهة مهم جدا للزبون، كما أن وقت الانتظار يعد عاملا مهما ومؤثرا على رضا الزبون وتقييمه لجودة الخدمة، فمن المهم معالجة طلبات الزبائن وحاجاتهم بطريقة سريعة.
 - 3- الأمان: إن معرفة ومعاملة الموظفين وقدرتهم على نقل الثقة والمهارة للزبائن عوامل مهمة في تقديم الخدمة التي تتميز بجودتها بدرجة عالية من المصداقية، حيث يجب أداء الخدمة بشكل آمن وموثوق به.
 - 4- الجوانب الملموسة: الخدمات غير ملموسة لكنها قد ترتبط بأشياء مادية ملموسة تؤثر بشكل كبير على الزبون، مثل العنصر البشري، التسهيلات المادية، المعدات والأجهزة المادية... الخ، حيث تلعب الجوانب الملموسة دورا كبيرا في الحكم على جودة الخدمة المقدمة.

1 Mohammed Obeidat, Hani Al Dmour, Principles of marketing, 1st édition, Dar Wael, Amman, Jordan, 2005, p p 392-393

5- التعاطف: ويتمثل في الاهتمام الشخصي بالزبون، فعلى مقدم الخدمة إظهار تفهمه واستماعه للزبون، وقدرته على الاتصال معه وبناء علاقة جيدة تجعله يشعر بالاهتمام والتعاطف.

الفرع الثاني: نماذج قياس جودة الخدمة

تسعى المؤسسات لتقييم وقياس جودة خدماتها باعتماد نماذج للقياس من خلال الأبعاد والعناصر المعبرة عن جودة الخدمة، وفيما يلي نوضح هذه المقاييس:

أولاً: مقياس عدد الشكاوي **Complains measure**

يمثل عدد الشكاوي التي يتقدم بها الزبائن خلال فترة زمنية معينة مقياساً هاماً يعبر على أن الخدمات المقدمة دون المستوى، أو ما يقدم لهم من خدمات لا يتناسب مع إدراكهم لهذا المستوى الذين يريدون الحصول عليه، فهذا المقياس يمكن المؤسسات الخدمية من اتخاذ الإجراءات المناسبة لتجنب حدوث المشاكل وتحسين مستوى جودة ما تقدمه من خدمات لزبائنهم.¹ في ظل هذا المقياس، تشجع المؤسسات الخدمية زبائنهم على التقدم بمقترحاتهم وانتقاداتهم، فمثلاً العديد من الفنادق والمطاعم تخصص سجلات من أجل تسجيل ملاحظات الزبائن، فالمقترحات لا تكشف المستوى العام لرضا الزبائن، لكنها تقدم الأسباب الرئيسية لعدم الرضا، حيث أنها تقدم عدة أفكار لخدمات جديدة.²

ثانياً: مقياس الرضا **Satisfaction measure**

يعتبر من أكثر الطرق استخداماً لقياس اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة، وغالباً ما يتم توجيه أسئلة للعملاء بعد حصولهم على الخدمة، وذلك من خلال قائمة استبيان، بطاقات تدوين الملاحظات أو المقابلات الشخصية، وتتميز هذه الطريقة في كونها تمد المؤسسة الخدمية بمعلومات هامة تتعلق بشعور العملاء نحو الخدمة المقدمة وجوانب القوة والضعف فيها، وبشكل يمكن المؤسسة الخدمية من تبني الإستراتيجية التسويقية التي تتلاءم مع احتياجات السوق، كما أن فهم اتجاهات العملاء نحو الخدمة سوف يمد المؤسسة الخدمية بمعلومات تساعد في تحسين جهودها لمقابلة احتياجاتهم بشكل أفضل.³

ثالثاً: مقياس القيمة **value measure**

إن القيمة التي تقدمها المؤسسات الخدمية لعملائها تعتمد على المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة من جانب العميل للثمن الذي يدفعه للحصول على هذه الخدمات، فالعلاقة بين المنفعة والسعر هي التي تحدد القيمة، فكلما زادت مستويات المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة قياساً بالسعر كلما زادت القيمة المقدمة للعملاء وكلما زاد إقبالهم على الشراء، وعندما يزيد السعر المطلوب عن المنفعة فإن القيمة المدركة للخدمات المقدمة تصبح دون المستوى، وقد تدفع طالب الخدمة إلى عدم التعامل مع المؤسسة أو التحول إلى مؤسسة خدمية أخرى تقدم قيمة أفضل، وهنا تصبح مهمة المؤسسة الخدمية هي اتخاذ الخطوات الكفيلة من أجل زيادة المنفعة المدركة لخدماتها بالشكل الذي يؤدي إلى تخفيض سعر حصول العميل على الخدمة.⁴

1 نجوى عمروش، دور جودة الخدمة في تحقيق رضا العميل، مذكرة ماجستير، تخصص علوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2012، ص43

2 P.Kotler, B.Dubois, Marketing management, 11ème édition, Pearson éducation, France.2003.p71

3 توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة و القياس المقارن، دار الفكر العربي، الإسكندرية، مصر، 2006، ص57

4 حسام الدين فتحي، العلاقة بين جودة الخدمة التلفزيونية وكل من رضا المشاهد والمبل لتكرار المشاهدة، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة أعمال، كلية التجارة، جامعة المنوفية، الإسكندرية، مصر، 2015، ص43

رابعا : مقياس الفجوة Servqual measure

هو أداة ووسيلة لقياس الفرق بين توقعات العملاء عن الخدمة والخدمة المقدمة لهم فعلا، ولقد صمم النموذج من افتراض مؤداه أن مستوى جودة الخدمة التي يحصل عليها العميل يمكن تحديدها من خلال الفجوة بين توقعاتهم عن جودة الخدمة وبين جودة الخدمة التي تم الحصول عليها فعلاً، وكذلك قياس أهمية كل بعد من أبعاد جودة الخدمة، ولقد استقطب هذا المقياس كثيرا من الاهتمام منذ أن تم تصميمه من قبل الباحث "Parasuraman" وزملائه في سنة (1985).¹

هذا المقياس يستند إلى توقعات الزبائن لمستوى أداء الخدمة المقدمة بالفعل، ومن ثم تحديد الفجوة (أو التطابق) بين هذه التوقعات والإدراكات وذلك باستخدام الأبعاد الخمسة الممثلة لمظاهر جودة الخدمة، ومن هنا فإن مستوى جودة الخدمة يقاس بمدى التطابق بين مستوى الخدمة المقدمة فعلا للزبائن وبين ما يتوقعه الزبائن بشأنها.

خامسا: مقياس الأداء الفعلي Servperf measure

استمرارا للجهود المبذولة علميا للتوصل إلى نموذج علمي وعملي لقياس جودة الخدمة ويتمتع بدرجة عالية من الثقة والمصادقية وإمكانية التطبيق، فقد توصل كل من تايلور (Taylor) وكرانين (Cranin) إلى مقياس آخر لجودة الخدمة لا يعتمد على الفجوات بين الإدراكات والتوقعات، وذلك كما هو في نموذج Servqual السابق، وقد انتقد الباحثان النموذج الخاص بالفجوات، خاصة ذلك الجزء الخاص بالتوقعات، وكذا عدم البساطة وصعوبة التطبيق في الحياة العلمية.

لذلك قدم الباحثان سنة 1992 نموذجا جديدا يقوم على فكرة مبسطة، وهي أن جودة الخدمة يجب قياسها بطريقة لا تختلف عن قياس اتجاهات المستفيدين من الخدمة المقدمة نحو مستوى الأداء الفعلي لهذه الخدمة.²

ويعرف نموذج الأداء الفعلي بأنه نموذج يركز فقط على الأداء الفعلي لقياس جودة الخدمات، ويستند هذا المقياس إلى التقييم المباشر للأساليب والعمليات المصاحبة لأداء الخدمة، اعتمادا على الأبعاد الخمسة للجودة، وهي: العناصر الملموسة، الاعتمادية، سرعة الاستجابة، الأمان والتعاطف.³

الفرع الثالث: أساليب تحسين جودة الخدمة

إن عملية تحسين جودة الخدمة تمكن المؤسسة من الحفاظ على مكانتها وضمان استمرارها في السوق، وفي هذا المطلب سنحاول التطرق إلى بعض الأساليب التي تمكن المؤسسات من تحقيق ذلك.

أولاً: وضع نظام لقيادة الجودة

إن الهدف من وضع نظام لقيادة الجودة هو تحقيق رضا العميل وتحسين أداء المؤسسة، ويتكون هذا النظام من:⁴

1 Office Of Public Services Reform, 'Measuring & Understanding Customer Satisfaction', report of social research institute, April 2002، متاح: <https://www.ipsos.com>.

2 ثابت عبد الرحمن ادريس، كفاءة وجودة الخدمات اللوجيستية،الدار الجامعية،الاسكندرية،مصر،2006،ص304

3 نسرين صلاح، تقييم جودة الخدمات الجامعية باستخدام نموذج الأداء الفعلي، متاح في : <https://www.researchgate.net>

4 فتيحة بوحرد، تقييم جودة الخدمة في شركات التأمين الوطنية في السوق الجزائرية، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2006، ص ص 60-62

- 1- **نظام اليقظة:** والذي يتعلق بمتابعة تطور احتياجات العملاء والتغيرات المستقبلية بالنسبة للمنافسين، الهدف من وراء ذلك هو التنبؤ بالوضعية المستقبلية للمؤسسة تجاه عملائها ومنافسها من أجل استغلال الفرص المتاحة لمواجهة التهديدات التي تفرضها هذه المتغيرات.
- 2- **تحديد المظهر العام للخدمة المستهدفة:** إن توفر معلومات حول المنافسين والعملاء يمكن المؤسسة من تحديد خصائص الخدمة وأبعادها الملموسة وغير الملموسة وفقا لما يتوقعه العميل، بشكل متميز عن المنافسين لجذب عملاء جدد وإرضاء العملاء الحاليين.
- 3- **تحديد سياسة الجودة:** بعد تحديد العملاء المستهدفين واختيار المظهر العام للخدمة، تعمل المؤسسة على تكييف سيرورة أداء الخدمة، ويجب تحديد الإجراءات الضرورية للتكييف، والمتعلقة بالموارد البشرية، الأدوات والطرق، التنظيم، الاتصال، التخطيط،... الخ.
- 4- **نظام تقييم رضا العملاء:** إن تقييم رضا العملاء يمكن المؤسسة من استغلال فرص التحسين وتحقيق فعالية إجراءاتها، ويكون ذلك بالإصغاء للعملاء وتحديد توقعاتهم، والتعرف على مواقفهم اتجاه الخدمات المقدمة لهم إضافة إلى استقبال وتحليل الشكاوى، والتحقق مع العملاء القدامى والاستخبارات التسويقية.
- 5- **نظام التحسين المستمر:** يهتم هذا النظام بمعرفة التطورات على مستوى بيئة أعمال المؤسسة والتعرف على مستوى رضا العملاء، إضافة إلى ذلك فإن نظام التحسين المستمر يعتمد بشكل أساسي على نتائج التقييم الداخلي لسيرورة الأداء، وذلك بهدف استغلال الفرص المتاحة لتحسين العرض والتنظيم.

ثانيا: تحقيق التميز في العلاقة مع العميل

- يعتبر التميز في العلاقة مع العميل ركيزة أساسية للمؤسسات الخدمية لتطوير خدماتها وتعزيز وجودها في السوق، ويتطلب ذلك وضع عدة استراتيجيات، منها:¹
- 1- **إدارة فترة انتظار العميل:** إن الفترة التي يقضيها العميل في انتظار الحصول على الخدمة، تؤثر تأثيرا عكسيا على إدراكاته للأداء الفعلي وانطباعاته حول المؤسسة ومستوى جودة خدماتها، لذلك على المؤسسة استثمار فترة انتظار عملائها، بجعلهم يشغلون بشيء خلال تلك الفترة، ويمكن تحقيق ذلك على سبيل المثال بوضع الجرائد والمجلات، نشرات إعلامية للعملاء للتعريف بالمؤسسة... الخ.
 - 2- **التعامل مع شكاوى العملاء:** إن شكوى العميل عبارة عن ترجمة لعدم رضاه عن مستوى الأداء بالمؤسسة، لذا يقترح بعض الباحثين العديد من الأساليب للتعامل مع شكاوى العملاء، منها:
 - ✓ التعرف على توقعات العميل لمستويات الخدمة المقبولة؛

1فتيحة بوحدود، مرجع سبق ذكره، ص 62-64

- ✓ تطوير الإجراءات وتبسيط متطلبات الحصول على الخدمة باستخدام التكنولوجيا المتطورة؛
- ✓ الاتصال الفعال بالعملاء؛
- ✓ تجاوز توقعات العميل وتحقيق التميز في تقديم الخدمة؛
- ✓ العمل على استقطاب وتوظيف أفضل الكفاءات.

3- جعل العلاقة مع العميل شخصية: على المؤسسة أن تجعل العلاقة مع العميل شخصية لتحقيق التميز، فليست الخدمة هي التي تخلق التميز بحد ذاتها وإنما العلاقة مع العميل، ولجعل تلك العلاقة شخصية يجب اعتماد الاتصال بالعميل للتعرف عليه أكثر وعلى احتياجاته، وتستخدم هذه الطريقة خاصة مع العملاء الأكثر تعاملًا مع المؤسسة أو العملاء الذين تراهم مهمين، فبإمكان المؤسسة الاستعانة بوسائل الإعلام والاتصال لأنها تعطي فرصة أكبر لجعل العلاقة مع العميل شخصية، مثل استعمال موقع المؤسسة على الانترنت من أجل التعرف على سلوك كل عميل وتحديد رغباته.

الفرع الرابع: أثر تطبيق الرقمنة على تحسين جودة الخدمة

إن المؤسسات الخدمية تسعى دوماً نحو تقديم خدمات أفضل للمواطنين من خلال مواكبة التغيرات الطارئة في البيئة التي تنشط بها والتطورات الحاصلة على مستوى التكنولوجيات المستخدمة، حيث توجهت نحو رقمنة إدارتها وتعاملاتها وتقديم الكثير من الخدمات إلكترونياً، الأمر الذي ساهم في تحسين جودة خدماتها.

أولاً: استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات

نتج عن التقدم التقني والعلمي وانتشار شبكة الانترنت بروز تأثيرات عديدة على المؤسسات ، والتي تراجعت معها أشكال الخدمة العامة التقليدية إلى نمط جديد يركز على البعد التكنولوجي والمعلوماتي، والذي بدوره يشجع على تبني نظم الخدمات الإلكترونية، حيث أصبحت الخدمات تتم عبر وسائط إلكترونية كالمواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني.

إن وجود الحاسب واستخداماته في عمليات تشغيل البيانات في المؤسسات أدى إلى اختفاء بعض مشاكل الرقابة الداخلية الهامة، والتي كانت تحوز على اهتمام كبير في الأنظمة اليدوية، حيث أصبحت من المزايا التي تقدمها تلك الحاسبات هي تحقيق الدقة مقارنة بالعنصر البشري، والثبات الذي يعني تنفيذ تعليمات البرنامج في جميع الأحوال، فالآلة صماء ليس لديها أي إحساس كي تقوم بالسرقة أو الاختلاس، كما لا يوجد للحاسب مصلحة شخصية عكس الموظف.¹

ومن الأمثلة التي أحدثت نجاحاً في هذا المجال بالنطاقات الأقل نمواً في مجال التكنولوجيا، نجد دولة الهند أين تتواجد الأكشاك المقامة وسط المجتمعات، حيث تدار بالكمبيوتر المعلومات الأساسية وعمليات التوثيق والاستمارات التي يحتاجها المواطنون في المناطق الريفية، وبهذا تعمل على توفير وقت المواطنين وأموالهم، كما تعمل على توسيع نطاق تقديم الخدمات على المستوى المحلي، فلا يمكن إغفال الدور الريادي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق تطوير نوعي على مستوى المؤسسات

1 عابد عبد الكريم غريسي، محمد شريف، "دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد وتحسين الخدمة العمومية"، مجلة الجزائرية للمالية العامة، العدد 03، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2013، ص 79

- ، وتقديم بديل للنماذج القائمة في صورها التقليدية، حيث تعد التقنية الحديثة آلية للتغيير التنظيمي، إذ بإمكانها تغيير طبيعة عمل الأفراد داخل المؤسسات، أو هدف المنظمة من خلال تغيير الظروف وإزالة المشكلات التي تواجهها.¹
- ويمكن أن نحمل أهم مزايا تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات فيما يلي:²
- يساهم تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في توفير البيانات والمعلومات وإتاحتها أمام أفراد المجتمع؛
 - تبسط إجراءات إنجاز الخدمة العمومية، وتدفع سير المعاملات إلكترونياً، وتسهل الإجراءات بين الدوائر المختلفة؛
 - تقلل من الأعباء الورقية بجمع البيانات مرة واحدة لاستخدامات متعددة؛
 - توفير الأرشفة الإلكترونية، مما يسمح بالحصول على معلومات صحيحة من أجل أداء خدمة عمومية رشيدة؛
 - يساعد المنظمات على تعزيز مفهوم إدارة الجودة مما يساعد على تحسين جودة الخدمات المقدمة؛
 - المساهمة في تحقيق اتصال أفضل وأسرع، مما يساعد المواطنين في الحصول على خدمات حكومية عالية الجودة وبتكلفة أقل؛
 - الوصول الآني للمعلومات والخدمات من دون الحاجة إلى مراجعة الدوائر المعنية؛
 - يساعد على زيادة ولاء المواطنين، نتيجة الاستجابة السريعة والمبسطة للخدمة العمومية.

