



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي

ميدان: العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية، علوم التسيير

تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

بعنوان:

دور الإدارة الإلكترونية في تحسين ولاء الزبائن

(دراسة حالة مؤسسة موبيليس - المديرية الجهوية بورقلة)

من إعداد الطلبة: زياد الساسي، يونس دميحي

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2025/06/01

أمام اللجنة المكونة من السادة:

رئيسا	أستاذ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أ/بن جرو حكيم
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر أ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أ/خليل خميس
مناقشا	أستاذة - جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أ/دلهوم خديجة

السنة الجامعية: 2025/2024



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي

ميدان: العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية، علوم التسيير

تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

بعنوان:

دور الإدارة الإلكترونية في تحسين ولاء الزبائن

(دراسة حالة مؤسسة موبيليس - المديرية الجهوية بورقلة)

من إعداد الطلبة: زياد الساسي، يونس دميحي

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2025/06/01

أمام اللجنة المكونة من السادة:

رئيسا	أستاذ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أ/بن جرو حكيم
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر أ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أ/خليل خميس
مناقشا	أستاذة - جامعة قاصدي مرباح ورقلة	أ/دلهوم خديجة

السنة الجامعية: 2025/2024

الإهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وزيننا بالحلم
وأكرمنا بالتقوى وأجملنا بالعافية
أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى من أوصى
بهما الله تعالى ورسوله
إلى من تعب وضحى من أجل وصولي لهذه
المرحلة ابي العزيز، أُمي الحبيبة أطال الله، في
عمرها وحفظها
إلى جميع اخوتي واخواتي
إلى من كانوا رفقاء دربي وفقهم الله
إلى كل الأصدقاء وزملاء في الدراسة

شكر وعرقان

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب
النهار إلا بطاعتك، ولا تطيب اللحظات إلا
بذكرك، ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك، ولا تطيب
الجنة إلا برؤيتك.

والحمد لله الذي أعاننا ووفقنا على إنجاز هذا
العمل المتواضع أما بعد

نشكر في المقام الأول الأستاذ المشرف على
هذا العمل الاستاذ خليل خميس على ما قدمه
لنا من توجيهات وارشادات

ملخص:

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على دور الإدارة الإلكترونية في احدى المؤسسات الوطنية الجزائرية، حيث تم اختيار مؤسسة موبيليس-ورقلة- كنموذج نظرا لريادتها في مجال الخدمات، ما سعدت الدراسة الى تحليل الأثر المحتمل لتطبيق الإدارة الإلكترونية، لا سيما فيما يتعلق بدورها في تحسين ولاء الزبائن.

من اجل تحقيق اهداف هذه الدراسة قمنا باختيار عينة عشوائية تتكون من 49 مفردة أين تم تخصيص الاستبانة كأداة للدراسة ومن الزيارة الميدانية تم الاعتماد من اجمالي الاستبانات الموزعة على 46 استبانة، حيث تم اعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في معالجة هذا البحث للوصول الى النتائج ولتحليل البيانات تم اعتماد على عدة أساليب إحصائية المناسبة وذلك بالاستعانة بالبرامج الإحصائية SPSS.

وقد بينت النتائج المتحصل عليها ان للإدارة الإلكترونية دور مهم وإيجابي في تحسين ولاء الزبائن للمؤسسة المدروسة من خلال تحسين الأداء وتقليص فترة تقديم الخدمة، وكذا تعزيز العلاقة بين المؤسسة وزبائنها.

الكلمات المفتاحية:

إدارة الإلكترونية، ولاء الزبائن، مؤسسة

Summary:

This study aimed to identify the role of e-management in an Algerian national institution. Mobilis Ouargla was chosen as a model due to its leadership in the field of services. This enabled the study to analyze the potential impact of implementing e-management, particularly with regard to its role in improving customer loyalty.

To achieve the objectives of this study, we selected a random sample of 49 individuals. A questionnaire was used as the study tool. A field visit was conducted, and a total of 46 questionnaires were distributed. A descriptive analytical approach was used to arrive at the results. To analyze the data, several appropriate statistical methods were employed, using SPSS statistical software.

The results obtained demonstrated that e-management plays a significant and positive role in improving customer loyalty to the institution under study by improving performance, reducing service delivery time, and strengthening the relationship between the institution and its customers.

Keywords :

E-management, customer loyalty, organization.

قائمة المحتويات

I	الإهداء
II	شكر و عرفان
□	الملخص:
VI	قائمة الاشكال:
VII	قائمة الجداول:
□	قائمة الملاحق:
أ	المقدمة
الفصل الأول: الادبيات النظرية والتطبيقية للإدارة الالكترونية و ولاء الزبائن	
6	تمهيد الفصل:
7	المبحث الأول: الادبيات النظرية
7	المطلب الأول: الإدارة الالكترونية و ولاء الزبائن
10	المطلب الثاني: أهمية و اهداف الإدارة الالكترونية
11	المطلب الثالث: أسباب التحول و خصائص و مزايا الإدارة الالكترونية
13	المطلب الرابع: متطلبات الإدارة الالكترونية و معيقاتها
16	المبحث الثاني: الادبيات التطبيقية للإدارة الالكترونية و ولاء الزبائن
16	المطلب الأول: الدراسات العربية
19	المطلب الثاني: الدراسات الاجنبية
20	المطلب الثالث: مقارنة الدراسة بالدراسات السابقة
22	خلاصة فصل:
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
	تمهيد:
24	
25	المبحث الأول: الاطار المنهجي للدراسة
25	المطلب الأول: عينة و مجتمع الدراسة
26	المطلب الثاني: متغيرات الدراسة و ادواتها
29	المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة و مناقشتها
29	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة
45	المطلب الثاني: نتائج اختبار الفرضيات
47	خلاصة الفصل:
49	الخاتمة:
52	المراجع:
55	الملاحق:
65	الفهرس:

قائمة الأشكال:

الصفحة	العنوان	الشكل
12	خصائص الإدارة الالكترونية	01-01
15	متطلبات الإدارة الالكترونية	02-01
30	توزيع افراد العينة حسب الجنس	01-02
31	توزيع افراد العينة حسب السن	02-02
32	توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي	03-02
33	التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب الاقدمية	04-02
34	توزيع العينة حسب الوظيفة	05-02
40	يمثل خط الانحدار	06-02

قائمة الجداول:

الصفحة	العنوان	الجدول
21	الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة	01-01
25	يوضح مجتمع الدراسة	01-02
25	احصائيات الاستبيانات الموزعة والصالحة	02-02
27	مجال المتوسط الحسابي مرجح لكل مستوى (مقياس ليكارت الثلاثي)	03-02
28	ثبات الأداء حسب المعامل الفا كرونباخ	04-02
29	توزيع افراد العينة حسب الجنس	05-02
30	توزيع افراد العينة حسب السن	06-02
31	توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي	07-02
33	توزيع افراد العينة حسب الاقدمية	08-02
34	توزيع افراد العينة حسب الوظيفة	09-02
35	نتائج إجابات الافراد العينة على عبارات المحور الاول	10-02
36	نتائج إجابات افراد العينة على عبارات المحور الثاني	11-02
37	نتائج إجابات الافراد العينة على عبارات المحور الثالث	12-02
38	معامل ارتباط بارسون بين الإدارة الالكترونية وولاء الزبائن	13-02
39	يوضح تحليل الانحدار الخطي باستخدام طريقة المربعات الصغرى	14-02
39	خط الانحدار	15-02
41	قيم معاملات خط الانحدار	16-02
42	نتائج اختبار T-TEST دراسة فروق المتغيرات لمتغير الجنس	17-02
43	تحليل اختبار ANOVA لمتغير الجنس	18-02
43	تحليل ANOVA لمتغير المستوى التعليمي	19-02
44	تحليل اختبار ANOVA لمتغير الاقدمية	20-02
44	تحليل اختبار ANOVA لمتغير الوظيفة	21-02

قائمة الملاحق:

الصفحة	عنوان	الرقم
55	قائمة المحكمين	01
55	استمارة الاستبيان	02
58	هيكل التنظيمي لمؤسسة موبيليس	03
59	بعض من مخرجات برنامج spss	04

مقدمة

توطئة :

اضحى التغيير الإداري أحد أبرز سمات العصر الحديث، ما يفرض ضرورة التفاعل معه واستثماره بكفاءة عالية، إذ بات الأمر لا مفر منه لمواكبة التطورات المتسارعة التي تواجه المؤسسات. فلم يعد بمقدور مسؤول تجاهل أهمية فهم بيئة التغيير والتعامل معها بفاعلية. وقد نتج عن هذا التحول انتقال الإدارة من الأساليب التقليدية المعتمدة على المعاملات الورقية والإجراءات الروتينية، إلى الإدارة الإلكترونية التي تمثل استجابة حديثة لمتطلبات العصر الرقمي. فقد ظهرت الإدارة الإلكترونية كاستجابة حتمية للتحديات المتسارعة في العصر الحديث، التي تشمل العولمة، وثورة الانترنت توسع الفضاء الرقمي. وتعود بدايات الإدارة الإلكترونية إلى عام 1973 في الولايات المتحدة، حيث بدأت بالتطور بعد انتشار شبكة الانترنت حتى أصبحت وسيلة فعالة تدير بها الدول والمؤسسات أنشطتها المتنوعة. وقد حظت الإدارة الإلكترونية بأهمية كبيرة في ضوء التحول التدريجي نحو الزبون كمحور أساسي في العملية الإدارية حيث لم يعد الهدف يقتصر على استقطابه، بل أصبح الحفاظ على ولائه وتنمية علاقته بالمؤسسة هدفا استراتيجيا تسعى إليه المؤسسات والمنظمات الحديثة. إذ يعد ولاء الزبون أحد المؤشرات الحيوية لقياس نجاح المؤسسة واستمراريتها في بيئة تنافسية متغيرة باستمرار.

1- الإشكالية :

في ظل التطور التكنولوجي المتسارع والتحول الرقمي الذي تشهده المؤسسات على مختلف الأصعدة. أصبحت الإدارة الالكترونية ضرورة ملحة لتحسين الأداء وتلبية متطلبات الزبائن المتزايدة. إذ تسهم الإدارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات، تسريع المعاملات، وتوفير قنوات تواصل فعالة، مما يعزز من رضا الزبائن وولائهم. لكن على رغم من هذه الإمكانيات، لا تزال بعض المؤسسات تواجه تحديات في توظيف تقنيات الإدارة الالكترونية بشكل فعال يحقق هذا الولاء المستدام.

مما سبق نطرح الإشكالية التالية:

الى أي مدى تساهم الإدارة الالكترونية في تحسين ولاء الزبائن؟

ولمعالجة الإشكالية السابقة يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- 1) ما هو مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية في مؤسسة موبيليس؟
- 2) هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دور الإدارة الالكترونية وتحسين ولاء الزبائن؟
- 3) هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي للمتغيرات الشخصية؟

2- الفرضيات :

- 1) هناك مستوى عالي في تطبيق الإدارة الالكترونية في مؤسسة موبيليس.
- 2) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دور الإدارة الالكترونية وتحسين ولاء الزبائن
- 3) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي للمتغيرات الشخصية

3- أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى:

- 1) التعرف على التحديات التي تواجه المؤسسة عند تطبيق الإدارة الالكترونية، وكذا العقبات التي تعيق تحقيق أهدافها.
- 2) التركيز على أهمية ودور الإدارة الالكترونية في المؤسسة المدروسة مؤسسة موبيليس بورقلة وكذا مدى مساهمتها في تحسين ولاء الزبائن.
- 3) إبراز فعالية الإدارة الالكترونية ودورها المتزايد من خلال اعتماد على تكنولوجيا المعلومات في معالجة الوثائق وتبادل البيانات داخل المؤسسة.

4- أهمية الدراسة :

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من تركيزها على دور الإدارة الالكترونية في تحسين وتعزيز ولاء الزبائن، خاصة في ظل التحول الرقمي الذي يشهده العالم اليوم، فمع التطور المستمر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، أصبح من

الضروري على المؤسسات اعتماد على اليات رقمية فعالة لتحسين جودة الخدمات المقدمة، وضمان رضا الزبائن وولائهم، ويعد ولاء الزبائن عنصرا أساسيا في استمرارية المؤسسة ونجاحها في بيئة تنافسية. اذن تسعى هذه الدراسة الى تسليط الضوء على كيفية مساهمة الإدارة الالكترونية في بناء علاقة قوية مع الزبائن، وتحقيق مستويات اعلى من الرضا والثقة والارتباط بالمؤسسة.

5- مبررات اختيار الموضوع:

- (1) توافق الموضوع وطبيعة التخصص.
- (2) تركيز المؤسسات على ولاء الزبائن.
- (3) الأهمية المتزايدة للإدارة الالكترونية.

6- صعوبات البحث:

صعوبة تجاوب العمال مع الاستبيان، وتشمل كذلك صعوبة استرجاع البيانات.

7- منهج البحث والأدوات المستخدمة:

في ظل طبيعة الموضوع يمكننا الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، وأسلوب دراسة الحالة في شق التطبيقي.

المنهج الوصفي التحليلي: من اجل الوصول الى المعرفة الدقيقة لعناصر الإشكالية، عن طريق اظهار مختلف الجوانب النظرية للموضوع، وهذا من اجل الوصف المثالي للظاهرة، ثم التحليل والاستنتاج للوصول الى نتائج علمية بطريقة موضوعية.

الأدوات المستخدمة: الاستبيان: وذلك لجمع المعلومات والبيانات الميدانية وتحليلها. بالإضافة الى استخدام برنامج SPSS في معالجة الإحصائية.

8- هيكل الدراسة:

لقد تم تقسيم هذه الدراسة على النحو التالي:

- مقدمة: تناولنا فيها نظرا شاملة على الموضوع من حيث الهدف والأهمية وصعوبات الدراسة.
- الفصل الأول: يتناول مبحثين يتمثل المبحث الأول الأدبيات النظرية للموضوع، لنهي هذا الفصل بالمبحث الثاني الذي يتمثل في مجموعة من الدراسات السابقة المختلفة العربية والأجنبية في الأدبيات التطبيقية.

- الفصل الثاني: يتناول دراسة ميدانية، تضمن المبحث الأول فيها تقديم مؤسسة محل الدراسة، والمبحث الثاني تطرقنا فيه الى الطريقة والأدوات والتحليل.
- خاتمة: تطرقنا فيها إلى أهم النتائج.

الفصل الأول: الادبيات النظرية

والتطبيقية للإدارة الالكترونية

وولاء الزبائن

تمهيد الفصل الأول :

تواجه المؤسسات المعاصرة تحديات متزايدة تهدد استمراريتها وبقائها في ظل بيئة خارجية تتسم بعدم الاستقرار وسرعة التغير، لاسيما فيما يتعلق بتبدل رغبات ومتطلبات الزبائن. وفي هذا السياق، تسعى المؤسسات الى تبني استراتيجيات فعالة للحفاظ على زبائنها الحاليين لديهم. بما يساهم في تعزيز مستويات الولاء لديهم. باتت المؤسسات تعتمد على الإدارة الالكترونية كمدخل استراتيجي يساعد في وصول الى الأهداف. مما يستوجب دراسة ابعاد وتحليل تأثيرها على ولاء الزبائن.