ثانياً : التحول نحو إدارة عمومية إلكترونية

لقد أصبح من الضروري على كل المؤسسات الدخول في مرحلة تطبيق الإدارة الإلكترونية، والانطلاق مما يتيحها تكنولوجيا المعلومات والاتصال لترقية وتحسين أنشطة ومهام المؤسسات، حيث تمثل الإدارة الإلكترونية مرحلة حاسمة في الانتقال نحو الخدمات العامة الإلكترونية، والتحول من الاتصال المباشر للمواطنين مع مؤسسات الخدمة العامة إلى التواصل الافتراضي عبر الشبكات الإلكترونية المختلفة، وتنطلق من الاستخدام الأمثل لمختلف الأجهزة والمعدات وبرامج تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتقدم حلولاً للتعقيدات ومشاكل البيروقراطية التي تعترض الإدارة العمومية في شكلها التقليدي.

إن تطبيق الإدارة الإلكترونية في مختلف المؤسسات العمومية أدى إلى تحسين جودة الخدمات التي تقدمها للمواطنين، وذلك من خلال تأثيرها على أساليب تقديم الخدمة العمومية وطرق إجراء المعاملات المرتبطة بها، وهذا ما يتجلى في الأبعاد التالية:³

1- مردودية الخدمة العمومية

حيث يتعلق الأمر بمدى مردودية مشاريع الخدمة العمومية، ومختلف إسهاماتها في إعادة ترتيب الخدمة المقدمة للمواطنين، وماهي فوائد تطبيق هذا النموذج من الخدمات على واقع الجهاز البيروقراطي الحكومي، وهل حقيقة تم الوصول إلى كسب رضا المواطن وثقته بمؤسسات الخدمة العامة.

2- تقليص تكاليف الخدمة العمومية

1 عاباد عبد الكريم غريسي، محمد شريف، مرجع سبق ذكره، ص94

2 نور الدين بربار، مريم مشري، "مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تحديث الخدمات المالية"، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، العدد 01، جامعة أكلي محمد أولحاج، البويرة، الجزائر، 2016، ص63

3 رشيد سالمى، أسماء قاسمية، ترشيد الخدمة العمومية من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال"، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية، العدد8، جامعة البليدة 2 لونيبي علي، البليدة، الجزائر، 2017، ص352

من خلال الاتصال عبر الخط دون الانتقال، والتوصل للخدمة من خلال النوافذ مما يتيح تخفيض التكاليف، والنتائج عن التنقل الإلكتروني بين بوابات الخدمة العمومية.

3- سرعة الاستجابة واحترام المواعيد

حيث يعتمد إلى استخدام تقنية الشبكات الوحيد للأنشطة الإدارية المتماثلة، وهذا لربح الوقت ودفع الإدارة للقيام بالالتزامات مع تحقيق سرعة الاستجابة للخدمة دون تأخر.

4- الدقة

تشير الدقة وفق نموذج الإدارة الإلكترونية للخدمات إلى إنجاز الأعمال وفق مقاييس مضبوطة تحدد من خلال أنظمة معالجة معلوماتية، بشكل يجد من الأخطاء الإدارية ويمنع التجاوزات أثناء تقديم الخدمة.

5- سهولة المحاسبة ووضوح الخدمة

انطلاقاً من توظيف تكنولوجيا المعلومات بشكل كامل في أداء الخدمة العمومية، يؤدي ذلك إلى إمكانية المحاسبة على كل جزئيات تلك المهام والأنشطة من خلال وجود النشر الإلكتروني لكل مراحل الخدمة، إذ لا مجال لإخفاء المعاملات ولا فرصة للاستثمار بخدمة جهات دون أخرى، فالمصلحة تصبح عامة مادامت الخدمة عامة.

المبحث الثالث: مرجعية الدراسات

المطلب الأول: الدراسات العلمية السابقة :

الفرع الأول: الدراسات العلمية السابقة باللغة العربية :

الدراسة 01: دراسة عمروش نجوى سنة 2011-2012، بعنوان دور جودة الخدمة في تحقيق رضا العميل دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمينات، مذكرة ماجستير، وكانت إشكالية الدراسة هل تعتبر جودة الخدمة المقدمة عامل أساسي في تحقيق رضا العميل؟، وقد تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاستقصائي، وقد توصلت الدراسة إلى أن أبعاد جودة الخدمة التي أثرت على رضا العملاء تأثيراً أكبر مقارنة بالأبعاد الأخرى هي الأمان والتعاطف، وأن جودة التأمين المقدمة من طرف الشركة الجزائرية للتأمينات جودة متوسطة.

الدراسة 02: دراسة سلمى بوشرمة و فاطمة فدسي بعنوان دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة العمومية دراسة حالة بطاقة الذهبية لبريد الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق الخدمات، جامعة أكلي محند البويرة، هدفت هذه الدراسة إلى إعطاء فكرة عن واقع تطبيق الرقمنة في المؤسسة العمومية، وكذا الوقوف على مساهمة الرقمنة من خلال البطاقة الذهبية في تحسين جودة خدمات بريد الجزائر. ففي الشق النظري من هذه الدراسة، تم التطرق إلى المفاهيم الأساسية المرتبطة بالرقمنة، ومن ثم تحديد الإطار المفاهيمي للخدمات والخدمة العمومية وجودة الخدمة، أما في الجانب التطبيقي فقد تم إسقاط هذه الدراسة على عينة من حاملي بطاقة الذهبية بولاية جيجل، حيث قاموا باستهداف عينة مكونة من 303 فرداً، وقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة، وتم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS في استخراج النتائج، وقد توصلوا من خلال هذه الدراسة إلى وجود توجه لمؤسسة بريد الجزائر نحو رقمنة أنشطتها، وأيضاً وجود مساهمة للرقمنة من خلال بطاقة الذهبية في تحسين جودة الخدمات بمؤسسة بريد الجزائر، ومن خلال حساب معامل الارتباط لبيرسون تبين وجود علاقة تأثير بدرجات متوسطة بينهما.

الدراسة 03: بعنوان الرقمنة في المكتبات الجامعية الجزائرية دراسة واقع رقمنة الأطروحات والمذكرات دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية الجامعية ITA ومكتبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بمستغانم نموذجاً، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص تكنولوجيا وهندسة المعلومات من إعداد الطالبين (بن علة فتيحة، الحاج قمر) جامعة عبد الحميد بن بديس مستغانم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علم المكتبات والمعلومات، السنة الجامعية 2018/2019 تمحورت إشكالية الدراسة في طرح التساؤل الرئيسي التالي:

✓ ما هو واقع رقمنة الأطروحات والمذكرات بالمكتبة المركزية الجامعية ومكتبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بمستغانم؟.

حيث تهدف الدراسة إلى التعرف على واقع رقمنة الأطروحات والمذكرات بكل المكتبات الجامعي، والوقوف عن قرب من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على هذه المكتبات على واقع الرقمنة ومشكلاتها وملاحظاتها وتطلعاتها، وكذا محاولة إيجاد الحلول للمشكلات والعراقيل التي تعترض نجاح مشروع الرقمنة وترقيته.

الدراسة 04 : مقال، د، العلواني عديلة، بعنوان أثر تطبيق معايير الجودة في تحسين الخدمات الصحية، جامعة بسكرة. اشتمل المقال على: تسعى المؤسسات الصحية اليوم الى تحقيق معادلة تقدم خدمة صحية للمرضى مع مراعاة تكلفة اقتصادية تضمن لها استغلال رشيد لمواردها مع ضمان جودة متكاملة لهذه الخدمة تستجيب لرغبات المرضى في الحصول على الخدمة المناسبة في الوقت المحدد وبأفضل النتائج، فكان لزاماً أن تكون جودة الخدمة الصحية هي القاعدة الأساسية التي تعتمد عليها الإدارة للوصول لتحقيق خدمات وفق أحداث التطورات و الامكانيات، حيث أن المرضى وممولو الخدمات الصحية يطالبون بأن تكون الخدمات الصحية بالجودة المطلوبة التي تتناسب وتوقعاتهم.

الفرع الثاني: الدراسات العلمية السابقة باللغة الاجنبية :

الدراسة الاولى :

Parasuraman, A et al قدموا دراسة سنة 1988 بعنوان :

Perceptions of Item Scale for Measuring Consumer " SERVQUAL : Multiple Service Quality"

طور الباحثون أداة لقياس جودة الخدمة مكونة من 22 بند، تدعى SERVQUAL ، ويتم قياس كل منها على مقياس ليكرت من 1 الى 7.

تهدف المجموعة الأولى إلى تحديد توقعات الزبائن للخدمة (الجودة المتوقعة)، في حين المجموعة الثانية فتهدف إلى تحديد اتجاهات الزبائن نحو أداء الخدمة (الجودة المدركة الفعلية)، وبطرح الفرق بين الاجابات (الأداء - التوقعات) يتم تحديد ما يسمى بالفجوات والتي تعبر عن درجة رضاء الزبون عن الخدمة المقدمة بأبعادها وعناصرها المختلفة.

الدراسة الثانية :

Wang V& Yang Y قدما دراسة سنة 2004 بعنوان :

Satisfaction : Value, " An Integrated Framework for service Quality Customer Evidence From China's"

هدف الدراسة هو التركيز على العلاقة بين جودة الخدمة، رضا الزبائن وقيمة الزبائن وتأثيرهم على نوايا سلوك الزبائن في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية، تم استخدام نموذج سيرفكوال مع تعديل بسيط حيث إلى جانب الأبعاد الخمسة لنموذج سيرفكوال تم اضافة بعد آخر هو جودة الشبكة، واستندت نتائج هذه الدراسة على تطوير نموذج المعادلة البنائية وذلك من خلال استخدام تقنية (Partial Least Square)، وقد خلصت الدراسة إلى أن زبائن اتصالات الهاتف النقال في الصين يدركون أن العوامل الأساسية التي تؤثر في تقييم لقيمة الزبائن، رضا الزبائن، أو الجودة المدركة، والتي بدورها تدفعهم لاتخاذ قرارات الشراء الفعلية يجب أن تعطى الأولوية للتضحية المدركة للزبائن، وكذا تحسين جودة الشبكة بالإضافة إلى الاهتمام بالملحومات لأنها لا تؤثر فقط على جودة الخدمة ولكن أيضا على قيمة ورضا الزبائن، أيضا التركيز على التعاطف لأنه يلعب دورا كبيرا في انشاء قيمة متفوقة للزبائن، وكذا تساعد على اتخاذ قرارات الشراء وتعزز رضا الزبائن بشكل غير مباشر، كما لا يتوجب اهمال التركيز على الموثوقية بحيث وجد انها تساهم بشكل ايجابي وكبير في رضا الزبائن على الرغم من أنها ليست عامل مؤثر على قيمة الزبائن. كإطار عام للدراسة وجد أن العلاقات المتبادلة بين الجدولة المدركة للزبائن وقيمة الزبائن ورضا الزبائن، يوجد دور كبير لقيمة الزبائن اضافة إلى تأثير مباشر للجودة المدركة للزبون على رضا الزبون.

الدراسة الثالثة :

Karateke O.M قدموا دراسة سنة 2005 بعنوان :

Development and Validation " BanksScale " Measuring Service Quality of

هدفت دراسة الباحث إلى قياس جودة الخدمة في البنوك، ومن اجل تحقيق ذلك قام الباحثان بإجراء مقابلة مع 86 زبون للبنك، حيث طلب منهم التحدث عن توقعاتهم من البنك، هذه العملية أدت إلى تحديد الأبعاد التالية لجودة الخدمة هي: بيئة الخدمة، التعاطف، الموثوقية، جودة التفاعل، وقد وضعت الدراسة استقصاء مكون من 20 بند لقياس ادراكات الزبائن لجودة الخدمة في البنك، وأظهرت الدراسة أن البعد أكثر أهمية هو جودة التفاعل يليه التعاطف، الموثوقية وبيئة الخدمة.

المطلب الثاني : موقع دراستنا من الدراسات السابقة

من خلال عرض و التعقيب على الدراسات السابقة نلاحظ أنه يوجد تشابه و قد لخص في النقاط الآتية:

- تشابه اغلب هذه الدراسات مع الدراسة الحالية في اتباعها للمنهج الوصفي التحليلي والاعتماد على أسلوب دراسة الحالة؛
- تشابه اغلب الدراسات مع الدراسة الحالية في أن أغلبها اعتمدت عينة مدروسة من جميع المستويات الادارية؛
- تشابه اغلب الدراسات مع الدراسة الحالية في أنها اعتمدت على نفس الوسائل في جمع البيانات.
- كما نلاحظ أنه يوجد اختلاف بينهما في طريقة معالجة كل دراسة و نتائجها و تتمثل أهم أوجه الاختلاف في :
- اختلفت المتغيرات المعتمدة في كل دراسة حسب طبيعة المتغيرات المدروسة في كل منها؛
- ركزت الدراسات السابقة على دراسة أحد المتغيرين مع متغير مختلف؛
- أجريت هذه الدراسات في أمكنة مختلفة حيث أن عنصر البيئة يؤثر على كل دراسة باختلاف غيره.

و يمكن تلخيص ذلك في الجدول التالي:

الدراسة	اوجه التشابه	اوجه الاختلاف
دراسة عمروش نجوى سنة 2011-	- في كلتا الدراستين تم التطرق الى	- تهدف الى دراسة دور جودة الخدمة

<p>في تحقيق رضا العميل دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمينات اما في دراستنا الحالية دور الرقمنة في تحسين جودة خدمات بريد الجزائر</p>	<p>جودة الخدمة - اتباع المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاستقصائي</p>	<p>2012 ، بعنوان دور جودة الخدمة في تحقيق رضا العميل دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمينات</p>
<p>كانت الدراسة حول دراسة حالة بطاقة الذهبية لبريد الجزائر اما دراستنا فكانت بصفة عامة حول وسائل الرقمنة بدون اي تحديد</p>	<p>- هدفت هذه الدراسة إلى إعطاء فكرة عن واقع تطبيق الرقمنة في المؤسسة العمومية و هذا ما اشتركت به مع دراستنا - أما في الجانب التطبيقي فقد تم إسقاط هذه الدراسة على عينة من زبائن بريد الجزائر وتم استخدام برنامج الحزم الإحصائية SPSS في استخراج النتائج تماما مثل دراستنا - تم الاعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة</p>	<p>دراسة سلمى بوشرمة و فاطمة فدسي بعنوان دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة العمومية دراسة حالة بطاقة الذهبية لبريد الجزائر</p>
<p>- اختلفت مع دراستنا في انها حول واقع رقمنة الأطروحات والمذكرات بالمكتبة المركزية الجامعية ومكتبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بمستغانم اما موضوعنا حول دور الرقمنة في تحسين جودة خدمات البريد</p>	<p>- اشتركت مع دراستنا في متغير واحد هو الرقمنة حيث تهدف الدراسة إلى التعرف على واقع رقمنة الأطروحات والمذكرات بكل المكتبات الجامعي</p>	<p>دراسة من إعداد الطالبتين (بن علة فتيحة، الحاج قمر) بعنوان الرقمنة في المكتبات الجامعية الجزائرية دراسة واقع رقمنة الأطروحات والمذكرات دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية الجامعية ITA ومكتبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بمستغانم نموذجاً</p>
<p>- الدراسة كانت حول اثر تطبيق معايير الجودة في تحسين الخدمات الصحية اما دراستنا كانت حول دور الرقمنة في تحسين جودة خدمات بريد الجزائر كذلك في الجانب التطبيقي تم اسقاط الدراسة</p>	<p>- اشتركت مع دراستنا في متغير واحد هو تحسين جودة الخدمات</p>	<p>مقال، د، العلواني عديلة، بعنوان أثر تطبيق معايير الجودة في تحسين الخدمات الصحية، جامعة بسكرة.</p>

على عينة من المؤسسات الصحية اما في دراستنا تم اسقاط الدراسة على زبائن بريد الجزائر		
- طور الباحثون أداة لقياس جودة الخدمة مكونة من 22 بند، تدعى SERVQUAL، ويتم قياس كل منها على مقاييس ليكارت من 1 الى 7 أما في الجانب التطبيقي في بحثنا فقد تم إسقاط الدراسة على عينة من زبائن بريد الجزائر وتم استخدام برنامج الحزم الإحصائية SPSS في استخراج النتائج	- تهدف المجموعة الأولى إلى تحديد توقعات الزبائن للخدمة (الجودة المتوقعة) هذا ما تم دراسته في الجانب التطبيقي من بحثنا	Parasuraman, A et al قدموا دراسة سنة 1988 بعنوان : " SERVQUAL : Multiple Item Scale for Measuring Perceptions of Consumer Service Quality"
- هدف الدراسة هو التركيز على العلاقة بين جودة الخدمة، رضا الزبائن وقيمة الزبائن وتأثيرهم على نوايا سلوك الزبائن في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية اما دراستنا هدفت الى معرفة دور الرقمنة في تحسين جودة خدمات بريد الجزائر(ورقلة)	- ركزت الدراسة على جودة الخدمة تأثيرها على الزبون و رضاه و هي احد متغيرات الدراسة - استنتجنا نفس نتيجة هذه الدراسة من خلال بحثنا (الاستبيان المقدم لزبائن بريد الجزائر (ورقلة)) اي انه يوجد دور كبير لقيمة الزبائن اضافة إلى تأثير مباشر للجودة المدركة للزبون على رضا الزبون.	Wang V& Yang Y قدموا دراسة سنة 2004 بعنوان : " An Integrated Framework for service Value, Quality Customer Satisfaction : Evidence From China's"
- في الجانب التطبيقي تم اسقاط الدراسة على البنوك اما في دراستنا تم اسقاط الدراسة على زبائن بريد الجزائر - من غير جودة الخدمة لا توجد اي علاقة بين الدراستان في بقية المتغيرات	- هدفت دراسة الباحث إلى قياس جودة الخدمة في البنوك التي بدورها احد متغيرات دراستنا - تم الاعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة	Karateke O.M قدموا دراسة سنة 2005 بعنوان : " Measuring Service BanksScale Quality of Development and Validation "

خلاصة الفصل :

من خلال هذا الفصل يظهر لنا الأهمية البالغة للإدارة الالكترونية بالنسبة للمؤسسات العمومية، مما أدى بالمجتمعات الالتحاق بالركب تجنباً للتخلف ومواكبة عصر السرعة والمعلومات والتنافس في تقديم الخدمات، ومن أجل خلق بيئة وثقافة الكترونية حديثة، تهدف إلى تحسين مستمر في جودة الخدمات المقدمة وتخفيض التكاليف ورياح الوقت وذلك من خلال اشراك المواطنين في معاملات المؤسسة والحصول عليها.

الفصل الثاني :

دور الرقمنة في تحسين
خدمات بريد الجزائر وكالة
ورقلة

التمهيد :

بعد التطرق في الجانب النظري لمختلف المفاهيم النظرية المتعلقة بالرقمنة ومساهمتها في جودة الخدمة، سنحاول في هذا الفصل دراسة واقع الرقمنة في المؤسسة العمومية الجزائرية والتأثير الذي ألحقته بخدماتها، حيث أخذنا مؤسسة بريد الجزائر ولاية ورقلة كنموذج لرقمنة الخدمات العمومية.

وقد تضمن هذا الفصل ثلاثة مباحث كما يلي :

- المبحث الأول: تقديم مؤسسة بريد الجزائر وكالة ورقلة.
- المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية.
- المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة الميدانية؛ تحليلها ومناقشتها.

المبحث الأول: تقديم مؤسسة بريد الجزائر وكالة ورقلة

تعتبر مؤسسة بريد الجزائر مؤسسة خدمتية تخضع للقانون الخاص باعتبارها تستعمل أساليب التسيير التي يستخدمها الخواص وتعد تاجرة في علاقتها مع الغير وتخضع لقواعد القانون التجاري" وهي ذات طابع التجاري، إلا أنها تسيير من طرف الدولة.

المطلب الأول : نشأة مؤسسة بريد الجزائر وهيكلها التنظيمي

الفرع الأول : نشأة مؤسسة بريد الجزائر

شرعت فرنسا في بناء قصر البريد المركزي سنة 1910 وأكملته سنة 1913 وأطلقت عليه آنذاك تسمية «البريد الجديد» قبل أن تغيرها الجزائر المستقلة إلى «البريد المركزي» بعد استعادة سيادتها في 5 جويلية 1962، فأثناء الاستعمار الفرنسي للجزائر، تمثل الدور المنوط بالبريد في الحفاظ على العلاقات والاتصالات مع المدينة الكبيرة من خلال استلام الحوالات والصكوك البريدية، إدارة الاشتراكات بالصحف واليوميات، بيع طوابع البريد، إيداع الأموال بصندوق التوفير، دفع المعاشات، وأيضا دفع رواتب المعلمين وعمال البلدية وعمال الإدارات العمومية.

وكان البريد في الحقبة الاستعمارية يعرف بالفرنسية بتسمية (PTT) نسبة إلى الأحرف الثلاثة الأولى من الكلمات الفرنسية التالية "البريد"، "التلغراف" و"الهاتف" وهي التسمية التي استمر اعتمادها حتى بعد الاستقلال، في سنة 1962، وبعد ترحيل أغلبية عمال البريد من الأقدام السوداء وسكان المدينة الكبيرة تم تسجيل شعور و فراغ فيما يتعلق بإدارتوتسيير مصالح البريد ببلادنا، الشيء الذي دفع بمجموعة من العمال الجزائريين إلى بذل قصارى جهدهم ورفع التحدي حيث تمكنوا من ضمان استمرارية الخدمات على مستوى ما يفوق الـ (800) مكتب بريد¹.

وجاء إصدار أول طابع بريد للجمهورية الجزائرية كرمز من رموز السيادة الوطنية بتاريخ الفاتح نوفمبر 1962 ليؤرخ لصفحة جديدة من صفحات السجل التاريخي للجزائر .

بتاريخ 14 جانفي 2002، وعقب الإصلاحات التي شهدتها قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، تأسس بريد الجزائر بموجب المرسوم رقم (43/02) كمؤسسة مكلفة بمهمة رئيسة تتمثل في ضمان الخدمة العمومية وفق محورين اثنين للخدمات هما الخدمات البريدية (خدمة البريد والطرود، خدمة البريد السريع والطوابعية) والخدمات المالية البريدية (خدمة الحسابات البريدية الجارية، خدمة حسابات التوفير والاحتياط، خدمة الحوالات، النقدية عبر الشبايك البنكية الآلية وخدمة التحويل الإلكتروني للأموال)² ويحصى بريد الجزائر اليوم (24417) عاملا، من بينهم (3732) ساعي بريد، كما أنه يملك شبكة بريدية واسعة تضم (3685) مكتب بريد متناثر عبر كافة ربوع الوطن.

وقد قامت المؤسسة باختيار الاسم التجاري " بريد الجزائر التقريب المستهلك من حقل نشاط المؤسسة كما اختارت رسما مميزا للاسم التجاري (logo) شعار وتوقيع يختصر أهداف المؤسسة .أما الشعار فانصب الاهتمام على الألوان: فالأصفر الفاقع اللون للتذكير وجلب الانتباه، ولون أزرق داكن كدلالة على خاصية الإعلام³.

1 وهاب محمد، "تقييم صورة المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر"، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التسيير، تخصص

التسيير، جامعة الجزائر، 2005/2006)، ص ص 101-103

2 نفس المرجع، ص 103

يتشكل الشعار من قسمين: قسم بالرسم الكاليجرافي يسمح بقراءة الحرف " ب " والحرف " ج " للدلالة على بريد الجزائر موجودان في وضعية متناظرة تشرح طرق النقل المستعملة (الجو، البر والبحر)، وقسم باللون الأزرق يدل على أسم المؤسسة باللغة العربية وباللغة اللاتينية، أما التوقيع وهي الجملة المقروءة التي تصاحب العروض الإشهارية فقد اختارت المؤسسة التعهد بالتواجد بالقرب من الزبائن وفي المكان من خلال الجملة التالي:

الشكل رقم (02): شعار مؤسسة بريد الجزائر



المصدر: وثائق مقدمة من الطرف السيد العمري رضا

الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر وكالة ورقلة

1 - المديرية العامة: يرأسها المدير العام، يسهر على تنفيذ توجيهات وقرارات مجلس الادارة بمرسوم يحوز المدير العام على كامل السلطات على المستوى الوطني ليقوم بالإدارة والتسيير الإداري والتقني والمالي للمؤسسة حيث ب: إعداد واقتراح التنظيم العام للمؤسسة على مجلس الإدارة للموافقة ليرفع إلى الوزير المصادقة.

أ- المدير الولائي لبريد الجزائر ورقلة:

يعتبر المدير المسؤول عن تسيير الوحدة الولائية للبريد والعمل على التنسيق والتوجيه والرقابة لمختلف المديريات الفرعية بغرض تحقيق أهداف المؤسسة المسطرة.

ب - أمانة المدير :

يعتبر الواصل بين المدير وباقي مكاتب المؤسسة وأيضا مع المؤسسات الخارجية إذ يتم استقبال البريد الوارد وفرزه واستقبال مكالمات وتحويلها واستقبال المواطنين وارسال البريد الصادر ومختلف المراسلات الإدارية وارسال البرقيات والفاكسات.

2- المديرية الفرعية للتفتيش:

ترتبط المفتشية مباشرة بالمدير فهي تعتبر ممثل لهذا الإقليم، من مهامها:

- مراقبة المكاتب البريدية، المصالح، المراكز، المساهمة في تعداد العمال في عملية التنقيط؛

- تقوم بتفتيش جميع المكاتب بكل أصنافها.¹

3- المدير الفرعي للمحاسبة والميزانية:

ويتكفل بهذه المديرية وتسيير كل قسم المحاسبة المالية والميزانية ومن ضمنها :

- انجاز وتنفيذ السياسات المالية للمؤسسة؛
- تأطير مختلف الهياكل والميادين المحاسبي والمالي؛
- توحيد ومتابعة الميزانيات التقديرية بالتعاون مع مختلف الهياكل؛
- متابعة مساهمة المؤسسة في فروع المنشأة؛
- معالجة القوائم الخاصة بالمنح الجزائية والمنفعة العامة؛
- متابعة وتسوية ملفات النفقات؛
- متابعة المحاسبة البريدية الشهرية للمؤسسات البريدية.

4- المديرية الفرعية لاستغلال مصالحي المنتجات البريدية واخرى :

يشرف عليها مدير فرعي يقوم بتسيير كل قسم بريدي ومهامها:

- متابعة تعطيلات نقل البريد الخاص بأجهزة سحب الأموال؛
- عقد الاتفاقيات الخاصة بالبريد ومتابعة الاستعلامات بجميع أنواعها؛
- متابعة ترحيل البريد والاحصاء وجمع كل المعلومات شهريا وسنوياً... الخ؛
- ترخيص بيع الطوابع البريدية؛
- متابعة الصكوك البريدية من حيث الطلب والاستلام والتوزيع؛
- المراجعة والمراقبة الشهرية لاكتشاف أوزان الارساليات²؛
- كراء الصناديق البريدية؛
- تحضير ومتابعة مخطط التنمية للهياكل القاعدية للبريد؛
- تطوير وترقية البريد الشخصي ذو التوزيع الخاص ويريد المؤسسات ذو التوزيع الخاص؛
- إعداد البرامج السنوية لإصدار الطوابع البريدية؛
- تنفيذ نصوص الاتفاقيات البريدية والاتفاقيات الثنائية والمتعددة المتعلقة بتبادل البعثات والطرود البريدية واعداد المحاسبة المتعلقة بذلك؛

- التنظيم والسهر حسن الاداء لمختلف المراكز الملحقه بما مركز الصكوك ،مركز التوفير، مركز الحولات؛
- التكفل بالنشاطات التسويقية واقتراح الخدمات جديدة حسب احتياجات الزبائن وادخال التكنولوجيا المعلومات و الاتصال.

5- المديرية الفرعية للاعلام الآلي: يتكفل مديرها بـ:

- اعداد البرامج التجهيز النظام الاعلامي؛

1اوثائق المؤسسة.

2اوثائق المؤسسة

- إنجاز ووضع حيز التطبيق أنظمة الأعلام الآلي الضرورية لتسيير المصالح؛
- إنجاز برامج الاستغلال وصيانة الانظمة المعلوماتية والعمل على تخزينها وحمايتها؛
- الاشراف على تسيير ومراقبة مراكز الاعلام والعمل تطوير البرامج؛
- مراقبة التطور التكنولوجي وترقية تكنولوجياي وترقية تكنولوجياي الاعلام والاتصال المستعملة؛
- رئيس المكتب للموارد البشرية: ويتمثل نشاطه في المراقبة ومراجعة كل نشاطات المتعلقة بالوضعيات لمكتب المستخدمين؛
- وضعية التوظيف وتسيير الافراد ويتمثل نشاطها في كل ما يخص اجراءات التوظيف الترقيات التحويلات والعطل السنوية.¹

6- المدير الفرعي للموارد البشرية والوسائل العامة:

يتعلق نشاطه بكل ماله علاقة بالأمور الإدارية من تسيير وإعداد للميزانيات والوثائق اللازمة والمراسلات وبرامج العمل، هذا من جهة ومن جهة أخرى كل ماله علاقة بالوسائل والتجهيزات الخاصة بالوحدة الولائية من أجهزة إعلام آلي والمكاتب وبعض المعدات والسيارات والأدوات وكل ما تحتاجه الوحدة من وسائل أثناء العمل ومنه إلى قسم الوسائل العامة وعتاد الاعلام الآلي .

أ- رئيس مكتب الموارد البشرية:

- و يتمثل نشاطه في المراقبة والمراجعة لكل نشاطات المتعلقة بالوضعيات لمكتب المستخدمين؛
- ويتكفل بكل ما يخص إجراءات التوظيف، الترقيات، التحويلات والعطل السنوية؛
- كما تقوم إعداد الأجور وإجراءات التقاعد والتعويضات الممنوحة ومعالجة الغيابات والوفيات وتصريحات الضمان الاجتماعي.

ب - مكتب المنازعات الإدارية :

- و يتمثل نشاطها في متابعة المنازعات التي تكون المؤسسة طرف فيها بمعنى انه الممثل القانوني للمؤسسة وزيادة على ذلك يقوم بما يلي :
- استدعاء أعضاء اللجنة التأديبية قصد الانعقاد لدراسة القضايا؛
- استدعاء العمال المسؤول أمام اللجنة التأديبية وتبلغهم بالقرارات الصادرة ضدهم؛
- الرد على الطعون الخاصة بالعقوبات التأديبية؛
- استخراج الأحكام والقرارات القضائية قصد اتخاذ الإجراءات اللازمة.