المبحث الأول، ستنتم فيه معالجة الادبيات النظرية للفصل التي تتمثل في مفاهيم أساسية في الإدارة الالكترونية ومعرفة كل ما يتعلق بها

المبحث الثاني، سنقوم من خلاله عرض مجموعة من الدراسات السابقة في موضوع التعرف على نقاط التشابه والاختلاف بينها وبين دراستنا ومحاولة تغطية النقائص التي وجدناها في الدراسات السابقة

المبحث الأول: الادبيات النظرية

تعد الإدارة الالكترونية من ثمار المنجزات التقنية في العصر الحديث، ولإحاطة بها حاولنا من خلال هذا المبحث التطرق للمعظم الجوانب التي لها صلة بالإدارة والإدارة الالكترونية خاصة من تعاريف وأهمية وخصائص و ثم محاولة اسقاط هذه المفاهيم على ولاء الزبائن وذلك من خلال المطالب التي سنقدمها:

المطلب الأول: ماهية الإدارة الالكترونية وولاء الزبائن

سنقول بتقسيم هذا المطلب الى عدة فروع لنتمكن من محاولة تغطية الموضوع الإدارة الالكترونية، وعلى هذا الأساس نجد:

الفرع الأول: مفهوم الإدارة

لغة: كلمة الادارة مشتقة من أصل لاتيني مكون من قطعتي هما (Ad) و(To) ومعناها يخدم أو يساعد اخرين وفي اللغة

الانجليزية يطلق عليها إحدى اللفظيين التاليين:¹

*لفظ (management) وتعني مهام الادارة في مستويات التنفيذ والعمل الجاري، ويطلق هذا اللفظ على ما يقوم

به المدير في منظمة الاعمال التي تسعى الى تحقيق الربحية.

*لفظ (Administration) وهو يشير الى المهام الأساسية التي تنهض بها الإدارة العليا يطلق هذا اللفظ على الإدارة في مجال المنظمات التي لا تسعى الى الربحية أي القطاع الحكومي.

اصطلاحاً: أما من الناحية الاصطلاحية فقد تعددت واختلفت تعريفات الإدارة وفي هذا الإطار نجد:

- تعريف فريدريك تايلور أبو الإدارة العلمية (Scientific management) والذي يعرفها أنها " المعرفة الصحيحة لما يراد أن يقوم به العاملون ثم التأكد من أنهم يفعلون ذلك بأحسن طريقة وبأقل التكاليف".²

- وعرفها هنري فايول صاحب الأربعة عشر مبدأ المشهورة في الإدارة على أنها " أن تتنبأ وتخطط وتنظم وتصدر الأوامر وتنسق وتراقب".³

¹ محمد سمير احمد: الإدارة الالكترونية ، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2009، ص21، ص22

² احمد بطاح، حسن الكعاني: الإدارة التربوية رؤية المعاصرة، ط1، دار الفكر ناشيون وموزعون، عمان، 2016، ص15

³ محمد سمير احمد: الإدارة الالكترونية، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2009، ص23

الفصل الأول.....الادبيات النظرية والتطبيقية

تعريف إبلي **Appley**: ذكر هذا التعريف في مجلة الأفراد التي تصدرها جمعية الإدارة الأمريكية حيث أوردت: «أن الإدارة هي تنفيذ الأعمال عن طريق مجهودات أشخاص آخرين لوظيفة تنقسم على الأقل إلى نوعين رئيسيين من المسؤولية الأولى هو التخطيط والثانية هي الرقابة»¹.

- وفي مجال آخر يحاول أحد الباحثين أن يضع للإدارة تعريفاً مناسباً أكثر استقلالية فيعتبرها " فن أو علم توجيه وتسيير وإدارة عمل الآخرين بقصد تحقيق أهداف محددة ".
- وتحليل آخر للإدارة " هي نمط من أنماط الجهود الإنسانية التعاونية التي تتسم بدرجة عالية من المعقول ".
ومن خلال مما سبق يمكننا نأخذ بان الإدارة عبارة عن عملية منظمة تريد الوصول الى الأهداف الموضوعية بكفاءة وفاعلية عالية.

الفرع الثاني: مفهوم الإدارة الالكترونية

تناول الباحثون في مجال علم الإدارة والفكر الإداري الذي يهتم بمظاهر التكنولوجيا الحديثة واستخدامها في مجال العمل والتنظيمات الإدارية العديد من التعريفات نذكر منها ما يلي:
عرفها كل من الأستاذ سعد غالب ياسين بأنها منظومة متكاملة من الأنشطة والاعمال التي تنفذ بشكل الكتروني عبر الشبكات فهي بذلك وظيفة لإنجاز الاعمال والأنشطة باستعمال الوسائل والنظم الالكترونية، وعلى هذا الأساس تعتبر من الناحية العلمية وظيفة ديناميكية مستمرة لترقية انجاز الاعمال عبر استخدام شبكات الاتصالات والتي في مقدمتها شبكة الانترنت"².

كما عرفها الدكتور محمد سمير أحمد بأنها: "استخدام الوسائل والتقنيات الإلكترونية بكل ما تقتضيه الممارسة أو التنظيم أو الاجراءات أو التجارة أو الإعلان"³.

- تعريف الدكتور نجم عبود نجم بأنها "العملية الإدارية القائمة على الإمكانيات المتميزة للإنترنت وشبكات الأعمال في تخطيط وتوجيه الرقابة على الموارد والقدرات الجوهرية للشركة والآخرين بدون حدود من أجل تحقيق أهداف الشركة."⁴

¹ محمد الصيرفي: الإدارة الالكترونية للموارد البشرية، مؤسسة حورس لنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية، 2008، ص17.
² كوثر منسل: تفعيل دور الإدارة الالكترونية في الجزائر-نحو بروز قانون الإدارة الالكترونية، أطروحة دكتوراه، جامعة 8ماي 1945- قالم، 18ماي 2023، ص23
³ محمد سمير احمد: الإدارة الالكترونية، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2009، ص25
⁴ نجم عبود نجم: الإدارة الالكترونية-استراتيجية والوظائف، دار الازوري العلمية للنشر، ط1، عمان، الأردن، 2008، ص125

الفصل الأول.....الادبيات النظرية والتطبيقية

وتعرف الإدارة الالكترونية بانها تكسر حاجز الزمان والمكان من الداخل والخارج للحصول على الخدمات، والالتزام دائم من الإدارة بتطوير وتمكين كافة النشاطات وتبسيط الإجراءات وسرعة وكفاءة انجاز.

الفرع الثالث: ولاء الزبائن

أولاً: مفهوم الولاء

من خلال المطالعة في ادبيات الدراسة، تبين اننا الولاء كمصطلح له جذور قديمة وتعددت تعريفات حوله نذكر منها:

عرفه عبد السلام أبو قحف بانه "تمسك الزبون ورغبته في شراء علامة معينة والاحتفاظ بها والحرص على طلبها دون غيرها من المنتجات الشبيهة او البديلة".¹

ويقول Oliver بان "التزام عميق الجذور لشراء او امتلاك المنتج او الخدمة المفضلة في المستقبل على الرغم من التأثيرات الحالية والتأثيرات التسويق التي تسبب حدوث سلوك متباين محتمل".²

ويقول Barlow يرى اننا الولاء عبارة عن "استراتيجية تعمل على تحديد أداء أفضل العملاء وتحافظ عليه وتقوم بزيادته من خلال علاقة تفاعلية طويلة الأمد وذات قيمة مضافة".³

ومن خلال التعاريف السابقة، يمكننا القول ان الزبون الذي يقوم بتكرار شراء وعن قناعة تامة من علامة واحدة مع توفر البدائل فهو زبون وفي يمتلك ولاء اتجاه تلك العلامة.

ثانياً: مفهوم الزبون

شهد مفهوم الزبون عدة تعاريف منها:

يعرف الزبون: بانه ذلك الشخص الداخلي او الخارجي والذي يقتني منتج مؤسسة ما لتلبية حاجته ورغباته عن طريق عملية الشراء او المبادلة.⁴

كما يعرف البعض الزبائن على اهم: مختلف الأطراف التي تتعامل معهم المؤسسة او تربطهم علاقة معينة بها.⁵

من خلال التعاريف السابقة نستنتج ان الزبون هو ذلك الشخص المعنوي او الاعتباري الذي يقوم بشراء السلع او الخدمات لاستهلاكها بطريقة رشيدة.

¹ هالة قحف: دور التسويق بالعلاقات في تعزيز ولاء الزبائن للعلامة موبيليس، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2014، ص9

² غسان قاسم داود اللامي: إدارة التسويق وتوجيهات جديدة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص118

³ صفاء فرحات: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق ولاء الزبائن، ملفات الأبحاث في الاقتصاد والتسيير، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير العدد الثامن، الجزائر 2019، ص62

⁴ ريمة فوغالي، فرين نسرين: إدارة علاقات الزبون كاساس للميزة التنافسية بالمؤسسة الخدمية، مذكرة ماستر كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 2022، ص4

⁵ نذير بياز: ابعاد جودة الخدمة على رضا الزبون في قطاع الاتصالات، مذكرة ماستر في تسويق الخدمات، جامعة العربي بن مهيدي، ام بواقي، 2018، ص34

المطلب الثاني: أهمية واهداف الإدارة الإلكترونية

الفرع الاول: أهمية الإدارة الإلكترونية

ان استخدام تكنولوجيا المعلومات بمكوناتها المختلفة بالغة الأهمية وهذا راجل الى الفائدة التي تقدمها، تكمن الفائدة على مستوى المنظمة وعلى مستوى القومي وتمثل في:¹

1. تبسيط الإجراءات داخل المنظمات ما ينعكس إيجابا على مستوى الخدمات.
2. زيادة قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للمشاركة في حركة التجارة العالمية مع إيجاد فرص عمل جديدة.
3. تشجيع الاستثمار في المجال التكنولوجي.
4. تحسين مستوى أداء المنظمات الحكومية.
5. تقليل استخدام الورق مع ضمان عملية الحفظ والتوثيق ما يسمح بخفض تكاليف الخدمة وضمان جودته.
6. دعم صادرات الدولة مع حل الكثير من الصعوبات التي تعترض حركتها مع إمكانية الوصول الى الأسواق الخارجية.

الفرع الثاني: اهداف الإدارة الإلكترونية

للإدارة الإلكترونية اهداف منها ما يلي:²

1. تعميق مفهوم الشفافية والبعد عن المحسوبية.
2. الحفاظ على حقوق الموظفين من حيث الابداع والابتكار.
3. الحفاظ على سرية المعلومات وتقليل مخاطر فقدها.
4. إيجاد مجتمع قادر على التعامل مع معطيات العصر التقني.
5. تقديم خدمات لدى المستفيدين بصورة مرضية طيلة أيام الأسبوع.
6. هناك اهداف أخرى أيضا منها:³
6. تواصل أفضل وارتباط أكبر بين الإدارات المؤسسة الواحدة من شأنه تقديم خدمات أفضل.

¹ زروقي فاطمة الزهراء: الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمة العمومية، مجلة الجغرافية الاقتصادية، العدد1، مركز الجامعي تيبازة- الجزائر، 2024، ص26

² محمد سمير احمد: الإدارة الإلكترونية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص73

³ طارق عبد الرؤوف عامر: الإدارة الإلكترونية - نماذج معاصرة، ط1، دار السحابة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص34

7. تجميع البيانات من مصدرها الأصلي بصورة موحدة.
8. محاربة البيروقراطية والقضاء على تعقيدات العمل اليومية.
9. توفير البيانات والمعلومات للمستفيدين بصورة فورية

المطلب الثالث: أسباب التحول وخصائص ومزايا الإدارة الإلكترونية

الفرع الأول: أسباب التحول نحو الإدارة الإلكترونية

من أسباب التحول الى الدارة الالكترونية ما يلي:¹

1. التطور السريع في أساليب وتقنيات الاعمال.
 2. العجز في توحيد البيانات على مستوى المؤسسة.
 3. صعوبة الوقوف على معدلات قياس الأداء.
- وهنالك أسباب أخرى نذكر منها:²
4. ازدياد المنافسة بين المؤسسات وضرورة وجود اليات للتميز داخل كل مؤسسة تسعى للتنافس.
 5. التزام على تحقيق الاتصال المستمر بين العاملين من اجل اتساع نطاق العمل.
 6. العمل على توظيف استخدام التطور التكنولوجي والاعتماد على المعلومات في اتخاذ القرارات.

الفرع الثاني: خصائص الإدارة الإلكترونية

- مع انتشار العولمة والاقتصاد الشبكي وتزايد حدة المنافسة وتزايد الضغوط على المنظمات لتحسين الأنماط الإدارية والأنظمة التي تستخدمها، تزايدت أهمية الإدارة الالكترونية والتي تميزت بالعديد من الخصائص ومنها:³
1. زيادة الاتقان: من مزايا الإدارة الإلكترونية أهمها معالجة الفورية والدقة والوضوح التام في الإنجاز المعاملات وهذا ما جعلها تعتبر كألية عصرية في عمليات التطوير الإداري.
 2. فان انتهاج نموذج المنظمات الالكترونية بعد ذلك سيوفر ميزانيات ضخمة.

¹طارق عبد الرؤوف عامر، نفس المرجع السابق، ص45

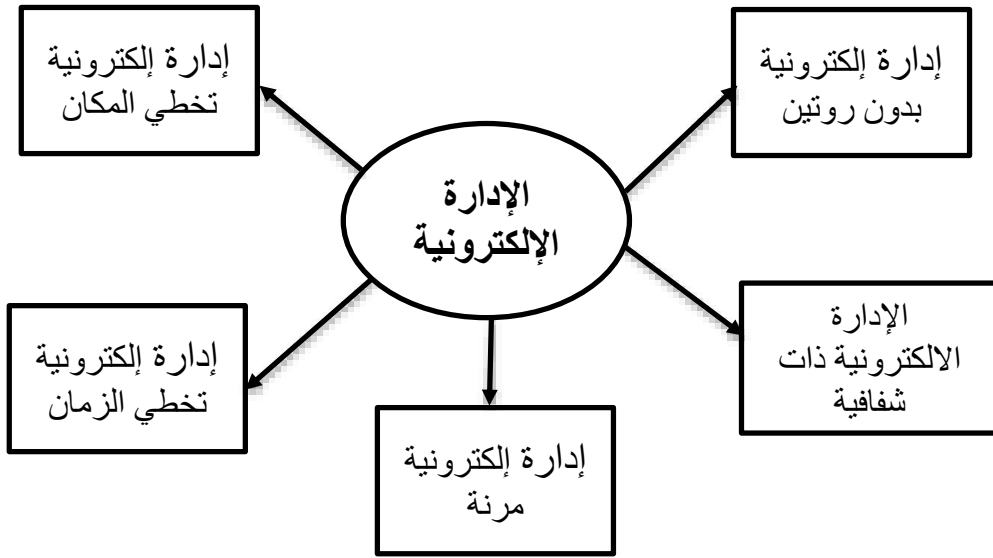
² فداء حامد: الادارة الالكترونية-الأسس النظرية والتطبيقية، ط1، دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص222

³ د. ودان يو عبد الله، مركان محمد البشير: البوابة الالكترونية للصفقات نحو تحسين الافضل للخدمة العمومية في اطار الإدارة الالكترونية، جامعة التكوين المتواصل-تيسمسيلت، مجلة المالية و الأسواق، 2015، ص107

الفصل الأول.....الادبيات النظرية والتطبيقية

3. تبسيط الإجراءات: امام الحاجة للتحديث والعصرنة الإدارية عملت جل الإدارات على ادخال المعلومات الى مصالحها، وحرصت على استخدامها استخداما أمثل، لما لها من إمكانيات وقدرات في تلبية حاجات المواطنين بشكل مبسط وسريع.

الشكل 01: يمثل خصائص الإدارة الإلكترونية



المصدر: من اعداد الطلبة .

يوضح الشكل (01) مجموعة من الخصائص الجوهرية التي تميز الإدارة الإلكترونية عن النمط التقليدي للإدارة. وتعد هذه الخصائص بمثابة الأسس التي تعكس طبيعة التحول الرقمي في المجال الإداري، حيث تهدف الى رفع الكفاءة، تحقيق المرونة، وتعزيز جودة الخدمات المقدمة للزبائن. ويوجد خصائص أخرى منها:¹

1. السرعة والوضوح: الابتعاد كل البعد عن إدارة البيروقراطية، مع تولى الإدارة الإلكترونية كل المعاملات والمعلومات وذلك لضمان سرعة إنجاز المعاملات بسرعة فائقة، وارسالها واستقبالها.
2. عدم التقيد بالزمان والمكان: وذلك من خلال توفر مواقع الإدارة عبر الانترنت مع إمكانية مراجعة طوال فترات اليوم

¹ محمد بن فوزي الغامدي: الإدارة الإلكترونية، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية اثناء النشر، شبكة الالوكة، 2022، ص20

3. إدارة المعلومات والاحتفاظ بها: انجاز وتبسيط المعلومات وهذا راجع لتوفر برامج للمراجع التي تتيح انجاز المعاملات.