7 - التقني السامي في البناء:

يقوم بمراقبة ومتابعة المشاريع والأشغال الخاصة بالبناء على مستوى المؤسسات البريدية التابعة لمديرية الوحدة الولائية لبريد ورقلة

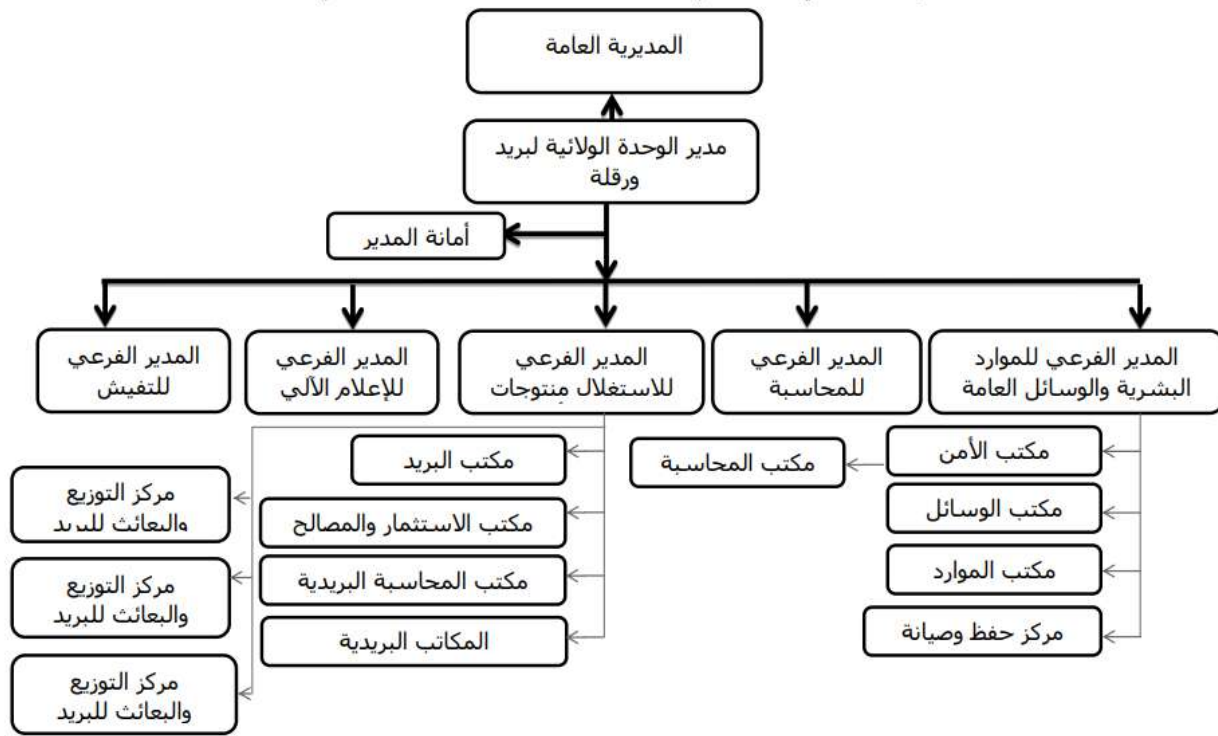
8- مسؤول الممتلكات: يتمثل نشاطه في :

- جرد الممتلكات؛
- تأمين الممتلكات؛
- احتساب الاهتلاكات؛
- توزيع العتاد؛
- تسيير الممتلكات.

¹وثائق المؤسسة.

- 9- **مسؤول حظيرة السيارات:** يتمثل نشاطه في متابعة حظيرة السيارات وأوامر المهمات وغيرها من تخصيص السائقين ومهمات العمل، كما يقوم بتسيير حركة برنامج المركبات ويشرف على دخول السيارات إلى الحظيرة.
- 10- **مسير المخزن:** يتمثل نشاطه في تسيير مخزن المديرية ومخزون المطبوعات.
- 11- **عون الحجز:** يتمثل نشاطه في كتابة وتحرير مختلف الرسائل والوثائق والمراسلات الإدارية ومختلف التقارير هذا الأخير تابع إلى قسم الوسائل العامة وعتاد الإعلام الآلي، الذي هو بدوره ثان مكتب تابع للمديرية الفرعية للموارد البشرية والوسائل العامة، حيث أن هناك قسم آخر يسمى قسم المستخدمين، وهذا موضح من خلال الهيكل التنظيمي لمديرية الوحدة الولائية لبريد ورقلة.

الشكل رقم (03): الهيكل التنظيمي للمؤسسة (مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر وكالة ورقلة)



المصدر: وثائق مقدمة من الطرف السيد العمري رضا

المطلب الثاني: الخدمات الرقمية لبريد الجزائر وكالة ورقلة - باستخدام تقنية المقابلة-

من أجل الحصول على معلومات و إحصائيات متعلقة بأثر دور الرقمنة في تحسن جودة خدمات البريد وكالة ورقلة وللإجابة على بعض الفرضيات التي تم طرحها في الجانب النظري قمنا بإعداد المقابلة التالية مع السيد العمري رضا، رئيس مكتب المصالح النقدية ببريد الجزائر بورقلة، يوم 28\03\2023 الساعة 14.30 تهدف هاته الدراسة الى معرفة الخدمات الرقمية التي يقدمها بريد الجزائر في وكالة ورقلة.

س1 ماهية أهم المعاملات الالكترونية التي تتم داخل مؤسسة بريد الجزائر؟

- الإشتراك في خدمات التطبيق بريدي موب (الموقع الإلكتروني)؛

- تسجيل التطبيق بريدي موب (المحمول) ؛
- تغيير رقم هاتفكم النقال (الموقع الإلكتروني) ؛
- الدّفع عبر الإنترنت (الموقع الإلكتروني).

س2 ماهو العدد الاجمالي للبطاقات الذهبية المتداولة؟

أشار التقرير السنوي الأخير لتجمع النقد الآلي إلى أن عدد البطاقات البنكية المتداولة قد ارتفع بنسبة 20 في المائة مع نهاية سنة 2021 مقارنة بسنة 2020، ليصل عددها إلى 11,6 مليون بطاقة.

س3 ماهي أبرز الخصائص التي تمتاز بها هذه البطاقات الذكية؟

البطاقة الذكية هي بطاقة بلاستيكية تحتوي على شريحة يمكن حفظ المعلومات الرقمية والأبجدية فيها، وتتوافق مع أجهزة حاسوبية، تعتمد قراءة البيانات داخل الشريحة وتحويلها إلى معلومات مقروءة على طبيعة البرنامج والشيفرة الإلكترونية المحفوظة بها.

س4 كم نسبة مساهمة بريد الجزائر في حظيرة الموزعات الآلية للأوراق النقدية؟

وقد صاحب زيادة عدد البطاقات البنكية المتداولة ارتفاع الصفقات المنجزة على الموزعات الآلية للأوراق النقدية بـ 50,14 بالمائة في 2021، مع 87.7 مليون صفقة مسجلة بمبلغ 1.728.9 مليار دينار (+13,61).

س5 كم يقدر عدد عمليات السحب من الموزعات الآلية باستعمال البطاقات البنكية؟

أما المعاملات الإلكترونية التي تمت عبر أجهزة الدفع الإلكتروني، فقد سجلت هي الأخرى ارتفاعا بنسبة 14.202 بالمائة أي من 711.777 معاملة في 2020 إلى 2.150.529 في 2021.

س6 اذكر باقي الخدمات التي يقدمها بريد الجزائر بالرقمنة

في إطار تحديث بنيتها التحتية وتحسين نوعية خدماتها، استحدثت مؤسسة بريد الجزائر مجموعة من الخدمات الرقمية لتقدم خدمة أفضل لزبائنها، يمكن شرحها باختصار كما يلي¹ :

✓ **بريدي نت**: هو مكتب إلكتروني موجود على الموقع الإلكتروني لبريد الجزائر أين تتوفر كل خدمات المكتب البريدي الجوي، ويتم الحصول على خدمات بريدي نت من خلال الدخول إلى الموقع الإلكتروني لبريد الجزائر ثم النقر على علامة التبويب "بريدي نت" ومن ثم نجد الخدمات المختلفة.

خدمة **E-CCP** :

تسمح هذه الخدمة عن طريق شبكة الانترنت بإجراء العمليات التالية :

- ✓ الاطلاع على رصيد الحساب البريدي؛
- ✓ الاطلاع وتحميل كشف العمليات الخاص بالحساب البريدي الجاري؛
- ✓ تغيير الرمز السري؛

¹ المقابلة مع السيد العمري رضا، رئيس مكتب المصالح النقدية بريد الجزائر بورقلة، يوم 28\03\2023 الساعة 14.30

✓ طلب دفتر الصكوك البريدية.

وللاستفادة من هذه الخدمة يتوجب على الزبون امتلاك حساب بريدي جاري و الرمز السري الذي توفره له أي مؤسسة بريد يتقدم إليها، مقابل تقديم طلب.

خدمة **E-CNEP** :

وهي موجهة للزبائن أصحاب حسابات التوفير والاحتياط، وتسمح لهم بالقيام بالعمليات الآتية :

✓ تغيير الرمز السري؛

✓ الاطلاع على رصيد الحساب؛

✓ الاطلاع على كشف الحساب مع إمكانية تحميله؛

✓ الاطلاع على شهادة الفوائد مع إمكانية تحميلها .

للاشتراك في هذه الخدمة، يكفي أن يجوز الزبون على رمز سري يحصل عليه على مستوى المؤسسة البريدية التي فتح بها حسابه المحلي للتوفير والاحتياط، مقابل تقديم طلب اشتراك خطي، نسخة طبق الاصل عن بطاقة إثبات الهوية و رقم دفتر التوفير والاحتياط .

خدمة **رصيدي**:

وهي خدمة للأفراد الذين يملكون حسابا بريديا جاريا وخطا هاتفيا لدى خدمة الهاتف للمتعامل موبيليس، والذين يودون الاطلاع على رصيد حسابهم البريدي الجاري، فإن خدمة رصيدي تسمح لهم بذلك، يكفي القيام بإرسال رسالة قصيرة على الرقم "603" تتضمن رقم الحساب البريدي الجاري دون المفتاح، ثم فراغ ثم الرمز السري الخاص بالخدمة، و يمكن للزبون أن يحصل على الرمز السري على مستوى أي مؤسسة بريدية . إضافة إلى ذلك فإنه بواسطة الرمز السري لرصيدي الولوج إلى خدمة "CCP-E" شريطة تغيير الرقم السري بعد أول ولوج إلى الخدمة.

خدمة **راسيمو**:

هي خدمة موجهة للزبائن بريد الجزائر الذين يودون القيام بتعبئة اشتراكهم في خدمة الهاتف النقال الخاصة بالمتعامل "موبيليس" بصفة إلكترونية مقابل خصم قيمة التعبئة من حسابهم البريدي الجاري، و للاشتراك في هذه الخدمة يجب التقدم إلى أي مؤسسة بريدية واتباع الخطوات التالية :

✓ تدوين المعلومات الخاصة بالزبون على عقد الاشتراك في خدمة راسيمو؛

✓ تزويد عامل البريد برقم الهاتف النقال وبرقم الحساب البريدي الجاري؛

✓ وبعد ذلك يتم تأكيد الاشتراك من خلال رسالة نصية تتضمن الرمز السري الخاص بالزبون .

خدمة **الاشعار عبر الرسائل القصيرة**:

تسمح خدمة الاشعار عبر الرسائل القصيرة بإعلام الزبون بكل العمليات التي تخص حسابه البريدي الجاري (تزويد أو سحب) وكذلك إبلاغه بأن دفتر صكوكه أو بطاقته النقدية جاهزة على مستوى مؤسسة بريدية ما، كما يتم تبليغه بكل عملية سحب يتم إجراؤها على الشبايك الآلية لألوراق النقدية .

الشكل رقم (04): خدمة الاشعار عبر الرسائل القصير



المصدر: الموقع الالكتروني لمؤسسة بريد الجزائر WWW.POST.DZ

للاشتراك في هذه الخدمة على الزبون أن يدون رقم هاتفه النقال عندما يتقدم للمؤسسة البريدية أو يملا الاستبيان الخاص بالخدمة والمتوفر بمكاتب البريد أو عن طريق خدمة "E CCP".

خدمة بريقتيك **Barki@tic**

تم استبدال النمط الكلاسيكي لارسال البرقيات عن طريق الروابط البرقية عبر الطابعة البرقية أو باستعمال الهاتف بنمط اتصال الكتروني عبر شبكة الانترنت، معروف باسم "بريقتك" وهي خدمة بريدية تعتمد على الايصال الالكتروني لرسائل زبائن من مؤسسة بريدية إلى أخرى وكذا توزعها المادي للمرسل إليه.

الشكل رقم (05): خدمة بريقتيك



المصدر: الموقع الالكتروني لمؤسسة بريد الجزائر WWW.POST.DZ

خدمة بريقتيك موجهة في الاساس إلى: الادارات العمومية، الخواص، المؤسسات الاقتصادية، الهيئات المالية والبنوك وشركات التأمين، و أصحاب الاعمال الحرة. أهم ما يميز هذه الخدمة: السرعة، المصداقية، السرية والامان .

خدمة بريدي موب :

هو تطبيق موجه للزبائن المتحصلين على بطاقة الذهبية، يسمح لهم بإجراء العديد من العمليات عن طريقها دون التنقل إلى أي مكان، ويتميز بتصميم بسيط وجميل متوافق تماما مع الهوية الجرافيكية للمؤسسة، وهو متوفر للتحميل المجاني على أجهزة أندرويد . يسمح هذا التطبيق بإجراء كل المعاملات التي تتيحها البطاقة، مثل إرسال واستقبال الاموال، الاطلاع على الرصيد، شحن الرصيد

الهاتفي، دفع فواتير الماء والكهرباء والهاتف والانترنت دون التنقل إلى شبائيك مكاتب البريد، بالإضافة إلى الاطلاع على جميع العمليات السابقة في الحساب ومعرفة آخر العروض الترويجية للمؤسسة. للاستفادة من مزايا التطبيق، يتعين على المستخدم التسجيل في المنصة الالكترونية بإدخال رقم بطاقته الذهبية على الموقع الالكتروني قبل تحميل التطبيق واستعماله

الشكل رقم (06): خدمة بريدي موب



المصدر: الموقع الالكتروني لمؤسسة بريد الجزائر WWW.POST.DZ

خدمة تتبع البعثات :

تسمح خدمة تتبع البعثات لمستخدميها بتتبع المراسلات المسجلة والمؤمنة والطرود البريدية ومعرفة حالتها على المستوى الدولي، بداية من مرحلة الشحن إلى غاية وصول البعثة، وذلك بتفاصيل تشمل الوقت والمكان

الشكل رقم (07): خدمة تتبع البعثات



المصدر: الموقع الالكتروني لمؤسسة بريد الجزائر WWW.POST.DZ

يمكن الاستفادة من هذه الخدمة من خلال الولوج إلى الموقع الالكتروني لمؤسسة بريد الجزائر ووضع رقم التتبع الخاص بالبعثة ثم كتابة رمز التحقق الموجود في الصورة المرفقة للولوج إلى الصفحة المخصصة لحالة التتبع.

خدمة حواتك H@WALATIK

حوالتك خدمة جديدة لمؤسسة بريد الجزائر، وضعتها تحت حيز خدمة المواطن في 24 ماي 2019 و هي خدمة لتحويل الاموال بصفة آنية، بسيطة و مؤمنة، عن طريق حوالة إلكترونية، و تأتي هذه الخدمة الجديدة لاثراء باقة الخدمات المالية لبريد الجزائر.

الشكل رقم (08): خدمة حوالتك



المصدر: الموقع الإلكتروني لمؤسسة بريد الجزائر WWW.POST.DZ

يقوم الزبون بملء استمارة العمليات المالية البريدية "01" SFP المتوفرة عبر كل المكاتب البريدية و الممكن تحميلها أيضا عبر الموقع الإلكتروني لبريد الجزائر، ثم يقدم الاستمارة المملوءة مرفوقة ببطاقة هويته الشخصية والمبلغ النقدي للحوالة إلى المكلف بالزبائن بالمكتب البريدي ليستلم و صل دفع الحوالة، كما تصل رسالة نصية قصيرة لهاتفه النقال والى هاتفه المستفيد من الحوالة، تحمل هذه الرسالة رمز الحوالة و رقمها السري، بالإضافة إلى دعوة المستفيد للتقدم نحو أي مكتب بريدي لسحب مبلغ الحوالة.

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية

بعد أن عرفنا مؤسسة بريد الجزائر - ورقلة، ولاستكمال هذه الدراسة و حتى نتمكن من الإجابة على الإشكال الرئيسي و الإشكاليات الفرعية والتأكد من صحة الفرضيات، اعتمدنا على أداتين في تحليل الدراسة الاولى تتمثل في المقابلة التي سنحلل من خلالها اهم وسائل الرقمنة التي يعتمدها بريد الجزائر - ورقلة والثانية من خلال توزيع استمارة الاستبيان على عملاء بريد الجزائر - ورقلة و التي ستنتم دراستها وتحليلها عن طريق برنامج الحزمة الاحصائية (SPSS-V23)

المطلب الأول: تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة

سنستعرض في هذا المطلب الطريقة التي اتبعناها في هذه الدراسة ، وهذا من خلال تحديد مجتمع الدراسة والعينة بالإضافة إلى استعراض جميع المعطيات المحصل عليها .

أولاً- تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة: وهذا من خلال

1- تحديد مجتمع الدراسة : يتمثل مجتمع بحثنا في جميع الأفراد الذين يملكون حسابات و زبائن لبريد الجزائر بولاية ورقلة ، حيث يمكنهم إبداء رأيهم حول تأثير رقمنة الخدمات التي تقدمها لهم مؤسسة بريد الجزائر بصفة عامة على جودة الخدمة المقدمة.

2- اختيار حجم العينة : تم اختيار حجم العينة من مجتمع الدراسة والمتمثل في زبائن مؤسسة بريد الجزائر - ورقلة لسنة 2023 ونظرا لعددهم الكبير وعدم توفر إطار كامل وغير متقدم للمعاينة، إضافة لضيق الوقت، فقد تم الاعتماد على العينة غير العشوائية الملائمة، حيث قمنا باختيار أفراد العينة بطريقة عشوائية مع شرح الهدف من الدراسة وكيفية ملء الاستبيان، وكان عدد الاستمارات الموزعة ورقيا 100 استمارة، استرجعنا منها 60 اي تم استبعاد 40 استمارة ، حيث

استهدفنا زبائن بريد الجزائر لولاية ورقلة وتحصلنا على 60 إجابة، وبذلك فالحجم النهائي للعينة يتكون من 60 مفردة من مجتمع الدراسة، وهي تمثل ما نسبته 60% من الاستبيانات الموزعة، وهي نسبة ردود مرتفعة ممتازة و مناسبة لإجراء الدراسة.

الجدول رقم(01) : عدد الاستبيانات الموزعة والمستردة والمستبعدة والصالحة للدراسة

عدد الاستبيانات	الموزعة	المستردة	المستبعدة	المستردة الصالحة
المجموع	100	60	40	60
النسبة المئوية	100%	60%	40%	60%

المصدر: من إعداد الطالبين

ثانيا- أدوات الدراسة:

بناء على طبيعة البيانات التي يراد جمعها وأخذنا بعين الاعتبار الوقت المسموح به لإجراء هذه الدراسة والإمكانيات المتاحة، وجدنا أن الأدوات الأكثر ملاءمة وفعالية لجمع المعلومات من أجل تحقيق أهداف الدراسة هي:

1) الاستبيان : وهو "نموذج يضم مجموعة من الأسئلة التي توجه إلى الأفراد بهدف الحصول على بيانات معينة، ويطلق اصطلاح الاستبيان على مجموعة من الأسئلة التي يوجهها الباحث للأشخاص كتابة على صحيفة، ويطلب منهم الإجابة عليها بأنفسهم دون ضرورة تواجده معهم، كما تسمى الصحيفة المدونة عليها الأسئلة باستمارة الاستبيان ¹ ."

وفي دراستنا يعد الاستبيان الأداة الرئيسية لجمع البيانات والمعلومات الضرورية لتحليل الظاهرة محل الدراسة، وقد شمل ثلاثة محاور رئيسية هي: (أنظر الملحق رقم 01)

✓ **المحور الأول:** يتضمن هذا المحور بعض المعلومات المرتبطة بالخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة، والمتضمنة في: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة....

✓ **المحور الثاني:** يتضمن هذا المحور 14 عبارة تتمحور حول الرقمنة في مؤسسة بريد الجزائر .

✓ **المحور الثالث:** يتضمن هذا المحور 12 عبارة تتمحور حول جودة الخدمات المتوفرة في بريد الجزائر.

2) **المقابلة:** هي "تفاعل لفظي بين شخصين أو أكثر من خلال حوار كلامي وجهها لوجه أو من خلال وسائل أخرى ² ". اعتمدنا على طريقة المقابلة الشخصية في توزيع الاستبيان لجمع المعلومات، وقد اعتمدنا هذه الطريقة مع عينة البحث لأنها تمكننا من شرح الأسئلة التي قد يكون فيها غموض أو لم تفهم من طرف المستقصى منهم، كما تضمن استعادة أكبر قدر ممكن من الاستمارات، بالإضافة إلى مقابلة مع السيد العمري رضا، رئيس مكتب المصالح النقدية بريد الجزائر بورقلة ، وذلك من أجل الحصول على معلومات و احصائيات متعلقة بالرقمنة في بريد الجزائر ورقلة .

المطلب الثاني : الأدوات والأساليب الإحصائية المستخدمة

1إسماعيل محمد بن قانة، الإحصاء الوصفي والحيوي ، ط، 1 دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 13.

2محفوظ جودة، التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام SPSS ، ط، 1 دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 20.

للإجابة على الأسئلة المطروحة، واختبار فرضيات الدراسة، قمنا باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية نسخة SPSS 26⁽¹⁾ وذلك من خلال:

- ✓ صدق المحكمين؛
- ✓ حساب معامل ألفا كرونباخ "coefficient alpha Cronbach's"، وذلك لقياس ثبات الأداة المستخدمة في جمع المعلومات (الاستبيان)؛
- ✓ حساب معاملات الارتباط بين الفقرات والدرجات الكلية لأبعاد الدراسة للأجل قياس الصدق الداخلي لأداة الدراسة؛
- ✓ الإحصاء الوصفي من خلال حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، استخدام المنحنيات والرسومات البيانية؛
- ✓ كما قمنا باستخدام اختبار (ت) T-test للعينات المستقلة، للوقوف على الفروقات الإحصائية.

كما قمنا باستخدام برنامج الإكسيل نسخة 2019، في رسم الجداول وتمثيلها بيانياً.

الفرع الأول: الدراسة الإحصائية ومخرجاتها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS. v 23

أولاً: ثبات وصدق الاستبانة –أداة الدراسة–

- ✓ فحص صدق المحكمين وصدق المحتوى وثبات بنود وفقرات الاستبانة :لمعرفة صدق أداة الدراسة تم عرض الاستبيان على الأستاذ المشرف لمناقشته من حيث شموليته وإمكانيته لتحقيق الهدف الذي يرمي إليه، كما تم عرضه على أساتذة من أعضاء هيئة التدريس وقد طلبنا من المحكمين إبداء الرأي حول وضوح صياغة كل عبارة من عبارات أداة الدراسة، ومدى ملائمة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه، كما طلب من المحكمين إهداء النصح بإدخال أية تعديلات على صياغة العبارات لتزداد وضوحاً، أو إضافة أي عبارة جديدة ليزداد الاستبيان شمولاً أو حذف أي عبارة مكررة أو غير ضرورية.
- ✓ حساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach's alpha⁽²⁾ :تم احتساب معامل الصدق والثبات ألفا كرونباخ لجميع أبعاد محاور الدراسة بمتغيرها المستقل والتابع وكانت النتيجة كما هو موضح في الجدول أدناه.

جدول رقم 02 :معامل ألفا كرونباخ العام للدراسة Cronbach's alpha

حجم العينة	عدد فقرات أداة الدراسة	ثبات ألفا كرونباخ
60	26 فقرة	0.488

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج spss

تحليل النتائج: من خلال الجدول المذكور أعلاه، فإن النتائج المتحصل عليها تبين ثبات الدراسة بشكل عام حسب مخرجات برنامج SPSS حيث كانت نتيجة ألفا كرونباخ تمثل 0.488 بعدد فقرات 26 فقرة للدراسة ككل. وهي تدل على ثبات الدراسة

¹ SPSS :Statistical Package for the Social Sciences

انظر الملحق رقم²

بنسبة تقارب 48% وهي نسبة ضعيفة و مقبولة نوعا ما . ويمكننا تعميم النتائج الإحصائية على مجتمع الدراسة واعتمادها في قراءة دور الرقمنة في تحسين جودة خدمات البريد.

وبذلك تم التأكد من صدق الدراسة وثباتها على جميع فقراتها وأبعادها ومتغيراتها، مما يدل على صلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على الإشكاليات المطروحة واختبار تحقق الفرضيات.

وقد جرى التحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبيان بحساب معامل ارتباط بيرسون بين درجات كل فقرة من فقرات أبعاد المحور الأول والثاني والدرجة الكلية لكل بُعد الذي تنتمي إليه الفقرة، وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة الميدانية؛ تحليلها ومناقشتها

من خلال هذا المبحث سنقوم بعرض أهم النتائج التي توصلنا إليها، مع القيام بتحليلها ومناقشتها بغية اختبار فرضيات الدراسة الموضوعية وهذا من خلال:

المطلب الاول: دراسة خصائص العينة من حيث البيانات الشخصية

للتعرف على الخصائص الشخصية لأفراد العينة تم توزيعها حسب متغير: الجنس، السن، المستوى التعليمي، وسنتطرق فيما يلي إلى تفصيل هذه المتغيرات .

أولا : الجنس :

تم تبويب مفردات العينة إلى فئتين ذكور واناث والشكل التاليين:

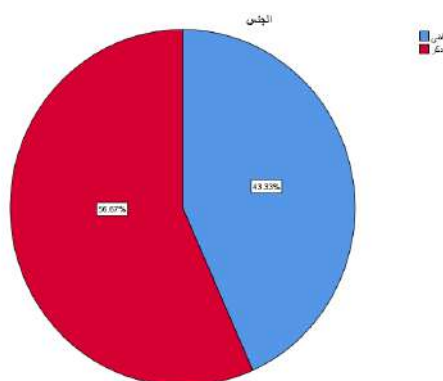
الجدول رقم(03) : توزيع أفراد عينة الدراسة

حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	34	56.7%
انثى	26	43.3%
المجموع	60	100%

الشكل رقم (09): توزيع أفراد عينة الدراسة

حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج spss

spss

من خلال الجدول والشكل السابقين يتضح أن أغلبية أفراد العينة كانوا من الذكور، وذلك بنسبة 56,7% من المجموع الكلي لأفراد العينة بما يعادل 34 فردا من أفراد عينة الدراسة، أما الإناث فقد قدرت نسبتهم بـ 43,3% من مجموع أفراد العينة أي ما يعادل 26 فردا.

ثانيا: السن

يتوزع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر كما يلي:

الشكل رقم (10): توزيع أفراد عينة الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج

الجدول رقم (04) : توزيع أفراد عينة الدراسة

حسب السن

السن	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 20 سنة	2	3.3%
ما بين 20-30 سنة	37	61.7%
ما بين 31-40 سنة	16	26.7%
من 50 سنة فما فوق	5	8.3%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج spss

spss

من خلال الجدول والشكل السابقين نلاحظ أن أعلى نسبة كانت للفئة العمرية بين 20 و 30 سنة، حيث حازت على نسبة 61.7% من عينة الدراسة بما يعادل 37 فردا، أما نسبة 26.7% فتخص أفراد العينة الذين ما بين 31 و 40 سنة، والمقدر عددهم بـ 16 فردا، في حين أن نسبة 8.3% تخص أفراد العينة الذين كانت أعمارهم من 50 سنة فما فوق، والمقدر عددهم بـ 5 افراد اما افراد العينة التي اعمارهم اقل من 20 سنة قدرت نسبتهم بـ 3.3% و المقدر عددهم بـ فريدين .

ثالثا: المستوى التعليمي

تضم عينة الدراسة مجموعة أفراد ذوي مستويات تعليمية مختلفة موضحة في الجدول والشكل المواليين:

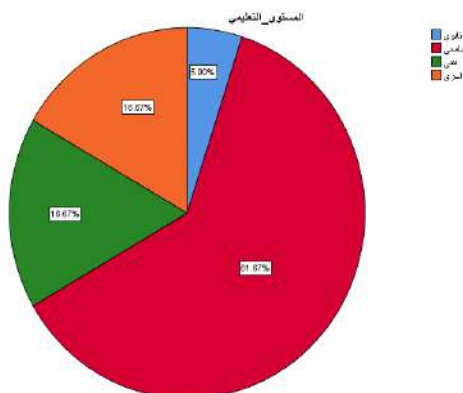
الشكل رقم (11): توزيع أفراد عينة الدراسة

حسب المستوى التعليمي

الجدول رقم (05) : توزيع أفراد عينة الدراسة

حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	3	5.0%
جامعي	37	61.7%
تقني	10	16.7%
اخرى	10	16.7%



المجموع	60	100%
---------	----	------

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج spss

spss

يظهر من خلال الجدول والشكل السابقين أن نسبة كبيرة من أفراد العينة لديهم مستوى جامعي، إذ بلغ عددهم 37 فردا بنسبة 61.7%، أما نسبة 16.7% فتخص أفراد العينة الذي مستواهم تقني و دراسات اخرى والمقدر عددهم 10 فردا في كلا المستويين ، أما الافراد ذوي المستوى الثانوي فقد بلغ عددهم 3 افراد بنسبة 5.0% حيث نستنتج من خلال هذه النتائج أن أفراد العينة معظمهم متعلمون و ذو مستويات تعليمية.

المطلب الثاني: تحليل فقرات الاستبيان

لقد تضمن هذا الجانب تحليل إجابات المستقصى منهم المتعلقة بمحاور الاستبيان، وذلك باستخدام المتوسط الحسابي لمعرفة درجة الموافقة على العبارات، والانحراف المعياري لمدى تشتت إجابات أفراد العينة عن متوسطها الحسابي.

أولاً: تحليل فقرات المحور الثاني الرقمنة في بريد الجزائر-ورقلة-

من أجل معرفة واقع الرقمنة في مؤسسة بريد الجزائر- ورقلة- قمنا بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات المحور وكذا تبيان اتجاهات الآراء (درجة الموافقة) لكل فقرة، وفي الاخير تحديد الاتجاه العام لواقع الرقمنة في بريد ورقلة ، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (06): تحليل فقرات المحور الثاني

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
مرتفعة	.94764 0	3.9833	1- يتوفر في بريد الجزائر قاعدة بيانات شاملة و كافية و متاحة للوحدات و الاقسام معا
متوسطة	1.0704 0	3.2000	2- تتوفر شبكة اتصال حديثة وفعالة لخدمة نظام المعلومات في البريد
متوسطة	1.1026 4	3.0667	3- يعمل البريد على تحديث وتطوير الاجهزة و البرمجيات لخاصة بنظام المعلومات الالكتروني والتعامل معها

متوسطة	1.4516 7	3.1667	4- تساعد قواعد البيانات في توفير المعلومات اللازمة لتقديم افضل الخدمات
ضعيفة	.64309 0	2.4000	5- يعتمد بريد الجزائر على الايدي العاملة المؤهلة في مجال استخدام الرقمنة
مرتفعة	.49030 0	4.3833	6- يتم تدريب العاملين على استخدام الاجهزة والبرمجيات الخاصة بالرقمنة
مرتفعة	.40338 0	4.8000	7- استعمال التقنيات الرقمية يؤدي بالعمال إلى زيادة التواصل بينهم و بين الزبائن
مرتفعة	.79173 0	4.3167	8- واجهتك بعض المشاكل في التعامل مع موظفي بريد الجزائر
مرتفعة	.46910 0	4.3167	9- اتصل بالمسؤول عند عدم فهم الموظف لتساؤلاتي حول وساؤل الرقمنة
ضعيفة	.82954 0	2.3000	10- العاملين في بريد الجزائر يقومون بعملهم في اتمم وجه
ضعيفة	.65935 0	1.6500	11- العمال في بريد الجزائر يحترمون اوقات العمل و يستقبلون اي تساؤل يطرحه الزبون حول وسائل الرقمنة
متوسطة	.58488 0	3.3833	12- تقوم ادارة البريد بتدوين المعلومات عن العملاء و اهتماماتهم في الحاسوب
مرتفعة	.49717 0	4.0833	13- يقوم البريد بحفظ التعاملات البريدية التي قام بها العملاء الكترونيا بواسطة الارشفة الالكترونية مع امكانية الرجوع إليها في أي وقت
مرتفعة	.48246 0	2.9333	14- يقوم البريد بتحديد مجالات الكفاءة الرقمية التي ستعززها الاستراتيجية

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج spss

من خلال الجدول رقم (05) والذي يبين آراء أفراد عينة الدراسة يتضح أن :

✓ الفقرة (01) " يتوفر في بريد الجزائر قاعدة بيانات شاملة و كافية و متاحة للوحدات و الاقسام معا " : حصلت على انحراف معياري مقدر ب(0.94764)، و متوسط حسابي (3.9833) وهو ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] من مجالات سلم ليكرت الخماسي، و الذي يقابل درجة موافقة مرتفعة ، وهو يعبر عن ميل آراء أفراد العينة أنه توجد موافقة على وجود قاعدة بيانات شاملة و كافية و متاحة للوحدات و الاقسام معا في بريد الجزائر ؛