4. المرونة: اختراق حدود الزمان والمكان وذلك راجع للاستجابة وتفاعل مع الاحداث بشكل سريع.

5. السرية والخصوصية: حجب المعلومات والبيانات مهمة عبر برامج خاصة تعمل بها الإدارة، لا يستطيع أي شخص الوصول اليها الى الذي يملك صلاحية لذلك.¹

الفرع الثالث: مزايا الإدارة الإلكترونية

للإدارة الإلكترونية عدة مزايا منها:²

1. تنظيم ومتابعة الادارات المختلفة للشركة وجعلها كأنها وحدة مركزية.
2. تجميع البيانات الأصلية بصورة موحدة ومركزية.
3. التعلم الدائم والمستمر وبناء المعارف.
4. توظيف تكنولوجيا المعلومات بشكل إيجابي وبناء ثقة العاملين بذلك.
5. سرعة توفر المعلومات وحسب الطلب وبجودة عالية.
6. زيادة رصيد الشركة في المنافسة والتميز على مستوى السوق العالمي.

المطلب الرابع: متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية ومعيقاتها

الفرع الاول: متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية.

من اجل التحول الى الإدارة الإلكترونية يجب المرور بالعديد من المراحل ولعناصر ومن هذه العناصر نذكر.³

1. عتاد الحاسوب (Hardware): ويتكون من العتاد ومكونات المادية للحاسوب ونظمه وشبكاته وملحقاته.

2. البرمجيات (Software): وهي تعني الشق الذهني من النظم وشبكات الحاسوب مثل: برامج البريد الإلكتروني، قواعد البيانات، البرامج المحاسبية، نظم إدارة الشبكة، مترجمات لغات البرمجة وأدوات تدقيق البرمجة.

¹ محمد بن فوزي الغامدي، نفس مرجع السابق، ص21

² مزره شعبان العاني، شوقي ناجي جواد: الإدارة الإلكترونية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص182

³ سعد غالب ياسين: الإدارة الإلكترونية وافاق تطبيقاتها العربية، فهرسة مكتبة الملك فهد اثناء النشر، 2006، ص24

3. شبكة الاتصالات (Communication Network): هي المواصلات الإلكترونية الممتدة

عبر النسيج اتصالي لشبكات الانترنت والإكسترنات التي تمثل القيمة للمنظمة وإدارتها الإلكترونية.

4. صناعة المعرفة (Knowledge Worekrs): ويقع في قلب هذه المكونات، ويتكون من

القيادات الرقمية والمديرون والمحللون للموارد المعرفية، ورأس المال الفكري في المنظمة.

وكل هذا العناصر يجب مراعاة الى متطلبات أخرى للقيام بمشروع الإدارة الإلكترونية ومنها:

1- المتطلبات التكنولوجية والاجتماعية:¹

- وهذا من خلال التقدم التكنولوجي ومتطلبات البنية التحتية للاتصالات:

- ترابط المجتمعات الإنسانية في ظل توجهات العولمة: ساهمت التوجهات العالمية المتزايدة نحو الانفتاح والترابط

والتكامل بين المجتمعات الإنسانية المختلفة في نشوء العولمة.

- الاستجابة لمتطلبات البيئة المحيطة مع التكيف معها: ان انتشار تطبيق الإدارة الإلكترونية في الكثير من المرافق

والمجتمعات يحتكم على كل دولة مواكبة التطورات الحاصلة واللاحق بها تجنباً للعزلة والتخلف.

2- المتطلبات الإدارية: تحتاج الإدارة الإلكترونية لكي لتحقيق للمنظمات الأهداف المبتغاة الى إدارة جيدة

تساند التطور والتغيير وتدعمه، وتاخذ بكل جديد مستحدث في الأساليب الإدارية، وذلك بضرورة وجود

قيادات إدارية إلكترونية تتعامل بكفاءة وفاعلية مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع قدرتها على الابتكار

وإعادة هندسة الثقافة التنظيمية.²

2- المتطلبات البشرية: يعتبر المورد البشري اهم الموارد التي يمكن استثمارها لتحقيق النجاح في أي مشروع وفي

أي منظمة، فلذلك يعتبر العنصر البشري ذو أهمية بالغة في تطبيق الإدارة الإلكترونية، حيث هو المنشأ

للإدارة الإلكترونية، فهو الذي اكتشفها ومن ثم طورها وسخرها لتحقيق أهدافه التي يصبوا اليها، لذلك

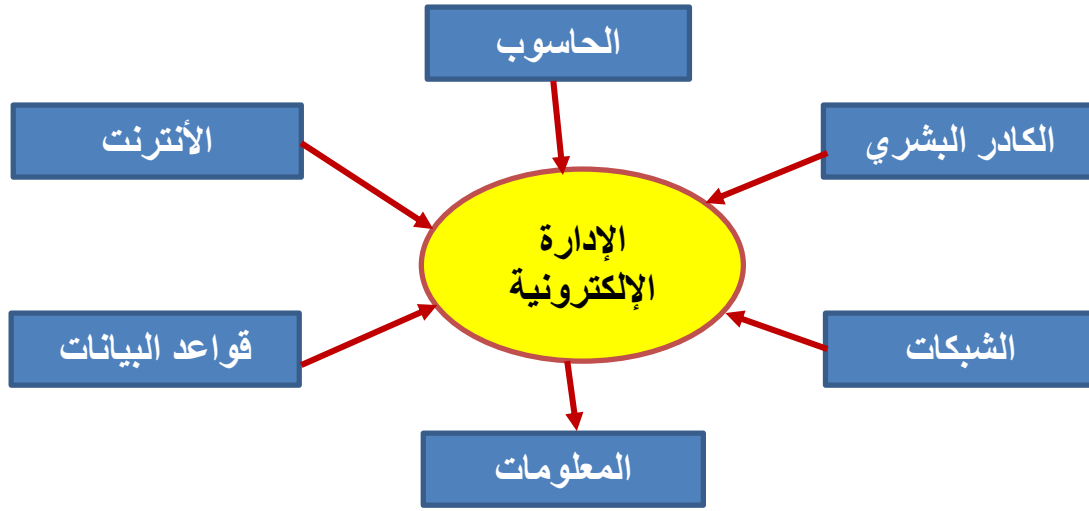
فان الإدارة الإلكترونية من والى العنصر البشري.³

¹ رابحي لخضر، لكل عائشة: الإدارة الإلكترونية كالية من اليات التنمية الإدارية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة الاغواط، العدد03، الجزائر2016، ص245

² سميحة علي احمد الغامدي: واقع الإدارة الإلكترونية وعلاقته بتطوير العمل الإداري، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد19، كلية التربية، جامعة الباحة،2018، ص352

³ عبدوني كافية، بن ححوبة حميد: الإدارة الإلكترونية في العالم العربي وسبل تطبيقها واقع وافاق، مجلة الأصل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد الثاني، جامعة عباس لغرور، خنشلة، ديسمبر 2017، ص229-230

الشكل 02: يمثل متطلبات الإدارة الإلكترونية



المصدر : العربي بوعمامة، رقاد حليلة، الاتصال العمومي والإدارة الإلكترونية رهانات ترشيد الخدمة العمومية، العدد9، جامعة الوادي، 2014، ص39

يوضح الشكل (02) العناصر الأساسية التي تعد من المتطلبات الجوهرية لتطبيق الإدارة الإلكترونية داخل المؤسسات. ويتبين من خلاله ان الإدارة الإلكترونية تمثل منظومة متكاملة تعتمد على التفاعل بين مجموعة من الموارد التقنية والبشرية والمعلوماتية، بما يضمن فاعلية الأداء الإداري وجودة الخدمات المقدمة.

الفرع الثاني: معيقات الإدارة الإلكترونية.

من بين لمعيقات ما يلي:¹

1- اختلاف النظم الإدارية داخل المنظمة الإدارية الواحدة.

كلما كانت النظم الإدارية في الجهة الإدارية متعددة وغير متجانسة تزيد من صعوبة تطبيق الإدارة العامة الإلكترونية، ولهذا يتطلب توحيد النظم الإدارية.

2- غياب الإرادة السياسية العليا وعدم اقتناع قيادات المنظمات الإدارية بدواعي التحول ومتطلباته.

بدون إرادة سياسية عليا لا يمكن نجاح الإدارة الإلكترونية، لذلك وجب على القيادات العليا القناعة بضرورة

التحول من الخدمة التقليدية الى الخدمة الإلكترونية

¹ حمدي القبيلات: قانون الإدارة العامة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص47

3- عدم توفر الحافز القوي لدى الموظفين العموميين لإنجاح عملية التحول احساسهم بأنهم جزء من عملية التحول والنجاح.¹

يجب اشراك الموظفين بتحول الى الإدارة الالكترونية، وعمل على تحفيزهم لتطبيق هذا النظام.

4- عدم توافر البنية التحتية الفنية الملائمة.

من أكبر المعوقات لتطبيق الإدارة الالكترونية هي عم توفر البنية التحتية المطلوبة، أي ان لتحقيق الإدارة الالكترونية يجب وجود بنية تحتية ملائمة.

5- معارضة الموظفين العموميين والافراد للتحول للإدارة الالكترونية.

الانسان في طبيعته عدو ما يجهل لذلك وجب تهيئة بيئة ملائمة لتطبيق الإدارة الالكترونية قبل البدء العمل بها، لأنها قد تواجه معارضة من الموظفين العموميين والافراد متلقي الخدمة على حد سواء.

المبحث الثاني: الادبيات التطبيقية

الدراسة العلمية تبنى من خلال محور مهما وهو مراجعة الدراسات السابقة والادبيات التطبيقية، وذلك لماها من أهمية في تحديد المشكلة وابعادها، وضبط متغيرات الدراسة والأدوات المستخدمة لمعالجة الموضوع واختبار الفرضيات، ومحاولة مناقشة ما توصلت اليه نتائج الدراسات السابقة تمكن الباحث من ابراز أوجه التشابه والاختلاف معها.

المطلب الأول: الدراسات العربية

أولاً: دراسة (دخيلي خالد) سنة 2022، بعنوان دور إدارة العلاقة مع الزبون الإلكترونية في كسب رضا الزبائن.

حيث هدفت هذه الدراسة ابراز دور العلاقة مع الزبون الإلكترونية في كسب رضا الزبائن، عن طريق تفعيل ابعاد (ECEM) في البنوك الجزائرية. استخدم الباحث المنهج الوصفي في الجانب النظري، حيث تم جمع المعلومات عن طريق توزيع 364 استبانة على عينة من زبائن بعض البنوك بولاية سطيف، وتم اختبار الفرضيات عن طريق SSPS V23

وقد خلصت الدراسة الى ان هناك أثر إيجابي وقوي لإدارة العلاقة مع الزبون الإلكترونية في كسب رضا الزبائن.

¹ حمدي القبيلات: مرجع السابق، ص48

الفصل الأول.....الادبيات النظرية والتطبيقية

ثانيا: دراسة (اسيا سليمان تيش تيش) سنة 2022، بعنوان الإدارة الالكترونية وتأثيرها على عمليات إدارة المعرفة، وكانت دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر في سكيكدة.

حيث هدفت الدراسة الى تحديد أثر الإدارة الالكترونية على عمليات إدارة المعرفة. عن طريق الفرضيات الاتية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $0,05 \leq \alpha$ للإدارة الالكترونية على عمليات إدارة المعرفة بقطاع محل الدراسة.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $0,05 \leq \alpha$ للإدارة الالكترونية على توليد المعرفة بقطاع محل الدراسة.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $0,05 \leq \alpha$ للإدارة الالكترونية على تخزين المعرفة بقطاع محل الدراسة

لتحقيق اهداف الدراسة تم صياغة استبيان كذلك مكون من محورين أساسيين، محور خاص بالإدارة الالكترونية واخر خاص بعمليات إدارة المعرفة، والذي تم توزيعه على عينة مكونة من 45 عامل، وتم استخدام طرق الإحصاء الوصفي والاستنتاجي لتحليل واختبار الفرضيات باستخدام برامج SPSS و في الخير نتجت الدراسة الى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة الالكترونية على عمليات إدارة المعرفة بالمؤسسة، وقدر بنحو 67,9 من المتغيرات في عمليات إدارة المعرفة ناتج عن التغيرات على مستوى الإدارة الالكترونية. وتوصلت الدراسة الى جملة من التوصيات أهمها: ضرورة الاهتمام بالإدارة الالكترونية لما لها من اهمية كبيرة في عمليات إدارة المعرفة وعمل على زيادة الاهتمام التوسع في توفير متطلباتها وبالتالي رفع من مستوى تطبيقه.

ثالثا: دراسة (عزوز ليلة) سنة 2022 بعنوان أثر الإدارة الالكترونية في تحسين أداء المؤسسة، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر في بسكرة.

حيث هدفت الدراسة الى التعرف على أثر واقع الإدارة الالكترونية من حيث قدرة تحسين مستويات الأداء بمؤسسة اتصالات الجزائر بقطاع محل الدراسة. ولتحقيق اهداف الدراسة تم اختبار على عينة عشوائية تتكون من 90 مفردة، وجعل الاستبانة أداة لدراسة وتم الاعتماد من اجمالي الاستبانات الموزعة على 40 استبانة، وهذا اعتمادا على المنهج الوصفي التحليل في معالجة من اجل الوصول الى نتائج الدراسة وتحليل البيانات، حيث تم اعتماد على أساليب إحصائية منها: تحليل الانحدار ومقاييس الإحصاء الوصفي.

ومن نتائج التي توصلت لها الدراسة هنالك علاقة ارتباط موجبة وقوية بين كل من ابعاد الإدارة الالكترونية (التنظيم الالكتروني، القيادة الالكترونية، الرقابة الالكترونية) بمتغير أداء المؤسسة، كما وضحت الفروق الموجودة ذات دلالة

الفصل الأول.....الادبيات النظرية والتطبيقية

إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 بين الإدارة الالكترونية والمتغيرات (العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، مجال الوظيفة الحالية)

وقدمت بعض التوصيات نحو ضرورة وضع برامج عمل سنوي يعتمد على تعزيز الإدارة الالكترونية، وكذلك الاعتماد على أساليب الحديثة في التكنولوجيا المعلومات والاتصال.

رابعاً: دراسة (اعمر مولاي وقادة يزيد) سنة 2021 بعنوان تطبيقات الإدارة الالكترونية في القطاع العمومي خلال جائحة كورونا، دراسة تطبيقية بمديرية الإدارة المحلية بولاية سعيدة.

حيث هدفت الدراسة الى واقع تطبيق الإدارة الالكترونية في القطاع العمومي خلال جائحة كورونا واستخدمت دراسة حالة عبر تحليل الاستبيان الذي وزع على جميع العاملين بقطاع محل الدراسة، حيث جاء في مضمون الاستبيان أسئلة حول ابعاد الإدارة الالكترونية الأربعة: عتاد الحاسوب، البرمجيات، شبكات الاتصال، صناع المعرفة.

توصلت الدراسة الى ان تطبيق الإدارة الالكترونية بمديرية المحلية بولاية سعيدة يرد الى: 76,90% الى شبكات الاتصال

خامساً: دراسة (زغابة مصطفى) 2022 بعنوان محاولة تقييم إدارة علاقات الزبائن في ضمان ولاء الزبون الجزائري دراسة حالة سوق شبكة الهاتف النقال في الجزائر بجامعة الجزائر3.