- ✓ الفقرة (02) " تتوفر شبكة اتصال حديثة وفعالة لخدمة نظام المعلومات في البريد " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.2000) وهو ينتمي إلى المجال [3,4-2,6] هو الذي يقابل درجة موافقة متوسطة، أي أنه توجد موافقة إلى حد ما على شبكة اتصال حديثة وفعالة لخدمة نظام المعلومات في البريد ، كما قدر الانحراف المعياري بـ (1.07040) ؛
- ✓ الفقرة (03) " يعمل البريد على تحديث وتطوير الاجهزة و البرمجيات لخاصة بنظام المعلومات الالكتروني والتعامل معها " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.0667) والذي ينتمي إلى المجال [3,4-2,6] هو الذي يقابل درجة موافقة متوسطة، أي أن إجابات أفراد العينة تميل إلى الموافقة إلى حد ما على أن مؤسسة بريد يعمل على تحديث وتطوير الاجهزة و البرمجيات لخاصة بنظام المعلومات الالكتروني والتعامل معها ، أما الانحراف المعياري فقدر بـ (1.10264) ؛
- ✓ الفقرة (04) " تساعد قواعد البيانات في توفير المعلومات اللازمة لتقديم افضل الخدمات " : المتوسط الحسابي لهذه الفقرة يساوي (3.1667) وهو ينتمي إلى المجال [3,4-2,6] والذي يقابل درجة موافقة متوسطة ، أي أن آراء أفراد العينة تتجه نحو الموافقة إلى حد ما على ان قواعد البيانات تساعد في توفير المعلومات اللازمة لتقديم افضل الخدمات ، كما قدر الانحراف المعياري بـ(1.45167) ؛
- ✓ الفقرة (05) " يعتمد بريد الجزائر على الايدي العاملة المؤهلة في مجال استخدام الرقمنة " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.4000) والذي ينتمي إلى المجال [2,6-1,8] الذي يقابل درجة موافقة منخفضة، وهو يعبر عن ميل آراء أفراد العينة إلى عدم الموافقة على انه يعتمد بريد الجزائر على الايدي العاملة المؤهلة في مجال استخدام الرقمنة.، أما الانحراف المعياري فقدر بـ(0.64309) ؛
- ✓ الفقرة (06) " يتم تدريب العاملين على استخدام الاجهزة والبرمجيات الخاصة بالرقمنة " : حصلت على انحراف معياري مقدر بـ(0.49030)، ومتوسط حسابي (4.3833) وهو ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] من مجالات سلم ليكرت الخماسي، و الذي يقابل درجة موافقة مرتفعة، أي أن إجابات أفراد العينة تميل إلى الموافقة، ما يعني أن معظم أفراد العينة على دراية بانه يتم تدريب العاملين على استخدام الاجهزة والبرمجيات الخاصة بالرقمنة؛
- ✓ الفقرة (07) " استعمال التقنيات الرقمية يؤدي بالعمال إلى زيادة التواصل بينهم و بين الزبائن " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (4.8000) والذي ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] وهو يقابل درجة موافقة مرتفعة، أي أنه توجد موافقة إلى ان استعمال التقنيات الرقمية يؤدي بالعمال إلى زيادة التواصل بينهم و بين الزبائن أما الانحراف المعياري فقد بلغ (0.40338) ؛
- ✓ الفقرة (08) " واجهتك بعض المشاكل في التعامل مع موظفي بريد الجزائر " : حصلت على متوسط حسابي قدر بـ (4.3167) و ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] والذي يقابل درجة موافقة مرتفعة ، أي أنه توجد بعض المشاكل التي صادفت الزبائن في التعامل مع موظفي بريد الجزائر ، كما قدر الانحراف المعياري لهذه الفقرة بـ(0.79173) ؛
- ✓ الفقرة (09) " اتصل بالمسؤول عند عدم فهم الموظف لتساؤلاتي حول وساؤل الرقمنة " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (4.3167) والذي ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] وهو يقابل درجة موافقة عالية ، ما يعني أن معظم أفراد العينة يتصلون بالمسؤول عند عدم فهم الموظف لتساؤلاتي حول وساؤل الرقمنة كما بلغ الانحراف المعياري لهذه الفقرة (0.46910) ؛

- ✓ الفقرة (10) " العاملين في بريد الجزائر يقومون بعملهم في اتم وجه " : قدر المتوسط الحسابي لهذه الفقرة ب(2.3000) و ينتمي إلى المجال [2,6-1,8] الذي وهو يقابل درجة موافقة منخفضة ، أي أن إجابات أفراد العينة تميل إلى عدم الموافقة على ان العاملين في بريد الجزائر يقومون بعملهم في اتم وجه ، كما بلغ الانحراف المعياري لهذه الفقرة (0.82954) ؛
- ✓ الفقرة (11) " العمال في بريد الجزائر يحترمون اوقات العمل و يستقبلون اي تساؤل يطرحه الزبون حول وسائل الرقمنة " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (1.6500) والذي ينتمي إلى المجال [2,6-1,8] الذي وهو يقابل درجة موافقة منخفضة ، أي أن إجابات أفراد العينة تميل إلى عدم الموافقة على ان العمال في بريد الجزائر يحترمون اوقات العمل و يستقبلون اي تساؤل يطرحه الزبون حول وسائل الرقمنة ، كما بلغ الانحراف المعياري لهذه الفقرة (0.65935) ؛
- ✓ الفقرة (12) " تقوم ادارة البريد بتدوين المعلومات عن العملاء و اهتمامهم في الحاسوب " : حصلت على انحراف معياري مقدر ب(0.58488)، ومتوسط حسابي (3.3833) وهو ينتمي إلى المجال [3,4-2,6] هو الذي يقابل درجة موافقة متوسطة ، والذي يعبر عن ميل آراء أفراد العينة إلى ان ادارة البريد تقوم بتدوين المعلومات عن العملاء و اهتمامهم في الحاسوب؛
- ✓ الفقرة (13) " يقوم البريد بحفظ التعاملات البريدية التي قام بها العملاء الكترونيا بواسطة الارشفة الالكترونية مع امكانية الرجوع إليها في أي وقت " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (4.0833) والذي ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] والذي يقابل درجة موافقة مرتفعة ، والذي يعبر عن ميل آراء أفراد العينة إلى ان البريد يقوم بحفظ التعاملات البريدية التي قام بها العملاء الكترونيا بواسطة الارشفة الالكترونية مع امكانية الرجوع إليها في أي وقت ، أما الانحراف المعياري فقد بلغ (0.49717) ؛
- ✓ الفقرة (14) " يقوم البريد بتحديد مجالات الكفاءة الرقمية التي ستعززها الاستراتيجية " : حصلت على متوسط حسابي قدر ب(2.9333) و ينتمي إلى المجال [3,4-2,6] والذي يقابل درجة موافقة متوسطة، أي أنه توجد موافقة إلى حد ما ان البريد يقوم بتحديد مجالات الكفاءة الرقمية التي ستعززها الاستراتيجية ، كما قدر الانحراف المعياري لهذه الفقرة ب (0.48246).
- يتضح من الجدول رقم (05) أن المتوسط الحسابي العام لعبارات المحور الثاني بلغ (3,4274) وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم ليكرت الخماسي [2,6-3,4] وهو يقابل درجة موافقة متوسطة، أي أن هناك تباين في آراء أفراد العينة حول استخدام مؤسسة بريد الجزائر للرقمنة، ويتضح أيضا أن قيمة الانحراف المعياري الكلي للمحور الثاني قد بلغت (0,26384) وهي أقل من الواحد، ما يعني وجود تشتت منخفض نسبيا في إجابات أفراد العينة على عبارات المحور.
- عند تحليل ممرات المحور الثاني ، نلاحظ أن الوكالة تعاني من نقص في المستلزمات والتجهيزات أحدث التقنيات بفضل حقيقة أن عملاء بريد الجزائر يستخدمون جهازًا تقنيًا واحدًا فقط إنه موزع نقدي أوتوماتيكي متقدم ينهار أحيانًا ويستغرق وقتًا لإصلاحه ، بالإضافة إلى ذلك نظرًا لعدم كفاية هؤلاء الموزعين على مستوى مكتب بريد ولاية ورقلة ، يعود السبب في ذلك إلى وجود الأجهزة يستورد كميات محدودة ويوزعها على الولايات حسب قوة الخدمة البريدية ، من بين أمور أخرى الحصول عليها مكلف ويتطلب ميزانية قد لا يتمكن البريد الجزائري من الحصول عليها ، خاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار ينخفض الدخل.
- ثانيا: تحليل فقرات المحور الثالث جودة الخدمات المتوفرة في بريد الجزائر

للقوف على مدى جودة الخدمات المتوفرة في بريد الجزائر، تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ، وكذا تبيان اتجاهات الراء (درجات الموافقة) كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (07): تحليل فقرات المحور الثالث

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
15- يوفر البريد الخدمات الفعالة في الوقت والمكان المناسبين للعميل	3.3500	1.07080	متوسطة
16- زيادة وسائل الراحة والتسهيلات التي يجدها العميل في البريد كتقصير وقت الانتظار والسرعة في تقديم الخدمة و الخصوصية	3.8667	0.46820	مرتفعة
17- تعمل الرقمنة على رفع الانتاجية ورفع القيمة النوعية الاجمالية لتقديم جميع الخدمات التي يطلبها العميل	4.2333	1.09493	مرتفعة
18- توثيق امعلومات الخاصة بالعميل وتسهيل استرجاعها	4.2333	0.42652	مرتفعة
19- التقليل من الاختلافات في العمليات البريدية وتقليل الأخطاء و تحسين جودة الخدمات المقدمة	3.7667	0.42652	مرتفعة
20- قدرة مقدم الخدمة البريدية على تقديم الخدمة للعميل وتسليمه لها في الوقت المحدد	3.0000	1.00844	متوسطة
21- تسهل شبكات الاتصال بين الأقسام داخل البريد في تبادل المعلومات مما يؤدي الى تسريع انجاز الأعمال	2.9833	0.65073	ضعيفة
22- توفر الرقمنة وقت محدد للاستجابة السريعة لتقديم الخدمة البريدية	4.7667	0.42652	مرتفعة
23- تعمل الرقمنة على تعزيز جودة الخدمات المقدمة وفعاليتها وكفاءتها	4.5833	0.49717	مرتفعة
24- يعمل البريد على توفير متطلبات حماية المعلومات والنظام بشكل عام	3.5667	1.49991	مرتفعة
25- الدقة والوضوح في العمليات الادارية الحساسة ذات خصوصية داخل بريد الجزائر	2.5333	0.85304	ضعيفة
26- تساهم الرقمنة في تحسين عملية التزويد والبحث والاسترجاع واستخدام المعلومات الخاصة بالزبون في بريد الجزائر	4.0000	0.66384	مرتفعة
27- تساعد الرقمنة على مراقبة جودة المعطيات المجمعة و الحفاظ على معلومات الزبون من القرصنة او السرقة	3.4167	0.49717	متوسطة

المصدر: من إعداد الطالين بالاعتماد على نتائج spss

✓ الفقرة (15) " يوفر البريد الخدمات الفعالة في الوقت والمكان المناسبين للعميل ": بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.3500) والذي ينتمي إلى المجال [2,6-3,4] من مجالات سلم ليكرت الخماسي، وهو يقابل يقابل درجة موافقة

- متوسطة ، أي أن آراء أفراد العينة تميل إلى الموافقة نوعا ما على أن البريد يوفر الخدمات الفعالة في الوقت والمكان المناسبين للعميل كما تم تقدير الانحراف المعياري ب(1.07080) ؛
- ✓ الفقرة (16) " زيادة وسائل الراحة والتسهيلات التي يجدها العميل في البريد كتقصير وقت الانتظار والسرعة في تقديم الخدمة و الخصوصية " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.8667) والذي ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] وهو يقابل درجة موافقة عالية ، ما يعني أن معظم أفراد العينة راضيين عن وسائل الراحة والتسهيلات التي يجدها في البريد كتقصير وقت الانتظار والسرعة في تقديم الخدمة و الخصوصية ، أما الانحراف المعياري فقدر ب(0.46820) ؛
- ✓ الفقرة (17) " تعمل الرقمنة على رفع الانتاجية ورفع القيمة النوعية الاجمالية لتقدم جميع الخدمات التي يطلبها العميل " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (4.2333) والذي ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] والذي يقابل درجة موافقة مرتفعة ، أي أن إجابات أفراد العينة تميل إلى الموافقة على ان الرقمنة تعمل على رفع الانتاجية ورفع القيمة النوعية الاجمالية لتقدم جميع الخدمات التي يطلبها العميل ، أما الانحراف المعياري فقدر ب(1.09493) ؛
- ✓ الفقرة (18) " توثيق امعلومات الخاصة بالعميل وتسهيل استرجاعها " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (4.2333) والذي ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] والذي يقابل درجة موافقة مرتفعة ، أي أن إجابات أفراد العينة تميل إلى الموافقة على أن الرقمنة تساهم في توثيق المعلومات الخاصة بهم وتسهيل استرجاعها ، أما الانحراف المعياري فقدر ب (0.42652) ؛
- ✓ الفقرة (19) " التقليل من الاختلافات في العمليات البريدية وتقليل الأخطاء و تحسين جودة الخدمات المقدمة " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.7667) والذي ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] وهو يقابل درجة موافقة عالية ، ما يعني أن معظم أفراد العينة راضيين على ان الرقمنة تساهم في تقليل من الاختلافات في العمليات البريدية وتقليل الأخطاء و تحسين جودة الخدمات المقدمة ، أما الانحراف المعياري فقدر ب(0.42652) ؛
- ✓ الفقرة (20) " قدرة مقدم الخدمة البريدية على تقديم الخدمة للعميل وتسليمه لها في الوقت المحدد " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.0000) والذي ينتمي إلى المجال [3,4-2,6] من مجالات سلم ليكرت الخماسي، وهو يقابل درجة موافقة متوسطة ، أي أن آراء أفراد العينة تميل إلى الموافقة نوعا ما على ان قدرة مقدم الخدمة البريدية على تقديم الخدمة للعميل وتسليمه لها في الوقت المحدد ، أما الانحراف المعياري فقدر ب(1.00844) ؛
- ✓ الفقرة (21) " تسهل شبكات الاتصال بين الأقسام داخل البريد في تبادل المعلومات مما يؤدي الى تسريع انجاز الأعمال " بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.9833) وهو ينتمي إلى المجال [3,4-2,6] وهو يقابل درجة موافقة متوسطة ، أي أن آراء أفراد العينة تميل إلى الموافقة نوعا ما على أن تسهل شبكات الاتصال بين الأقسام داخل البريد في تبادل المعلومات مما يؤدي الى تسريع انجاز الأعمال ، أما الانحراف المعياري فقدر ب(0.65073) ؛
- ✓ الفقرة (22) " توفر الرقمنة وقت محدد للاستجابة السريعة لتقديم الخدمة البريدية " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (4.7667) والذي ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] وهو يقابل درجة موافقة مرتفعة، أي أن إجابات أفراد العينة تميل إلى الموافقة على أن توفر الرقمنة وقت محدد للاستجابة السريعة لتقديم الخدمة البريدية ، أما الانحراف المعياري فقدر ب(0.42652) ؛

✓ الفقرة (23) " تعمل الرقمنة على تعزيز جودة الخدمات المقدمة وفعاليتها وكفاءتها " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (4.5833) والذي ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] وهو يقابل درجة موافقة مرتفعة، أي أن إجابات أفراد العينة تميل إلى الموافقة على أن الرقمنة تعمل على تعزيز جودة الخدمات المقدمة وفعاليتها وكفاءتها ، أما الانحراف المعياري فقدر بـ(0.49717) ؛

✓ الفقرة (24) " يعمل البريد على توفير متطلبات حماية المعلومات والنظام بشكل عام " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.5667) والذي ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] وهو يقابل درجة موافقة مرتفعة ، أي أن آراء أفراد العينة تميل إلى الموافقة على ان البريد يعمل على توفير متطلبات حماية المعلومات والنظام بشكل عام ، أما الانحراف المعياري فقدر بـ(1.49991) ؛

✓ الفقرة (25) " الدقة والوضوح في العمليات الادارية الحساسة ذات خصوصية داخل بريد الجزائر " بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.5333) وهو ينتمي إلى المجال [3,4-2,6] وهو يقابل درجة موافقة متوسطة ، أي أن آراء أفراد العينة تميل إلى الموافقة نوعا ما على انه تتوفر الدقة والوضوح في العمليات الادارية الحساسة ذات خصوصية داخل بريد الجزائر ، أما الانحراف المعياري فقدر بـ(0.85304) ؛

✓ الفقرة (26) " تساهم الرقمنة في تحسين عملية التزويد والبحث والاسترجاع واستخدام المعلومات الخاصة بالزبون في بريد الجزائر " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (4.0000) والذي ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] وهو يقابل درجة موافقة مرتفعة، أي أن إجابات أفراد العينة تميل إلى الموافقة على أن توفر الرقمنة تساهم في تحسين عملية التزويد والبحث والاسترجاع واستخدام المعلومات الخاصة بالزبون في بريد الجزائر ، أما الانحراف المعياري فقدر بـ(0.66384) ؛

✓ الفقرة (27) " تساعد الرقمنة على مراقبة جودة المعطيات المجمعة و الحفاظ على معلومات الزبون من القرصنة او السرقة " : بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.4167) والذي ينتمي إلى المجال [4,2-3,4] وهو يقابل درجة موافقة مرتفعة، أي أن إجابات أفراد العينة تميل إلى الموافقة على أن الرقمنة تعمل على مراقبة جودة المعطيات المجمعة و الحفاظ على معلومات الزبون من القرصنة او السرقة ، أما الانحراف المعياري فقدر بـ(0.49717).

يتضح من الجدول رقم (06) أن المتوسط الحسابي العام لعبارات المحور الثالث بلغ (3,7154) وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم ليكرت الخماسي [4,2-3,4] وهو يقابل درجة موافقة مرتفعة ، أي أن هناك تباين في آراء أفراد العينة حول جودة الخدمات المتوفرة في مؤسسة بريد الجزائر، ويتضح أيضا أن قيمة الانحراف المعياري الكلي للمحور الثالث قد بلغت (0,18264) وهي أقل من الواحد، ما يعني وجود تشتت منخفض نسبيا في إجابات أفراد العينة على عبارات المحور.

من خلال تحليل فقرات المحور الثالث ، نلاحظ أن الرقمنة تساهم في تحسين جودة الخدمات و إن تفسير ميل العينة للاعتراف بهذه المساهمة هو اعترافهم باهتمام البريد الجزائري بإدخال التكنولوجيا الرقمنة في المعاملات وخاصة عن طريق التعامل مع العملاء وتزويدهم بأساليب التعامل ، حيث تتميز الرقمنة بالدقة والتقليل من الأخطاء إتمام المعاملات بسبب حقيقة أن هذه العمليات تتم باستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات استبدال العناصر البشرية المعرضة للخطأ بمعدات مؤتمنة.

ثالثا : اختبار فرضيات الدراسة

قبل التطرق لاختبار فرضيات الدراسة لابد من إجراء اختبار التوزيع الطبيعي للتأكد من ملائمة البيانات لفرضيات الدراسة، لكن حسب نظرية النهاية المركزية فإنه كلما زاد عدد العينة كلما اقترب تباينها من تباين المجتمع ويمكن اعتبار أن التوزيع يكون طبيعياً بصورة تقريبية عندما يصبح حجم العينة 30 فما فوق¹.

وبما أن العينة التي اعتمدها أكبر من (30)، يمكن اعتبار أن بيانات محاور الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي، وبهذا يمكن متابعة الدراسة واختبار مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة.

1. اختبار الفرضية الأولى :

وتتضمن ما يلي : ساهمت الرقمنة في توفير الوقت، الجهد، التكلفة و السرعة في الانجاز في بريد الجزائر وكالة ورقلة.

يمكن صياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة كما يلي :

H_0 : لا تساهم الرقمنة في توفير الوقت، الجهد، التكلفة و السرعة في الانجاز في بريد الجزائر وكالة ورقلة.

H_1 : ساهمت الرقمنة في توفير الوقت، الجهد، التكلفة و السرعة في الانجاز في بريد الجزائر وكالة ورقلة.

لمناقشة الفرضية والحكم عليها، نعتمد على قيمة المتوسط الحسابي العام للمحور الثاني، حيث تكون القاعدة في ذلك أن نرفض H_0 حين يميل المتوسط الحسابي العام نحو الموافقة ونقبل الفرضية البديلة H_1 ، والعكس حين يميل المتوسط الحسابي العام نحو عدم الموافقة. ما نلاحظه من نتائج تحليل المحور الثاني أن المتوسط الحسابي العام يتجه نحو الموافقة بالتالي نقبل الفرضية البديلة H_1 ، ويمكن تدعيم هذه النتيجة المتوصل إليها من خلال القيام ببعض الاختبارات الاحصائية منها اختبار T- test للعينة الواحدة ، حيث يتم فيه المقارنة بين قيمة الدلالة الاحصائية Sig المحسوبة و مستوى المعنوية (0,01)، فإذا كانت قيمة الدلالة الاحصائية أقل أو تساوي مستوى المعنوية نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 ، أما إذا كانت الدلالة الاحصائية أكبر من مستوى المعنوية نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة، ويمكن توضيح نتائج الاختبار الاحصائي في الجدول الموالي:

الجدول رقم (08): نتائج تطبيق اختبار T- test للعينة الواحدة على فقرات المحور الثاني

الاخبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	T الحسوبة	مستوى المعنوية	الدلالة الاحصائية
الفرضية الاولى	3,4274	0,26384	متوسطة	12,547	0,01	0,00

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الاستبيان المستخرجة من تحليل SPSS

بالنظر إلى الجدول أعلاه نجد أن قيمة T المحسوبة قد بلغت (12,547) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (1,96)، كما نلاحظ أن قيمة الدلالة المحسوبة قد بلغت (0,00) وهي أقل من مستوى المعنوية المعتمدة (0,01)، بالتالي نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 من هنا نستنتج أن الرقمنة تساهم في توفير الوقت، الجهد، التكلفة و السرعة في الانجاز في بريد الجزائر- ورقلة من وجهة نظر الزبائن عند مستوى المعنوية (0.01).

2. اختبار الفرضية الثانية :

وتتضمن ما يلي : ساهمت تكنولوجيا في الرفع من كفاءة الموظف في بريد الجزائر وكالة ورقلة.

يمكن صياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة كما يلي:

H_0 : لا تساهم التكنولوجيا في الرفع من كفاءة الموظف في بريد الجزائر وكالة ورقلة.

H_1 : ساهمت تكنولوجيا في الرفع من كفاءة الموظف في بريد الجزائر وكالة ورقلة.

اعتمادا على النتائج التي تم التوصل إليها من تحليل فقرات المحور الثالث، نلاحظ أن المتوسط الحسابي العام ينتمي إلى المجال الذي يقابل درجة موافقة مرتفعة، و بالتالي نقبل الفرضية البديلة H_1 ، ويمكن تدعيم هذه النتيجة المتوصل إليها من خلال اختبار T- test للعيينة الواحدة للعيينة الواحدة ، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار:

الجدول رقم (09): نتائج تطبيق اختبار T- test للعيينة الواحدة على فقرات المحور الثالث

الاخبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	T الحسوبة	مستوى المعنوية	الدلالة الاحصائية
الفرضية الثانية	3,7154	0,18264	مرتفعة	30,341	0.01	0,00

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الاستبيان المستخرجة من تحليل SPSS

بالنظر إلى الجدول أعلاه نجد أن قيمة T المحسوبة قد بلغت (30,341) وهي أكبر من قيمتها الجدولية، و أيضا نلاحظ أن قيمة الدلالة المحسوبة قد بلغت (0,00) وهي أقل من مستوى المعنوية المعتمدة (0.01)، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 من هنا نستنتج أن هناك مساهمة للتكنولوجيا في الرفع من كفاءة الموظف في بريد الجزائر - ورقلة عند مستوى المعنوية (0.01).

3. اختبار الفرضية الثالثة :

وتتضمن ما يلي : تساهم الرقمنة من خلال دراسة الحالة في تحسين جودة خدمات البريد في ورقلة.

يمكن صياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة كما يلي:

H_0 : لا تساهم الرقمنة في تحسين جودة خدمات بريد الجزائر في ورقلة .

H_1 : تساهم الرقمنة في تحسين جودة خدمات بريد الجزائر في ورقلة .

لاختبار هذه الفرضية قمنا بحساب معامل ارتباط بيرسون "Pearson" بين المحور الثاني والثالث لمعرفة طبيعة العلاقة بين المتغيرين الرئيسيين للدراسة ، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (10): نتائج حساب معامل ارتباط بيرسون "Pearson" لاختبار الفرضية الثالثة

الاختبارات	معامل الارتباط r	القرار الاحصائي	معامل التحديد r^2	القرار الاحصائي	مستوى المعنوية	الدلالة الاحصائية
الفرضية الثالثة	0,776**	وجود علاقة طردية	0,602	تأثير مرتفع	0.01	0,00

**دال إحصائيا عند مستوى المعنوية 0,01

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الاستبيان المستخرجة من تحليل SPSS

يوضح الجدول رقم 08 نتائج حساب معامل ارتباط بيرسون "Pearson" لاختبار صحة الفرضية الثالثة ، إذ أظهرت نتائج التحليل الاحصائي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقمنة وتحسين جودة خدمات بريد الجزائر ولاية ورقلة ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0,776 وهو علاقة ارتباط مرتفعة ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,01 أما معامل التحديد r^2 فقد بلغ 0,602 أي أن ما نسبته 60 % من التحسين في جودة خدمات بريد الجزائر ناتج عن استخدام الرقمنة وهي نسبة مرتفعة ، أما النسبة المتبقية أي 40 % تعود إلى متغيرات أخرى لم تدخل في النموذج قيد الدراسة.

إضافة لما سبق، قدرت قيمة الدلالة الاحصائية ب(0,00) وهي أقل من مستوى المعنوية 0,01 ، وهذا ما يدفعنا إلى رفض الفرضية الصفرية H_0 وقبول الفرضية البديلة H_1 .

خلاصة الفصل :

خلال مشروعنا البحثي في مؤسسة البريد الجزائري - ولاية ورقلة ، كنا نهدف إلى تقديم صورة دقيقة لتنفيذ الرقمنة من منظور العميل ، مع تقييم مدى تعزيز جودة الخدمة. لتحقيق ذلك ، قمنا بتوزيع استطلاع على مجموعة من عملاء البريد. و من خلال استخدام الأدوات الإحصائية والإجراءات المنهجية ، قمنا بفحص وتفسير استجابات العينة بدقة. بعد إجراء الاختبارات الفرضية اللازمة توصلنا إلى نتيجة مفادها أن هناك توجهاً واضحاً نحو الرقمنة في عيون عملاء مؤسسة البريد الجزائرية. علاوة على ذلك ، أثبت تحليلنا وجود علاقة إيجابية بين استخدام الرقمنة والتحسين العام في جودة الخدمات البريدية الجزائرية بولاية ورقلة. هذه النتائج مستمدة مباشرة من ردود الفعل التي قدمها المستجيبون.

الخاتمة

الخاتمة :

مع ظهور التكنولوجيا الرقمية والإلكترونية ، اضطرت دول العالم إلى التكيف في ضوء التطورات العلمية. ولضمان نجاح هذا التحول ، يجب أن توفر جميع الإمكانيات المادية والبشرية والتقنية اللازمة للاستفادة الكاملة منه من خلال الاستثمار في البنية التحتية وتطوير القوى العاملة الماهرة ، يمكننا تسريع تقدم هذه التكنولوجيا وإحداث التغيير. شهد تطبيق الرقمنة في مختلف المجالات ، بما في ذلك القطاعات الإدارية ، إدخال التكنولوجيا الرقمية. يُعرف مجال الدراسة الذي يتعامل مع إدارة المنظمات والسياسات العامة باسم الإدارة العامة.

بشكل عام ، يبدو أن مبادرة الرقمنة الجارية في مؤسسة البريد الجزائرية تظهر تقدمًا واعدًا بناءً على الجهود المبذولة حاليًا. من تقديم خدمات مفيدة سواء من خلال مكاتب البريد الفعلية أو عبر الإنترنت من خلال استخدام التكنولوجيا لتحديث الخدمات العامة ، يمكن للمواطن ومكتب البريد الاستفادة، الهدف هو تعزيز الاتصال بين المواطنين والإدارة من خلال المعلومات والاتصالات. نتيجة لبحثنا ، توصلنا إلى العديد من النتائج وعلى هذا الأساس ، قمنا بصياغة بعض المقترحات لتقدمها فيما يلي قائمة بهم:

اولا : النتائج:

بعد إجراء كل من البحث النظري والتطبيقي ، توصلنا إلى عدد من الاستنتاجات المهمة ، وأهمها:

من الناحية النظرية :

- 1- تشير الرقمنة إلى عملية تحويل المواد المطبوعة التقليدية إلى تنسيق رقمي يمكن قراءته والوصول إليه بسهولة و يمكن الحصول عليها في شكل رقمي.
- 2- إن الدرجة التي تتوافق بها توقعات العميل للخدمة في البريد مع تصوراته للخدمة هي ما يحدد جودة الخدمة المقدمة من طرف بريد الجزائر .
- 3- يعتمد تقييم جودة خدمة العملاء على أبعاد مختلفة للخدمة في بريد الجزائر ، بما في ذلك الموثوقية ، من بين أمور أخرى تشمل العناصر الرئيسية الاستجابة والتعاطف والسلامة وعوامل ملموسة محددة.
- 4- لتحديث الخدمة العامة في بريد الجزائر وتعزيزها ، من الضروري بناء قطاع عالي الكفاءة والفعالية في تلبية متطلبات الزبائن.
- 5- من خلال تقديم خدمة عامة عالية الجودة ، يتم تلبية الاحتياجات العامة لزبائن بريد الجزائر.

من الناحية التطبيقية :

- 1- يُنظر إلى حقيقة وجود موقع بريد الجزائر على أنه سمة إيجابية ، حيث ساعد في إقامة علاقة وثق مع عملائه.
- 2- توظف مؤسسة البريد الجزائري مجموعة من الوسائط الرقمية للاتصال ، وأهمها الإنترنت. لإبقاء العملاء على اطلاع بآخر التحديثات ، يجب على الشركة إنشاء قنوات اتصال فعالة.
- 3- يتم تحسين جودة خدمات البريد الجزائرية من خلال تنفيذ عملية رقمنة البطاقة الذهبية.

ثانيا: الاقتراحات :

- 1- من خلال تبني أحدث الأجهزة والمعدات في البريد، يمكن للمرء أن يعطي الأولوية لاستخدام التكنولوجيا الحديثة بشكل أكثر فعالية.

2- معالجة ندرة أجهزة توزيع الأوراق النقدية في البريد وضمان توزيعها على نطاق واسع بطريقة مركزية ، لا سيما في المناطق النائية

3- الاهتمام أكثر بعنصر الترويج في البريد لتعريف المواطن بالخدمات البريدية وتحسين الاتصال معه.

4- توفير أجهزة الدفع الإلكتروني في مختلف مراكز التسوق والمحلات التجارية لتعميم استخدام بطاقة الذهبية و تشجيع المواطنين على استخدامها في إنهاء معاملاتهم اليومية.

ثالثا: آفاق الدراسة

ونظرا للأهمية التي يكتسبها هذا الموضوع تفتح آفاق لبحوث ودراسات أخرى أكثر تفصيلا وتعمقا في المستقبل، يمكنها إثراء مختلف جوانبه الجديرة بالبحث و ذلك من خلال التطرق لأحد هذه النقاط التالية :

1- دراسة واقع الرقمنة في مؤسسة بريد الجزائر من وجهة نظر المؤسسة

2- دراسة سلوك الزبون الجزائري تجاه المعاملات الإلكترونية

3- دراسة اثر الرقمنة على جميع القطاعات العمومية

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

اولا: الكتب :

1. إسماعيل محمد بن قانة، الإحصاء الوصفي والحيوي ، ط1 دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
2. بشير العلاق، حميد الطائي، تسويق الخدمات، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، -2007 .
3. توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة و القياس المقارن، دار الفكر العربي، الاسكندرية، مصر، 2006.
4. حشيه محمد الحسن، " الإدارة الالكترونية، الوراق للنشر والتوزيع، عمان 2011.
5. حميد الطائي و اخرون، الاسس العلمية للتسويق الحديث. دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2007.
6. سوسن شاكر، محمد عواد الزسادات، ادارة الجودة الشاملة، ط1، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2007.
7. فريد كورتل وآخرون، تسويق الخدمات الصحية، ط1، دار كنوز المعرفة العلمية، عمان، الأردن، 2010.
8. مامون الدراكة، طارق الشبلي، الجودة في المنظمات الحديثة، ط1، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2002.
9. محفوظ جودة، التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام SPSS ، ط1 دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
10. محمد الصيرفي، الإدارة الإلكترونية دار فكر جامعي.
11. مهدي السمراني، ادارة الجودة الشاملة في القطاعين الانتاجي و الخدمي، ط1. دار جرير، عمان، الاردن، 2007.
12. نظام موسى، سويدان، ابراهيم حداد شفيق، التسويق، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003.
13. هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، ط4، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008 .