حيث هدفت الدراسة الى طبيعة تأثير إدارة العلاقات الزبائن على كل من رضا وولاء الزبون الجزائري. وتمثل قطاع دراسة حالة شبكة الهاتف النقال في الجزائر وجاءت العينة من مختلف شرائح الاجتماعية ومناطق الوطن حيث احتوت على (445) زبونا. تمت معالجة البيانات باستخدام (SPSS V26) حيث استعمله للإحصاء الوصفي والاختبارات: الصدق والثبات، الانحدار البسيط والمتعدد، معامل الارتباط بيرسون. ولقد تم اعتبار النتائج ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (05)

نتجت الدراسة عن وجود أثر موجب ذو دلالة إحصائية لأبعاد إدارة العلاقات الزبائن على ولاء الزبائن، علما ان ستة من بين تسعة ابعاد كانت ذات معنوية وهي بالترتيب كالتالي: القيم المشتركة، التعاون، الثقة، الالتزام، معالجة النزاعات والمعاملة. تم كذلك اثبات وجود علاقة طردية قوية من بين إدارة علاقات الزبائن ورضا الزبون حيث ان (CRM) يفسر حوالي (54) من مستوى التغير في رضا الزبون.

سادساً: دراسة (بن اشنهو 2010) بعنوان دراسة المكونات المؤثرة على ولاء الزبون على علامة Djezzy، دراسة امبريقية باستعمال نموذج معدلات المهلكية. هدفت الدراسة الى عرض المكونات السبعة المؤثرة على ولاء

الفصل الأول.....الادبيات النظرية والتطبيقية

الزبون للعلامة على غرار: الجودة المدركة، القيمة المدركة، والرضا، الثقة، الالتزام، التعلق، والوفاء، حيث تم تقييم سلام القياس المتعلقة بهذه المكونات ومقارنتها امبريقيا على أساس صلاحيتها وهيكلها التوفيقى باستعمال طريقة المعدلات الهيكلية. أكدت نتائج الدراسة تأثير تلك المكونات على ولاء الزبون بالعلامة بمعنى التأثير الإيجابي للجودة المدركة، القيمة المدركة، الرضا، الثقة، الالتزام، التعلق، على ولاء الزبون وتأثير السلبي لهذه الاخيرة على نية الزبون في تغييره بعلامة أخرى.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

أولا : دراسة (Seresht and other 2008)

بعنوان : E management: Barries and challenges in Iran

هدفت هذه الدراسة الى استعراض وتحليل أبرز التحديات التي تواجه تطبيق الإدارة الالكترونية في إيران. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، حيث شمل عينة البحث 45 هيئة متنوعة بين عامة وخاصة. وشارك فيها 200 خبير وعالم ومدير. توصلت الدراسة الى عدد من المعوقات التي تعرقل الإدارة الالكترونية في إيران، وقد تم تصنيفها كالتالي:

- معوقات إدارية من أهمها نقص وعي المدراء بالتكنولوجيا الحديثة، وكذلك عدم التزام الإدارة العليا بتطبيق تقنيات تكنولوجيا المعلومات.

- معوقات بشرية من أبرزها مقاومة الموظفين للتغيير، ضعف اهتمامهم وتحمسهم لتطبيق التكنولوجيا الحديثة.

- معوقات ثقافية واجتماعية من أهمها جهل المستخدمين والمواطنين بالتكنولوجيا.

- معوقات تنظيمية وهيكلية ومنها ضعف قنوات الاتصال داخل المنظمات ونقص الموارد المالية المخصصة للبرامج والأجهزة.

- معوقات تقنية تتمثل في ضعف في برامج وشبكات الاتصال.

- معوقات بنوية ومنها غياب شبكة متكاملة في إيران ونقص في القوانين واللوائح اللازمة، وأيضا ضعف التعاون بين الأقسام المختلفة في المؤسسات.

كما أظهرت الدراسة ان المعوقات الثقافية والتنظيمية هي من أبرز العوائق امام تطبيق الإدارة الالكترونية، بينما تعتبر المعوقات التقنية والبشرية اقل تأثيرا.

الفصل الأول.....الادبيات النظرية والتطبيقية

ثانيا: دراسة (Anupreet kaur Mokha، Pushpender kumar 2020)

بعنوان: A study on relationship between electronic relationship managment E

CRM and customer loyalty in the banking industry

هدفت الدراسة الى بحث في تأثير علاقة العملاء الالكترونية الذي يقاس (المنتجات والخدمات المخصصة، والأمان، وطرق الدفع البديلة وحل المشكلات، والملاحظات عبر الانترنت، الأسئلة الشائعة) على ولاء العملاء في القطاع المصرفي. ومن اجل جمع المعلومات والبيانات تم استخدام الاستبيان حيث قدر ب 300 (150 من كل البنوك من القطاعين العام والخاص) في دلهي-الهند. وتم استخدام كل من اختبارا المستقل وتحليل الانحدار الخطي المتعدد من اجل تحليل البيانات.

نتائج هذه الدراسة ان جميع الابعاد الستة لإدارة علاقات العملاء الالكترونية لها علاقة إيجابية كبيرة مع ولاء العملاء. وتقدم كذلك هذه الدراسة فائدة إدارية حيث تساهم في مساعدة مديري إدارة العلاقات العملاء الالكترونية في عملية صنع القرار.

المطلب الثالث: مقارنة الدراسة بالدراسات السابقة

تعتبر كل من دراسات السابقة قريبة الى للإشكالية التي تعالجها الدراسة الحالية إلا أن دراستنا تختلف عن هذه الدراسات وغيرها من الدراسات الأخرى في مجموعة من النقاط يمكن أن نلخصها فيما يلي:

الجدول 01-2: الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

المجال	الدراسة الحالية	الدراسات السابقة
من حيث الزمان والمكان	أُنجزت دراستنا خلال السداسي الثاني من الموسم الدراسي 2025/2024 أما بالنسبة للحدود المكانية فكانت في ولاية ورقلة (الجزائر).	تمت في بيئات عربية وأجنبية وكانت من سنوات 2008 إلى 2022، حيث شملت الدراسات مختلفة
من حيث العينة	ركزنا في دراستنا دراسة حالة مؤسسة موبيليس ولاية ورقلة	ركزت معظم الدراسات على عينات مختارة أي موجهة إلى فئة معينة من مجتمع الدراسة،

الفصل الأول.....الادبيات النظرية و التطبيقية

معظم الدراسات استخدمت المنهج الوصفي التحليلي لتوضيح جوانب الموضوع النظرية، بالإضافة إلى منهج دراسة الحالة في الدراسة التطبيقية.	اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الموضوع، بالإضافة إلى منهج دراسة الحالة في الدراسة التطبيقية.	من حيث منهج الدراسة
تنوعت الدراسات السابقة بين القطاع الخاص والعام	استهدفت الدراسة قطاع الاتصالات، حيث كانت على عينة من المؤسسة موبيليس	من حيث نوع القطاع
تناولت الدراسات السابقة الإدارة الالكترونية او ولاء الزبائن بالإضافة الى مجموعة من المتغيرات الأخرى	اعتمدت دراستنا على دراسة دور الإدارة الالكترونية في تحسين ولاء الزبائن.	من حيث المتغيرات
تشابهت تقريبا كل الدراسات السابقة في معالجة نفس الهدف وهو التعرف على الإدارة الالكترونية، كما ان هناك دراسات قامت بمعالجة ولاء الزبائن	تهدف هذه الدراسة إلى تقديم والتعريف بأهمية الإدارة الالكترونية ولما تبنيه من ارتباط مستمر مع الزبون	من حيث الهدف

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل، يتضح لنا مستوى التطور الذي وصلت اليه الإدارة الالكترونية وبعد أهميتها النسبي للمؤسسات خلال القرن الحادي والعشرون، مما ادي أي سعي مختلف المنظمات والمجتمعات الى مواكبة هذا التطور، تفاديا للاحتمالات التخلف والعزلة، والاستمرار مع متطلبات عصر السرعة والمعلومات والتنافس في تقديم السلع والخدمات. ويلاحظ ان معطيات الإدارة الالكترونية في قطاع ولاء الزبائن تتفوق من حيث الدقة والسهولة، وذلك بهدف خلق بيئة وثقافة الكترونية حديثة تساهم في تحسين التسيير داخل المؤسسة، وتقلص من تكاليف الوقت والجهد، وذلك من خلال اشراك الزبائن في معاملات المؤسسة والحصول على كافة التسهيلات اللازمة من اجل مواصلة سيورة العمل وفق تكنولوجيا حديثة تتماشى مع متطلبات الزبائن من اجل ضمان ولائهم.

الفصل الثاني: دراسة ميدانية

تمهيد الفصل :

سنحاول في هذا الجزء تقديم لمقر الدراسة وإبراز الطريقة المستخدمة في الجانب الميداني وكذا الأدوات المستخدمة وذلك استعمال البرنامج الاحصائي spss، وكذلك من خلال عرض النتائج الوصف الاحصائي.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الثاني: نتائج الدراسة ومناقشتها

المبحث الأول: الإطار المنهجي لدراسة .

في هذا المبحث سيتم استعراض الطريقة المعتمدة والأدوات المستعملة في الدراسة التطبيقية. حيث سيتم تقسيم هذا المبحث الى مطلبين رئيسيين، ففي المطلب الأول سنتطرق فيه الى طريقة المستعملة والعينة المختارة من مجتمع الدراسة، اما المطلب الثاني سنتطرق فيه الى الأدوات التي استعملت في الدراسة الميدانية.

المطلب الاول: مجتمع وعينة الدراسة

الفرع الاول: مجتمع الدراسة

كون الظاهرة تتعلق بدور الإدارة الالكترونية في تحسين ولاء الزبائن بمؤسسة موبيليس _بورقلة_ فان مجتمع المقصود بالدراسة هنا كان الموظفين العاملين على مستوى المؤسسة.

الجدول (02-1): يوضح مجتمع الدراسة

عدد عمالها	نوع المؤسسة	تاريخ التأسيس	المؤسسة
بلغ عدد عمالها 125 عامل	مؤسسة عمومية اطارها القانوني شركة ذات أسهم	تأسست سنة 2004	مديرية الجهوية موبيليس ورقلة

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على وثائق المؤسسة

الفرع الثاني: عينة الدراسة

تمثلت عينة الدراسة في 46 فردا من الموظفين حيث كانت عينة عشوائية، و لجدول التالي يوضح عينة الدراسة:

الجدول (02-2): إحصائيات الاستبيانات الموزعة والصالحة

الاستمارات الموزعة ورقيا	الاستمارات المسترجعة	الاستمارات الملغاة	الاستمارات الصالحة	
46	44	2	44	العدد
%100	%96	%4	%96	النسبة المئوية

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على الاستبيانات المعدة

المطلب الثاني: أدوات الدراسة

خلال هذا المطلب سنتطرق إلى التفصيل في أدوات الدراسة المستخدمة، بداية بأدوات جمع المعلومات ثم الأدوات والأساليب الإحصائية التي اعتمدنا عليها في حساب النتائج.

الفرع الأول: أدوات جمع البيانات

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي باعتباره يصف الدراسة بمعلومات وبيانات كمية وكيفية واعتمدت في جمع البيانات على الأدوات التالية:

أولاً: الاستبيان

يمثل الاستبيان مجموعة من الأسئلة تم تصميمها بناء على الدراسات السابقة المماثلة لموضوع الإدارة الإلكترونية وولاء الزبائن (أنظر الملحق 1)، تم تقسيمه إلى قسمين:

1- القسم الأول: يحتوي على البيانات الشخصية للموظفين.

2- القسم الثاني: يحتوي على مجموعة من الفقرات الاستقصائية حول المتغيرين الإدارة الإلكترونية وولاء الزبائن وتم تقسيمه إلى ثلاث محاور كالتالي:

1. المحور الأول: تناول متغير الإدارة الإلكترونية حيث تضمن 10 فقرات؛

2. المحور الثاني: تناول متغير ولاء الزبائن واحتوى على 07 فقرات؛

3. المحور الثالث: تناول متغير مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين ولاء الزبائن حيث يحتوي 07 فقرات.

ثانياً: المقابلة

تعتبر المقابلة من أهم وسائل جمع المعلومات، ولتأكيد ودعم النتائج والمحصل عليها من الاستبيان وكذلك توضيحها نظراً لاختلاف وجهات النظر استعنا بالمقابلة الشخصية مع مجموعة من موظفي مؤسسة موبيليس _بورقلة.

ثالثاً: الملاحظة

تم تدوين بعض الملاحظات التي تعتبر مثالا حيا يؤكد مدى صحة المعلومات، وذلك انطلاقاً من محيط المؤسسة.

الفرع الثاني: الأدوات الإحصائية

تمت الاستعانة ببرنامج Excel 2007 في تفرغ البيانات الأولية للاستبيان وفي تصميم الأشكال البيانية، وتم

قياس وتحليل البيانات الأولية بالاعتماد على برنامج SPSS حيث اشتمل ذلك على:

الأساليب الإحصائية التالية:

1. اختبار ألفا كرونباخ لقياس مستوى الثبات في فقرات الاستبيان؛

2. تم حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الصفات الشخصية لعينة الدراسة؛
 3. المتوسط الحسابي لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض في استجابات أفراد الدراسة على كل فقرة من فقرات متغيرات الدراسة؛
 4. الانحراف المعياري للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل فقرة من متغيرات الدراسة عن متوسطها الحسابي؛
 5. معامل الارتباط بيرسون لتحديد العلاقة بين الإدارة الإلكترونية وولاء الزبائن.
 6. اختبار T-test لدراسة الفروق لعينيتين مستقلتين؛
 7. اختبار تحليل تباين أحادي ANOVA لمعرفة الفروق في إجابات العينة والتي تعزي المتغيرات الديمغرافية؛
 8. كذلك تم الاستعانة ببرنامج Excel في رسم الأشكال.
- للإجابة على العبارات الخاصة بالإدارة الإلكترونية وولاء الزبائن في الاستبيان تم الاعتماد على مقياس ليكارت ذي 3 درجات، نظرا لاستخدامه في الكثير من الدراسات السابقة في هذا المجال يطلب من العمال إعطاء درجة موافقتهم على كل عبارة من العبارات الواردة على مقياس ليكارت الثلاثي كما يلي:
- موافق تعطى لها ثلاث درجات.
 - محايد تعطى لها درجتان.
 - غير موافق تعطى لها درجة واحدة.

وحسب الدراسات السابقة يقسم ليكارت الثلاث كما هو موضح في الجدول:

الجدول (02-3): مجال المتوسط الحسابي المرجح لكل مستوى (مقياس ليكارت الثلاثي)

المستوى	المتوسط المرجح
غير موافق (منخفض)	من 1 إلى 1.66
محايد (متوسط)	من 1.67 إلى 2.33
موافق (مرتفع)	من 2.34 إلى 3

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الدراسات السابقة

الفصل الثاني.....دراسة ميدانية

- حيث يتم تحديد مجال المتوسط الحسابي من خلال المدى (2=3-1) ثم نقسمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية (0.66=3/2) ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي (1) وذلك لتحديد الحد الأدنى لهذه الخلية وهكذا يصبح طول الخلايا كما هو موضح في الجدول (2-3).

الفرع الثالث: صدق وثبات الاستبيان:

لقد تمت إجراء عدد من الاختبارات على الاستبيان للتأكد من صحته وثباته مستخدماً في ذلك تحكيم الاستبيان من خلال محكمين متخصصين في هذا الموضوع، بالإضافة للاختبارات اللازمة للتحقق من صدق والثبات.

أولاً: صدق الاستبيان

تم التأكد من صدق الاستبيان باستخدام صدق المحتوى، إذ تم عرض الاستبيان بصورته الأولية على مجموعة من المحكمين وعددهم 3 محكمين من ذوي الاختصاص من أعضاء هيئة التدريس بكلية علوم التسيير بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، وذلك للتأكد من وضوح الفقرات ودقة صياغتها وصلاحياتها لقياس ما صممت لقياسه، بعدها تم الأخذ بملاحظات المحكمين وإضافاتهم والتعديلات التي تتعلق بصياغة بعض الفقرات لتصبح أكثر ملائمة ضمن المتغيرات التي تقيسها.

ثانياً: ثبات الاستبيان

يعبر عن مدى استقرار وثبات أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان، بحيث يوضح ما إذا كانت الاستبيانات الموزعة ستعطي نفس النتائج إذا تم توزيعها مجدداً على نفس أفراد العينة وفي نفس الظروف، وتم الاعتماد في ذلك على معامل الثبات ألفا كرونباخ، بالاستعانة ببرنامج SPSS لحساب وقياس الثبات والاتساق الداخلي حيث لا يجب أن تقل قيمته عن 60% من أجل الاعتماد على النتائج المتوصل إليها، وبالتالي فالجدول أدناه يوضح معامل الثبات لأبعاد ومتغيرات الدراسة.

الجدول (02-4): ثبات الأداة حسب المعامل ألفا كرونباخ

Statistiques de fiabilité	
Aipha de cronbach	Nombre d éléments
.750	29

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

تم فحص عبارات الاستبانة من خلال مقياس ألفا كرونباخ الموضح في الجدول أعلاه لحساب ثبات المقياس فلو لاحظ أن معامل الثبات الكلي لمؤسسة موييليس قدر ب 75% نسبتها مقبولة، وتعد هذه النسبة ذات دلالة إحصائية

الفصل الثاني.....دراسة ميدانية

عالية وتفي بأغراض الدراسة بحيث يجب ألا تقل قيمة المعامل عن 60% كي نعتمد على النتائج المتوصل إليها في الدراسة.

نلاحظ أن جل معاملات الثبات لمحاو الدراسة وأبعادها كانت مرتفعة ومناسبة لأغراض الدراسة من خلال ما يظهر بنسبة معامل الثبات الكلي المقدر ب 0.750 المقدر ب 75% قد تعطي مصداقية لنتائج الممكن استخراجها بواسطة هذه الأداة وكذلك يظهر من خلال الاستقرار بدرجة عالية في نتائج الاستبانة وعدم تغيرها بشكل كبير في حالة إعادة إجاباتهم في حالة استجوابهم من جديد على نفس العينة وتحت نفس الظروف.

المبحث الثاني: نتائج الدراسة ومناقشتها

من خلال هذا المبحث سنتطرق إلى تقديم ما توصلنا إليه خلال فترة التربص بخصوص دور الإدارة الإلكترونية في تحسين ولاء الزبائن بعرض إجابات وتوجهات أفراد العينة وتحليلها ومناقشتها وتفسيرها.

المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة

يشتمل هذا المطلب على عرض كل ما جاء في الاستبيانات الموزعة على أفراد العينة بداية من المتغيرات الشخصية إلى إجاباتهم على عبارات محوري الإدارة الإلكترونية وولاء الزبائن، إضافة إلى عرض نتائج دراسة مجموعة من الارتباطات، بحيث سيتضمن ذلك التعليق على كل ما توصلنا إليه.

الفرع الأول: الخصائص الديمغرافية:

قصد التعرف على الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة قسمناه كما يلي:

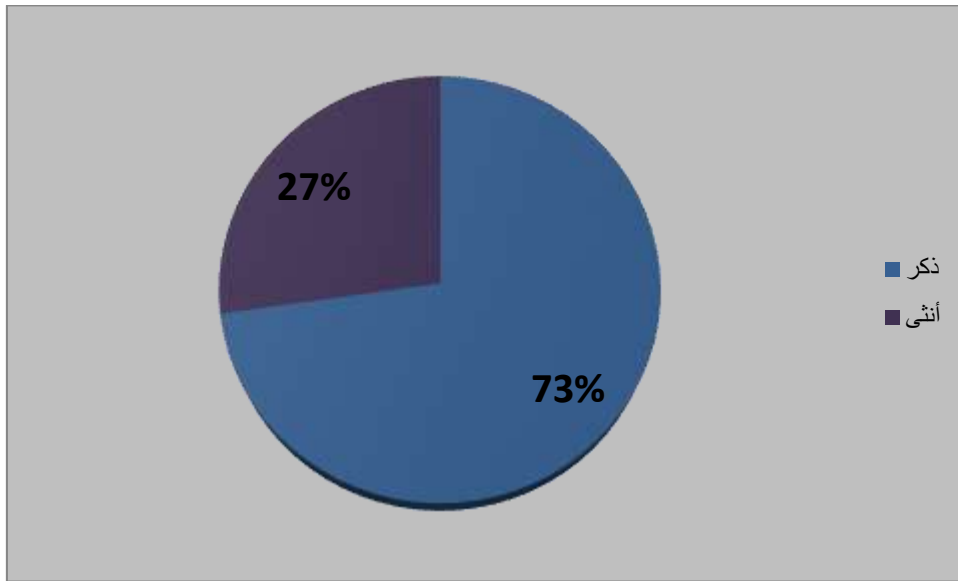
أولاً: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجدول (02-5): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	32	72.7 %
أنثى	12	27.3 %
المجموع	44	100 %

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

الشكل (1-02): توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات Excel 2007

من خلال الجدول (5-02) والشكل (1_02) نلاحظ تغلب نسبة الذكور في عينة الدراسة على نسبة الإناث حيث كان عدد الذكور 32 أي بنسبة 72.7% بينما المستجيبات من الإناث في العينة 12 أي بنسبة 27.3%، ما يبين أن أغلبية المجيبين من فئة الذكور في مؤسسة موبيليس بورقلة وهذا يرجع إلى طبيعة العمل.

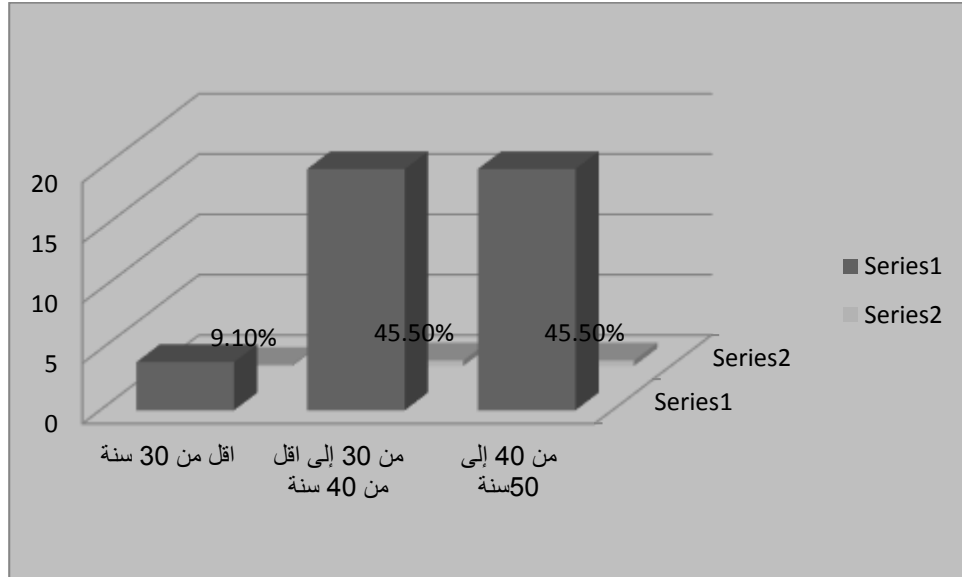
ثانيا: توزيع العينة حسب السن

الجدول (6-02): توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة	العدد	السن
9.1%	4	اقل من 30 سنة
45.5%	20	من 30 إلى اقل من 40 سنة
45.5%	20	من 40 إلى 50 سنة
100%	44	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل (2-2): توزيع أفراد العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات Excel 2007

من خلال الجدول (6-02) والشكل (2-02) السابقين نلاحظ أن نصف العينة 45.5% أعمارهم من 30 إلى 40 سنة، ومن 40 إلى 50 سنة للفئتين وهو السن الذي يكون فيه الفرد في أعلى نشاطه ودافعته والذي يعود بالنفع على المؤسسة، بينما نسبة 9.1 كانت للفئة التي أقل من 30 سنة.

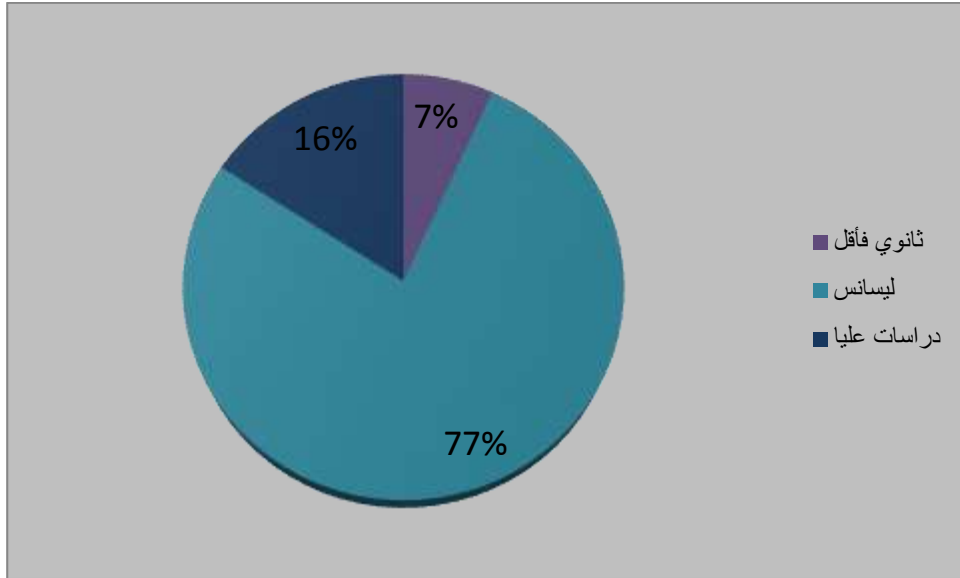
ثالثاً: توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

الجدول (7-02): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	العدد	المستوى التعليمي
6.8%	3	ثانوي فأقل
77.3%	34	ليسانس
15.9%	7	دراسات عليا
100%	44	مجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل (02-3): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات Excel 2007

يظهر من خلال الجدول (02-7) والشكل (02-3) أعلاه الخاص بمستوى التعليمي لأفراد العينة أن الأفراد اللذين مستواهم التعليمي جامعي يمثلون أكبر نسبة وتقدر ب (77.3%) وهو ما يعادل 34 موظف، تليها نسبة (15.9%) وهو ما يعادل 7 موظفين، وهي نسبة أفراد ذات مستوى دراسات عليا وذلك راجع لشروط ومتطلبات الوظائف التي يشغلونها بحكم أن نشاط المؤسسة تحتاج كما هائلا من المهندسين والكفاءات، يليه مستوى التعليمي ثانوي فأقل بنسبة (6.8%) أي ما يعادل 3 موظفين ممثلين في حاملين شهادات ذات التكوين.

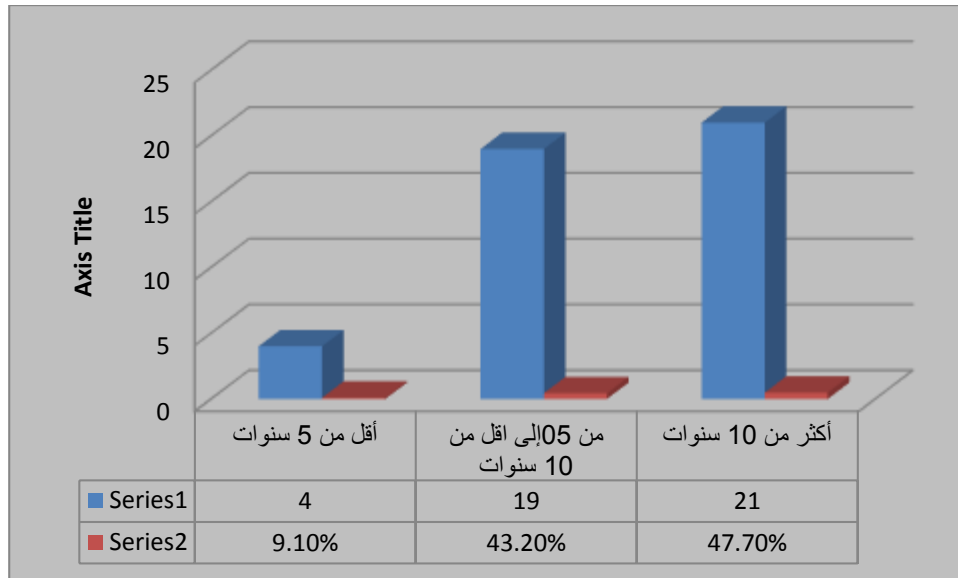
رابع: توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية

الجدول (8-02): توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية

الأقدمية	العدد	النسبة
أقل من 5 سنوات	4	9.1%
من 05 إلى أقل من 10 سنوات	19	43.2%
أكثر من 10 سنوات	21	47.7%
المجموع	44	100%

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (4-02) التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب الأقدمية



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات Excel 2007

تبين من خلال الجدول (8-02) والشكل (4-02) أعلاه أن يتضح لنا توزيع النسب حسب الأقدمية أن فئة أكثر من 10 سنوات بلغت أكبر نسبة وقدرت ب 47.7% لما يدل على أن كلما زدت فترة الأقدمية للعمال زدت الأقدمية مما يعود بالنفع على المؤسسة، كما تليها فئة (من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات) بنسبة 43.2%، أما فئة الأفراد ذوي الخبرة أقل من 5 سنوات تمثلت بنسبة (9.1%)، وهذا ما يفسر بان المؤسسة لا تفتح أبوابها لاستقطاب كفاءات جديدة في الإدارة خلال سنوات الأخيرة.

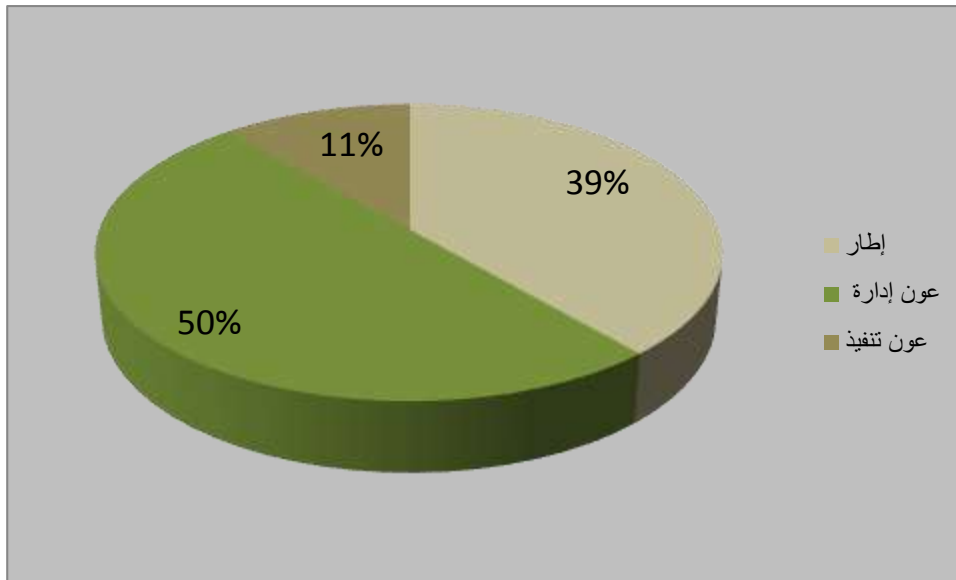
خامسا: توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

الجدول (02-9): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

الوظيفة	العدد	النسبة
إطار	17	38.6%
عون إدارة	22	50%
عون تنفيذ	5	11.4%
المجموع	44	100%

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل (02-5): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات Excel 2007

من خلال الجدول (02-9) والشكل (02-5) مسمى أعلاه يتضح لنا توزيع النسب حسب الوظيفة حيث أكثر المستجوبين هم من فئة (عون إدارة) بنسبة 50%، وتليها فئة (إطار) بنسبة 38.6%، ثم تأتي أقل نسبة المتمثلة في (عون تنفيذ) بنسبة 11.4%، وهذا ما يدل على أن المؤسسة تعتمد بشكل كبير على الإطارات والأعوان مما يعود بالنفع للمؤسسة.