ثانيا: المقالات و المجلات

14. بوجلال السعيد 2009، المهارات الإجتماعية وعلاقتها بالتفوق الدراسي لدى تلاميذ وتلاميذات المرحلة المتوسطة.
15. دعاوي عبدالرحيم، قاسي خديجة، دور الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المحلية مؤشر للدراسات الاقتصادية المجلد1، جامعة بشار.
16. دويدات بوعبدالله، البوابة الالكترونية للصفقات العمومية نحو تامين أفضل خدمة في اطار الادارة الالكترونية، مجلة المالية والأسواق، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم.
17. رافت رضوان، الإدارة الإلكترونية الإدارة والتغيرات العالمية الجديدة، الملتقى الإداري الثاني للجمعية السعودية للإدارة، مركز المعلومات وإتخاذ القرار، 2008.
18. رشيد سالمى، أسماء قاسمية، ترشيد الخدمة العمومية من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال"، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية، العدد8، جامعة البليدة 2 لونييسي علي، البليدة، الجزائر، 2017.
19. عابد عبد الكريم غريسي، محمد شريف، " دور الإدارة الالكترونية في ترشيد وتحسين الخدمة العمومية"، المجلة الجزائرية للمالية العامة، العدد03، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2013.
20. العوالة عبدالحافظ، نوعية الإدارة والحكومة الإلكترونية مجلة ملك سعود العدد 15.
21. نصر الله بوحميده، أثر استخدام الرقمنة في الرفع من درجة التحصيل الدراسي طالب مجلة الحكمة للدراسات الثانوية مجلد5، العدد ان 2017.

22. نور الدين بربار، مريم مشري، "مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تحديث الخدمات المالية"، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، العدد 01، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، 2016.

ثالثا: الملتقيات

23. سميرة هارون، كمال حوشين، دور الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة العمومية"، الملتقى العلمي الدولي حول جودة الخدمة العمومية في ظل الحكومة الإلكترونية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، يومي 29 و 30 أكتوبر 2014.

رابعا: المذكرات و الرسائل الجامعية :

24. تزكي لمياء، الإدارية ودورها في تطور العلاقات العامة داخل المؤسسة الجامعية، رسالة ماستر منشورة، على الإعلام والاتصال، إتصال وعلاقات عامة جامعة ميلة، 2018-2019 .

25. حسام الدين فتحي، العلاقة بين جودة الخدمة التلفزيونية وكل من رضا المشاهد والميل لتكرار المشاهدة، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة أعمال، كلية التجارة، جامعة المنوفية، الإسكندرية، مصر، 2015.

26. فتيحة بوحرو، تقييم جودة الخدمة في شركات التأمين الوطنية في السوق الجزائرية، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2006.

27. وهاب محمد، "تقييم صورة المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر"، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التسيير، تخصص التسيير، جامعة الجزائر، 2005 / 2006).

خامسا: الرسائل الجامعية

28. ثابت عبد الرحمان ادريس، كفاءة وجودة الخدمات اللوجيستية،الدار الجامعية،الاسكندرية،مصر،2006.

29. نجوى عمروش، دور جودة الخدمة في تحقيق رضا العميل، مذكرة ماجستير، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2012.

30. نسرين صلاح، تقييم جودة الخدمات الجامعية باستخدام نموذج الأداء الفعلي، متاح في :

<https://www.researchgate.net>

31. ياسين سعد غالب، الإدارة الإلكترونية وآفاق تطبيقها العربية، المملكة العربية السعودية، معهد الإدارات العامة، 2005.

المراجع باللغة الاجنبية :

32. Gary Armstrong, Philip Kotler, Principes de marketing, 10e édition ,
éducation, France, 2010

33. Jean Marie Chatelet, Méthodes productique et qualité, Ellipses, France, 1996.

34. Mohammed Obeidat, Hani Al Dmour, Principles of marketing. 1"édition, Dar
Wael ,Amman, Jordan, 2005

35. Office Of Public Services Reform, 'Measuring & Understanding Customer
Satisfaction', report of social research institute, Apri 2002

36. P.Kotler, B.Dubois, Marketing management, 11ème édition, Pearson
éducation, France2003

37. SPSS :Statistical Package for the Social Sciences

المقابلات الشخصية :

38. المقابلة مع السيد العمري رضا، رئيس مكتب المصالح النقدية ببريد الجزائر بورقلة، يوم 28\03\2023 الساعة 14.30

المواقع الالكترونية :

39. Algérie Poste, Retrieved J. 3-5 -2023, from www.poste.dz

قائمة الملاحق



جامعة ورقلة - قاصدي مرباح -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير
فرع علوم التسيير



استمارة استبيان

دور الرقمنة في تحسين جودة خدمات البريد

دراسة ميدانية بـبريد الجزائر - ورقلة -

مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص ادارة اعمال

في اطار التحضير لانجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر و لإتمام البحث العلمي المعني و المذكور اعلاه نرجو منكم ملء الاستمارة بالإجابة على اسئلتها بدقة و موضوعية مع العلم أن المعلومات التي تتفضلون بتقديمها تدخل في البحث لأغراض علمية بحتة مع مراعاة السرية التامة اتجاه المعلومات المصرح بها

تحت إشراف:

- محسن زوبيدة

من إعداد:

- عديلة ضياء الدين

- عوام مسعود

الموسم الجامعي : 2023 /2022

1- المحور الاول : البيانات الشخصية :

1_ الجنس :

- انثى
- ذكر

2_ السن:

- اقل من 20 سنة
- ما بين 20- 30
- ما بين 31 - 40
- بين 41 و 50 سنة
- من 50 سنة فما فوق

3_ المستوى التعليمي:

- ثانوي
- جامعي
- تقني
- اخرى

2- المحور الثاني : الرقمنة في بريد الجزائر-ورقلة-

محايد	معارض بشدة	معارض	موافق	موافق بشدة	العبرة
الحوكمة					
					1- يتوفر في بريد الجزائر قاعدة بيانات شاملة و كافية و متاحة للوحدات و الاقسام معا
					2- تتوفر شبكة اتصال حديثة وفعالة لخدمة نظام المعلومات في البريد
					3- يعمل البريد على تحديث وتطوير الاجهزة و البرمجيات لخاصة بنظام المعلومات الالكتروني والتعامل معها
					4- تساعد قواعد البيانات في توفير المعلومات اللازمة لتقديم افضل الخدمات
القوى البشرية المؤهلة					
					5- يعتمد بريد الجزائر على الايدي العاملة المؤهلة في مجال استخدام الرقمنة
					6- يتم تدريب العاملين على استخدام الاجهزة والبرمجيات الخاصة بالرقمنة
					7- استعمال التقنيات الرقمية يؤدي بالعمال إلى زيادة التواصل بينهم و بين الزبائن
					8- واجهتك بعض المشاكل في التعامل مع موظفي بريد الجزائر
					9- اتصل بالمسؤول عند عدم فهم الموظف لتساؤلاتي حول وسائل الرقمنة
					10- العاملين في بريد الجزائر يقومون بعملهم في اتم وجه

					11- العمال في بريد الجزائر يحترمون اوقات العمل و يستقبلون اي تساؤل يطرحه الزبون حول وسائل الرقمنة
المهارات الرقمية					
					12- تقوم ادارة البريد بتدوين المعلومات عن العملاء و اهتماماتهم في الحاسوب
					13- يقوم البريد بحفظ التعاملات البريدية التي قام بها العملاء الكترونيا بواسطة الارشفة الالكترونية مع امكانية الرجوع إليها في أي وقت
					14- يقوم البريد بتحديد مجالات الكفاءة الرقمية التي ستعززها الاستراتيجية

2- المحور الثالث : جودة الخدمات المتوفرة في بريد الجزائر

محايد	معارض بشدة	معارض	موافق	موافق بشدة	العبرة
الملموسية					
					15- يوفر البريد الخدمات الفعالة في الوقت والمكان المناسبين للعميل
					16- زيادة وسائل الراحة والتسهيلات التي يجدها العميل في البريد كتقصير وقت الانتظار والسرعة في تقديم الخدمة و الخصوصية
					17- تعمل الرقمنة على رفع الانتاجية ورفع القيمة النوعية الاجمالية لتقديم جميع الخدمات التي يطلبها العميل
الاعتمادية					
					18- توثيق امعلومات الخاصة بالعميل وتسهيل

					استرجاعها
					19- التقليل من الاختلافات في العمليات البريدية وتقليل الأخطاء و تحسين جودة الخدمات المقدمة
					20- قدرة مقدم الخدمة البريدية على تقديم الخدمة للعميل وتسليمه لها في الوقت المحدد
الاستجابة					
					21- تسهل شبكات الاتصال بين الأقسام داخل البريد في تبادل المعلومات مما يؤدي الى تسريع انجاز الأعمال
					22- توفر الرقمنة وقت محدد للاستجابة السريعة لتقديم الخدمة البريدية
					23- تعمل الرقمنة على تعزيز جودة الخدمات المقدمة وفعاليتها وكفاءتها
الامان					
					24- يعمل البريد على توفير متطلبات حماية المعلومات والنظام بشكل عام
					25- الدقة والوضوح في العمليات الادارية الحساسة ذات خصوصية داخل بريد الجزائر
					26- تساهم الرقمنة في تحسين عملية التزويد والبحث والاسترجاع واستخدام المعلومات الخاصة بالزبون في بريد الجزائر
					27- تساعد الرقمنة على مراقبة جودة المعطيات المجمعة و الحفاظ على معلومات الزبون من القرصنة او السرقة

شكرا لحسن تعاونكم معنا

الملحق رقم 02: صدق الاستبيان
الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني

1ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض	9	15.0	15.0	15.0
	موافق	34	56.7	56.7	71.7
	موافق بشدة	17	28.3	28.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

2ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	5	8.3	8.3	8.3
	معارض	14	23.3	23.3	31.7
	محايد	5	8.3	8.3	40.0
	موافق	36	60.0	60.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

3ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	6	10.0	10.0	10.0
	معارض	16	26.7	26.7	36.7

محايد	6	10.0	10.0	46.7
موافق	32	53.3	53.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

4ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	12	20.0	20.0	20.0
	معارض	12	20.0	20.0	40.0
	موافق	26	43.3	43.3	83.3
	موافق بشدة	10	16.7	16.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

5ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض	41	68.3	68.3	68.3
	محايد	14	23.3	23.3	91.7
	موافق	5	8.3	8.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

6ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق	37	61.7	61.7	61.7

:

موافق بشدة	23	38.3	38.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

7ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق	12	20.0	20.0	20.0
	موافق بشدة	48	80.0	80.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

8ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	12	20.0	20.0	20.0
	موافق	17	28.3	28.3	48.3
	موافق بشدة	31	51.7	51.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

9ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق	41	68.3	68.3	68.3
	موافق بشدة	19	31.7	31.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

10ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	14	23.3	23.3	23.3
	معارض	14	23.3	23.3	46.7
	محايد	32	53.3	53.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

11ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	27	45.0	45.0	45.0
	معارض	27	45.0	45.0	90.0
	محايد	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

12ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	40	66.7	66.7	66.7
	موافق	17	28.3	28.3	95.0
	موافق بشدة	3	5.0	5.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

13ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	5	8.3	8.3	8.3
	موافق	45	75.0	75.0	83.3
	موافق بشدة	10	16.7	16.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

14ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض	9	15.0	15.0	15.0
	محايد	46	76.7	76.7	91.7
	موافق	5	8.3	8.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث

15ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض	16	26.7	26.7	26.7
	محايد	18	30.0	30.0	56.7
	موافق	15	25.0	25.0	81.7
	موافق بشدة	11	18.3	18.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

:

16ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	11	18.3	18.3	18.3
	موافق	46	76.7	76.7	95.0
	موافق بشدة	3	5.0	5.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

17ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض	10	16.7	16.7	16.7
	موافق	16	26.7	26.7	43.3
	موافق بشدة	34	56.7	56.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

18ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق	46	76.7	76.7	76.7
	موافق بشدة	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

19ع

:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	14	23.3	23.3	23.3
	موافق	46	76.7	76.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

20ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض	30	50.0	50.0	50.0
	موافق	30	50.0	50.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

21ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض	13	21.7	21.7	21.7
	محايد	35	58.3	58.3	80.0
	موافق	12	20.0	20.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

22ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق	14	23.3	23.3	23.3

:

موافق بشدة	46	76.7	76.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

23ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق	25	41.7	41.7	41.7
	موافق بشدة	35	58.3	58.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

24ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	12	20.0	20.0	20.0
	محايد	13	21.7	21.7	41.7
	موافق	12	20.0	20.0	61.7
	موافق بشدة	23	38.3	38.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

25ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	معارض بشدة	14	23.3	23.3	23.3
	محايد	46	76.7	76.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

26ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	13	21.7	21.7	21.7
	موافق	34	56.7	56.7	78.3
	موافق بشدة	13	21.7	21.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

27ع

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	35	58.3	58.3	58.3
	موافق	25	41.7	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

الملحق 03 : معامل الارتباط لبيرسون

Correlations

		م مقياس جودة الخدمات المتوفرة	م مقياس الرقمنة في البريد
م مقياس جودة الخدمات المتوفرة	Pearson Correlation	1	.776**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	60	60
م مقياس الرقمنة في البريد	Pearson Correlation	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

الملحق رقم 04 : اختبار T-test

T-Test

Notes

Output Created		20-MAY-2023 00:35:05
Comments		
Input	Data	C:\Users\Documents\spss 2022\fares spss\احاسي.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	60
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of- range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST /TESTVAL=3 /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=مقياس_الرقمنة_في_بريد_الجزائر /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.10

الملحق رقم 05 : تحليل الخصائص الشخصية لعينة الدراسة

				الجنس	
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
43.3	43.3	43.3	26	انثى	Valid
100.0	56.7	56.7	34	ذكر	
	100.0	100.0	60	Total	

				السن	
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
3.3	3.3	3.3	2	سنة 20 من اقل 2	Valid
65.0	61.7	61.7	37	20 - 30 بين ما	
91.7	26.7	26.7	16	31 - 40 بين ما	
100.0	8.3	8.3	5	50 و 41 بين	
	100.0	100.0	60	Total	

				المستوى_التعليمي	
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
5.0	5.0	5.0	3	ثانوي 3	Valid
66.7	61.7	61.7	37	جامعي 37	
83.3	16.7	16.7	10	تقني 10	
100.0	16.7	16.7	10	اخرى 10	
	100.0	100.0	60	Total	

الملحق رقم 06 : نتيجة الفا كرونباخ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.488	27

الملحق رقم 07 : المقابلة الشخصية مع ال السيد العمري رضا، رئيس مكتب المصالح النقدية بـبريد الجزائر بورقلة

- 1- ماهية أهم المعاملات الالكترونية التي تتم داخل مؤسسة بريد الجزائر؟
- 2- ماهو العدد الاجمالي للبطاقات الذهبية المتداولة؟
- 3- ماهي أبرز الخصائص التي تمتاز بها هذه البطاقات الذكية؟
- 4- كم نسبة مساهمة بريد الجزائر في حظيرة الموزعات الآلية للأوراق النقدية؟
- 5- كم يقدر عدد عمليات السحب من الموزعات الآلية باستعمال البطاقات البنكية؟
- 6- اذكر باقي الخدمات التي يقدمها بريد الجزائر بالرقمنة ،

الملحق رقم 08 : قائمة الأساتذة المحكمين

الجامعة	الإسم و اللقب
جامعة قاصدي مرباح -ورقلة	مناصيرية رشيد
جامعة قاصدي مرباح -ورقلة	مكاوي محمد