الفرع الثاني: نتائج محور الإدارة الإلكترونية

من اجل تحليل بيانات العبارات اعتمدنا على مقياس ليكارت ذي 3 درجات كما تم ذكره سابقا، والنتائج التالية توضح ذلك حسب كل عبارات المتغير المستقل:

1- المحور الأول: الإدارة الالكترونية

2- الجدول (10-02): نتائج إجابات أفراد العينة على عبارات المحور الأول

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
موافق	0.475	2.77	تقدم المؤسسة خدمات الكترونية فعالة لزيائنها.
موافق	0.553	2.70	ساعدت الإدارة الالكترونية على توفير قاعدة بيانات يتم على أساسها اتخاذ القرارات الادارية.
موافق	0.533	2.75	يتم نقل وتبادل الملفات داخل المؤسسة الكترونيا.
موافق	0.408	2.86	تعتمد المؤسسة على شبكة الانترنت في التواصل بين فروعها.
موافق	0.674	2.68	يوجد في المؤسسة عمال مختصون في صيانة البرمجيات الالكترونية.
موافق	0.568	2.65	نقص الموارد المالية المختصة للتطوير البيئة التحتية للإدارة الالكترونية يشكل عائقا أمام تنفيذها داخل المؤسسة.
موافق	0.390	2.81	من فوائد التحول للإدارة الالكترونية تعزيز التعلم المستمر وتوسيع المعرفة.
موافق	0.386	2.88	تمتلك المؤسسة نظام الكتروني يسمح لها بتقييم ومراقبة الموظفين في أداء مهامهم وتعاملهم مع العملاء.
موافق	0.347	2.86	استخدام الإدارة الالكترونية في المؤسسة ساهم في التخلص من المعاملات الورقية والاجراءات المعقدة.
موافق	0.301	2.95	تمتلك المؤسسة حضورا رقميا من خلال موقع على شبكة الانترنت.
موافق	0.635	2.79	المتوسط العام

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول (10-02) أعلاه نلاحظ أن المحور الأول: كان اتجاه نحو الموافقة وذلك بمتوسط حسابي يساوي (2.79%)، وهذا راجع إلى أن أغلب عبارات هذا المحور كانت نحو الموافقة، تصدرت في الترتيب الأول عبارة "تمتلك المؤسسة حضورا رقميا من خلال موقع على شبكة الانترنت" بمتوسط 2.95، و في مرتبة الثانية عبارتين "تمتلك المؤسسة نظام الكتروني يسمح لها بتقييم ومراقبة الموظفين في أداء مهامهم وتعاملهم مع العملاء"، وتعتمد المؤسسة على شبكة الانترنت في التواصل بين فروعها " بمتوسط 2.88، تليه العبارة " من فوائد التحول للإدارة الالكترونية تعزيز التعلم المستمر وتوسيع المعرفة" بمتوسط 2.86، و في المرتبة الأخيرة العبارة " نقص الموارد المالية المختصة للتطوير البيئة التحتية للإدارة الالكترونية يشكل عائقا أمام تنفيذها داخل المؤسسة " بمتوسط 2.65.

الفصل الثاني.....دراسة ميدانية

كما يدل الجدول أيضا أن كل فقرات المحور كانت ذات درجة موافقة مرتفعة وهذا يدل على اهتمام المؤسسة محل الدراسة وحرصها على تطبيق الإدارة الإلكترونية في مجتمعها لتحقيق أهدافها.

2-المحور الثاني: الولاء (ولاء الزبائن)

الجدول (02-11): نتائج إجابة أفراد العينة على عبارات المحور الثاني

الاتجاه	الانحراف	المتوسط	العبارات
موافق	0.428	2.84	يتمتع زبائن المؤسسة بدرجة عالية من الولاء للخدمات المقدمة.
موافق	0.423	2.77	ييدي الزبائن استعدادا للتوصية بالمؤسسة للآخرين.
موافق	0.499	2.72	غالبا ما يعود الزبائن للتعامل مع المؤسسة بعد تجربتهم الأولى.
موافق	0.386	2.88	جودة الخدمة والمنتج أحد الأسباب الرئيسية في ولاء الزبائن.
موافق	0.390	2.81	تتعامل المؤسسة بشكل متقن مع شكاوى الزبائن مما يعزز ولائهم.
موافق	0.408	2.86	توفر المؤسسة مزايا أو عروضاً تحفز الزبائن على الاستمرار.
موافق	0.321	2.88	المؤسسة تلتزم بالمعايير المهنية والمواصفات المتفق عليها مع الزبائن.
موافق	0.407	2.82	المتوسط العام

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

يبين الجدول رقم (11_02) وصف إجابات عينة الدراسة حول محور الثاني ولاء الزبائن كان اتجاه نحو الموافقة وذلك بمتوسط حسابي يساوي (2.82%)، حيث نلاحظ أن العبارتين الأولى " جودة الخدمة والمنتج أحد الأسباب الرئيسية في ولاء الزبائن، المؤسسة تلتزم بالمعايير المهنية والمواصفات المتفق عليها مع الزبائن " بمتوسط 2.88، تليها العبارة " توفر المؤسسة مزايا أو عروضاً تحفز الزبائن على الاستمرار " بمتوسط 2.86، وفي المرتبة الأخيرة عبارة " غالبا ما يعود الزبائن للتعامل مع المؤسسة بعد تجربتهم الأولى " بمتوسط 2.72.

الفصل الثاني.....دراسة ميدانية

المحور الثالث: نتائج محور مساهمة الإدارة الالكترونية في تحسين ولاء الزبائن في مؤسسة موبيليس ورقلة

الجدول (02-12): نتائج إجابة أفراد العينة على عبارات محور الثالث

الاتجاه	الانحراف	المتوسط	العبارات
موافق	0.408	2.86	ساهمت الإدارة الالكترونية في تحقيق الاستجابة السريعة لرغبات العملاء.
موافق	0.408	2.86	ساعدت الإدارة الالكترونية في توفير خدمة متميزة.
موافق	0.445	2.81	تسعى المؤسسة إلى توفير أجهزة تقنية حديثة تعمل على تعزيز جودة خدماتها.
موافق	0.408	2.86	ساهمت الإدارة الالكترونية في تفعيل وتحسين عملية الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسة.
موافق	0.150	2.97	أدت الإدارة الالكترونية إلى تحسين جودة خدماتها بما يتوافق مع
موافق	0.386	2.88	تساهم المنصات الالكترونية في تحسين تجربة الزبون.
موافق	0.254	2.93	تعتمد المؤسسة على التحليلات الالكترونية لفهم سلوك الزبائن.
موافق	0.351	2.88	المتوسط العام

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

يوضح الجدول (02-12) أعلاه المتعلق بالمحور الثالث أن الاتجاه العام كان نحو الاتجاه الموافق، وأن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.88 بانحراف المعياري 0.351، ما يؤكد أن أفراد العينة متفقين على نفس الإجابة، حيث تصدرت العبارة 05 المرتبة الأولى بمتوسط 2.97 وانحراف 0.150 تدل (أدت الإدارة الالكترونية إلى تحسين جودة خدماتها بما يتوافق مع رغبات الزبائن.)، كما تليه عبارة "تعتمد المؤسسة على التحليلات الالكترونية لفهم سلوك الزبائن." بمتوسط 2.93، وفي المرتبة الأخيرة بمتوسط 2.81 فقرة "تسعى المؤسسة إلى توفير أجهزة تقنية حديثة تعمل على تعزيز جودة خدماتها"، وهذا ما يتوافق مع آراء اغلب الموظفين من خلال الاستبيان. من خلال ما سبق نستنتج أن مستوى مساهمة الإدارة الالكترونية في تحسين ولاء الزبائن في مؤسسة موبيليس مرتفع بدليل أن المتوسط الحسابي بلغ 2.88.

الفرع الثالث: عرض نتائج معامل الارتباط بين الإدارة الإلكترونية وولاء الزبائن

الجدول (02_13): معامل الارتباط بيرسون بين الإدارة الإلكترونية وولاء الزبائن

		Corrélations	
		الالكترونية الإدارة	الولاء
الالكترونية الإدارة	Corrélacion de Pearson	1	,635**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	44	44
الولاء	Corrélacion de Pearson	,635**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	44	44

** . La corrélacion est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

يوضح الجدول (02-13) أعلاه قيمة معامل الارتباط بين الإدارة الإلكترونية والأداء الوظيفي حيث نلاحظ أن قيمة $\text{sig}=000$ وهي قيمة أقل من مستوى الدلالة $\text{sig}=0.01$ وقيمة معامل الارتباط بلغت $r=0.635$ ، وهذا يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة أي أن هناك ارتباط خطي موجب بين الإدارة الإلكترونية وولاء الزبائن يصل إلى 63.5% وهي نسبة متوسطة، ومنه تساهم الإدارة الإلكترونية في تحسين ولاء الزبائن.

اولا: معامل الانحدار الخطي:

تحليل الانحدار الخطي باستخدام طريقة المربعات الصغرى

ويمكن ذلك من خلال تحليل الانحدار الخطي باستخدام طريقة المربعات الصغرى Entry عند مستوى دلالة 0.05 حيث المتغير المستقل الإدارة الإلكترونية والمتغير التابع ولاء الزبائن والجدول التالي يوضح الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

الجدول رقم (02_14) يوضح تحليل الانحدار الخطي باستخدام طريقة المربعات الصغرى

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,635 ^a	,403	,389	,17834

a. Prédicteurs : (Constante), الولاء

المصدر: من إعداد الطالبين وفقا لمخرجات spss

يظهر من خلال النتائج الواردة في الجدول (02_14) أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإدارة الإلكترونية وولاء الزبائن ما يعبر عنه Sig التي تساوي 0.000 وهي نسبة اقل من 0.05 بمعنى أن الاختبار ذا دلالة بوجود علاقة بين المتغيرين حيث بلغت قيمة $R=0.635$ عند مستوى (0.05) وهي علاقة متوسطة، ولمعرفة مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين ولاء الزبائن قمنا بحساب معامل التحديد الذي يساوي $R^2=0.403$ بمعنى أن نسبة مساهمة متغير الإدارة الإلكترونية تقدر ب 63.5% وفي حين النسبة 36.5% تتدخل فيها المتغيرات الأخرى.

ثانيا: تباين الانحدار الخطي:

يدرس الجدول الموالي مدى ملائمة خط الانحدار البيانات عند مستوى الدلالة (0.05)

الجدول (02-15): خط الانحدار

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,903	1	,903	28,401	,000 ^b
	Résidus	1,336	42	,032		
	Total	2,239	43			

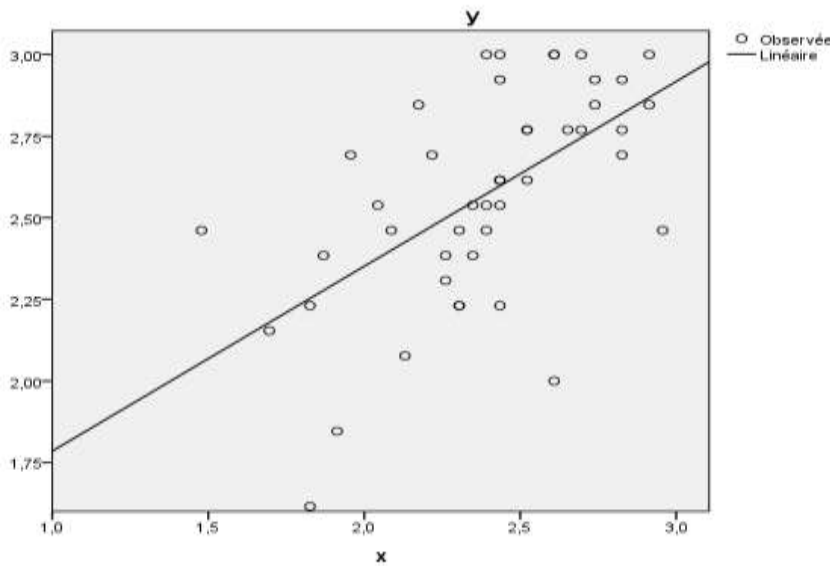
المصدر: من إعداد الطالبين وفقا لمخرجات spss

- مجموع مربعات الانحدار يساوي 0.903 ومجموع الشكل (2-6) خط الانحدار
- مربعات البواقي هو 1.336 ومجموع المربعات الكلي يساوي 2.239؛
- درجة حرية الانحدار هي 1 ودرجة حرية البواقي 42؛

الفصل الثاني.....دراسة ميدانية

- معدل مربعات الانحدار هو 0.903 ومعدل مربعات البواقي 0.032؛
- قيمة اختبار تحليل التباين لخط الانحدار 28.401؛
- مستوى دلالة الاختبار 0.00 أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0.05، ويظهر ذلك من خلال الشكل (6-2)

الشكل (6-02) يمثل خط الانحدار



المصدر: من إعداد الطالبين وفقا لمخرجات الـ spss

يظهر الشكل (6=2) التمثيل البياني لخط الانحدار الناتج عن معالجة البيانات بواسطة spss ، ويعد الشكل أداة بصرية لفهم العلاقة بين المتغيرين، حيث يتضح من الشكل ان خط الانحدار الخطي يمثل اتجاه العام للبيانات، أي علاقة المقدرة احصائيا بين المتغيرين. اما نقاط المبعثرة تمثل القيم الفعلية او الملاحظة لكل حالة من العينة. توزعت معظم النقاط حول خط الانحدار بدرجة مقبولة، مما يدل على وجود علاقة خطية معتدلة الى قوية بين المتغيرين، الى ان بعض النقاط تظهر انحرافا عن الخط، لكنها تبقى ضمن النطاق المتوقع.

ثالثاً: دراسة معاملات الانحدار:

الجدول الموالي يوضح قيم معاملات خط الانحدار

الجدول(02-16):قيم معاملات خط الانحدار

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardizes		Coefficients standardizes	T	Sig.
		B	Ecart standard	Bêta		
1	(Constante)	,925	,352		2,627	,012
	الولاء	,661	,124	,635	5,329	,000

a. Variable dépendante : الالكترونية_الإدارة

المصدر: من إعداد الطالبين وفق مخرجات spss

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن قيم معاملات خط الانحدار ذات دلالة إحصائية فقد قدرت قيمة مستوى دلالة الاختبار (0.000) وهي أقل من (0.05)، وعليه يمكن صياغة معادلة خط الانحدار وفق النموذج التالي: $y=a+bx$.

حيث قدرت قيمة مقطع خط الانحدار ب(0.925) والتي تمثل حرف a من معادلة خط المستقيم، أما ميل خط الانحدار فقد قدرت قيمته ب(0.661) والتي تمثل حرف b، ومنه نموذج معادلة خط الانحدار للمؤسسة موبيليس - ورقلة - كما يلي:

$$X0.661+9250.=Y$$

من خلال النموذج المتحصل عليه نجد أن هناك تأثير إيجابي لتطبيق الإدارة الإلكترونية على ولاء الزبائن بالمؤسسة محل الدراسة لأن كل متغيرات الداخلة فيه لها إشارة موجبة، وهي تعني كلما زادت تطبيق الإدارة الإلكترونية كلما زاد في تحسين ولاء الزبائن بالمؤسسة محل الدراسة ومنه تعتبر الإدارة الإلكترونية ضرورية لايمكن التخلي عنها.

الفصل الثاني.....دراسة ميدانية

الفرع الرابع: تحليل التباين الاحادي لدراسة فروق المتوسطات بين الموظفين الادارين بخصوص الإدارة الإلكترونية في تحسين ولاء الزبائن:

للإجابة على السؤال الخامس في هذه الدراسة والذي ينص على: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية للإجابات أفراد العينة حول ولاء الزبائن تعزي متغيرات الشخصية للأفراد عينة الدراسة؟

حيث كانت الفرضية الرئيسية لهذا السؤال: "لا توجد فروق ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) لتحسين ولاء الزبائن لدى موظفين المؤسسة محل الدراسة تعزي للمتغيرات الشخصية".

ولهذا الغرض قمنا بإجراء اختبار T -Teste لمتغير الجنس (والذي يحتمل إجابتين) واختبار ANOVA لباقي المتغيرات الشخصية التي اعتمدها الدراسة (والتي تحتمل أكثر من إجابة).

1-تأثير الجنس

الجدول (02-17): يوضح نتائج تحليل اختبار T-TEST لدراسة فروق المتغيرات لمتغير الجنس

المتغير	F	T	Sig
الجنس	1.437	18.739	0.221

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

توضح النتائج أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في مساهمة تطبيق الإدارة الإلكترونية من طرف موظفي المؤسسة محل الدراسة في تحسين ولاء الزبائن باختلاف متغير الجنس، حيث نجد أن مستوى الدالة المحسوب sig:0.221 وهو أكبر من sig:0.050 مستوى الدالة المعتمد.

2-تأثير السن:

الجدول (02-18): يوضح تحليل اختبار ANOVA لمتغير السن

ANOVA

السن

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	8,648	7	1,235	4,666	,001
Intragroupes	9,533	36	,265		
Total	18,182	43			

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات Spss

نتيجة تحليل التباين لمتغير العمر للموظفين الإداريين كانت قيمة $Sig = 0.001$ وهي أقل من 0.05 وبالتالي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستجوبين تبعاً لمتغير السن بخصوص الإدارة الإلكترونية على تحسين ولاء الزبائن.

3-المستوى التعليمي:

الجدول (02-19): يوضح تحليل ANOVA لمتغير المستوى التعليمي:

ANOVA

التعليمي_المستوى

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	1,616	7	,231	1,036	,424
Intragroupes	8,021	36	,223		
Total	9,636	43			

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات Spss

الفصل الثاني.....دراسة ميدانية

نتيجة تحليل التباين لمتغير المستوى التعليمي للموظفين الإداريين كانت قيمة $\text{sig}=0.424$ وهي أكبر من 0.05 وبالتالي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستجوبين تبع المتغير المستوى التعليمي بخصوص الإدارة الإلكترونية في تحسين ولاء الزبائن باختلاف متغير المستوى التعليمي.

4-متغير الأقدمية:

الجدول (20-02): يوضح تحليل اختبار ANOVA لمتغير الأقدمية

المصدر: من اعداد

اعتمادا

ANOVA

الأقدمية

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	7,048	7	1,007	3,184	,010
Intragroupes	11,383	36	,316		
Total	18,432	43			

الطلة

على

مخرجات SPSS

نتيجة تحليل التباين لمتغير الأقدمية للموظفين الإداريين كانت قيمة $\text{Sig}=0.010$ وهي أقل من 0.05 وبالتالي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستجوبين تبعاً لمتغير الأقدمية والإدارة الإلكترونية في تحسين ولاء الزبائن.

5-متغير الوظيفة:

الجدول (21-02): يوضح تحليل اختبار ANOVA لمتغير الوظيفة.

ANOVA

الوظيفة

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	3,281	7	,469	1,093	,388
Intragroupes	15,446	36	,429		
Total	18,727	43			

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

الفصل الثاني.....دراسة ميدانية

نتيجة تحليل التباين لمتغير الوظيفة كانت قيمة $Sig=0.388$ وهي أكبر من 0.05 وبالتالي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستجوبين تبعاً لمتغير الوظيفة بخصوص الإدارة الإلكترونية في تحسين ولاء الزبائن المطلوب الثاني: نتائج اختبار الفرضيات.

نقدم في هذا المطلب عرض لمختلف نتائج دراسة الميدانية التي تم توصل إليها عن طريق جمع لبيانات وتحليلها ومناقشتها للوصول إلى نفي أو ثبات فرضيات من خلال استنتاجات الدراسة.

اختبار الفرضية الأولى والتي تنص: وجود مستوى عالي في تطبيق الإدارة الإلكترونية في مؤسسة موبيليس.

أثبتت الدراسة على أن هناك مستوى عالي في تطبيق الإدارة الإلكترونية في مؤسسة موبيليس محل الدراسة من خلال حساب المتوسطات الحسابية لمحور الأول الخاص بالإدارة الإلكترونية، وهذا ما يبينه المتوسط الحسابي الإجمالي الذي كانت قيمته (2.79) وهو مستوى عالي.

اختبار الفرضية الثانية التي تنص: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دور الإدارة الإلكترونية وتحسين ولاء الزبائن.

أثبتت الدراسة أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية وهذا من خلال معامل الارتباط بيرسون، حيث أن الدلالة الإحصائية موجبة أي أن هناك ارتباط خطي موجب بين الإدارة الإلكترونية وتحسين ولاء الزبائن.

اختبار الفرضية الثالثة التي تنص: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزى للمتغيرات الشخصية.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزى لمتغير الجنس. حيث نلاحظ أن

الدلالة المحسوب $sin: 0.221$ وهو أكبر من $sin: 0.050$ مستوى الدلالة المعتمد.

أذن نقبل الفرضية لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزى لمتغير الجنس.

ونرفض الفرضية توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزى لمتغير الجنس.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزى لمتغير السن. حيث نلاحظ أن

$sin: 0.001$ وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المطلوب.

اذن نرفض فرضية لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير السن.

ونقبل الفرضية البديلة توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير السن.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير المستوى التعليمي. حيث نلاحظ من تحليل التباين للمتغير ان قيمة $\sin:0.424$ وهي أكبر من مستوى 0.05 .

اذن نقبل الفرضية لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير المستوى التعليمي.

ونرفض الفرضية توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير المستوى التعليمي.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير الاقدمية. حيث نلاحظ ان $\sin: 0.010$ وهي اقل من مستوى قيمة 0.05 .

اذن نقبل الفرضية لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير الاقدمية.

ونرفض الفرضية لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير الاقدمية.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير الوظيفة. حيث نجد ان $\sin : 0.010$ وهي اكبر من مستوى قيمة 0.05 .

اذن نقبل الفرضية لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير الوظيفة

ونرفض الفرضية لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير الوظيفة

خلاصة الفصل

تناولنا من خلال هذا الفصل دراسة ميدانية على عينة من الموظفين بمؤسسة موبيليس.

وقد تناولنا في هذا الفصل مبحثين، في المبحث الأول تطرقنا فيه إلى الطريقة والإجراءات المتبعة في الدراسة الميدانية أما في المبحث الثاني فقد تم تحليل ومناقشة النتائج المحصل عليه كما حاولنا من خلال هذا الفصل الإجابة على إشكالية الدراسة والتي هي: ما مدى دور الإدارة الالكترونية في تحسين ولاء الزبائن بمؤسسة موبيليس - ورقة -، وكانت نتائج الدراسة كالآتي:

1- اتضح أن هناك مستوى مرتفع من تطبيق الإدارة الإلكترونية في مؤسسة موبيليس -ورقلة -، وهذا لأن تطبيق الإدارة الإلكترونية أصبح حتمية ملزمة في ظل عصرنة الإدارة تعتبر استثمار طويل المدى يعود على المؤسسة بالفائدة، كما أنها تساهم في تحسين ولاء الزبائن، تقوية سمعة المؤسسة، كسب ثقة الحكومة؛

2- هناك مستوى مرتفع لتطبيق الإدارة الإلكترونية لدى موظفين الإداريين بمؤسسة موبيليس -ورقلة-؛

3-العلاقة ارتباطية بين الإدارة الإلكترونية كمتغير مستقل وولاء الزبائن كمتغير تابع علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة؛

4-تعتبر مؤسسة موبيليس أن تبني الإدارة الالكترونية يحسن من أدائها وصورتها في المجتمع.

5_ هناك تأثير إيجابي لتطبيق الإدارة الالكترونية في تحسين ولاء الزبائن، لأنها تساعد في تسريع الأداء وتقصير الزمن وتقدم خدمات بجودة أعلى وتكلفة أقل.

خاتمة

خاتمة :

نظرا لتزايد المستمر في مهام الإدارة، فقد بات من الطبيعي ان تواكب هذه المهام مختلف اشكال التطور. بما يضمن تحسين أدائها بما ينعكس إيجابا على تحقيق المصلحة العامة. ومن هذا المنطق تبرز أهمية الإدارة الالكترونية اليوم في وضع الأطر المناسب التي تساعدنا من التواصل والتفاعل بفعالية مع متطلبات الحياة الإدارية مستمرة التغيير. ونظرا لما أصبحت تمثله الإدارة الالكترونية من خيار استراتيجي في وقتنا الراهن، فان اعتمادها من قبل المنظمات بات ضرورة حتمية تفرضها متطلبات المرحلة الحالية. ويكمن ذلك في تعزيز الكفاءة وتحسين الأداء من كامل الجوانب بما يتضمن تفاعل مع الزبائن.

بناء على الدراسة النظرية والتطبيقية التي قمنا بيها حول دور الإدارة الالكترونية في تحسين ولاء الزبائن في مؤسسة موبيليس بورقلة بغية الوقوف ومعرفة الكاملة بالإدارة الالكترونية هذا أثر الاعتماد على جمع ومعالجة البيانات وتحليلها احصائيا بعد توزيع الاستبانة على موظفي الإدارة من اجل الحصول على نتائج تساعدنا مستقبلا.

النتائج:

بعد عملية التحليل توصلت دراستنا للنتائج التالية وفق ما جاء في الجانب النظري والتطبيقي وتمثل في:

- ساعد التطور الهائل في ميدان تكنولوجيا المعلومات الاتصال الى انتشار استخدام الشبكات المعلوماتية، لانها أولوية رئيسية في وقتنا الحالي بالنسبة للمؤسسات.
- تساهم الإدارة الالكترونية في تقليل من التعقيدات الإدارية، وتدعيم الشفافية والسرعة والدقة.
- عبر عن متطلبات الإدارة الالكترونية على انها مجموعة من العناصر الضرورية، سواء كانت بشرية او مادية او امنية او تقنية، والتي يجب توفيرها لضمان نجاح تنفيذها

- النتائج الخاصة باختبار صحة الفرضيات:

الفرضية الأول: اثبتت الدراسة ان هناك مستوى عالي من تطبيق الإدارة الالكترونية في مؤسسة موبيليس محل الدراسة من خلال حساب متوسطات الحسابية للمحور الأول الخاص بالإدارة الالكترونية، حيث بينه المتوسط الحسابي الإجمالي الذي كانت قيمته (2.79) وهو مستوى عالي.

الفرضية الثانية: اثبتت الدراسة ان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية وهذا من خلال معامل الارتباط بيرسون، حيث ان الدلالة الإحصائية موجبة أي ان هناك ارتباط خطي موجب بين الإدارة الالكترونية وتحسين ولاء الزبائن..

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي للمتغيرات الشخصية اثبتت الدراسة ان هنالك:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير الجنس.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير السن.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير المستوى التعليمي.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير الاقدمية.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحسين ولاء الزبائن تعزي لمتغير الوظيفة.

الاقتراحات:

- نشر الوعي من قبل الإدارة العليا بأهمية الإدارة الالكترونية ومدى النجاح التي تقدمه للمؤسسة من استمرار واكتساب مزايا أخرى.
- بناء قاعدة مناسبة ومستقرة لعمل الموظفين وتحفيزهم من اجل تقديم خدمات ذات جودة للحصول على رضا الزبون وولائه.
- العمل على تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصال لما تحققه من مزايا وخصائص تساعد المؤسسة.
- السعي لنشر ثقافة المعلوماتية من اجل القضاء على الامية الرقمية

افاق الدراسة:

تعتبر هذه المذكرة فاتحة للمذكرات التي ستتناول موضوع الإدارة الالكترونية وعلاقتها بالزبائن، حيث على اعتبار ان هاته الدراسة تعد بمثابة مساهمة على الصعيدين الأكاديمي والميداني الى انما تبقى في بعض الجوانب فقط، لذلك ينبغي التعمق فيها والإحاطة بمختلف جوانب الموضوع وبكل ابعاده.

ومما سبق نقتح بعض من المواضيع لدراسة مستقبلا:

❖ مستقبل الإدارة الالكترونية في القطاعين العام والخاص.

- ❖ تحول المؤسسات نحو الإدارة الالكترونية وانعكاسه على رضا الزبون.
- ❖ دور الإدارة الالكترونية في تحسين أداء العمل وزيادة كفاءة العمال.
- ❖ أثر الإدارة الالكترونية في تفعيل القرارات الاستراتيجية.

قائمة المراجع

الكتب:

1. محمد سمير احمد: الإدارة الالكترونية، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2009
2. احمد بطاح، حسن الكنعاني: الإدارة التربوية رؤية المعاصرة، ط1، دار الفكر ناشؤون وموزعون، عمان، 2016
3. محمد الصيرفي: الإدارة الالكترونية للموارد البشرية، مؤسسة حورس لنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية، 2008
4. نجم عبود نجم: الإدارة الالكترونية-استراتيجية والوظائف، دار الازوري العلمية للنشر، ط1، عمان، الأردن، 2008
5. غسان قاسم داود اللامي: إدارة التسويق وتوجيهات جديدة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013
6. طارق عبد الرؤوف عامر: الإدارة الالكترونية - نماذج معاصرة، ط1، دار السحابة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007
7. فداء حامد: الادارة الالكترونية-الأسس النظرية والتطبيقية، ط1، دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، عمان، 2015
8. محمد بن فوزي الغامدي: الإدارة الالكترونية، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية اثناء النشر، شبكة الالوكة، 2022،
9. مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي جواد: الإدارة الالكترونية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014
10. سعد غالب ياسين: الإدارة الالكترونية ووافق تطبيقاتها العربية، فهرسة مكتبة الملك فهد اثناء النشر، 2006
11. حمدي القبيلات: قانون الإدارة العامة الالكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

المجلات والمقالات:

- صفاء فرحات: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق ولاء الزبائن، ملفات الأبحاث في الاقتصاد والتسيير كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير العدد الثامن، الجزائر 2019

12. زروقي فاطمة الزهراء: الإدارة الالكترونية ودورها في تحسين الخدمة العمومية، مجلة الجغرافية الاقتصادية، العدد1، مركز الجامعي تيبازة-الجزائر، 2024
13. د. ودان بو عبد الله، مركان محمد البشير: البوابة الالكترونية للصفقات نحو تحسين أفضل للخدمة العمومية في إطار الإدارة الالكترونية، جامعة التكوين المتواصل-تيسمسيلت، مجلة المالية والأسواق، 2015،
14. راجحي لخضر، لكحل عائشة: الإدارة الالكترونية كألية من اليات التنمية الإدارية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة الاغواط، العدد03، الجزائر2016،
15. سميحة علي احمد الغامدي: واقع الإدارة الالكترونية وعلاقته بتطوير العمل الإداري، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد19، كلية التربية، جامعة الباحة، 2018
16. العربي بوعمامة، رقاد حليلة: الاتصال العمومي والإدارة الالكترونية رهانات ترشيد الخدمة العمومية، العدد9، جامعة الوادي، 2014
17. عبدوني كافية، بن حجوبة حميد: الإدارة الالكترونية في العالم العربي وسبل تطبيقها واقع وافاق، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد الثاني، جامعة عباس لغرور، خنشلة، ديسمبر 2017،

الاطروحات والمذكرات:

1. كوثر منسل: تفعيل دور الإدارة الالكترونية في الجزائر-نحو بروز قانون الإدارة الالكترونية، أطروحة دكتوراه، جامعة 8ماي 1945-قلمة، 18ماي 2023،
2. هالة قحف: دور التسويق بالعلاقات في تعزيز ولاء الزبائن للعلامة موبيليس، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2014.
3. ريمة فوغالي، قرين نسرين: إدارة علاقات الزبون كأساس للميزة التنافسية بالمؤسسة الخدمية، مذكرة ماستر كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 2022
4. نذير بياز: ابعاد جودة الخدمة على رضا الزبون في قطاع الاتصالات، مذكرة ماستر في تسويق الخدمات، جامعة العربي بن مهيدي، ام بواقي، 2018.

قائمة الملاحق

الملحق الأول: الأساتذة المحكمين

اسم الأستاذ	درجة العلمية

الملحق الثاني: الاستبيان

المحور الأول: المعلومات العامة:

1. الجنس: ذكر أنثى
 2. السن: أقل من 30 سنة من 30 إلى 40 سنة من 40 إلى 50 سنة
 3. المستوى التعليمي: ثانوي فأقل جامعي دراسات عليا
 4. الأقدمية: أقل من 5 سنوات من 5 إلى 10 سنوات 10 سنوات فأكثر
 5. الوظيفة: إطار عون إدارة عون تنفيذ
- أخرى هي:

المحور الثاني: الإدارة الالكترونية

الرقم	العبارات	غير موافق	محايد	موافق
01	تقدم المؤسسة خدمات الكترونية فعالة لزيائنها			

			02	ساعدت الإدارة الالكترونية على توفير قاعدة بيانات يتم على أساسها اتخاذ القرارات الإدارية
			03	يتم نقل وتبادل الملفات داخل المؤسسة الكترونيا
			04	تعتمد المؤسسة على شبكة الانترنت في التواصل بين فروعها
			05	يوجد في المؤسسة عمال مختصون في صيانة البرمجيات الالكترونية
			06	نقص الموارد المالية المخصصة لتطوير البنية التحتية للإدارة الكترونية يشكل عائقا امام تنفيذها داخل المؤسسة
			07	من فوائد التحول للإدارة الالكترونية تعزيز التعلم المستمر وتوسيع المعرفة
			08	تمتلك المؤسسة نظام الكتروني يسمح لها بتقييم ومراقبة الموظفين في أداء مهامهم وتعاملهم مع العملاء
			09	استخدام الإدارة الالكترونية في المؤسسة ساهم على التخلص من المعاملات الورقية والإجراءات المعقدة
			10	تمتلك المؤسسة حضورا رقميا من خلال موقع على شبكة الانترنت

المحور الثالث: الولاء (ولاء الزبائن)

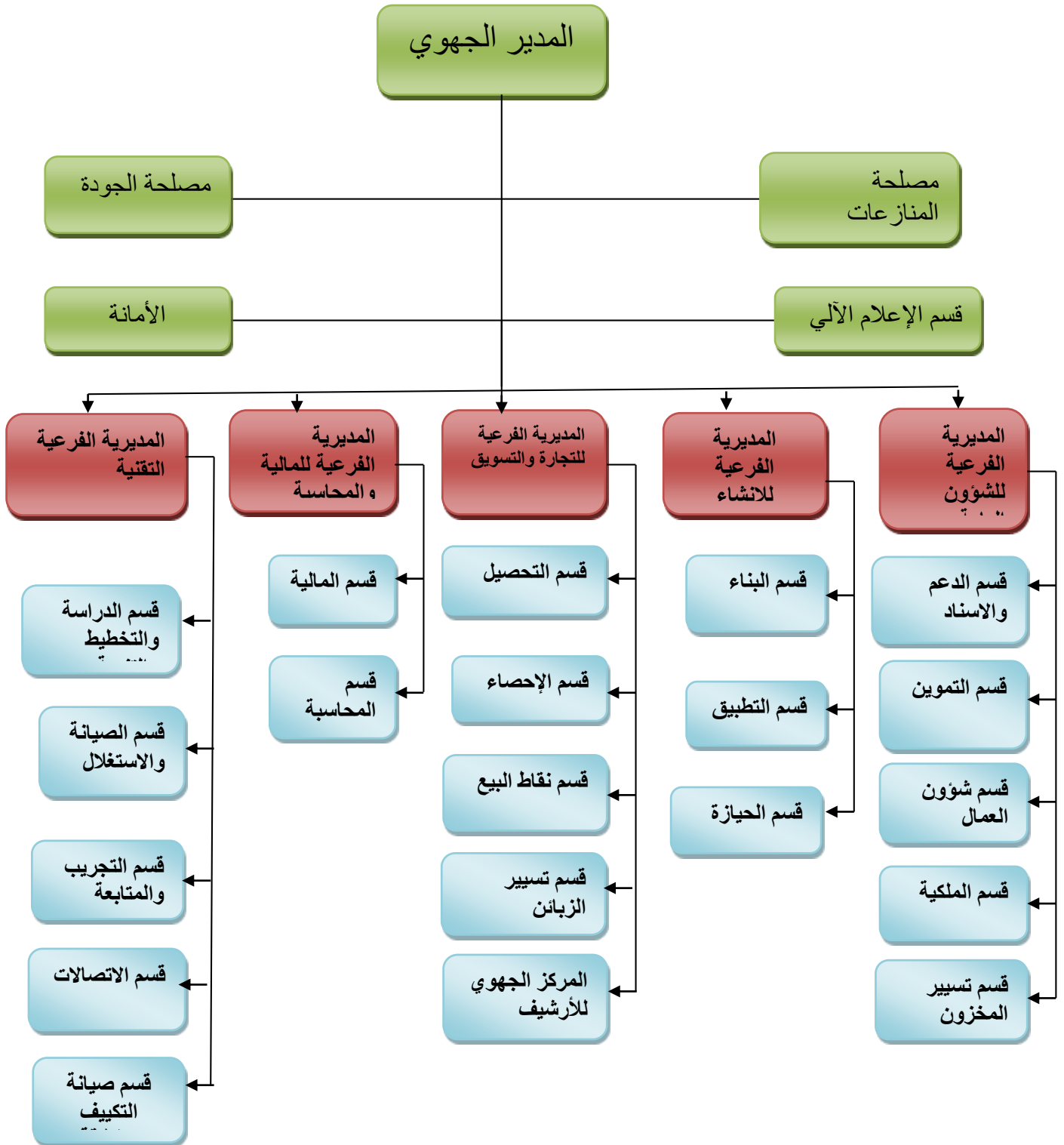
الرقم	العبارة	غير موافق	محايد	موافق
01	يتمتع زبائن المؤسسة بدرجة عالية من الولاء للخدمات المقدمة			
02	يبيد الزبائن استعدادا للتوصية بالمؤسسة للآخرين			
03	غالبا ما يعود الزبائن للتعامل مع المؤسسة بعد تجربتهم الأولى			
04	جودة الخدمة او المنتج أحد الأسباب الرئيسية في ولاء الزبائن			
05	تتعامل المؤسسة بشكل متقن مع شكاوى الزبائن، مما يعزز ولاءهم			

			توفر المؤسسة مزايا او عروضاً تحفز الزبائن على الاستمرار	06
			المؤسسة تلتزم بالمعايير المهنية والمواصفات المتفق عليها مع الزبائن	07

المحور الرابع: مساهمة الإدارة الالكترونية في تحسين ولاء الزبائن في مؤسسة موبيليس ورقلة

الرقم	العبارة	غير موافق	محايد	موافق
01	ساهمت الإدارة الالكترونية في تحقيق الاستجابة السريعة لرغبات العملاء			
02	ساعدت الإدارة الالكترونية في توفير خدمة متميزة			
03	تسعى المؤسسة الى توفير أجهزة تقنية حديثة تعمل على تعزيز جودة خدماتها			
04	ساهمت الإدارة الالكترونية في تفعيل وتحسين عملية الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسة			
05	أدت الإدارة الالكترونية الى تحسين جودة خدماتها بما يتوافق مع رغبات زبائن			
06	تساهم المنصات الالكترونية في تحسين تجربة الزبون			
07	تعتمد المؤسسة على التحليلات الالكترونية لفهم سلوك الزبون			

الملحق الثالث: هيكل تنظيمي لمؤسسة موبيليس



الملحق الرابع: نتائج تحليل استبيان الإدارة الالكترونية وتحسين ولاء الزبائن.

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,750	29

الجنس

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	32	72,7	72,7	72,7
أنثى	12	27,3	27,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

السن

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide سنة 30 من أقل	4	9,1	9,1	9,1
سنة 40 إلى 30 من	20	45,5	45,5	54,5
سنة 50 إلى 40 من	20	45,5	45,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

التعليمي_المستوى

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide فأقل ثانوي	3	6,8	6,8	6,8
جامعي	34	77,3	77,3	84,1
عليا دراسات	7	15,9	15,9	100,0
Total	44	100,0	100,0	

الأقدامية

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide سنوات 5 من أقل	4	9,1	9,1	9,1
سنوات 10 إلى 5 من	19	43,2	43,2	52,3
فأكثر سنوات 10	21	47,7	47,7	100,0
Total	44	100,0	100,0	

الوظيفة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide إطار	17	38,6	38,6	38,6
إدارة عون	22	50,0	50,0	88,6
تنفيذ عون	5	11,4	11,4	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
فعالة إلكترونية خدمات المؤسسة تقدم لزيائنها	44	1,00	3,00	2,7727	,47562
توفير على الاللكترونية الإدارة ساعدت اتخاذ أساسها على يتم بيانات قاعدة الإدارية القرارات	44	1,00	3,00	2,7045	,55320
المؤسسة داخل الملفات وتبادل نقل يتم الاللكترونية	44	1,00	3,00	2,7500	,53374
في الانترنت شبكة على المؤسسة تعتمد فروعها بين التواصل	44	1,00	3,00	2,8636	,40868
في مختصون عمال المؤسسة في يوجد الاللكترونية البرمجيات صيانة	44	1,00	3,00	2,6818	,67420
لتطوير المخصصة المالية الموارد نقص بشكل الاللكترونية للإدارة التحتية البيئة	44	1,00	3,00	2,6591	,56828
المؤسسة داخل تنفيذها امام عائق الاللكترونية للإدارة التحول فوائد من	44	2,00	3,00	2,8182	,39015
المعرفة وتوسيع المستمر التعلم تعزيز لها يسمح الاللكترونية نظام المؤسسة تمتلك	44	1,00	3,00	2,8864	,38675
مهامهم أداء في الموظفين ومراقبة بتقييم العملاء مع تعاملهم	44	1,00	3,00	2,8864	,38675

المؤسسة في الالكترونية الإدارة استخدام					
الورقية المعاملات من التخلص على ساهم	44	2,00	3,00	2,8636	,34714
المعقدة والإجراءات					
خلال من رقميا حضورا المؤسسة تمتلك	44	1,00	3,00	2,9545	,30151
الانترنت شبكة موقع					
N valide (liste)	44				

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
من عالية بدرجة المؤسسة زبائن يتمتع	44	2,8409	,42826
المقدمة للخدمات الولاء			
بالمؤسسة للتوصية استعدادا الزبائن بيدي	44	2,7727	,42392
للآخرين			
المؤسسة مع للتعامل الزبائن ما يعود غالبا	44	2,7273	,49947
الأولى تجربتهم بعد			
الأسباب أحد والمنتج الخدمة جودة	44	2,8864	,38675
الزبائن ولاء في الرئيسية			
شكاوى مع متقن بشكل المؤسسة تتعامل	44	2,8182	,39015
ولاهم يعزز مما الزبائن			
تحفز عروضاً أو مزايا المؤسسة توفر	44	2,8636	,40868
الاستمرار على الزبائن			
المهنية بالمعايير تلتزم المؤسسة	44	2,8864	,32104
الزبائن مع عليها المتفق والمواصفات			
N valide (liste)	44		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
تحقيق في الالكترونية الادارة ساهمت	44	2,8636	,40868
العملاء لرغبات السريعة الاستجابة			
توفير في الالكترونية الإدارة ساعدت	44	2,8636	,40868
متميزة خدمة			
تقنية أجهزة توفير إلى المؤسسة تسعى	44	2,8182	,44579
خدماتها جودة تعزيز على تعمل حديثة			
تفعيل في الالكترونية الإدارة ساهمت	44	2,8636	,40868
الداخلي الاتصال عملية وتحسين			
للمؤسسة والخارجي			
جودة تحسين إلى الالكترونية الادارة أدت	44	2,9773	,15076
الزبائن رغبات مع يتوافق بما خدماتها			
تحسين في الالكترونية المنصات تساهم	44	2,8864	,38675
الزبون تجربة			

الالكترونية التحليلات على المؤسسة تعتمد الزبون سلوك لفهم	44	2,9318	,25497
N valide (liste)	44		

Corrélations

		الالكترونية_الإدارة	الولاء
الالكترونية_الإدارة	Corrélation de Pearson	1	,635**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	44	44
الولاء	Corrélation de Pearson	,635**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	44	44

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,903	1	,903	28,401	,000 ^b
	Résidus	1,336	42	,032		
	Total	2,239	43			

a. Variable dépendante : الالكترونية_الإدارة

b. Prédicteurs : (Constante), الولاء

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,635 ^a	,403	,389	,17834

a. Prédicteurs : (Constante), الولاء

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardizes	t	Sig.
		B	Ecart standard	Bêta		
1	(Constante)	,925	,352		2,627	,012
	الولاء	,661	,124	,635	5,329	,000

a. Variable dépendante : الالكترونية_الإدارة

ANOVA

السن

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	8,648	7	1,235	4,666	,001
Intragruppes	9,533	36	,265		
Total	18,182	43			

ANOVA

التعليمي_المستوى

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	1,616	7	,231	1,036	,424
Intragruppes	8,021	36	,223		
Total	9,636	43			

ANOVA


الوظيفة

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	3,281	7	,469	1,093	,388
Intragruppes	15,446	36	,429		
Total	18,727	43			

ANOVA

الأقداامية

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppes	7,048	7	1,007	3,184	,010
Intragruppes	11,383	36	,316		
Total	18,432	43			



الفهرس

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
□	الاهداء.....
□	الشكر.....
□	ملخص الدراسة.....
□	قائمة المحتويات.....
□	قائمة الاشكال.....
□	قائمة الجداول.....
□	قائمة الملاحق.....
أ-ث	المقدمة.....
	الفصل الأول: الادبيات النظرية والتطبيقية لادارة الالكترونية وولاء الزبائن
6	تمهيد
7	المبحث الأول: الادبيات النظرية
7	المطلب الأول: ماهية الإدارة الالكترونية وولاء الزبائن
7	الفرع الأول: مفهوم الإدارة
8	الفرع الثاني: مفهوم الإدارة الالكترونية
9	الفرع الثالث: ولاء الزبائن
10	المطلب الثاني: أهمية واهداف الإدارة الالكترونية
10	الفرع الأول: أهمية الإدارة الالكترونية
10	الفرع الثاني: اهداف الإدارة الالكترونية
11	المطلب الثالث: أسباب التحول وخصائص ومزايا الإدارة الالكترونية
11	الفرع الأول: أسباب التحول نحو الإدارة الالكترونية
11	الفرع الثاني: خصائص الإدارة الالكترونية
13	الفرع الثالث: مزايا الادارة الالكترونية
13	المطلب الرابع: متطلبات الإدارة الالكترونية ومعيقاتها
13	الفرع الأول: متطلبات الإدارة الالكترونية
15	الفرع الثاني: معيقات الإدارة الالكترونية
16	المبحث الثاني: الادبيات التطبيقية
16	المطلب الأول: الدراسات العربية

19	المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية
20	المطلب الثالث: مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة
22	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية
24	تمهيد
25	المبحث الأول: الاطار المنهجي لدراسة
25	المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة
25	الفرع الأول: مجتمع الدراسة
25	الفرع الثاني: عينة الدراسة
26	المطلب الثاني: أدوات الدراسة
26	الفرع الأول: أدوات جمع البيانات
26	الفرع الثاني: الأدوات الإحصائية
28	الفرع الثالث: صدق وثبات الاستبيان
29	المبحث الثاني: نتائج الدراسة ومناقشتها
29	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة
29	الفرع الأول: خصائص الديمغرافية
34	الفرع الثاني: نتائج محور الإدارة الالكترونية
38	الفرع الثالث: عرض نتائج معامل الارتباط بين الإدارة الالكترونية وولاء الزبائن
42	الفرع الرابع: تحليل التباين الأحادي لدراسة فروق المتوسطات بين الموظفين الإداريين بخصوص الإدارة الالكترونية في تحسين ولاء الزبائن
45	المطلب الثاني: نتائج اختبار الفرضيات
47	خلاصة الفصل
49	الخاتمة
52	قائمة المراجع
55	قائمة الملاحق
65	الفهرس